

Reportajes

Alta dirección y
discriminación salarial

Liderazgo femenino:
cómo solventar las dudas
para una dirección exitosa,
sana y constructiva

Opiniones de clientes,
esenciales para
un ecommerce

¿Por qué algunas
personas consiguen
todo lo que se
proponen

Entrevistas

Silvia Oñate,
directora del
Instituto Andaluz
de la Mujer

Ana Blasco,
promotora
de WOM

Helena Grau, CEO de matmax

**“Todas las mujeres
debemos de superar
lo de ‘ahora no es
el mejor momento’”**

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



gracias

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

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

www.igualmenteprofesionales.org

Financiado por:



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
Invierte en tu futuro



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL

P.O. Lucha contra la discriminación 2007-2013

Cada vez más cerca de las personas





SILVIA OÑATE, DIRECTORA DEL INSTITUTO ANDALÚZ DE LA MUJER



LIDERAZGO FEMENINO: CÓMO SOLVENTAR LAS DUDAS PARA UNA DIRECCIÓN EXITOSA, SANA Y CONSTRUCTIVA



CINCO RAZONES POR LAS QUE SON ESENCIALES PARA UN ECOMMERCE

5 ZONA OPINIÓN

5 **El concepto de coherencia del Comisario Muinicks**
Anna Conte

7 ZONA HECHOS

- 7 En cuatro vistazos
- 8 Reportaje
Alta dirección y discriminación salarial
- 12 Entrevista
Silvia Oñate, directora del Instituto Andalúz de la Mujer
- 14 Reportaje
Liderazgo femenino: cómo solventar las dudas para una dirección exitosa, sana y constructiva
- 15 Reportaje
Opiniones de clientes, esenciales para un ecommerce
- 16 Entrevista
Ana Blasco, promotora de WOM
- 18 Reportaje
¿Por qué algunas personas consiguen todo lo que se proponen
- 20 Entrevista
Helena Grau, CEO de matmax

- 25 **Pooja y Aarati**
Isabel García
- 27 **Es posible crear empleo**
Ángeles Tejada

28 ZONA MUJER

- 28 Protagonistas
- 30 Emprendedoras

34 ZONA EMPLEO

- 34 Sindicatos

36 ZONA OCIO

- 36 Música
- 37 Libros
- 38 Museo Picasso
- 39 Málaga
- 39 Motor

40 ZONA OPINIÓN

- 40 **Visión, pasión y aspiración para afrontar el futuro**
Manuel Bellido

staff

EDITA: Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996

FUNDADOR: Manuel Bellido

REDACCIÓN Y COLABORADORES:

Anna Conte, Isabel García, José Santos, M^a Ángeles Tejada, Ana Pagador, Lourdes Otero, Vanessa Calvo, Ana María Herrero y Susana Muñoz

DIAGRAMACIÓN: Francisco Javier Collados

FOTOGRAFÍA: Archivo Mujeremprendedora, Agencias

Dirección, Administración, Distribución y Publicidad:

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

Depósito Legal: SE-3043-99

www.mujeremprendedora.net

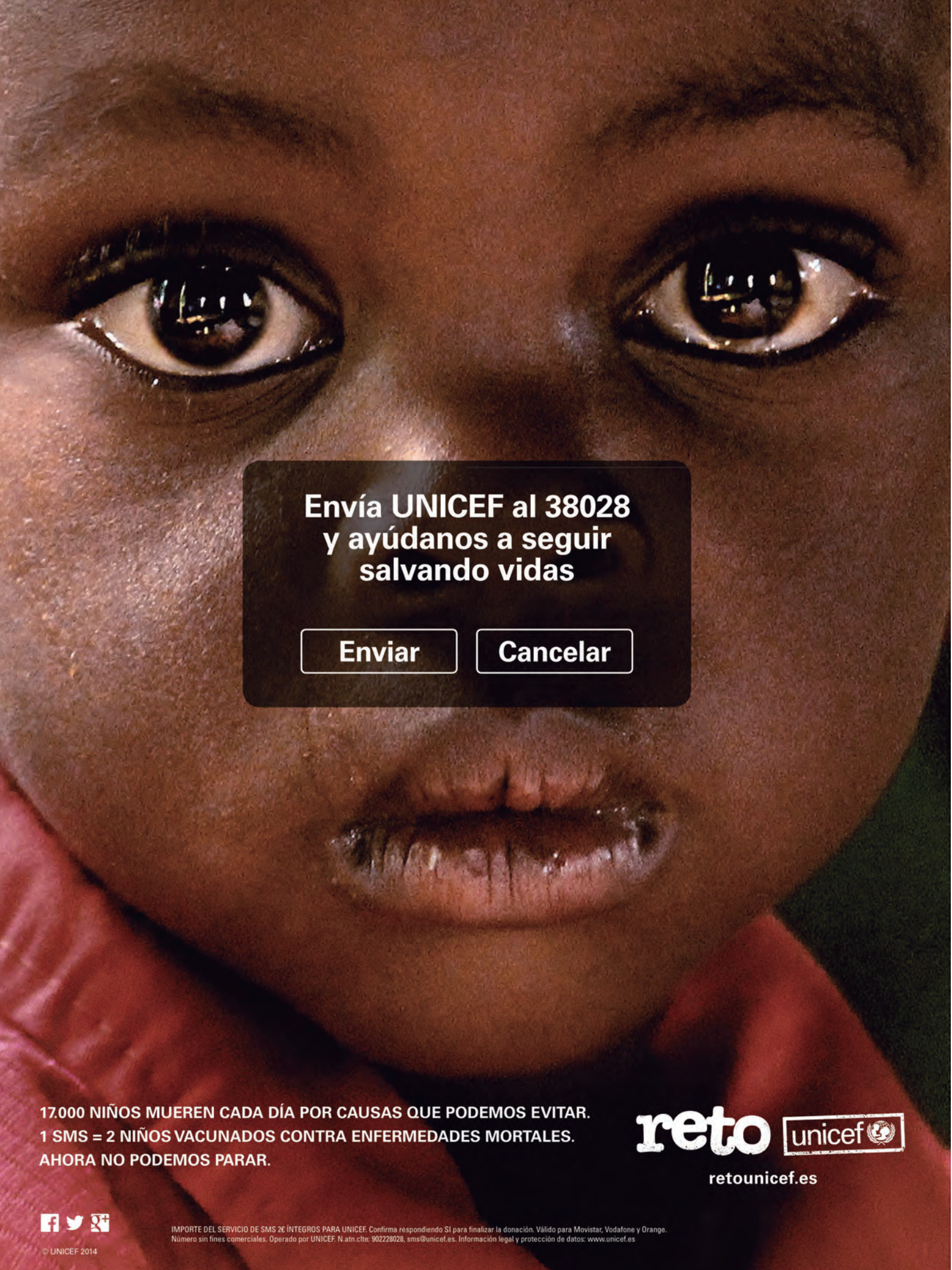
E-mail: mujeremprendedora@mujeremprendedora.net
redaccion@mujeremprendedora.net
digital@mujeremprendedora.net
annaconte@mujeremprendedora.net

Premio ALMUR



Premio ARCO IRIS





**Envía UNICEF al 38028
y ayúdanos a seguir
salvando vidas**

Enviar

Cancelar

**17.000 NIÑOS MUEREN CADA DÍA POR CAUSAS QUE PODEMOS EVITAR.
1 SMS = 2 NIÑOS VACUNADOS CONTRA ENFERMEDADES MORTALES.
AHORA NO PODEMOS PARAR.**



retounicef.es



IMPORTE DEL SERVICIO DE SMS 2€ ÍNTEGROS PARA UNICEF. Confirma respondiendo SI para finalizar la donación. Válido para Movistar, Vodafone y Orange. Número sin fines comerciales. Operado por UNICEF. N.º atn.cte: 902228028, sms@unicef.es. Información legal y protección de datos: www.unicef.es

© UNICEF 2014



para empezar
annaCONTE

annaconte@mujeremprendedora.net

Editora

El concepto de coherencia del Comisario Muinieks

El pasado 20 de noviembre se celebró el 25 aniversario de la aprobación de la convención internacional sobre los derechos del niño. La Convención, ratificada por 193 países, fue adoptada por unanimidad en la Asamblea General de las Naciones Unidas el 20 de noviembre de 1989. “Por primera vez los Estados reconocían que los niños son titulares de derechos como los adultos”, comentaba Nils Muinieks, comisario de los derechos humanos del Consejo Europeo, añadiendo que todavía “Europa tiene que esforzarse más y mejor”. ¿Qué significa ‘mejor’ para el comisario Muinieks, si exactamente el día anterior, el 19 de noviembre, había declarado que la práctica del infanticidio neonatal estaba ‘fuera de sus competencias’ y se había negado a recibir cuatro ONGs que intentaban informarlo de la cuestión? Sin embargo, el 15 de enero de 2014, había tomado posición públicamente contra los abortos selectivos en función del sexo, pidiendo para ellos la interdicción penal.

Según la Convención de la ONU, “el niño, por su falta de madurez física y mental, necesita protección y cuidado especiales, incluso la debida protección legal, tanto antes como después del nacimiento”. A pesar de esta clarísima declaración de principios, el Consejo Europeo no se pronunció de ninguna manera en su reunión de julio sobre este tema, que desde hacía tiempo está sobre la mesa de sus dirigentes. Los ministros no habían logrado ponerse de acuerdo sobre las medidas que había que tomar para garantizar que a los fetos sobrevividos a los abortos no se les privara de los cuidados médicos a los que tienen derecho, en calidad de seres humanos vivos, en el momento de su nacimiento. Algunos gobiernos, de hecho, por temor a levantar cuestiones relativas a los abortos tardíos, se han negado a reconocer este derecho de los neonatos.

El 1 de noviembre, Gregor Puppink, abogado y director del Centro Europeo para los derechos y la justicia (Ecjl), había enviado a Nils Muinieks, de parte de cuatro ONGs, la solicitud para una reunión y así poder entregar un dossier sobre la suerte de estos niños, nacidos vivos después del aborto. El dossier explica y documenta que cada año, de hecho, muchos niños nacen con vida durante abortos, sobre todo cuando se practican más allá de la semana 20 de embarazo. Estos niños a menudo se dejan morir sin atención, luchando por respirar a veces durante varias horas, o asesinados por inyección letal

o sofocación, y luego eliminados con los residuos biológicos. Estos hechos se evidencian por los datos oficiales y los testimonios de las parteras. Un estudio publicado en el British Journal of Obstetrics and Gynecology demostró que a las 23 semanas de gestación, la tasa de niños que sobreviven al aborto alcanzaba el 10%. Las ONGs esperaban esta reunión para pedirle a Muinieks que todos los seres humanos nacidos vivos tienen el mismo derecho a la vida y la salud, sin discriminación por las circunstancias de su nacimiento, de conformidad con los derechos humanos. El rechazo del Comisario y la incapacidad de los ministros para afirmar que todo neonato tiene derecho a la vida y a la salud, es vergonzoso. ¿No es esta actitud un consenso tácito al infanticidio y al trato inhumano?

“El rechazo del Comisario y la incapacidad de los ministros para afirmar que todo neonato tiene derecho a la vida y a la salud, es vergonzoso”

Puppink ahora espera que la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa tenga el valor de afrontar el tema y de compensar los puntos débiles del Comisario y del comité de Ministros. Con este objetivo el ECLJ llevará oficialmente esta cuestión a la Asamblea Parlamentaria en base a los procedimientos de la petición, que permiten a los ciudadanos pedir al presidente del Bureau de la Asamblea Parlamentaria insertar un argumento en su agenda. Para dar peso a esta solicitud, la ECLJ ha lanzado la petición también sobre la plataforma CitizenGo invitando a los muchos otros ciudadanos a firmarla. He sabido de este hecho a través de un correo electrónico y he sentido el deber de comentarlo también en Mujeremprendedora, porque, aparte de la indignación, algo más hay que hacer para que nuestra voz llegue también a la mesa de decisiones en Europa, aunque solo sea con una firma. Será un modo de expresar el rechazo de las “conveniencias políticas” que pisotean los derechos fundamentales, un modo de decir basta a las afirmaciones altisonantes que contradicen los hechos. Menos celebraciones y más concreción. O mejor: celebraciones sí, pero si representan un paso adelante en beneficio de los seres humanos. En este sentido, tiene razón usted, señor comisario Muinieks: “Europa tiene que hacer mejor”. ¡Mucho mejor! ●



[Tú] eres la Estrella

Caixafu**[Tu]**ro

Y a tu jubilación, ¿cuánto le has dedicado?

Tu boda, 1 año de planificación y 12 horas de celebración. El festival de los niños, 9 meses de ensayos y 3 minutos de actuación. Y a tu jubilación, ¿cuánto le has dedicado?

Te presentamos **Caixafuturo**, para que empieces a prepararla desde hoy mismo. Además, con la nueva Cuenta Futuro podrás ahorrar de forma cómoda y sencilla.

Más información, en cualquier oficina de "la Caixa" o en www.laCaixa.es

La Cuenta Futuro es un Plan Individual de Ahorro Sistemático - PIAS, seguro de vida-ahorro, de la entidad aseguradora VidaCaixa, S.A. de Seguros y Reaseguros. Caixabank, S.A., operador de banca-seguros exclusivo de VidaCaixa, S.A. de Seguros y Reaseguros y autorizado de SegurCaixa Adeslas, S.A. de Seguros y Reaseguros, e inscrito en el Registro de Mediadores de la DGSFP con el código C0611A08663619. NRI: 1067-2014/05504.



Mejor Banco en Innovación
Tecnológica 2013 y 2014



Banco más Innovador
del Mundo 2013
Mejor Innovación en
Productos y Servicios 2013



Banco del
Año en
España 2013

En cuatro **vistazos**

FLASHES DE LA ACTUALIDAD

>>EL 90% DE LAS EMPRESARIAS COOPERATIVISTAS ANDALUZAS VALORAN EL LIDERAZGO COMPARTIDO

La directora del Instituto Andaluz de la Mujer (IAM), Silvia Oñate, fue la encargada de inaugurar el pasado 5 de diciembre en Granada las jornadas 'Mujeres cooperativistas andaluzas: Empresarias y lideresas de su tiempo', en las que se presentaron los resultados del estudio 'Monitoreo y buenas prácticas de liderazgos exitosos de mujeres', puesto en marcha por Faecta y la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Según el mismo, el 90% de las empresarias cooperativistas consolidadas coincide en señalar el carácter emprendedor, el mantenimiento del entusiasmo en el equipo y la generación de ilusión como los tres rasgos más influyentes en el éxito empresarial de las mujeres. ●



>>SEGOVIA CELEBRA UN ENCUENTRO DE FORMACIÓN DE MUJERES DIRECTIVAS, EMPRESARIAS Y PROFESIONALES

Más de una veintena de mujeres directivas, autónomas, empresarias y emprendedoras segovianas participaron el pasado 5 de diciembre en el taller de liderazgo 'Evoluciona, alto rendimiento femenino en entornos laborales saludables y eficientes' organizado por la Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias (FEDEPE).

La sesión de coaching intensivo desarrollada en Segovia, que fue presentada por el diputado provincial de Promoción Económica, Rafael Casado, y por la presidenta de FEDEPE, Ana Bujaldón, fue impartida por la medallista de oro en los Juegos Olímpicos de Barcelona 92, como componente del equipo femenino de hockey sobre hierba, y coach profesional, Maribel Martínez de Murguía, y por su equipo de la empresa 'Entrenadores de Talento'. ●



>>EL 34,3% DE LOS AUTÓNOMOS EN ESPAÑA SON MUJERES

La Federación de Organizaciones de Profesionales, Autónomos y Emprendedores (OPA), tomando como base los datos del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, informa que el 65,7% de los autónomos no societarios son varones mientras que el 34,3% son mujeres. Otro de los parámetros analizados es la edad. Así OPA afirma que el 69,8% de los autónomos personas físicas dados de alta en España tienen más de 40 años de edad. En concreto, de los 1.938.843 de los autónomos no societarios que se encuentran dados de alta en la Seguridad Social, el 45% tienen entre 40 y 54 años, mientras que el 24,7% tiene una edad que va desde los 55 años en adelante. ●



>>LA BRECHA SALARIAL SE AMPLÍA PARA LAS MUJERES CON MAYORES SUELDOS SEGÚN LA OIT

Los salarios promedios de las mujeres son entre 4 y 36% inferiores a los de los hombres pero la brecha salarial aumenta en términos absolutos para las mujeres mejores remuneradas, dice el Informe Mundial sobre Salarios 2014/2015 de la OIT. Por ejemplo, en Europa en 2010, el 10% de las trabajadoras en la parte más baja de la escala salarial ganaban 100 euros menos al mes que el 10% de los hombres en la misma posición. A la inversa, el 10% de las mujeres que percibían salarios más altos ganaban 700 euros menos al mes que el 10% de los hombres mejor remunerados. Una tendencia similar fue observada en los 38 países analizados por el informe. ●



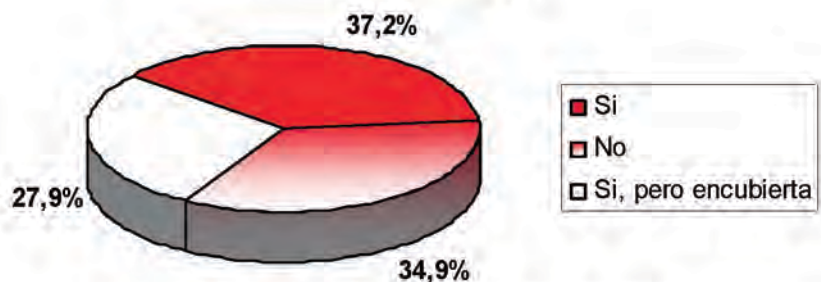
Alta dirección y discriminación salarial

Crece hasta el 65% el porcentaje de directivas que cree que aún existe discriminación salarial para las mujeres según la VI Encuesta Adecco a Mujeres Directivas

Muchas son las iniciativas empresariales y administrativas promulgadas en favor de la igualdad laboral entre hombres y mujeres desde que se aprobase La Ley de Igualdad en España, en 2007. En este contexto, y para conocer el grado de implantación que han podido tener, Adecco, a través de dirActivas – la iniciativa impulsada por la empresa de RRHH para crear un punto de encuentro en el que mujeres directivas compartan experiencias profesionales e inquietudes vinculadas a la mujer y el mundo laboral- ha presentado los resultados de la VI Encuesta Adecco a Mujeres Directivas. Se trata de una consulta con la que se pretende analizar la igualdad real de géneros en el mercado laboral así como el panorama profesional actual de las mujeres directivas en España.

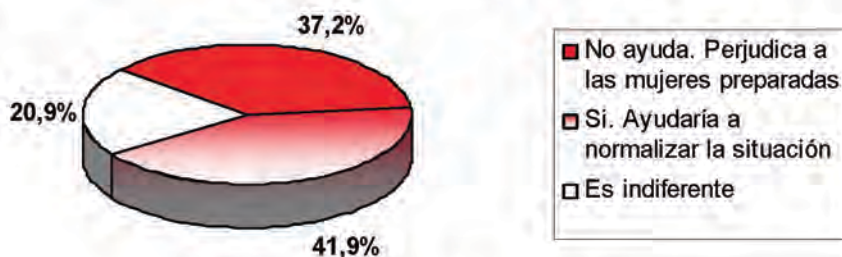
La principal conclusión de esta encuesta es que hay un 65,1% de mujeres directivas

¿Cree que existe discriminación salarial entre hombres y mujeres en la misma categoría profesional?



Fuente: VI Encuesta Adecco a Mujeres Directivas

¿Cree que la cuota en los consejos de administración ayuda a conseguir la proyección de las mujeres para la dirección?



Fuente: VI Encuesta Adecco a Mujeres Directivas

españolas que cree que aún existe discriminación salarial para las mujeres en el ámbito empresarial. De ellas, un 27,9% denuncia que esta discriminación es encubierta y que en muchas ocasiones las mujeres son víctimas de malas prácticas para recibir menores salarios que sus homólogos masculinos. Sólo el 34,9% de las encuestadas afirma que ya no se da discriminación salarial entre géneros, cuando de la misma categoría profesional se trata.

En materia de conciliación de la vida personal y laboral, el panorama que ofrecen las directivas encuestadas por Adecco refleja que aún queda mucho camino por recorrer pues más de la mitad (el 51,2%) piensa que España está a la cola de los países europeos en temas de conciliación aunque sí reconocen el esfuerzo de sus empresas por facilitar esta labor, pues 1 de cada 3 directivas cree que existen más que suficientes medidas de conciliación en la compañía para la que trabajan. Sobre las perspectivas de futuro, aumenta la confianza en los avances que se están consiguiendo pero de manera prudente: 3 de cada 4 mujeres consultadas cree que en la próxima década se habrán dado nuevos pasos en temas de igualdad pero está aún no será completa.

Discriminación salarial.

Son muchas las formas en las que una persona puede sufrir discriminación en su puesto de trabajo pero las mujeres encuestadas por Adecco parecen tener claro que la que más les afecta a ellas es la salarial.

Un 46,5% de las directivas encuestadas reconoce haber sufrido algún tipo de dis-

criminación a lo largo de su carrera por el hecho de ser mujer, un porcentaje menor al registrado en la anterior encuesta, cuando así lo afirmaba el 53% de las consultadas. Dentro de este colectivo, 7 de cada 10 afirma que la discriminación sufrida fue en materia salarial frente al 14,3% que habla de problemas para promocionar en la empresa y el 9,5% que denuncia irregularidades en los procesos de selección para otras compañías diferentes a la que trabajan en la actualidad. Además, un 23,2% asegura que ha experimentado algún problema con empleados por el hecho de ser mujer.

Preguntadas abiertamente por su percepción personal y profesional sobre si existe discriminación salarial entre hombres y mujeres dentro de la misma categoría profesional, un 65,1% de las directivas cree que aún existe esa discriminación salarial para las mujeres en el ámbito empresarial (dos puntos porcentuales más que un año atrás).

De ellas, un 27,9% denuncia que esta discriminación es encubierta y que en muchas ocasiones las mujeres son víctimas de malas prácticas para recibir menores salarios que sus homólogos masculinos. Sólo el 34,9% de las encuestadas por Adecco afirma que ya no se da discriminación salarial entre géneros, cuando de la misma categoría profesional se trata.

Igualdad en la empresa española.

Para 6 de cada 10 mujeres directivas españolas existe mayor igualdad entre mujeres y hombres en el resto de los países europeos que nos rodean que en el

>> "Para las ejecutivas españolas, la principal dificultad a la hora de aplicar medidas de igualdad en las empresas estriba en que los consejos de dirección desconocen el impacto positivo que estas tienen en la rentabilidad de la empresa (60,5%)"

nuestro. El restante 37,2% cree que la situación es similar y ninguna contempla la posibilidad de que la situación sea peor en el resto de Europa de lo que es en España, en este aspecto.

Para las ejecutivas la principal dificultad a la hora de aplicar medidas de igualdad en las empresas estriba en que los consejos de dirección desconocen el impacto positivo de estas en la rentabilidad de la empresa (60,5%). Acompaña a esta idea el hecho de que se cree que son medidas difíciles de implantar (25,6%) así como la sensación de intervencionismo en los órganos decisores de la empresa (7%). En menor medida, un 4,7% piensa que no se adoptan esas medidas por miedo a lo desconocido y el 2,3% cree que no se hace por todas las dificultades antes mencionadas.

Una de las medidas más al alza para alcanzar la paridad en el ámbito empresarial es la implantación de cuotas femeninas en los consejos de administración de las empresas –actualmente sólo el 16,8% de los consejeros de las empresas del IBEX 35 es mujer, según el último informe de la Comisión Europea y la CMNV-. Sin embargo, no es una medida que termine de contar con la aprobación de las directivas encuestadas por Adecco ya que sólo el 41,9% la ve como algo positivo que ayude a normalizar la situación, de manera transitoria.

El 37,2% cree que esta imposición no ayuda a las mujeres a alcanzar puestos directivos sino más bien al contrario, puede ser perjudicial para aquéllas bien preparadas al poder cuestionarse si su puesto corresponde a su valía o deriva de la cuota. Por último, un 20,9% de las consultadas cree que esta medida es indiferente para conseguir la igualdad.

Precisamente, el impulso de estas cuotas de dirección parte de la Administración Pública, pero para las ejecutivas españolas, deberían ser las empresas las que impulsaran y desarrollaran medidas para fomentar la igualdad (93%) y sólo el 7% cree que ambos agentes deberían ir de la mano.

Las soluciones para potenciar la igualdad en el ámbito empresarial que las propias directivas proponen pasan por compaginar flexibilidad horaria con teletrabajo (46,3%), transparencia en la selección de

puestos directivos –mismas oportunidades, misma retribución, mismas exigencias- (29,3%) y trabajo por objetivos – mayor énfasis en los resultados y no en la dedicación horaria, etc.- (22%). El 2,4% piensa que combinar todas estas opciones sería la mejor solución para alcanzar la igualdad en la empresa.

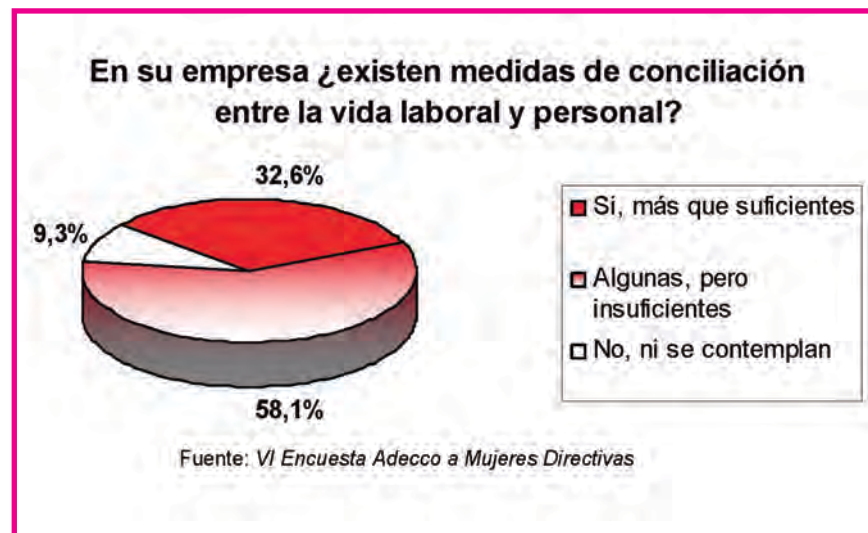
Falta más conciliación.

Para más de la mitad de las directivas encuestadas por Adecco (51,2%) España se encuentra a la cola de los países europeos en materia de conciliación familiar y laboral. Un importante retroceso en el sentir de este colectivo pues apenas dos años atrás esta idea era secundada por el 70% de ellas.

ciliar hasta el 46,5% (antes era del 41%) y se duplica el de aquéllas que nunca los tiene (11,6%).

Y eso, a pesar de que sólo un 9,3% de ellas afirma que en su empresa no existen medidas de conciliación. Frente a esto, el 90,7% considera que sí hay medidas de este tipo, aunque bien es cierto que el 58,1% las considera insuficientes para poder conciliar vida laboral y personal.

Respecto a las medidas de conciliación más habituales, parece que las empresas siguen sin dar con la fórmula más acertada pues 3 de cada 4 encuestadas cree que solicitar una jornada reducida puede per-



Teniendo en cuenta que casi 7 de cada 10 directivas consultadas por Adecco es madre – el 53,6% tiene dos hijos o más– la gran mayoría (95,3%) reconoce que las medidas para conciliar vida personal y profesional son aprovechadas principalmente por ellas. Paralelamente, un 36,8% afirma que haber tenido hijos durante su carrera laboral no le ha perjudicado, frente a un 26,3% que dice que sí lo ha hecho.

En cualquier caso, parece claro que hay un gran sector de la sociedad que sigue teniendo problemas para conseguir equilibrar vida personal y profesional, ya que un 41,5% de las encuestadas confirma tener problemas con frecuencia para conciliar (un porcentaje inferior al registrado en el análisis anterior, cuando este dato ascendía al 54% de las encuestadas).

Aumenta el porcentaje de mujeres que “rara vez” encuentra problemas para con-

judicar a su permanencia en la empresa o a su promoción profesional (si bien es cierto que este valor cae 10 puntos porcentuales con respecto al anterior estudio).

Otra de las opciones planteadas para poder equilibrar trabajo y vida privada y que cada vez es más común en el entorno empresarial es el teletrabajo, si bien un 48,8% apuesta por el teletrabajo total, porque considera que lo importante es trabajar por objetivos, independientemente de la presencia en el lugar de trabajo, hay un 39,5% que apuesta por combinar teletrabajo con jornada presencial.

En cualquier caso, la idea que sí parecen tener muy clara las encuestadas por Adecco es que la responsabilidad de un alto cargo es totalmente compatible con un horario laboral flexible, así lo afirma el 96,2%. ●

Basket Lover

El baloncesto es más que canastas y partidos.
Son las personas que comparten el esfuerzo,
que se emocionan con una nueva jugada
y que encuentran en este deporte la energía para continuar.

Y ES QUE EL MUNDO ESTÁ LLENO DE BASKET LOVERS.



24 Selecciones, 80 partidos,
todas las estrellas del basket mundial



#BasketLover

BasketLover.es

“La mujer emprendedora andaluza es una pieza clave en esta historia colectiva”

El Instituto Andaluz de la Mujer ha cumplido recientemente sus primeros 25 años de vida. ¿Qué balance haría de estos años y cómo valora el avance experimentado en Andalucía en materia de igualdad?

Yo lo resumiría en dos palabras: esfuerzo colectivo. En estos 25 años se han logrado para las mujeres derechos y libertades irrenunciables, fundamentales, imprescindibles para el ser humano. Y ese logro no ha sido fruto de la casualidad ni el azar, sino de un esfuerzo colectivo de varias generaciones de mujeres luchadoras, inconformistas y comprometidas con la igualdad de género. Andalucía ha ido abriendo caminos hacia la igualdad de la mano del asociacionismo, del feminismo, y del trabajo conjunto. Hoy disfrutamos de los frutos de ese esfuerzo, y es una responsabilidad colectiva reconocer el patrimonio igualitario construido paso a paso. Y qué mejor reconocimiento que seguir trabajando para conservar y enriquecer ese patrimonio.

¿Cómo definiría el perfil de la mujer emprendedora andaluza?

Pues como el de una pieza clave en esta historia colectiva. Las mujeres nos encontramos siempre con mayores dificultades que los hombres para crecer profesionalmente, y a pesar de ello seguimos avanzando, a través, por ejemplo, del emprendimiento. Por ello, considero que toda emprendedora es una mujer valiente que también abre caminos.

El IAM impulsa junto a la FAME el proyecto Empresarias + y el programa Capital Social Empresarial. ¿Podría decirnos qué objetivos se persiguen con ambos programas y qué balance de los mismos hacen hasta el momento?

El proyecto Empresarias + pretende impulsar la competitividad de los negocios liderados por mujeres y contribuir a la creación de redes de colaboración para la consolidación del tejido empresarial andaluz. En el primer semestre del año han participado en él 955 mujeres empresarias, que han recibido formación técnica en gestión empresarial y estrategias de negocio, y han asistido a encuentros de Networking para el intercambio de contactos y la promoción de sinergias. Junto a este proyecto, desarrollamos el programa Capital Social Empresarial, con el

Con la directora del Instituto Andaluz de la Mujer, Silvia Oñate, hacemos balance de los primeros 25 años de vida de la entidad en los que, como ella dice, “se han logrado para las mujeres derechos y libertades irrenunciables, fundamentales”. Además repasamos el trabajo que desde el IAM se hace en beneficio de la mujer emprendedora andaluza y hablamos de otros temas de interés como qué implica hoy en día la maternidad en el mercado laboral actual o cómo ha afectado la crisis a las políticas de igualdad



Silvia Oñate, directora del Instituto Andaluz de la Mujer

que queremos fomentar la cultura de la igualdad en el empresariado andaluz como estrategia clave para el desarrollo económico y social.

¿Qué otros proyectos o programas tienen desde el IAM en apoyo a la mujer emprendedora?

Desde la Junta de Andalucía estamos demostrando nuestro compromiso con el fomento de la empleabilidad y el emprendimiento de las mujeres. Las iniciativas se han orientado, por un lado, a mejorar la empleabilidad de las mujeres desempleadas, con las 110 Unidades de Empleo distribuidas por los municipios andaluces, que han atendido en 2013 a más de 26.000 mujeres, logrando 3.300 inserciones laborales. Y por otro, se ha buscado fomentar el empresariado y el emprendimiento, utilizando las TICs como aliadas, con nuevos programas como el de mentorización Hipatia, el proyecto piloto Comercia Up (para revitalizar las empresas del comercio minorista a través del comercio on line), o el programa Innovat (para formar a empresarias en el negocio digital). Todo ello se ha sumado al Servicio de Asesoramiento a Emprendedoras y Empresarias, que en 2013 ha formado a 3.950 personas y ha atendido de manera personalizada a 1.274 emprendedoras, y la Red de Cooperación de Emprendedoras. Finalmente, trabajamos en garantizar la igualdad en las empresas, a través de nuestro Servicio de Defensa Legal, que ofrece defensa jurídica y procesal para mujeres que sufren algún tipo de discriminación salarial, y nuestro programa Igualdem, que ofrece formación y orientación a las empresas para que incorporen la igualdad de género en su gestión. Junto a ello, estamos elaborando el II Plan de Igualdad de Género, que fomentará el empoderamiento y la reducción de brechas de género, y estamos trabajando en el diseño de cláusulas sociales y de igualdad de género en la contratación pública, clave para el fomento de la igualdad en las empresas

¿Sigue siendo la maternidad penalizada por el sistema en el mercado laboral?

Sí. Muestra de ello son las últimas noticias sobre grandes empresas estadounidenses que promocionan entre sus trabajadoras el retraso de la maternidad. Una tendencia demostradamente errónea. ¿Por qué lo hacen entonces? Quizás porque aún no han descubierto que la vida personal, el cuidado,... en definitiva, el bienestar de cada persona repercute en gran medida en su productividad. La reproducción está indisolublemente unida a la producción, por lo que es responsabilidad de las empresas garantizar que las personas puedan conciliar, ya que ello acarrea beneficios, tanto para trabajadores y trabajadoras como para la propia empresa.

¿Cómo se puede facilitar desde el ámbito empresarial la conciliación?

A través de una nueva forma de gestión de los recursos humanos, en la que se evalúe el trabajo por objetivos y no por horas, en la que se incentive la corresponsabilidad, en la que haya una flexibilidad de horarios, en la que exista una mayor sintonía entre horarios escolares y laborales, y sobre todo en la que hagamos uso de las nuevas tecnologías como aliadas para la conciliación.

Andalucía acaba de constituir una Comisión de Seguimiento para reforzar la coordinación institucional ante la violencia de género. ¿Qué objetivos se persigue con la misma?

La comisión será la encargada de aprobar un Protocolo Marco de aplicación del procedimiento de coordinación institucional, en el que se creará un "circuito" para aunar todos los procedimientos institucionales de actuación que existen ante casos de violencia de género (en el ámbito sanitario, judicial, policial...). La comisión también propondrá nuevos protocolos en aquellos ámbitos donde sean inexistentes, y avanzará en el diseño de planes personalizados para la atención a las víctimas. Nuestro objetivo es seguir reforzando constantemente la colaboración institucional para poner freno a la violencia machista desde todos los ámbitos. Todos los esfuerzos son necesarios, porque la violencia de género es la punta del iceberg del machismo, un problema estructural que se perpetúa en nuestra sociedad, y que por tanto requiere de una implicación global. Buscamos la participación de todos los ámbitos de la sociedad, desde el institucional hasta el de los medios de comunicación, la industria publicitaria o la propia ciudadanía, para unir fuerzas y crear una "cultura de la igualdad" que sepa prevenir, detectar y actuar ante cualquier síntoma de discriminación y violencia hacia las mujeres. En esa línea incidimos con nuestra campaña institucional contra la violencia de género, una iniciativa muy participativa.

¿Qué opina de los que dicen que existe un número elevado de denuncias falsas respecto a los delitos de violencia de género?

El machismo utiliza el engaño, y ante el engaño hay que reaccionar con contundencia, sin darle más espacio al falso debate. Los datos de la Fiscalía general del Estado son suficientemente contundentes: las denuncias falsas representan un 0,018% de las denuncias. Ese dato lo dice todo. Cualquier otro debate es interesado y falso.

¿Cómo diría que se han visto afectadas las políticas de igualdad por la crisis económica?

Desde 2011, han sido muchos los retrocesos sufridos por las mujeres. Bajo la excusa de la crisis, las iniciativas del Gobierno central nos han empobrecido aún más (reforma laboral, tasas judiciales, recortes presupuestarios....), han pretendido, sin éxito, tutelar sobre nuestras vidas (con la fallida reforma de la ley del aborto), han perjudicado nuestra salud (eliminación de gratuidad en diagnósticos y tratamientos de fertilidad,...) y nos han intentado devolver al ámbito doméstico (recortes en dependencia). Y no es una opinión. Así lo señala el propio Informe Sombra de la CEDAW, y el Foro Económico Mundial, cuyo ránking en materia de igualdad de género señala que España ha pasado de ser un referente mundial en materia de igualdad de género a convertirse en portada de la prensa occidental por sus retrocesos sociales, bajando del puesto 12 al 30 en dicho ránking.

¿Cómo definiría el tejido asociativo femenino de Andalucía? ¿Por qué diría que son necesarias asociaciones marcadas por el género?

Lo definiría como el motor de la igualdad, como los cimientos que nos han permitido construir y consolidar. El asociacionismo de mujeres es el gran aliado que ha ido abriendo caminos hacia la igualdad real. El origen del IAM está en el propio asociacionismo, y su trabajo diario ha sido impulsado, promovido, reivindicado desde la historia colectiva de las mujeres. Gracias al tejido asociativo, que hoy cuenta con más de 2.000 asociaciones y federaciones con más de 230.000 mujeres asociadas, hemos avanzado, y gracias a él hoy mantenemos derechos y libertades que nos quieren arrebatar. Su trabajo está reconocido y representado en el Consejo Andaluz de Participación de las Mujeres, órgano de representación de las mujeres en las políticas andaluzas y nos acompaña e impulsa cada día.

¿Cómo le gustaría que se viera desde fuera al Instituto Andaluz de la Mujer?

Como una casa para todas las mujeres, para todas las personas que defienden la igualdad. Como un espacio abierto, cercano, para personas mayores y jóvenes, donde sumamos voces. Como un punto de encuentro para fomentar la cultura de la igualdad desde todas nuestras acciones, desde todos los ámbitos de la sociedad. Para seguir avanzando, para seguir abriendo caminos. ●

Isabel GARCÍA

Liderazgo femenino: cómo solventar las dudas para una dirección exitosa, sana y constructiva

El síndrome del impostor, la competitividad y la negociación tienen lugar dentro de la dirección femenina de cualquier proyecto o iniciativa empresarial

Hoy en día aún continúa siendo más complicado que en España las mujeres lleguen a ocupar un puesto directivo y, si lo hacen, su trabajo es muchas veces cuestionado por gran parte de los empleados, que prefieren que la empresa sea dirigida por un hombre. Pero, ¿por qué liderar siendo mujer sigue resultando tan difícil?

Sandra Marín, coach, consultora y formadora en Mikah de Waart, ha analizado las razones por las que para el sexo femenino es más dificultoso llegar y mantenerse en cargo directivos, tras haber trabajado con

cientos de mujeres empresarias y con puestos de responsabilidad dentro de la empresa. Después de ello, destaca las siguientes claves para alcanzar un liderazgo femenino de éxito:

1. Hacerse visible y reconocer las posibilidades: una vez decidido encargarse de un puesto de dirección, hay que hacerse visible y estar presente. Muchas mujeres son segundas de a bordo y no destacan entre sus compañeros, por lo que se debe demostrar la valía creyendo en las posibilidades de cada una y

mostrando ante los demás la capacidad de liderazgo.

2. Negociación: tanto para adquirir el puesto como para poder llevarlo en el tiempo, la negociación es otro de los pilares que rodea a la dirección femenina. Es en este instante cuando disponer de habilidades comunicativas y técnicas de negociación permitirá defender el puesto al mismo tiempo que desarrollar cada nuevo proyecto. Sandra Marín destaca defender los propios intereses como parte de los intereses de la misma empresa.

3. Agradable pero competitiva: asumidas las responsabilidades, muchas directivas, en su afán de demostrar sus competencias, olvidan la esencia que les puede ayudar en el desempeño de su cargo como responsable. Asumir roles demasiado masculinos no siempre es garantía de éxito, y muchas veces no casan con la manera de ser de cada una. Pero la mano izquierda, la empatía y la sensibilidad no están reñidas con tener carácter, fuerza y ser competitiva.

4. Síndrome del impostor: las personas que sean directivas o que lideren un grupo es posible que hayan tenido que lidiar con el “síndrome del impostor”, especialmente presente en el sexo femenino, y sobre todo en mujeres de éxito, pero que también puede experimentarlo cualquier persona. Éste aparece cuando se tiende a pensar que los logros fueron fruto del azar, que todo lo que se ha cosechado fue cuestión de suerte y que cualquier persona puede hacerlo mejor que una misma. Dichas creencias esconden inseguridad y falta de autoestima y algunos estudios confirman que gran parte de la población pasa por un periodo así en su vida laboral, cuando empieza un trabajo nuevo o asume un rol de mayor responsabilidad o distinto.

Para superar esa situación, hay que aprender a valorarse, entender y aceptar que no se tiene que por qué conocer todas las respuestas y recompensarse ante cada reto diario que se consiga. ●



Opiniones de clientes, esenciales para un ecommerce

Razones por las que es necesario contar con un sistema de valoración de clientes en un comercio online

No es ningún secreto que para tener éxito en el comercio electrónico es necesario tener una buena reputación. Las nuevas tecnologías permiten a las tiendas online recoger multitud de opiniones de clientes de una manera muy visual. Según el informe elaborado por Trusted Shops, empresa especializada en la certificación de tiendas online en Europa, acerca de las opiniones de clientes, los españoles puntúan las tiendas online con una valoración de 4,53 de 5 estrellas posibles. Los datos sitúan a España en la sexta posición en cuanto a los países con las opiniones más positivas de los comercios electrónicos, por detrás de países como Alemania, Polonia o Italia.

Teniendo en cuenta estas premisas y consciente de esta realidad, Jordi Vives, Responsable de Trusted Shops en España, ofrece cinco razones por las que es necesario contar con un sistema de valoración de clientes en un comercio online:

1. Los comentarios demuestran la autenticidad de la tienda.

Incorporar un apartado en el que los compradores puedan ver las valoraciones de los clientes de la tienda online, es una manera de captar nuevos clientes. Tanto los comentarios positivos como los negativos deben mostrarse, no hay que olvidar que si un consumidor entra en una tienda y únicamente encuentra comentarios positivos, podría desconfiar de la página web.

2. La confianza funciona a la hora de vender. Factores como la seguridad y la confianza son esenciales para alentar a los consumidores a la compra online. Por este motivo, el hecho de que una tienda cuente con opiniones de compradores que ya han probado sus servicios anteriormente, puede resultar una herramienta muy eficaz. De esta forma se genera confianza en posibles clientes y, por consiguiente, se pueden aumentar las ventas.

3. Los comentarios ofrecen un fantástico impulso SEO. Las valoraciones de los usuarios son también muy relevantes a la hora de posicionar en Google. Por lo tanto, la generación natural de opiniones de un comercio electrónico puede mejorar considerablemente su posicionamiento en la web y, como conse-

cuencia, los resultados de búsqueda. De esta forma, el comprador al rastrear por internet sabrá que es seguro comprar en la tienda en cuestión sin ni siquiera haber entrado en ella.

4. Los comentarios negativos ayudan a optimizar la tienda. Hay que tener en cuenta que lo que puede parecer en un principio un comentario negativo puede convertirse en una crítica constructiva. Una valoración de un cliente puede convertirse en la mejor herramienta para detectar posibles fallos en los servicios que se están ofreciendo. Por ejemplo, si un usuario comenta sobre un servicio de entrega muy lento o poco fiable, puede ser el indicador para cambiar de proveedor o hacer especial hincapié para solucionar cualquier problema o incidencia que se plantee. Este tipo de críticas deben responderse incluso con mayor agilidad que las positivas. De esta forma, se demuestra al cliente el interés por su caso para solventar la incidencia y al mismo tiempo la veracidad y transparencia del sistema de opiniones.

5. Fidelización de clientes. El sistema de opiniones supone una herramienta imprescindible para fidelizar y recuperar clientes insatisfechos. Compensar una incidencia con una buena interacción personal o un detalle puede hacer que ese comprador se convierta en uno de sus clientes más fieles.

“Los sistemas de opiniones de clientes propician una retroalimentación rápida y fiable sobre la tienda online en cuestión y pueden convertirse en el mejor aliado de un e-Commerce“, asegura Jordi Vives, Responsable de Trusted Shops en España. “Es una realidad que los compradores online buscan comentarios de otros usuarios antes de realizar una compra, por lo que implementar este tipo de sistemas en las webs es esencial para generar confianza y aumentar las ventas“, concluye Vives. ●



“Los viajes para mujeres todavía es una forma de viajar bastante desconocida”

Una agencia online de viajes culturales para mujeres. Así se define WOM, una idea de Ana Blasco que apuesta por las mujeres y por las mujeres viajeras. Una agencia de viajes que pretende, como explica su fundadora, “realizar viajes en los que un grupo de absolutas desconocidas se hagan amigas”. Conoce a través de las palabras de su promotora un poco más de este proyecto que invita a preparar la maleta y empezar a disfrutar del mundo

¿Cómo surge WOM y por qué ese nombre? ¿Tenías experiencia previa en el sector?

WOM surge a partir de una experiencia personal con un grupo de mujeres con las que recorrí Jordania en furgoneta. La idea de mezclar mujeres que no se conocían, con un viaje en furgoneta de aventura y bastante espontáneo funcionó tan bien, que me dije, ¿y por qué no? El nombre surgió tras un brainstorming con mis amigos. Al final descartamos muchos por ser largos, impronunciables... y me decidí por algo sencillo y sonoro. Es el inicio de la palabra woman (mujer en inglés) y además, en inglés es la abreviación de Word of Mouth, que sería el ‘boca a boca’, la



Ana Blasco

comunicación oral. Nos gustó ese componente de hacer referencia a las relaciones comunicativas del grupo que es parte de nuestra filosofía y de nuestro logo.

No tengo experiencia previa en el sector a nivel profesional, pero tras años de viajar y organizar los viajes de las personas que me rodean, me di cuenta de que tengo interesantes

capacidades para este trabajo. Además, mi formación se ha centrado en el patrimonio a través de estudios de Historia, Arqueología, Restauración o Gestión del Patrimonio Cultural. Por lo que con este proyecto pretendo combinar mis dos pasiones, viajar y el patrimonio, y transmitir las a mis viajeras.

¿Cómo definirías WOM y cómo funciona?

Aparte del público al que nos dirigimos, que son las mujeres, pretendemos realizar viajes en los que un grupo de absolutas desconocidas se hagan amigas. Para ello hemos optado por viajes de grupos pequeños (máximos entre 9 y 12), siempre que se pueda viajar en furgoneta, añadir momentos de espontaneidad y aventura a la ruta, priorizar tiempo para el disfrute de las viajeras entre ellas o con la población local, en detrimento de querer verlo absolutamente todo, llegando a los sitios, hacer fotos y salir corriendo, etc. Nosotras vamos en el viaje y nos encargamos absolutamente de todo: conducimos, organizamos, aconsejamos... para que la viajera sólo tenga que preocuparse de disfrutar. Pero aunque vayamos no queremos decidirlo todo y queremos que nuestra compañeras de viaje puedan decidir en ciertos momentos qué hacer: elegir entre varios planes que nosotras podemos ofrecer, u otros, perdernos por las carreteras y donde nos lleve la corriente... Nuestra filosofía es viajar como si lo hicieses con amigas no con una tour que les ha organizado hasta el último minuto del viaje.

¿Cuál es el perfil de la mujer que viaja con WOM?

Yo creo que la mejor descripción de la mujer WOM es espontánea y flexible. A pesar de tener parte del viaje organizado, queremos que nuestras viajeras vengan con nosotras con el espíritu aventurero puesto y se dejen llevar por todo lo que el destino y la compañía les puedan ofrecer. Ya tenemos demasiadas rutinas implantadas y calendarios estructurados en nuestro día a día. En vacaciones hay que dejar-se llevar un poco.

Organizáis tanto viajes nacionales como internacionales pero, ¿cuáles son los destinos más solicitados en su plataforma?

De momento es difícil hacer unas estadísticas, pero de los viajes que hemos ofrecido, la Toscana ha sido el destino más demandado. Y no sin motivo. Esta región ofrece una combinación de cultura y arte, gastronomía, simpatía y hospitalidad... que se convierte en un destino de primera para cumplir la filosofía de WOM. Estuvimos en septiembre y volveremos, al menos, dos veces al año porque fue estupendo.

También organizáis viajes a medida.

¿Cómo funciona exactamente este servicio?

Como hemos comentado anteriormente, la idea de los viajes WOM es juntar a mujeres que quieren viajar solas pero en grupo. Aunque por supuesto que podrían venir varios miembros de familiares o un grupo de amigas que quieran viajar con más gente. En el caso de los viajes 'A la carta' es mejor opción para grupos ya cerrados (de mujeres, mixtos u hombres) que quieran un viaje a medida: viajes familiares, de amigas o de compañeras de trabajo, despedidas de solteras diferentes, viajes networking... Estamos abiertas a todo tipo de propuestas. La idea es que, incluso en esta tipología de viajes, una acompañante de WOM vaya con el grupo para mantener la filosofía de relax y despreocupación que supone llevar a alguien que se encarga de todo. Se podrá dar el caso que nos pidan destinos que no conozcamos, pero si las viajeras están conformes, nos atrevemos con todo.

¿Qué diferencia a un hombre y a una mujer a la hora de viajar?

Creemos que, en general, nos gusta viajar con más calma, con tiempo para poder pasear por las callejuelas de las ciudades, conocemos más en profundidad, hablar con los autóctonos, aprender de ellos a través de actividades o talleres o perdernos en un mercadillo a la busca de una ganga.

¿Viajan las españolas?

Me gusta pensar que cada día un poco más. Pero creo que todavía falta diversificar el tipo de viajes que hacemos. Creo que en España se viaja mucho en familia y en pareja. Aunque ya desde hace algunos años, lo de viajar solo pero en grupo ya se ha naturalizado. En el caso de los viajes para mujeres, todavía es una forma de viajar bastante desconocida. Aunque yo creo que donde todavía queda mucho recorrido por hacer es en viajar completamente sola. Creo que está relativamente "mal visto" cuando en realidad es una forma estupenda de disfrutar de tus vacaciones sin peleas de dónde ir, cuánto gastarse... Esperemos que WOM sea un paso intermedio para conseguir no quedarse nunca sin viajar por no tener con quién.

Hoteles para mujeres, agencias de viajes pensadas sólo para mujeres... ¿Es la mujer un "filón" dentro del sector turístico?

Eso parece. Actualmente tenemos mayor independencia económica, buscamos más tiempo para nosotras, nos sentimos menos culpables por hacerlo... y dejar un poco de lado que somos madres, hijas, amantes o esposas, para recordar que ante todo somos mujeres no nos vienen nada mal. Y si nos facilitan una serie de

productos y servicios que pueden encajar con esa nueva realidad, bienvenidos sean. Seguro que habrá productos diseñados sólo para mujeres que en un momento dado te parezcan que no tienen sentido, pero igual en otro momento vital, viajar en un grupo sólo con mujeres con tus mismas inquietudes sea lo mejor que te puede pasar. Por lo que bienvenida sea toda propuesta interesante.

Una ciudad española que recomiendes... ¿Y fuera de España?

¡Qué difícil! Recomendaría tantas... Voy a elegir más por motivos afectivos que por otra cosa, pero creo que me quedo con Madrid, mi ciudad. Me encanta su jaleo, sus calles y terrazas llenas, su 'me da igual de donde seas, pero entra'. Siempre he pensado que es una ciudad más para vivirla y no tan impactante en tres días, pero altamente recomendable. Fuera de España me quedaría con Roma y El Cairo. Se nota que me gustan las ciudades caóticas. Roma me enamoró la primera vez que la vi: a las tres de la mañana, sin absolutamente nadie por las calles y con las explicaciones de un amigo que actualmente es guía de la ciudad. Podéis imaginar que auténtico placer. Tras cada nueva esquina que girábamos había una nueva sorpresa con la que babear. El Cairo me sorprendió porque me pareció un pueblo de millones de personas. Es una ciudad caótica, en la que te juegas la vida cada vez que intentas cruzar la calle, pero a su vez, es hospitalaria, cercana y familiar. No sé explicarlo. Lo mejor, su gente, y mira que soy egiptóloga. Así que del patrimonio que tienen allí ya ni hablo.

¿Algún consejo a las mujeres que estén pensando hacer un gran viaje?

Que no lo piensen tanto y lo hagan. ¿Os acordáis de alguien que os haya dicho, me arrepiento de haber hecho tal viaje? No, porque una se arrepiente de no hacerlo, no de lo contrario. Así que a hacer maletas y a disfrutar del mundo, ¡que es espectacular!

¿Y a las que piensen en emprender?

Más de lo mismo. Si es lo que te pide el cuerpo, adelante. Es apasionante emprender y ver como una idea mínima va tomando forma en un posible proyecto de vida. Además, ahora mismo hay muchísimas informaciones, apoyo, cursos, etc. que hacen que este camino sea menos arduo y te sientas menos sola. Así que yo os aconsejo, que sea el viaje que sea, lo emprendáis. ●

Isabel GARCÍA

Más información en:
<http://www.womviajes.com>

¿Por qué algunas personas consiguen todo lo que se proponen?

Algunas personas parecen tener una facilidad mágica para conseguir lo que se proponen. Avanzan rápidamente en su vida, profesión o empresa y da la impresión que los obstáculos y dificultades no existen para ellos. Cuando inician un proyecto, en seguida dejan atrás a otros que incluso llevan más tiempo intentándolo.

¿Qué los hace diferentes? ¿Por qué unos consiguen casi cualquier cosa y otros no? Hace tiempo que le doy vueltas a estas cuestiones, observando a otras personas y tomando nota de lo que a mí misma me funciona. A continuación te dejo las claves que considero más importantes, aunque hay más, pero el artículo debe terminar en algún momento.

Al final del artículo, me encantará que dejes tu opinión y punto de vista.

Empeño, constancia y disciplina

Se trata de hacer. De nada vale diseñar objetivos, planes... si no los llevamos al terreno de la realidad.

Es cierto que es motivador, agradable y necesario proyectar el futuro, soñar un poco, diseñar qué queremos, imaginarnos con nuestros objetivos cumplidos... pero si nos falta el ingrediente de la acción, todo eso no sirve para nada, es más, terminaremos quemándonos, desmotivados y perdiendo la fe en nosotros mismos. ¿La solución? Solo hay una: hacer.

El miedo da miedo

La principal barrera que debemos traspasar es nuestro propio miedo, no la falta de conocimientos o información. Así que sal de tu cascarón y muestra al mundo lo valiosa que eres. Si has decidido hacer algo, hazlo, no le des más vueltas. La satisfacción de ver tus avances compensará con creces la

sensación de vértigo que experimentarás cuando te enfrentes a algo nuevo. Y te lo digo por experiencia propia porque me reto a mí misma constantemente.

Todos tenemos miedo, lo que marca la diferencia es nuestra actitud ante él, ¿qué hacemos con nuestros miedos? ¿les damos protagonismo o los reconocemos y seguimos adelante? El miedo es como una prisión de la cual solo tú tienes la llave. Abrir la puerta y desafiar tus propios límites es el único modo de que salga todo lo bueno que llevas dentro.

“La vida empieza al final de tu zona de confort” Neale Donald Walsch.

Si no sientes vértigo ante nuevos desafíos, significa que no estás avanzando, que no estás saliendo de tu zona conocida. Permanecer en el mismo lugar es una opción, el problema es que en esa zona, no aparecen nuevas oportunidades.

La comodidad y el miedo son tranquilizantes a corto plazo, pero a la larga, te dejan la desagradable sensación de haber perdido el tiempo. Se trata de estirar tus límites, ponerte a prueba y salir del espacio conocido para crecer.

Compromiso a prueba de bomba

Es decir, estar comprometida con lo que has decidido hacer al cien por cien, pero no sirve un compromiso superficial, porque hablar es muy sencillo. Necesitamos interiorizar en profundidad y mantener la firme decisión de ir adelante con nuestro plan. ¿Verdad que a todos nos ha pasado que en algún momento pensábamos que no seríamos capaces de realizar algo (por su dificultad o por el plazo de tiempo escaso) y al final lo conseguimos como por arte de magia? ¿Cómo? Empleándonos a fondo,

CÓMO CONSEGUIR TODO LO QUE TE PROPONGAS



ÉXITO en FEMENINO

poniendo todo de nuestra parte y dejando que nuestro talento aflore.

Somos capaces de conseguir mucho más de lo que habitualmente alcanzamos. Muchas veces nos falta simplemente un mayor compromiso y plantearnos metas realmente exigentes que nos hagan ir más allá de lo que estamos acostumbrados.

Apóyate en tus éxitos.

Valora lo que ya has conseguido, todos los retos que has superado hasta la fecha. Si ya lo has hecho antes, podrás volver a conseguirlo. Si has podido superar una reunión complicada, una entrevista de trabajo, una promoción profesional... podrás hacerlo de nuevo, eres la misma persona y tus capacidades están ahí, aunque el entorno sea diferente.

Se trata de identificar qué recursos necesitas y aplicarlos en este nuevo escenario.

Claridad

¿Cuánto tiempo y energía perdemos pasando de una cosa a otra cuando no tenemos objetivos y una estrategia clara? Demasiados... y encima nos sentimos estancados.

En nuestro trabajo, en nuestro negocio... tener una línea maestra clara nos permite no perdernos. Podemos encontrar diferentes medios para llegar a nuestra meta, pero los objetivos y estrategias a medio plazo deben estar bien definidos.

No es lo mismo querer trabajar por cuenta ajena que montar un negocio propio. No es lo mismo ofrecer tus servicios profesionales a través de internet que montar un negocio tradicional basado en la venta de productos. Todas son oportunidades válidas, pero el camino para desarrollarlas es diferente en cada caso.

Cuanto más despejada esté la trayectoria a seguir más rápido avanzaremos.

Cada vez mejor

Conformarse con hacer las cosas como siempre, aunque estén bien, te llevará tarde o temprano al estancamiento e incluso al retroceso.

“Para quedarte donde estás tienes que correr lo más rápido que puedas...y si quieres ir a otro sitio, deberás correr, por lo menos, dos veces más rápido.”

Alicia en el País de las Maravillas

El mercado, las empresas, la competencia... todo está evolucionando constantemente. La filosofía es “¿Cómo lo podría mejorarlo?” porque todo es susceptible de mejora, siempre podemos ir un poco más allá. Y no hace falta realizar un gran cambio cada día, la excelencia una actitud que va de la mano de la constancia.

Cada día tenemos más conocimiento y experiencia, la capacidad está ahí, ahora se

trata de tener la actitud y la disciplina necesarias que marcan la diferencia entre el conformismo y el inconformismo.

Céntrate en una cosa cada vez

Escoge bien a qué vas a dedicar tu tiempo, es nuestro recurso más valioso. He leído en algún lugar que el tiempo es el nuevo dinero, es cierto.

No tenemos tiempo para todo. Una vez que eliges algo, ponte con ello a fondo. Ganas no nos suelen faltar, tampoco las opciones donde invertirlos, lo que nos falta es el tiempo. Si repartes el poco que tienes en demasiados proyectos, perderás claridad y es difícil que avances de forma notable en ninguno. Mejor elige uno para empezar, profundiza y avanza.

¿Necesitas ayuda? Si deseas recibir mi ayuda para implementar estas estrategias en tu vida, contacta conmigo, estaré encantada de ayudarte, ese es mi trabajo y mi misión. Recuerda que eres dueña de tu vida, convierte tu libertad en valor.

¿Te gustaría ampliar esta información con otras estrategias de Inteligencia Emocional y desarrollo profesional? Descárgate gratuitamente el ebook ‘Ponte en Valor’ de Isabel Gómez. ●

Más información en:
<http://www.exitoenfemenino.com/ponte-en-valor/>

"Todas las mujeres debemos de superar lo de 'ahora no es el mejor momento'"

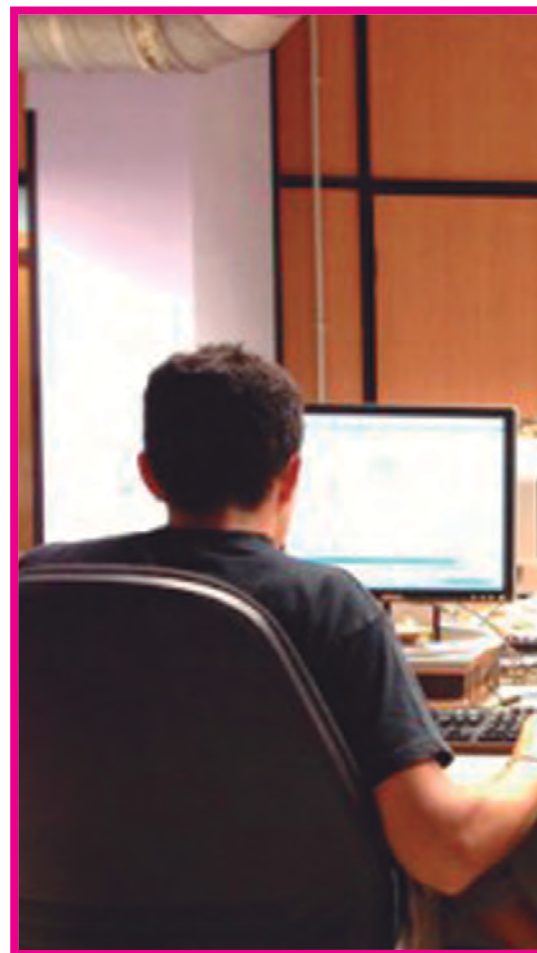
Hablamos con Helena Grau, CEO de matmax, un catálogo interactivo con más de 2 millones de referencias de materiales y de empresas que pretende dotar de una nube de servicios a ingenieros, arquitectos, instaladores, responsables de mantenimiento, minoristas, mayoristas, fabricantes. Un proyecto que el pasado año le sirvió para ganar el certamen Womenalia StartUp Day by ONO 2013.

Háblanos de matmax... ¿cómo y cuándo surge esta plataforma online y cómo la definirías?

matmax nació en 2012 como un proyecto dentro de la estructura del Grupo Telematel, empresa familiar con más de 25 años de experiencia en la aportación de soluciones tecnológicas y de gestión a las empresas del sector de los materiales de instalación y construcción. Queríamos crear una herramienta fácil y muy asequible para que los profesionales que realizan proyectos técnicos pudieran ver qué productos ofrece el mercado y a qué precio. Y así fue como subimos a la nube los contenidos del Banco de Datos de Telematel, una base de datos con las tarifas de 1.200 marcas y más de 3 millones de productos de material eléctrico, calefacción, aire acondicionado, fontanería, domótica, energías renovables,...

www.matmax.es es el catálogo on-line de referencia para todo aquel que precise de información y precios de materiales técnicos de instalación y construcción. Cada día en España más de 200.000 empresas precisan este tipo de información, entre ellas los instaladores y mantenedores, los minoristas y mayoristas, pero también rehabilitadores, constructores, ingenieros, arquitectos,...

¿Qué dirías que ha aportado matmax al sector?



En matmax usamos Internet para poner en contacto a los profesionales que demandan información sobre un producto con las marcas y los distribuidores que lo venden. matmax quiere dinamizar un sector industrial y muy tradicional, acompañar a las empresas del mismo en su aventura en Internet, queremos abrirles un nuevo mundo de oportunidades que puedan aprovechar aunque no sean expertos en el mundo on-line. Hemos constatado que

aunque las transacciones se siguen realizando a través de los canales tradicionales cada vez son más los profesionales que se informan on-line antes de tomar cualquier decisión. Lo que más realizan son búsquedas de productos y precios. matmax se centra en informar sobre los productos disponibles en el mercado, sus características y precio, además pone en contacto a interesados en comprar y a los posibles proveedores.

El perfil de vuestros usuarios son ingenieros, instaladores, responsables de mantenimiento, minoristas,... ¿Cómo dirías que se están adaptando a la incorporación de

buscar catálogos e información de productos. En matmax estamos en permanente contacto con usuarios y clientes, queremos conocer mejor los intereses y necesidades de los diferentes perfiles para adaptarnos a ellas y ofrecerles nuevos servicios que les aporten valor. En este aspecto gran aparte de nuestra inversión se destina a hacer test de usabilidad, encuestas,...

De la trayectoria de matmax, ¿qué paso o qué decisión dirías que ha sido clave desde la puesta en marcha de la empresa y qué ha sido lo más difícil?

Nos hemos centrado en incorporar talento,

tenemos un equipo propio y consolidado y el desarrollo se gestiona 100% in-house.

¿Qué significó para ti personal y profesionalmente y para matmax ganar el certamen Womenalia StarUp Day by ONO 2013?

Fue una gran sorpresa para todo el equipo y un honor para mí. En aquella edición del Womenalia StartUp Day by ONO había muchos proyectos fantásticos de temáticas muy atractivas. Pensábamos que matmax, centrado en un sector eminentemente industrial, podría parecer muy 'gris' comparado con el resto. La verdad es que el hecho de ganar y el reconocimiento fuera de nuestro sector de especialización nos dieron una inyección de energía adicional para seguir trabajando y convertir a matmax en la verdadera comunidad 2.0 de los profesionales de los materiales. Es muy motivante que empresarios e inversores expertos en e-commerce, pero ajenos a nuestro sector, premien el proyecto, eso confirma que es un proyecto atractivo e innovador, pero también un proyecto con buenos cimientos para crecer y consolidarse.

Recientemente se ha estrenado la película 'Serena' ambientada en los años 20 y en la que su protagonista (Jennifer Lawrence) junto a su marido (Bradley Cooper) empiezan a levantar un imperio maderero en el que ella no tarda en demostrar su valía en un mundo de hombres. Tú caso es similar porque el sector en el que te mueves es eminentemente masculino. ¿Crees que te ha costado más demostrar tu valía profesional por el hecho de ser mujer?

Pues la verdad es que es cierto que siempre me he movido en ambientes eminentemente masculinos. En mis estudios de ingeniería de telecomunicaciones las mujeres no llegábamos al 15%. En el máster de administración de empresas y en mis primeros años en consultoría, aunque la representación femenina era algo mayor, los hombres seguían siendo mayoría. Cuando me incorporé a la empresa familiar, la cosa todavía se acentuó más, el Grupo Telematel centra su actividad en las empresas de instalaciones y distribución de materiales de instalación y construcción, un sector industrial y muy masculino. Yo me dedicaba a la venta de soluciones de gestión empresarial a empresas de instalaciones y a mayoristas y casi todos los gerentes y empleados de este tipo de empresa son hombres. Yo no he conocido a nadie aún que me haya contado que una mujer instaladora ha ido a hacer algún tipo de trabajo a su casa, ¿y tú?

Con este panorama podría parecer que me ha tocado trabajar en un entorno hostil o algo



Internet y las nuevas tecnologías en sus negocios?

La incorporación de Internet y las nuevas tecnologías en el ámbito empresarial es una realidad y este sector no es diferente. Una reciente encuesta entre instaladores desvela que éstos usan Internet de manera habitual para asuntos personales y, aunque no llegan al 25% los que compran materiales on-line, más del 90% usan Internet para buscar información y el 80% para

rodearnos de los mejores asesores y aprender, todo y más, del entorno de Internet. El gran reto ha sido consolidar el equipo, sobre todo a nivel técnico. Los primeros meses tuvimos que compatibilizar las tareas que parte del equipo desarrollaba en la empresa anterior con el nuevo proyecto, todos teníamos más de una gorra. Empezamos externalizando el desarrollo de la plataforma, hicimos varios cambios en el equipo interno y, por fin, desde hace medio año

parecido y, la realidad, es que no tengo esa percepción. Igual en algún momento he podido percibir que me atendían con curiosidad o pensando “a ver qué me va a contar esta chica” pero la verdad es que cuando conoces bien el perfil de tu interlocutor, conoces sus necesidades y puedes demostrarle que le vas a hacer una propuesta que le puede aportar valor a su empresa, caen las posibles barreras y puedes desarrollar tu trabajo sin problemas alguno.

¿Faltan mujeres valientes como Serena hoy día o las que hay no se ven?

Yo creo que en nuestro día a día encontramos ejemplos de mujeres valientes en muchos ámbitos: desde las doctoras que, aun teniendo a su familia en casa hacen largas guardias para salvar vidas, las mujeres que atienden puestos en el mercado levantándose a diario antes de que salga el sol o las directivas que aportan su experiencia en los consejos de administración de las principales empresas del sector. También admiro a aquellas madres, muchas de ellas entre mis amigas, que son capaces de compaginar un proyecto propio con una total entrega a su familia. Algo muy sacrificado pero no imposible. Y personalmente me considero más constante y tenaz que valiente. De lo que me he dado cuenta con los años es que las dudas o temores que te pueden surgir ante un nuevo proyecto o reto, sólo empiezan a desaparecer cuando das el primer paso para afrontarlos, cuando empiezas a andar tu camino hacia el objetivo que te has marcado.

¿Por qué diría que la representación femenina es tan baja en un sector tan en teoría meritocrático como el de la tecnología e internet? ¿Qué cree que haría falta para potenciar a las mujeres emprendedoras en el mundo digital?

La verdad es que creo que la baja representación femenina en muchos sectores es un tema cultural que poco a poco va cambiando. Como me pasó a mí en su momento, hoy en día en la mayoría de carreras tecnológicas las mujeres siguen en clara minoría, creo que las mujeres somos las que debemos mostrar, con nuestro propio ejemplo, que una carrera técnica no es terreno exclusivo para los hombres. También las empresas deben tomar consciencia de que pierden mucho talento cuando deciden primar la contratación de hombres sobre mujeres. Con las nuevas tecnologías que permiten el teletrabajo desde cualquier lugar y con sistemas trabajando por objetivos es posible flexibilizar horarios y compatibilizar vida personal y profesional sin perder un ápice de productividad. De hecho los negocios en Internet han sido la opción para muchas mujeres emprendedoras, muy preparadas, con grandes ideas y también grandes familias. El poder trabajar on-line y con flexibilidad de horarios ha hecho que muchas se decantasen por esta opción. Una

clara ventaja de este tipo de empresas es que es la total comprensión de las necesidades del cliente ya que muchos de estas start-ups son negocios de mujeres que ofrecen productos y servicios pensados en mujeres profesionales, con poco tiempo, con familia,...

¿Con qué dificultades te has encontrado en tu vida profesional como mujer y cómo las ha superado?

Creo que las dificultades no aparecen por ser mujer, estas aparecen cuando te planteas ser madre. En ese momento, debes demostrar a los demás, pero también demostrarte a ti misma que es posible seguir creciendo profesionalmente a la vez que crece tu familia. Debes pensar en esa ‘estructura paralela’, compuesta por familiares, guarderías, canguros, padres del cole o vecinos, que te permitirá seguir desarrollando tu carrera a la vez que eres madre porque desgraciadamente es algo que, al menos en nuestro país, las empresas no hacen por ti. Creo que todas las mujeres debemos de superar lo de ‘ahora no es el mejor momento’ o ‘lo haré cuando sea el momento adecuado’. No existe el momento perfecto si uno no lo ‘fabrica’ y se lanza. Cuando empezamos con matmax estaba embarazada de mi segundo hijo, pensé que iría desarrollando el proyecto poco a poco y que ya iríamos viendo si despegaba. Pero la verdad es que empecé a trabajar en el tema, me apasionaba el mundo on-line, empecé a investigar y formarme, creamos el equipo y casi sin darme cuenta había nacido mi hijo, también nació matmax y se lo habíamos presentado al mundo.

¿Cómo se logra dirigir y emprender una plataforma como matmax y conseguir conciliar la vida laboral y familiar?

Creo que cada uno debe apostar por aquello que le gusta, en mi caso es una suerte poder desarrollar un proyecto como matmax que, aunque requiere de gran esfuerzo y dedicación, resulta muy motivante. Lo que es innegable es que emprender ‘roba’ un montón del tiempo normalmente dedicado al ámbito personal y familiar. Es algo que las mujeres debemos asumir si queremos tener familia, hay que ser conscientes de que, desde el momento en que tenemos niños y un proyecto profesional, cada día se convierte en una contrarreloj para intentar llegar a todo y encontrar el equilibrio entre la vida familiar y el trabajo. Reconozco que a mí me cuesta mucho renunciar a alguna de las dos facetas, por eso mis días se alargan cada vez más y, si a algo renuncio ahora mismo, es sobre todo a largas horas de sueño. En ocasiones cuando me preguntan por este tema suelo decir que tengo tres hijos, una preciosa niña, un bebé de carne y hueso y otro digital. ●

Isabel GARCÍA

➤➤ **“Admiro a aquellas madres, muchas de ellas entre mis amigas, que son capaces de compaginar un proyecto propio con una total entrega a su familia”**

➤➤ **“Las dificultades no aparecen por ser mujer, estas aparecen cuando te planteas ser madre”**

Más información en:
www.matmax.es



SI PARA TI
NO HAY OTRA,
*por algo
será...*

Desde 1904,
cuidada y perfecta para ti.

Cruzcampo®
NO PIERDAS EL **SUR**

SI CREES,
QUE ESTÁS
SOLO



NO NOS
CONOCES



HAZTE SOCIO

SI CREES QUE JUNTOS PODEMOS VENCERLO

Infórmate en el 902 886 226

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

Asociación Española
Contra el Cáncer

Infocáncer 900 100 036

www.aecc.es

YouTube    



TU VIDA, NUESTRA VIDA



Isabel GARCÍA

redaccion@mujeremprendedora.net

Pooja y Aarati

Se llaman Arati y Pooja. Tienen 22 y 19 años respectivamente. Son hermanas y son, como ya se les conoce en la red, las nuevas heroínas de India. ¿Por qué? Por defender sus derechos. Por defenderse ante el acoso que estaban sufriendo en un autobús en marcha por tres hombres mientras iban a la universidad en la ciudad de Rohtak. Por no callarse mientras les tocaban, les hacían gestos obscenos. Por alzar la voz y aguantar el miedo, ese que seguro no les faltaba a ninguna de las dos. Por decir basta ya. Y por decirlo en medio de un autobús lleno de otros pasajeros que no supieron mover ni un dedo por ayudarlas, que prefirieron mirar hacia otro lado. A ese otro lado hacia el que parece mirar los poderes públicos de un país que ahora dicen van a homenajearlas después de que su historia haya sido difundida al mundo entero gracias a un vídeo casero grabado con un teléfono móvil por uno de los pasajeros y difundido por las televisiones y las redes sociales y que tras hacerse viral ha desatado una avalancha de reacciones.

"En el autobús, nos hicieron gestos obscenos, nos tocaron y abusaron de nosotras. No podíamos soportarlo más y empezamos a golpearles. Uno de ellos agarró de la mano a mi hermana y otro me cogió del cuello. Fue entonces cuando mi hermana cogió su cinturón y les golpeó". Así relataba Pooja lo sucedido según la televisión NDTV en la que afirmaron incluso, en alusión al resto de pasajeros, que algunos les dijeron: "No hagáis nada u os van a violar o a verter ácido sobre vosotras, os van a matar". Tenían miedo, reconoce, "pero no nos dimos por vencidas". Pooja y Aarati decidieron ponerse en pie contra el mutismo, la sumisión civil de la mujer sin rebelión posible.

Y es que el acoso que denuncian ahora Arati y Pooja es una práctica común en los transportes de India en los que muchos hombres aprovechan cuando los autobuses van llenos para arrimarse a las mujeres, tocarlas, abusar de ellas aprovechando el anonimato de autobuses abarrotados. De hecho esta no es la primera vez que esta realidad llega al resto del mundo. Hace dos años una estudiante de Medicina, de tan sólo 23 años, fue violada por seis hombres cuando viajaba en

un autobús de Nueva Delhi y después la arrojaron al asfalto desde el vehículo en marcha, lo que le causó graves daños internos que acabaron con su vida. La agresión desató entonces una ola de protestas callejeras en Nueva Delhi que desembocaron en duros enfrentamientos con las fuerzas del orden. También el pasado año era noticia otro caso de violación colectiva contra una mujer en un transporte público en India, esta vez en el norteno estado de Punjab, por el que fueron arrestados seis sospechosos. La víctima, un ama de casa de 29 años, viajaba del pueblo de sus padres al de su marido.

"Tienen 22 y 19 años respectivamente. Son hermanas y son, como ya se les conoce en la red, las nuevas heroínas de India"

Son cuatro mujeres de las muchas que sufren a diario el acoso sexual en el transporte público en India, un país en el que en el último año, el número de denuncias por crímenes generales contra la mujer en India aumentó a 244.270, un crecimiento del 26% respecto al año anterior. Y, mientras tanto, ¿qué hace el Gobierno indio? Pues, de momento, parece que lo único que van a hacer es un homenaje muy publicitado mientras la ministra se limita a decir: "Todas las chicas deberían hacer lo que hicieron estas hermanas. Lo hicieron bien. Pero es triste que ninguno de los otros pasajeros las ayudase. La sociedad tienen que cambiar su forma de pensar y la gente debe dejar de ser meros espectadores cuando ocurren estos incidentes". ¿Perdona? ¿La sociedad? ¿Los otros pasajeros? ¿Las víctimas?... ¿De verdad esta mujer ve como solución ante el acoso sexual que cada una de las miles de víctimas que a diario se enfrentan a esta situación se conviertan en heroínas? Es el Gobierno y las autoridades quienes deben tomar medidas adecuadas, quienes tienen que velar por la seguridad de sus ciudadanos, hombres y mujeres, y quienes deben dejar de promover la justicia privada. ●



Más de 1.700 personas pendientes de un gesto tuyo



En Red Eléctrica de España trabajamos para llevarte la energía que necesitas en el momento que quieras, porque somos el operador del sistema eléctrico español y transportamos la energía en alta tensión hasta los centros de distribución. Nuestra misión es asegurar en todo momento la continuidad y seguridad del suministro eléctrico en nuestro país.

Para ello, desarrollamos una gestión empresarial basada en la excelencia, la innovación y el máximo respeto al medioambiente, ofreciendo a la sociedad un servicio de calidad, seguro y eficiente.



**RED
ELÉCTRICA
DE ESPAÑA**

cuidamos tu energía



Comprometidos con la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia energética. Comprometidos con la sociedad • www.ree.es



M^aAngeles TEJADA

Directora General de Public Affairs
de Randstad y Presidenta de FIDEM

Es posible crear empleo

Recuerdo que en estos últimos años en los que hemos vivido una situación económica muy difícil, hablábamos de la importancia de crear empresas, de apoyar al empresario, de no dificultar los trámites para que fuera más sencillo comenzar una andadura empresarial, y puedo decir que, aunque seguimos luchando para defender lo mismo, no hemos avanzado como hubiera sido nuestro deseo.

Los trámites para crear una empresa continúan siendo interminables en España. Se han creado 86.144 nuevas empresas en 2013, y sólo en Barcelona 17.300, un 14,45 % más que el año anterior. Y ello ha sido posible gracias al coraje de empresarias y empresarios que han decidido afrontar su futuro asumiendo nuevos retos empresariales sin que los trámites u otros sistemas de ayuda se hayan activado de forma significativa. Se ha incrementado la internacionalización de nuestros productos y servicios y los empresarios han decidido lanzarse a crear nuevas vías de comercialización.

Debo decir que las crisis (un dato curioso, la palabra que en chino se traduce como oportunidad), sirve para mejorar nuestra creatividad, para pensar en cómo hacer las cosas distintas, para no repetir esquemas caducos, para cambiar, sin esperar que te faciliten el camino y pisar fuerte para salir a flote, pero, si el sistema financiero permitiera conseguir ayudas económicas especialmente a pymes, y se unificarán los trámites administrativos, sería más fácil emprender.

Y es que emprender un proyecto empresarial partiendo de cero, representa una auténtica aventura que conlleva asumir muchos riesgos, conocer tu producto o servicio, invertir tu capital, mantener la ilusión del primer día, liderar y gestionar los equipos, consolidar el proyecto en los siguientes años, y cómo no, rodearte de las personas que puedan ayudarte en su desarrollo.

Un proyecto necesita además de talento, disponer de financiación, especialmente en los primeros años de vida de una empresa, y puedo decirlo porque en la Fundación que presido, FIDEM, una de nuestras principales tareas consiste en escuchar e identificar los proyectos de las nuevas emprendedoras, valorar conjuntamente con ellas su proyecto, medir los riesgos económicos y tratar de hacerlo viable, buscar financiación, y posteriormente hacer el seguimiento del proyecto, mediante una tutoría profesional durante los 2 primeros años.

Y puedo asegurarles que conseguir un microcrédito entre 6.000 y 24.000 euros es una tarea difícil, pues, aunque puedas demostrar que el proyecto es viable, que conoces el mercado y que tienes experiencia, el sistema financiero sigue sin apostar por los pequeños empresarios. Nuestro tejido empresarial está formado por el 97% de empresas que tienen menos de 10 trabajadores, si no apoyamos la creación de nuevos proyectos, incluso del autoempleo, será difícil avanzar. Debemos tener en cuenta que una empresa pequeña de hoy puede ser un gran proyecto mañana, porque el mundo es global pero las necesidades son individuales.

La sociedad debe concienciarse que emprender es una actitud que debemos fomentar desde la infancia y eso lo digo también para que las familias apoyen a sus hijos cuando un buen día les digan “quiero crear mi propia empresa” y que, lamentablemente, casi siempre la respuesta es la misma: “busca un trabajo seguro y déjate de sueños”. Mi madre siempre me dijo en algo debes intentar ser mejor. No podrás serlo en todo, pero busca en tu interior y

“Una empresa pequeña de hoy puede ser un gran proyecto mañana, porque el mundo es global pero las necesidades son individuales”

seguro que tienes una habilidad o competencia que deberás desarrollar. Debemos fomentar que la mujer empresaria deje de ser invisible porque la multitarea que llevamos a cabo en el día a día asumiendo la mayoría del rol familiar no siempre nos permite participar en foros, eventos, y ello no nos permite la visibilidad y el reconocimiento que merecemos.

Es importante que la mujer pueda dedicar un tiempo al Networking con otras empresarias, trasladar sus experiencias y conocimientos y que, entre todas, podamos ayudarnos y avanzar. Se trata de compartir, de escuchar y de conocer que es lo que le ha pasado a otras empresarias y que también te pudo haber pasado a ti. Debemos fomentar el espíritu emprendedor a partir de la enseñanza básica, mejorar el aprendizaje de idiomas, y potenciar competencias y habilidades para impulsar líderes competentes; son nuestro futuro y de ellas y ellos depende el desarrollo de nuestro país.

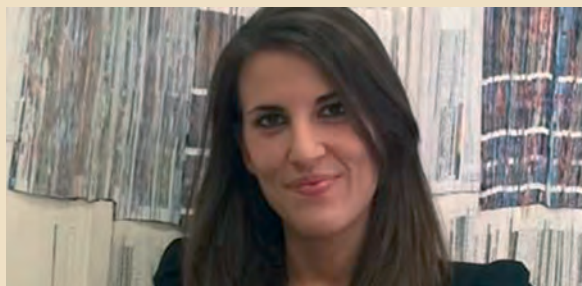
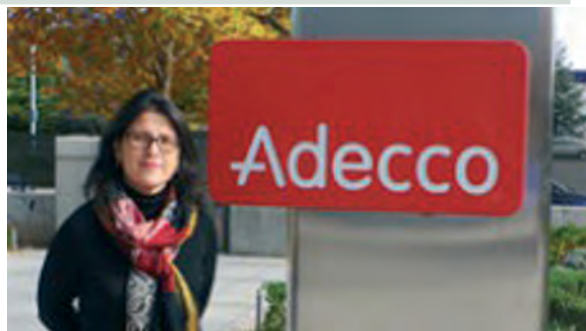
Sólo podremos competir en un mercado global, exigente y en desarrollo si tenemos los mejores líderes, mujeres y hombres valientes, preparados, y que se apasionen por lo que hacen, y lo más importante, que lideren con su ejemplo. Aunque haya que superar muchos fracasos siempre es mejor luchar por tus propios sueños que trabajar para los sueños de otros. ●

Protagonistas

NOMBRAMIENTOS Y RECONOCIMIENTOS CON NOMBRE DE MUJER

Beatriz Díaz Mínguez, directora sectorial de Adecco Aeropuertos, Aerolíneas y Aeronáutica

>> Beatriz Díaz Mínguez ha sido nombrada Directora Sectorial de Adecco Aeropuertos, Aerolíneas y Aeronáutica. Beatriz, natural de Guadalajara, es Licenciada en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid y Programa de Desarrollo Directivo por el Instituto de Empresa. Díaz Mínguez cuenta con una trayectoria de casi veinte años en el Grupo Adecco. Comenzó su andadura en la organización en el año 2005 como Técnico de Selección.



Alexandra Fernández, nueva Manager de Sales&Marketing de Robert Walters España

>> Alexandra Fernández se ha incorporado al grupo Robert Walters como manager del área de Sales & Marketing de la compañía líder en España de búsqueda y selección de directivos y mandos intermedios. Desde su nueva posición se responsabilizará de consolidar el liderazgo de la división dentro del mercado español.

Leticia Iglesias, nueva directora de comunicación de Coca-Cola

>> La periodista Leticia Iglesias, hasta ahora presentadora del informativo matinal en Telecinco, será la nueva directora de comunicación de Coca-Cola en España, en sustitución de Carlos Chaguaceda. Coca-Cola ha comunicado este nombramiento con el que "refuerza su departamento de Relaciones Institucionales & Comunicación, y abre así una nueva etapa en la comunicación de la compañía en España".



Rosa Oliva

>> El comparador de presupuestos de boda online, webnovias.com, ha anunciado el nombramiento de Rosa Oliva como nueva Directora General. Además de este cambio en la dirección, se trata también de una evolución de la empresa que pretende dar un nuevo impulso a todas sus plataformas, entre ellas Webnovias.com, para afianzarse como líder especializado en el sector nupcial a escala global.



Singularity University Summit Spain



Sevilla, del 12 al 13 de marzo de 2015

www.singularitysummitspain.org

Dos madres emprendedoras crean una solución para alertar de las alergias de los niños

Las fundadoras de la empresa Stikets dan con una solución para alertar de las alergias que sufren los niños dando tranquilidad a las madres y a los profesores

Calificadas como “la epidemia del siglo XXI” por el expresidente de la Sociedad Española de Alergología e Inmunología Clínica (SEAIC), Dr. Tomás Chivato, las alergias son una de las principales preocupaciones de las madres a la hora de dejar a sus hijos en los colegios y centros educativos. Según los datos más recientes de la SEIAC, alrededor de 8 millones de personas en España padecen algún tipo de alergia. Entre estos, los casos más habituales, especialmente entre niños y jóvenes, son por alimentos, según se recoge en la guía para pacientes ¿Qué es la Anafilaxia?

Madres y emprendedoras, María José Rivas y Stephanie Marko, crearon en 2011 Stikets, una empresa de etiquetas personalizadas con el objetivo de ofrecer una solución práctica, efectiva y económica para marcar ropa y cualquier objeto material para evitar que se pierda. Sin embargo, una demanda les hizo replantearse una mayor utilidad de su producto. “Un día nos llamó una madre para pedirnos una etiqueta personalizada para su hijo que tenía una alergia. Primero le diseñamos una sólo para ella, pero después nos dimos cuenta de que el producto podría ayudar a muchas más madres con el mismo problema”, explican las fundadoras de Stikets.

A partir de esta primera experiencia, Stikets ha empezado a fabricar etiquetas especiales con el nombre de los alimentos más comunes en las reacciones alérgicas obteniendo una



María José Rivas y Stephanie Marko

gran demanda del nuevo producto y llegando a vender un total de 50.000 etiquetas y pulseras para alergias hasta la fecha. En su ranking de las más vendidas están el huevo, el gluten, la leche, o los frutos secos.

El hecho de que el niño vaya a la escuela con una pulsera o etiqueta que indique a qué es alérgico da mucha tranquilidad a las madres. Asimismo, las etiquetas ayudan a los profesores y monitores del servicio de comedor escolar, que muchas veces ignoran los diferentes tipos de reacciones inmunológicas que afectan a algunos de los alumnos. “Al conocer la preocupación de algunas madres por el desconocimiento de los problemas de sus hijos, hemos empezado a elaborar etiquetas con diseños especiales para niños con multi-alergias”, explican María José y Stephanie.

“Muchas madres nos agradecen esta idea y nos explican el alivio que tienen ahora al dejar a su hijo en una nueva clase o actividad”, añaden las mamás emprendedoras. ●

Más información en:
www.stikets.com

Le Petit Company, ejemplo de una exitosa gestión emprendedora en el sector e-commerce

El proyecto de Belén Marsá equilibra el mundo de las tiendas online apostando por un modelo de negocio que ha ido creciendo de manera progresiva ofreciendo un servicio al cliente completo y personalizado

Belén Marsá, licenciada en Publicidad y RR.PP., encontró su vocación tras una primera experiencia profesional en el mundo de la venta online y supo entonces que se dedicaría en cuerpo y alma a un sector que hoy en día ya conocemos como e-commerce. Fue después de formar parte del equipo de Acción Media Publicidad como Ejecutiva de Cuentas y trabajar en Domestika como Gestora de Proyectos Web y Contenidos cuando surgió la idea de poner en marcha un nuevo proyecto propio.

Hace tres años Belén Marsá fundó Le Petit Company tras observar que en el ámbito de las tiendas online infantiles había dos tendencias muy marcadas: ropa muy moderna o súper clásica. Así, para dar equilibrio creó Le Petit Company, una eshop especializada en ropa y calzado infantil que cuenta con una selección de marcas cuyas propuestas abarcan las últimas tendencias pero también incluye prendas más atemporales. Y es que para Belén Marsá la moda infantil cambia relativamente poco en cuanto diseño se refiere, pero “el mercado online sí que ha evolucionado, ya que ha aumentado la confianza en este tipo de consumo, poco a poco se han dado cuenta de que es una forma segura de comprar, además de cómoda”. Sin prisa pero sin pausa y de la mano de esta emprendedora, Le Petit Company ha conseguido destacar y cautivar a los consumidores más exigentes de la red “con una buena gestión y empezando muy despacito para tener claro que es lo que necesitan y quieren nuestros clientes”. Para Belén Marsá, Le Petit Company ha llegado para quedarse “tras mucho esfuerzo económico, físico y mental, y habiendo superado las numerosas trabas que desgraciadamente ponen en nuestro país a la hora de crear una empresa, no lo ponen nada fácil pero merece la pena cuando vas viendo los resultados”. Lo que diferencia a Le Petit Company del resto de tiendas online

infantiles es el trato absolutamente personalizado que se ofrece a los clientes, tanto para elegir un look como para dar ideas de un regalo perfecto. La eshop de Belén Marsá responde a las consultas de los usuarios realizándoles un cuestionario con el que consiguen ajustarse a los deseos del cliente en cuestión y así poder proponerles varias alternativas. En palabras de Belén Marsá “es un lugar para vestir de ilusiones a nuestros más pequeños”.

importa más llevar a sus niños a la última, “además de tías, abuelas o amigas de madres que quieren hacer algún regalo”.

De este modo, Belén Marsá ha encontrado en la venta online una oportunidad de innovación para continuar apostando por el sector textil español y más concretamente por la moda infantil. Con su amplio escaparate y sus exclusivas marcas que se renuevan periódicamente, Le Petit Company ofrece un servicio al cliente completo, personalizado y al mejor precio a través de un sencillo y rápido proceso de compra online. Además, Belén Marsá no quiere parar aquí, sino que sus miras de futuro van más allá de nuestras fronteras. Actualmente la tienda online ya manda sus productos a cual-



El perfil de consumidor que se identifica claramente con Le Petit Company es el de madre trabajadora con poco tiempo libre pero que le gusta llevar a sus hijos impecables, sabe lo que quiere y qué marcas quiere y, como apunta Belén Marsá “yo se lo llevo a casa”. No obstante, se atisba otro tipo de cliente que se corresponde con padres a los que cada vez les

quier punto de la Unión Europea y su propietaria tiene como objetivo a largo plazo llevar Le Petit Company a otros países de este y otro lado del charco. ●

Más información en:
www.lepetitcompany.com

Una investigadora diseña un bastón de antebrazo inteligente



Gema Chamorro, responsable del Grupo Área de Fisioterapia de la Universidad de Sevilla

Muchas personas con lesiones musculoesqueléticas en algún miembro inferior o que han sido intervenidas quirúrgicamente necesitan utilizar bastones de antebrazo para poder caminar descargando parcialmente su peso corporal.

Por normal general, tanto el médico como el fisioterapeuta dan pautas verbales al paciente sobre las cargas que deben realizar al utilizar este tipo de bastón, sin embargo se han realizado estudios que demuestran la ineficacia de estas indicaciones debido a la imposibilidad de conocer con exactitud la carga ejercida. “Utilizar mal un bastón de antebrazo supone un retraso en la recuperación y a veces puede provocar secuelas irreversibles como el deterioro de los tejidos e incluso la necesidad de realizar nuevas intervenciones quirúrgi-

cas”, explica Gema Chamorro, inventora de la patente.

La innovación propuesta en esta patente consiste en incorporar al bastón un sistema de medición de cargas utilizando una tecnología de comunicación por radiofrecuencia de última generación denominada GCH2. “Se trata de un bastón compacto, sin cables ni piezas de electrónica o mecánica visibles, que lleva incorporado un sistema que no requiere grandes conocimientos técnicos, es muy fácil de utilizar”, revela la investigadora.

Así, este bastón ayuda a pacientes y fisioterapeutas a corregir desalineaciones corporales, apoyos plantares anormales, asimetría en los pasos y otras alteraciones de los patrones normales de marcha que suelen sufrir personas que se ven obligadas a utilizar muletas. El

Gema Chamorro, responsable del Grupo Área de Fisioterapia de la Universidad de Sevilla, ha patentado un sistema de medición de cargas para bastones de antebrazo que avisa sensorialmente al paciente si los utiliza de forma incorrecta

usuario recibe señales acústicas y/o visuales que le alertan si abandona el rango de fuerzas predeterminado por el fisioterapeuta acorde con su lesión, permitiéndole tomar conciencia de su error y autocorregirse. Tanto médicos como fisioterapeutas podrán disponer de protocolos de actuación creados a partir de las investigaciones desarrolladas con el Sistema GCH2, posibilitándoles indicar la carga exacta que el paciente necesita durante la marcha asistida a lo largo de su proceso de recuperación. Todo ello favorece un tratamiento fisioterapéutico más eficiente y eficaz.

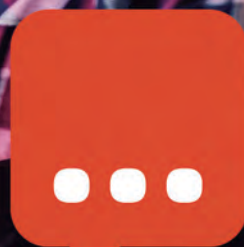
Siguiente paso: la transferencia

La invención desarrollada por Gema Chamorro ha sido posible gracias a la colaboración de la Cátedra Telefónica, así como al trabajo en equipo de varios departamentos de la US como son los de Tecnología Electrónica, Mecánica y Tecnología de Computadores.

La investigadora incide en que el siguiente paso es encontrar empresas interesadas en la explotación y difusión de esta tecnología para poder implantarla en clínicas de fisioterapia y hospitales. En la Universidad de Sevilla es el Secretariado de Transferencia de Conocimiento y Emprendimiento el encargado de asesorar y gestionar la protección de estos resultados, así como de negociar los acuerdos de licencia y transferencia a las empresas interesadas en la explotación de estos resultados. ●

**¿Dónde cenamos?
Yo propongo,
tú eliges.**

No pares: cenas, conciertos, fiestas,
exposiciones... Elige el plan que más
te guste y vámonos. Ahora. ¡Ya!



Infórmate en **Whatsred**



Consíguelo en el
App Store



DISPONIBLE EN
Google play

WHAT'S RED®
PLANES & PLANAZOS

Las granadinas de la hostelería y el comercio, quienes más problemas tienen para conciliar

Según se dio a conocer el pasado noviembre en unas jornadas organizadas por UGT Andalucía e IAM

UGT Andalucía y el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) celebraron el pasado mes de noviembre en Granada bajo el título "Mujer, Conoce y Reclama tus Derechos" una jornada en la que se informó del funcionamiento del Servicio de Defensa Legal para la Mujer, que se presta de forma totalmente gratuita a mujeres que sufren problemas laborales por su condición femenina. En el periodo comprendido entre 2009 y 2013, este servicio ha atendido a 722 usuarias de las cuales ha iniciado 552 expedientes judiciales. Destacar que el 85% (470) de estos expedientes están relacionados con la conciliación de la vida personal, laboral y familiar, el resto son por Acoso Moral por razón de Sexo en un 4% (23) y Acoso Sexual en el 6% (30). El resto son de discriminación acceso al empleo, salarial y de promoción.

Las trabajadoras de hostelería (51%) y comercio (40%), son quienes tienen mayores problemas para la conciliación. Asimismo, son las trabajadoras de las pymes las que tienen más problemas para conciliar (91%). Para utilizar este servicio basta con llamar por teléfono (954506339, 958899507), o enviar un mail (smujer@andalucia.ugt.org, igualdad@granada.ugt.org).

En la inauguración de la jornada, Maravillas Vargas, Secretaria de Mujer, Igualdad y Participación Social de UGT Granada, destacó la importancia del Servicio de Defensa Legal a Mujeres, que el Sindicato gestiona con el apoyo de la Junta de Andalucía, y este año también, con el Fondo Social Europeo, y que desde hace una década se viene prestando gratuitamente a aquellas mujeres

que sufren algún tipo de discriminación en el trabajo por su condición femenina. De esta forma, se explicó el sistema de trabajo, el tipo de asesoramiento y los servicios que se ofrecen a las mujeres y los resultados obtenidos.

A este respecto, la representante de UGT ha remarcado la tendencia a la baja en el número de expedientes en los últimos años, que se explica por el miedo que tienen muchas granadinas a perder su empleo si denuncian la situación que

mujer, cuyos derechos se han visto mercados con la reforma laboral, a ocupar el lugar que le corresponde en el mundo laboral. Asimismo, ha remarcado la acción sindical de los/as delegados/as en los centros de trabajo, formados por el Sindicato para combatir este tipo de discriminaciones.

El Servicio de Defensa Legal para la Mujer es una herramienta que el Sindicato pone a disposición no sólo a mujeres afiliadas a UGT, sino para cual-



viven. De hecho, indica la responsable sindical, el número de consultas no ha disminuido, lo que demuestra que las mujeres siguen sufriendo discriminación en el trabajo y que servicios como éste siguen siendo muy necesarios para atajar conductas discriminatorias y ayudar a la

quier trabajadora no afiliada, y trata cuestiones como los derechos derivados de la maternidad (reducciones de jornada, permisos de lactancia, bajas de maternidad, etc.), discriminación retributiva, acoso sexual y por razón de sexo en el trabajo. ●

Instrumentos para acabar con la discriminación en las empresas

CCOO celebró el pasado mes de noviembre unas jornadas sobre el Servicio de Defensa Legal (SDL) en el que participaron más de treinta delegadas y delegados sindicales. El SDL es un servicio que se ofrece desde el sindicato, en colaboración con el Instituto Andaluz de la Mujer, gratuito, y que atiende a todas aquellas mujeres que sufren discriminación laboral en sus centros de trabajo. La secretaria de la Mujer de CCOO en Jaén, Paqui López, recordó que "el SDL es una herramienta eficaz, que tenemos todas las trabajadoras para combatir las múltiples discriminaciones que las mujeres tenemos que soportar en el ámbito de nuestros centros de trabajo, es una herramienta para avanzar en Igualdad".

Paqui López explicó que la intervención sindical, para evitar discriminaciones, es más que necesaria en estos momentos donde la clase trabajadora, y en concreto las mujeres, estamos prácticamente indefensas.

"El sindicato actúa de dos formas: una es directamente donde tenemos representación sindical y somos conocedores de la discriminación en cuestión y otra es en la redacción de los convenios colectivos, eliminando artículos que discriminan y poniendo solución a otras discriminaciones que hayan existido". "Con el SDL tenemos una herramienta eficaz para que en aquellos centros donde no haya representación sindi-

cal, también se actúe". Un servicio creado por el compromiso de la Junta de Andalucía y de CCOO, donde se atiende a todas las mujeres sean o no afiliadas a CCOO y totalmente gratuito, desde la atención primaria hasta el proceso judicial si finalmente se opta por iniciarlo.

En las jornadas, participaron también Noemí Puerto Luna, coordinadora legal de este Servicio en CCOO y resaltó los temas que trata el servicio: despidos por maternidad y todos aquellos problemas derivados de la maternidad y los permisos relacionados con ella, discriminación salarial, discriminación por razón de sexo y Acoso sexual. ●



Teatro de la Maestranza

Real Orquesta Sinfónica de Sevilla Dirección: Pedro Halffter Piano: Regina Chernychko Obras de Chaikovski, Mossólov y Prokófiev

¡Cuán diferente este 4º concierto de abono, con el retorno de Pedro Halffter -un director repudiado por políticos tan estrechos de miras como escasos de cultura musical- de los tres que le han precedido en esta nueva temporada! Paradójicamente, la ROSS – algunos de cuyos miembros se han significado abiertamente hostiles a la gestión de Halffter- ofreció un altísimo nivel cuyo momento estelar bien podría situarse en la Tercera Sinfonía (El ángel de fuego), de Sergei Prokófiev, una obra densa, de atmósfera casi angustiosa (scherzo) considerada por su autor , «espíritu mundano, elegante, con gran capacidad de asimilación» (Della

Corte), como una de sus grandes creaciones. Y, siguiendo esta senda de 'reestrenos', descubrimos Fundición de acero, una de las primeras –y breves- obras futuristas rusas en las que Alexander Mossólov, un 'visionario' nacido en una época nefasta para los de su condición, evoca un estado moderno e industrializado, a través de una gigantesca maquinaria sonora que no escatima onomatopeyas mecánicas. El contraste estético de la interesante velada correspondió al Concierto nº 1, en Si bemol menor, Op.23, de P.I.Chaikovski, una de esas composiciones del llamado gran repertorio, capaz de enardecer hasta el delirio y cuya universali-

dad tanto debe a la figura de Vladimir Horowitz, uno de los grandes maestros del teclado, referencia de jóvenes talentos, como es el caso de Regina Chernychko quien, ora plena de fogosidad (allegro con fuoco) o de sutil lirismo (andantino semplice), caminó con soltura por sus procelosas aguas, en una buena actuación, prolongada en la sonata Pastoral de Scarlatti. Muy significativa, por lo demás, la reacción del numeroso público que, enfervorecido, aplaudió a Pedro Halffter hasta obligarle a salir una y otra vez al escenario. El veredicto, espontáneo, coloca a cada uno en su sitio.●

Miguel FERNÁNDEZ de los Ronderos

Ópera: Don Giovanni, un 'drama giocoso' «No hay tragedia más humorística que Don Giovanni» (Molina Foix)

Ninguna otra figura de la dramática mozartiana ha sido emplazada con tan impresionante fuerza en el centro de la acción como Don Giovanni, que no es ni una ópera bufa ni una ópera trágica y cuya fuerza impresionante surge -en palabras de Paumgartner- «de una música llena de contrastes expresivos y de color orquestal» en la que arde el sobrecogedor presentimiento de la muerte que en Don Giovanni alcanza un sentido de destino, elevando el antiguo tema de las obras simplistas -la ópera bufa y la comedia- hasta las alturas de la tragedia humana.

Esta reposición del propio Teatro de la Maestranza (2008), que mejora la primitiva y excelente puesta en escena de Mario Gas, ha contado con la visión renovadora del jovencísimo director musical Maxim Emelyanychev - un grato descubrimiento- así como con un reparto integrado en su mayoría por voces españolas, con mención destacada para Carlos Álvarez, felizmente recuperado para la escena, y que regresaba al Maestranza tras diez años de ausencia.

Sobreponiéndose a una inoportuna indisposición de última hora, el prestigioso barítono malagueño cautivó por sus sobresalientes recursos escénicos y amplio volumen de voz, cualidades compartidas por David Menéndez, barítono de bello registro y acentuada vis cómica, cualidad esencial, dado que Leporello es un personaje sobre el que gravita buena parte del peso de la obra. Sobresalientes Maite Alberola y Yolanda Auyanet, sopranos ambas de gran fuerza dramática, así como Rocío Ignacio, una Zerlina de gran finura expresiva, en tanto el tenor José Luis Sola derrochó elegancia y delicadeza, mientras el bajo David Lagares exhibió un timbre excelente, sin olvidarnos de la breve pero intensa actuación del comendador - Pavel Daniluk- que hizo honor a la grave trascendencia de su rol. Excelente, como es habitual, el coro y, sobresaliente, la dirección de Emelyanychev - incluyendo su participación en el clave- al frente de la Orquesta Barroca del Conservatorio Superior de Música «Manuel Castillo» de Sevilla.●

MFR



**HORMIGA Y CIGARRA
(O CÓMO ENCONTRAR EL EQUILIBRIO ENTRE LA VIDA PERSONAL Y LA PROFESIONAL)**

José Ramón Illán Oberon
119 páginas

Este libro ha sido escrito pensando en esas miles, cientos de miles de personas que viven anteponiendo su trabajo al resto de su vida personal. ¿Trabajas para vivir o vives para trabajar?

CÓMO CONVENCER EFICAZMENTE HACIA UNA RETÓRICA ANCLADA EN LA PERSONALIDAD Y EN LOS VALORES

Alberto Gil Palabra
163 páginas



En el presente libro se estudia una retórica de los valores con un fundamento ecológico, basado en la responsabilidad y la solidaridad, donde ocupa un lugar central la reflexión sobre la calidad humana del orador, pues solo una persona convincente sabrá convencer con eficacia.

NEURO COACH
Coaching del Alma
Feng Shui de la mente
JJ Lupi Edaf
397 páginas



Una guía fácil y completa para entender el alma y moldear la mente, un coaching para la prosperidad, que une consciente inconsciente, para aprender a interpretar el entorno y conocer a las personas en beneficio personal, más allá del poder y la abundancia material, gracias a los milenarios secretos orientales del Feng shui y de las energías sutiles.



EL PODER DE LAS PALABRAS HABLANDO SOLA HAY PALABRAS QUE SANAN, PORQUE SALEN DEL CORAZÓN

Daniela Rivera Zacarías
159 páginas

En cada página de este libro hay una reflexión, una duda, o un comentario sobre la importancia de las palabras, el valor de la amistad y el poder del amor, y un espacio para que puedas hablar solo y dar voz a tus pensamientos

LA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS HACIA UN MODELO DE FUTURO

Fernando Giner de la Fuente María de los Angeles Gil Estallo ESIC
184 páginas



La organización de empresas, instrumento principal de la dirección, ha sufrido una evolución constante y prácticamente radical en los últimos 30 años. Las Tics han contribuido de forma sustancial al cambio, modificando profundamente los conceptos y forma de la organización clásica.



LAS CRISIS POLÍTICAS Y ECONÓMICAS: NUEVOS ESCENARIOS INTERNACIONALES

Diego Javier Liñán Noguerras (Director) Antonio Segura Serrano (Coordinador) Tecnos. 333 páginas

Es una obra que recoge las reflexiones que fueron objeto de un interesante seminario que, bajo el mismo título, se desarrolló en la primavera de 2013 en la Universidad de Granada. El libro, como el seminario que le dio vida, no obedece al análisis de un objeto particular y cerrado. Se trata, por el contrario, de un conjunto de reflexiones que sus autores consideran, desde el derecho, la política o la economía...

LA SANGRE DE LOS LIBROS ENIGMAS Y LIBROS DE LA LITERATURA UNIVERSAL

Santiago Posteguillo
219 páginas



Posteguillo nos sorprende ahora con un fascinante recorrido por los enigmas más famosos de la literatura. Asesinatos, suicidios, duelos, condenas a muerte, guerras, eclipses, vampiros, misterios, juicios... En 'La sangre de los libros' la vida y las obras, se escriben con sangre, sudor y mucho talento.

RECOMENDADOS



CREATIVIDAD, S.A. CÓMO LLEVAR LA INSPIRACIÓN HASTA EL INFINITO Y MÁS ALLÁ

Ed Catmull
Presidente de Pixar Animation y Disney Animation
Con Amy Wallace Conecta
363 páginas

Creatividad, S.A. es un libro para profesionales que deseen llevar a sus equipos a cumbres más altas, un manual para cualquier lector que valore la originalidad y el primer viaje al centro neurálgico de Pixar Animation: a sus reuniones, sus evaluaciones de cierre de proyecto y las sesiones del Braintrust de las que nacieron algunas de las películas más exitosas de la historia del cine.



El Museo Picasso Málaga prorroga la exposición 'Picasso TV'

Continuará hasta el próximo 11 de enero dado el interés que ha suscitado entre los visitantes esta exposición temporal

El Museo Picasso Málaga ha decidido prorrogar su exposición 'Picasso TV'. La buena acogida de la exposición y el interés del público por esta temática, ha llevado a la pinacoteca malagueña a prorrogarla hasta el próximo 11 de enero de 2015. 'Picasso TV' ha sido visitada por casi 160.000 personas desde su inauguración el pasado 30 de junio.

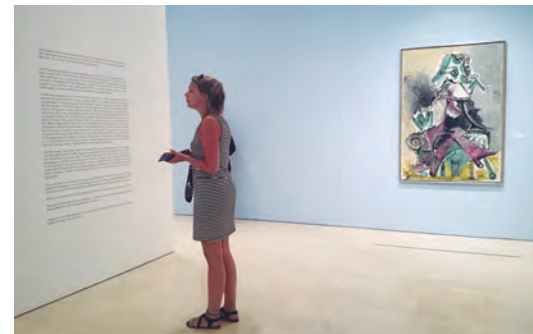
La clausura de esta exposición, que muestra vínculos insospechados entre algunas de las obras que Picasso realizó en sus últimos años y los programas que emitía la televisión francesa en aquel tiempo, estaba prevista para el próximo domingo 16 de noviembre.

'Picasso TV', inaugurada el pasado mes de junio, gira en torno a numerosos grabados de la Suite 347, muestra también dos óleos y fragmentos de programas de televisión contextualizados en una época en la que la televisión popularizó

espectáculos, deportes e informativos. Comisariada por Laurence Madeline, conservadora jefe de los Musées d'art et d'histoire de Genève (Suiza), en la muestra se pueden contemplar 60 obras entre las que hay grabados de la Suite 347, óleos, litografías, fotogramas y fragmentos de películas y series, contextualizados en una época en la que la televisión en blanco y negro popularizó espectáculos, deportes e informativos.

La exposición ha sido producida por el Museo Picasso Málaga con la colaboración del Kunstmuseum Pablo Picasso Münster y de la Fundación Bancaja, Valencia.

Destacar que todos los jueves, a las 18 horas, la adquisición de la entrada da la posibilidad de realizar gratuitamente una visita guiada por esta exposición de la mano de uno de los educadores de la pinacoteca. ●



Más información en:
www.museopicassomalaga.org



Fiat 500X: bello y con carácter

En los mercados donde se comercializa (Italia, Alemania, Francia, España y Suiza), el nuevo modelo "Opening Edition" está disponible en tres versiones

El nuevo Fiat 500X fue revelado en el pasado Salón del Automóvil de París, fascinó con una presentación original y obtuvo comentarios positivos de los medios de comunicación de todo el mundo. Crece el deseo por tenerlo, pero la expectación se prolongará poco: el nuevo Fiat 500X estará en los concesionarios a principios de 2015 y, al igual que para cualquier objeto de culto, será difícil satisfacer, desde el principio, toda la demanda. Fiat ha creado así una edición exclusiva, limitada y "tope de gama" del modelo – el Fiat 500X "Opening Edition" – para brindar a los primeros 2.000 clientes el privilegio de conducir el nuevo crossover de la familia 500. Dos acabados, como las personalidades del nuevo 500X: una más "urbana" en color Gris Arte y la otra ideal para el tiempo libre en Rojo Amore tricapá.

La exclusiva versión "Opening Edition". En los mercados donde se comercializa

(Italia, Alemania, Francia, España y Suiza), el Fiat 500X "Opening Edition" está disponible en tres versiones: dos con tracción 4x2 y motorizaciones 1.4 Turbo MultiAir II de 140 CV o 1.6 MultiJet II de 120 CV, y otra con tracción 4x4 y motor 2.0 MultiJet II de 140 CV automático de 9 velocidades.

>>> El color "Rojo Amore" tricapá es un color exclusivo y elegido específicamente para la versión equipada con tracción 4x4 y motor 2.0 MultiJet II de 140 CV

El 500X "Opening Edition" con tracción 4x2 (equipado con el 1.4 Turbo MultiAir II de 140 CV o el 1.6 MultiJet II de 120 CV) se caracteriza por una carrocería en color pastel "Gris Arte" y por sus contenidos exclusivos que incluyen: climatizador automático, llantas de aleación de 18" específicas, "Pack Seguridad" con

todos los sistemas de seguridad activa (mitigación de colisión a baja velocidad, detección de ángulo muerto, aviso de cambio de carril y cámara de visión trasera), "Pack Comfort" para asegurar la máxima comodidad a bordo (apoyabrazos y ajuste lumbar), además del Keyless Entry & Keyless Go, las lunas traseras tintadas y el exclusivo emblema que caracteriza la versión Opening Edition.

El color "Rojo Amore" tricapá es un color exclusivo y elegido específicamente para la versión equipada con tracción 4x4 y motor 2.0 MultiJet II de 140 CV combinado con el cambio automático de nueve velocidades.

Sin duda, suscitará gran interés el contenido "tope de gama" de este modelo que, además de un amplio equipamiento de serie, incluye en el precio numerosos contenidos exclusivos para el cliente: el color especial "Rojo Amore" tricapá, el Pack Navi Plus (sistema Uconnect con navegador de 6.5" y 2º puerto USB adicional en el compartimento del apoyabrazos delantero), el interior en piel bicolor rojo y negro, el Pack Visibilidad (sensor de lluvia y luz, espejos exteriores abatibles y espejo interior electrocrómico), levas en el volante y el exclusivo emblema que caracteriza la versión Opening Edition.

En España, la lista de precios comienza en 20.750 euros para la versión con tracción 4x2 y motor 1.4 Turbo MultiAir II de 140 CV y, asciende a 29.550 euros para la versión "tope de gama".●



con permiso

manuelBELLIDO

bellido@mujeremprendedora.net

<http://manuelbellido.com>

Visión, pasión y aspiración para afrontar el futuro

Me gusta a veces alejarme del mundanal ruido y disfrutar de la naturaleza. Entonces, procuro dejar el coche al final de un camino en una zona abierta y adentrarme a pie en el bosque. Mientras lo hago, soy consciente de que dependo de mis piernas y de un sentido de la orientación distinto al que tenía mientras conducía el coche.

Algo parecido nos está sucediendo en esta etapa histórica que estamos viviendo. Nos estamos adentrando día a día en una realidad distinta de la que ya controlamos en nuestro día a día, en un mundo cambiante y en evolución frenética. Vivimos en tiempos de cambios exponenciales. Para atravesar este bosque casi totalmente desconocido es necesario reformular en nuestra mente nuestra visión del futuro y ese proceso lo tenemos que afrontar primeramente de manera individual. Aunque es obvio, y no habría ni que recordarlo, lo primero que tenemos que reconocer es que el futuro será diferente de cualquier pasado. Las aguas no volverán nunca a su cauce, irán por otros cauces nuevos. El siguiente paso es organizarnos de otra manera, necesitamos nuevas herramientas, nuevos sistemas para usarlas y metodologías ágiles que se adapten a esta nueva era de la información y del Conocimiento que hemos empezado a atravesar y que se abre con fuerza antes nosotros.

¿Hacia dónde vamos? Este es el segundo paso, la pregunta que debemos hacernos. Tendríamos que acostumbrarnos a trabajar haciendo con la mente un viaje al futuro, intentando ver cómo será el mundo dentro de 20 años y qué podremos estar haciendo nosotros y nuestras empresas. Se trataría de

mirar hacia delante y explorar bien el horizonte para señalar el camino a seguir por nosotros, nuestros equipos y nuestras empresas. Los avances tecnológicos nos están demostrando que el futuro no es una extrapolación lineal del presente. El trabajo que estoy desarrollando en estos meses para la preparación de la Cumbre de Singularity University, en el próximo marzo de 2015 en Sevilla, y el acercamiento a algunas empresas de la Silicon Valley me están enseñando que la vida se compone de una serie de encuentros y experiencias en los cuales un acontecimiento, si sabemos aprovecharlo, puede influir en los que vendrán de una manera radical e impredecible, haciendo que el futuro sea muy distinto del pasado y muy distinto de cómo esperábamos que fuese.

Se necesita apertura mental y una buena actitud constructiva capaz de aceptar todas las discontinuidades que se puedan producir en nuestra vida profesional y empresarial. Probablemente aceptándolas seremos

“Lo primero que tenemos que reconocer es que el futuro será diferente de cualquier pasado”

capaces no solo de sobrevivir en este nuevo viento de desarrollo que nos empuja, sino también de tener alguna posibilidad de éxito. Si aceptamos el reto tendremos que estar dispuestos a desaprender las viejas reglas y estrategias. Las viejas recetas ya no nos serán útiles. Como repetía Peter Drucker ya hace años, “cada empresa tiene que prepararse para abandonar todo lo que hace”. Tanto está cambiando todo que las viejas ambiciones empresariales de ser grandes y poderosos se están transformando en muchos casos en ser pequeños y flexibles para abarcar la gran red que envuelve el Planeta y ser competitivos en la nueva economía global. Las nuevas tecnologías están haciendo irrelevante la situación geográfica de las empresas.

El pistoletazo de salida de esta nueva era se dio ya hace algunos años. No importa si nos incorporamos ahora, más vale tarde que nunca. Si queremos ganar, tendremos que reinventarnos e inventar. En palabras del profesor Charles Handy, los triunfadores serán aquellos que inventen el mundo, no los que le sigan. ●

PICASSO TV

30.06.2014 - 11.01.2015

La influencia de la televisión en la obra del artista

museo**PICASSO**málaga

Palacio de Buenavista. C/ San Agustín, 8. 29015 Málaga
Información general: 902 44 33 77 / www.museopicassomalaga.org



Es el momento de ponerlo todo



Subvención Global de Andalucía 2007-2013
Una apuesta por el empleo



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



Unión Europea
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional