

Pozuelo piensa

El emprendimiento social tiene como objetivo proporcionar soluciones sostenibles desde el punto de vista financiero, social y medioambiental



Pozuelo: Ciudad de Emprendimiento Social

El emprendedor debe ser un ejemplo imitable, accesible, no un superhéroe dotado de capacidades o de posibilidades de realización negadas al común de los mortales

SUMARIO

INTRODUCCIÓN

Artículo CONCEJAL 04

EMPRENDIMIENTO SOCIAL

| | |
|---|----|
| Impulsor del nuevos sistema económico | 08 |
| Función social del emprendedor | 10 |
| Emprendimiento farmacéutico | 13 |
| Emprendimiento deportivo..... | 14 |
| Backcard: empresas con impacto..... | 16 |
| Emprendedora de trece años..... | 18 |
| Kilo solidario en un colegio de Pozuelo | 20 |
| Fundación Caná | 22 |
| Inversión de impacto. Sin complejos..... | 25 |
| ‘Generación Spain’ | 26 |

VOLUNTARIADO

| | |
|--|----|
| Voluntariado Corporativo..... | 28 |
| Los donantes anónimos | 30 |
| “Tabasamu” | 32 |
| Las TICS clave para las Microfinanzas..... | 35 |

LITERARIA

| | |
|-------------------------|----|
| Verdad y emoción | 36 |
| Aprender a sonreir..... | 38 |

MEDIO AMBIENTE

| | |
|-------------------------------|----|
| El Patrimonio de Pozuelo..... | 40 |
|-------------------------------|----|

ARTÍSTICA

| | |
|--|----|
| El Escorial..... | 42 |
| Tratamiento profesional de la voz..... | 46 |

GASTRONOMÍA

| | |
|-----------------------------------|----|
| Es tiempo de ‘sopas de ajo’ | 47 |
|-----------------------------------|----|



Publicación de Pensamiento y Cultura
Nº 10 Octubre 2018

CONSEJO EDITORIAL

Mª Luisa Grande Pasamontes
Elena Urquía

COLABORACIONES

Xxxxxxxxxxxxxxx
Mónica García-Ochoa Mayor
María del Pilar de Cecilia
Estrella Nieto
J.I.
Luis Garayalde
David Alonso
Alejandro Estevez
Natalia Palomero Saiz
Inmaculada Herranz
Marian Rubiato
Mercedes Azpiroz
Álvaro Salinas
Rosario Escudero
Gloria Martínez
María González
Monserrat Portell Soriano
Carlota y Asis
Pilar López Sánchez
Elena Diego
Luis León Otero
José Díaz Pérez
José y Roberto Ruiz Barquín
Manuel Ayllón
Fernando García
Daniel Vega

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

RBG & MGM

IMPRIME

Afanias

EDITA

Asociación Cultural POZUELO PIENSA
Telf.: 91 352 11 02;
Móvil: 680 978 066
asociacionpozuelopiensa@gmail.com

Depósito Legal: M-32074-2011

COLABORACIÓN ESPECIAL

Ayuntamiento POZUELO DE ALARCÓN

Publicación gratuita
El presente número de POZUELO PIENSA
se cerró el 29 Octubre 2018



Editorial

Como siempre nos gustaría que cuando leáis los artículos de esta Revista os paréis a pensar. Los han escrito gente joven (alguno no tanto), que se han parado a pensar...la diferencia se da entre pensantes y no pensantes en esta época en la que todo muy deprisa.

Los han escrito con ilusión y queriendo intercambiar sus pensamientos con otros Pozueleros, que viven aquí y que también les gusta pensar y escribir.

Es permanente nuestra voluntad de fusionar el desarrollo de la vida cultural y empresarial de Pozuelo (Patronatos de Cultura, de Deportes y Asociaciones Culturales) con la de las Universidades que radican en nuestro término municipal (Universidad Complutense, Francisco de Vitoria). La Cultura es un gran marco de actuación.

Este número está dedicado al emprendimiento social puesto que los cambios sociales habidos por la movilidad y la democratización de la Cultura, marcan las tendencias culturales de nuestro siglo. Vivimos el poder transformador de la tecnología, a nivel económico y social, así como del talento y de la capacidad creadora de las personas. Se dice que para el 2040 la mitad de los perfiles laborales tradicionales habrán desaparecido. El pensamiento crítico será la habilidad más demandada en el futuro. Construir sociedades inteligentes a partir de ciudades inteligentes.

Creemos que a veces lo más fácil es no pensar en nada. Nos vamos a descansar y creamos que dejamos atrás las preocupaciones. Pensar es también desear, sentir y cambiar de ideas. Vivimos en una sociedad técnicamente muy desarrollada y humanamente muy perdida.

Palabras, palabras. El orden de las palabras configuran la creación literaria. Toda literatura es un diálogo de los libros con los lectores.

Los estudios dicen que España es la octava potencia cultural del mundo.

Y nuestras últimas palabras son para recordar al Dr. Salvador Urquía en estas fechas: “hay algunas ausencias que siempre están presentes”

María Luisa Grande

Pozuelo ciudad habitable, ciudad cultural

por XXXXXXXXXXXXXXXXX
Concejal de Cultura de Pozuelo de Alarcón



Al hilo de la cabecera de esta revista no encuentro mejor leitmotiv para transmitir a sus lectores lo que la Concejalía de Cultura que yo dirijo hace por la Cultura y por los vecinos de Pozuelo: pensar en ellos. Tengo la certeza de que esa es uno de los motivos por los que la Cultura se ha convertido en una de las enseñas de nuestra ciudad, aunque también hay otras.

A lo largo de los años, y con grandes dosis de trabajo, sensatez y escucha a los vecinos hemos construido un municipio habitable, de enorme riqueza medioambiental. Una ciudad para vivir, y no sólo para alojarse, gracias a unos responsables municipales que supieron aprovechar su situación geográfica para construir unas estupendas infraestructuras de comunicaciones con la capital. Y gracias también a los ciudadanos que la escogieron como lugar de residencia, muchos de ellos, creadores y artistas. Porque en Pozuelo tenemos la suerte de contar con ilustres vecinos que se dedican o se han dedicado a las Bellas Artes. Y esta es otra de las potentes razones que han impulsado la Cultura nuestro municipio hasta el punto de que Pozuelo es ya ciudad de la Cultura, donde las artes plásticas, la música y las artes escénicas son una de sus señas de identidad. Por ello y para ello trabajamos. Para que Pozuelo de Alarcón se mantenga como referente cultural de la Comunidad de Madrid, una ciudad viva que se nutre del talento de sus habitantes pero que también crea, ofreciendo a sus vecinos un amplio panorama de actividades con el que satisfacer sus inquietudes.

Una ciudad para vivir, y no sólo para alojarse, gracias a unos responsables municipales que supieron aprovechar su situación geográfica para construir unas estupendas infraestructuras de comunicaciones con la capital.



Son incontables las manifestaciones culturales: artes escénicas, exposiciones en las tres salas de las que dispone Pozuelo, ciclos de contenido multidisciplinar, fomento de la lectura o actividades dirigidas a los más pequeños y a las familias.

En su faceta expositiva, Pozuelo ha albergado muestras de un considerable valor artístico como la del gran escultor español José Luis Sánchez; las fotografías de Chema Coneja en 'Retratos de papel'; la colección de Jesús Gironés 'Amados míos' o, más recientemente, la retrospectiva de los 55 años de pintura de Isabel Guerra, la genial monja pintora. Hemos puesto en marcha dos certámenes de pintura; y, el pasado mes de mayo, celebramos la primera edición de Estudio Abierto Pozuelo, iniciativa que

Iniciativas que ofrecemos en el MIRA son 'Teatro en escena' que permite a los espectadores disfrutar de una manera diferente de sentir el teatro

permitió a los artistas del municipio abrir sus estudios y ponerlos al alcance de vecinos y aficionados.

El MIRA Teatro es el gran emblema de las artes escénicas de Pozuelo. Por sus tablas han pasado las mejores compañías nacionales de danza, y los más grandes artistas, en una programación muy variada. Iniciativas que ofrecemos en el MIRA son 'Teatro en escena' que permite a los espectadores disfrutar de una manera diferente de sentir el teatro; o el Certamen de Teatro Aficionado José María Rodero, que ya va camino de celebrar su XIX edición. Novedosa y acogida con mucho éxito es la iniciativa '+MIRA Joven', por la que estudiantes de la ESO y Bachillerato pueden acudir al teatro a ver algunos espectáculos de su programación, pero en horario de mañana y a un precio de 3 euros; y '+MIRAdas', nuevas y sugerentes propuestas teatrales para la noche de los viernes.

Pero hemos ido más allá y hemos buscado nuevas propuestas que reforzencen la oferta a los vecinos. Pozuelo posee una compañía residente de



danza, nada menos que la de la bailarina y coreógrafa Aída Gómez, quien fuera directora del Ballet Nacional de España y Premio Nacional de Danza. Hemos creado, asimismo, Factoría Danza, que convierte las aulas de nuestra EMMD en residencias temporales de danza para coreógrafos, bailarines y compañías que no pueden permitirse alquileres, impulsando y respaldando, de este modo, un arte tan bello.

La Escuela Municipal de Música y Danza es otro de los buques insignia de la cultura pozuelera. Me consta que nadie que pisa por primera la EMMD de Pozuelo sale de allí indiferente. A las extraordinarias instalaciones se suma un nutrido grupo de profesionales que cada día transmiten su sabiduría musical y dancística a niños, jóvenes y adultos. Completamos el impulso a la música con iniciativas como la celebración del Festival Internacional de Música y Danza de Pozuelo, que se desarrolla durante todo el mes de julio; el Día de la Música; los Veranos de Pozuelo, o el ciclo Bandas en el Templete, donde nuestros vecinos disfrutan de las tres magníficas bandas de Pozuelo de Alarcón.

La estupenda Red de Bibliotecas de Pozuelo es otro de nuestros logros culturales. Disponemos de tres bibliotecas, una biblioteca universitaria municipal y una mediateca, con una extensa colección de vídeos, cd, música, película, series, etc., y servicio de préstamo de tabletas en sala. Provistas de modernas instalaciones, ponen a disposición de sus usuarios todos los servicios posibles. Podemos presumir de que nuestra ciudad fue el primer municipio de la Comunidad de Madrid en poner en marcha el servicio de préstamo del libro electrónico (e-book).

No puedo terminar sin citar otras iniciativas de las que me siento igualmente orgullosa: la celebración del Día del Teatro, para el que contamos con la participación del Ateneo de Pozuelo; el fin de semana de la Danza, donde cientos de alumnos de las escuelas muestran su talento en la calle; sin olvidar el Día de la Familia, las conferencias, ciclos de cine y por supuesto, los talleres y la extensa programación cultural de Navidad, diseñada para los más pequeños de la casa, que se convierte en una de las más extensas y variadas de la región.

A las extraordinarias instalaciones se suma un nutrido grupo de profesionales que cada día transmiten su sabiduría musical y dancística a niños, jóvenes y adultos

Emprendimiento social como impulsor del nuevo sistema económico

por Mónica García-Ochoa Mayor

Profesora de la Universidad Complutense de Madrid. Residente en Pozuelo

Los problemas sociales y medioambientales están presentes en todo el mundo. El modelo económico tradicional está en crisis, la evolución de la tecnología y las transformaciones sociales y medioambientales están forzando a toda la sociedad a posicionarse y a encontrar nuevas alternativas que se dirijan hacia un tipo de economía sostenible y con valores sociales. Una empresa social tiene un propósito social o medioambiental. Los emprendedores sociales son individuos con soluciones innovadoras para los problemas sociales más apremiantes de la sociedad, se mueven por un deseo de justicia social, tratando de mejorar la calidad de vida de las personas.

Los emprendimientos sociales generan valor social, atendiendo a necesidades tales como la pobreza, la exclusión social, el desempleo de personas con discapacidades o el deterioro medioambiental, entre otras. Su objetivo es proporcionar soluciones sostenibles desde el punto de vista financiero, social y medioambiental, por lo que necesi-

tarán obtener un beneficio que les permita continuar con la actividad y no tener que depender de ayudas públicas.

El emprendimiento social puede proporcionar nuevas oportunidades laborales ante la elevada tasa de paro juvenil, ayuda a ofrecer servicios que mejoran la calidad de vida de la sociedad en general, aporta nuevas oportunidades para la profesionalización de los titulados, facilita la integración diversificada en el mercado de trabajo y la inclusión social y puede aportar nuevas soluciones en materia de sanidad, educación, eficiencia en la utilización de los recursos y protección del medio ambiente.

El papel de la Universidad ante el nuevo reto

Numerosas Universidades en todo el mundo están implementando una extensa y diversa oferta académica para formar a sus futuros titulados en el ámbito del Emprendimiento Social. En Europa muchos organismos están promoviendo la empresa social, así como los procesos y estrategias para la innovación social.

Es necesario plantear un modelo de formación en emprendimiento que incluya valores y tenga un impacto positivo en la sociedad y en el medioambiente. Este planteamiento implica reconocer y estudiar los problemas más graves que afronta la humanidad actualmente. La Universidad debe reconocer su responsabilidad ante este nuevo reto y esta es la razón por la cual decidí iniciar desde la Universidad Complutense donde trabajo, un Proyecto de Innovación Docente que pretende estudiar el perfil de los estudiantes que muestran un fuerte interés por el Emprendimiento Social, así como las necesidades formativas para que puedan impulsar y desarrollar actividades en este ámbito en el futuro. El objetivo es poder definir un perfil que oriente la futura formación específica que deben recibir quienes muestran interés por el ámbito del Emprendimiento Social y que les permita desarrollar actividades creativas e innovadoras en este terreno.

Este proyecto nos permitirá conocer cuál es el punto de partida en lo referente a formación de nues-



tos alumnos en materia de Emprendimiento Social y en qué dirección debemos evolucionar en la docencia ofertada para conseguir cada vez más excelencia y dar respuesta a las nuevas necesidades.

La formación universitaria en economía social, innovación social y desarrollo sostenible, podría ser el camino para refundar la economía europea.

Conclusión

El objetivo básico del Emprendimiento Social es el desarrollo y mejora de la sociedad. Esto conlleva cambios significativos en la vida social, política y en la economía, pudiendo conducir a la construcción de un modelo diferente de sociedad, a través de una alternativa de crecimiento económico que se apoye en fundamentos diferentes a los convencionales.

Existe un largo camino por recorrer en el que la educación tiene un papel muy importante, ofreciendo formación sobre la cultura del Emprendimiento Social, que permita a los ciudadanos convertirse en agentes activos del cambio hacia una economía social.

Cuestiones para la reflexión

¿Puede el emprendimiento social propiciar un cambio de paradigma que contribuya a un sistema económico más justo?, ¿Están las autoridades económicas preocupándose por elaborar políticas que apoyen el emprendimiento social?, ¿Quienes tienen la responsabilidad de formar, han tomado conciencia de la importancia de enseñar la Economía desde otra perspectiva?, ¿Es necesario desarrollar el carácter altruista del ser humano para que la Economía se apoye sobre principios éticos?

EL emprendimiento social tiene como objetivo proporcionar soluciones sostenibles desde el punto de vista financiero, social y medioambiental

Función social del emprendedor

por Pilar de Cecilia
Periodista. Residente en Pozuelo

En el diccionario de la Real Academia Española (DRAE) se recoge de forma escueta y precisa el significado de la palabra “emprendedor/ra” en su doble acepción masculina y femenina, refiriéndose a la persona: “Que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras”. A renglón seguido añade que se trata de algo que es “propio de la persona emprendedora”.

Definido el concepto, en otras fuentes se amplían los rasgos de la mencionada actividad de la persona emprendedora: “Que tiene decisión e iniciativa para emprender cosas que presentan dificultades” o bien de los que muestran “una actitud emprendedora para desarrollar con éxito un determinado proyecto”.

Crear el ambiente favorable al espíritu emprendedor

Resulta evidente que el papel asignado al emprendedor como promotor de las actividades económicas necesita disponer de un entorno que le permita desarrollar sus capacidades con plenas garantías de rendimiento. Algo así como el oxígeno para los seres humanos o el agua para los peces. Si carece de régimen de economía de mercado que respete el principio de libre competencia, los esfuerzos del emprendedor están condenados al fracaso. La experiencia demuestra que debido a la falta de incentivos y

de estímulos sociales y económicos las actividades de los emprendedores acaban por reducirse al mínimo o finalmente desaparecen. La quiebra del modelo de producción impuesto en los países del “Telón de Acero”, basado en la economía bajo control estricto del Estado, se debió a la incapacidad del sistema para atender de modo eficiente las necesidades más elementales de los ciudadanos. No conviene olvidar que el fin del comunismo, según el modelo de la Unión Soviética, se debió mucho más a la ruina de su economía que a motivos de índole política, ya que el Estado disponía de los suficientes medios de control social y militar como para haber impedido por la fuerza el desmoronamiento del régimen.

En sentido contrario, el triunfo de la gran potencia norteamericana se debió justamente a la prosperidad de una economía basada en la actividad de unos líderes empresariales que disponían de plena libertad a la hora de promover nuevas iniciativas y negocios. Una sociedad dinámica y ágil es aquella, como la estadounidense, donde el empresario de éxito es una de las figuras más respetadas por los ciudadanos. Se dice, y con razón, que en los Estados Unidos solo

pueden aspirar a convertirse en líderes políticos los millonarios que han triunfado en el mundo empresarial, ya que su éxito les ha granjeado la admiración de sus votantes y la con-

fianza de estos en que sabrán gestionar su nación con el mismo acierto que sus empresas. En Europa y, desde luego en España, suele suceder a la inversa, que los políticos se hacen millonarios cuando llegan al poder y, sobre todo cuando lo abandonan y antes de serlo, en general, no han mostrado unas capacidades destacables en el ámbito profesional o empresarial.

Papel que desempeñan las pequeñas y medianas empresas

Ya instalados en el sistema propio de la economía libre de mercado, se percibe cómo el mayor o menor éxito de las actividades del emprendedor/ra dependerán de las facilidades que encuentre para desarrollar en plenitud su negocio. En este sentido es necesario señalar el papel fundamental que desempeñan las distintas administraciones que, a nivel local, regional o estatal pueden ofrecer facilidades para la apertura de empresas o bien entorpecer su creación con diversos procedimientos, que van desde promulgar leyes restrictivas y exigir su estricto cumplimiento a dificultar a través de impuestos confiscatorios la puesta en marcha de nuevos proyectos.

En el caso concreto de España y como resultado de la dispersión normativa derivada de las competencias del Estado, de las Comunidades Autónomas (CCAA) y de los



Ayuntamientos las iniciativas privadas quedan sometidas a la carga ideológica de los partidos que gobiernan en las distintas demarcaciones. La proliferación de leyes y el cruce superpuesto de instituciones-Estado, Diputaciones, CCAA, Ayuntamientos) que se interfieren dentro del mismo ámbito contribuyen a multiplicar los trámites burocráticos que entorpecen y desaniman los esfuerzos de cualquier ilusionado emprendedor por muy dispuesto que se muestre a promover el bienestar general. Otro elemento a considerar, aunque de distinta naturaleza ya que se refiere a incentivos de orden psicológico se refiere a la mentalidad, ampliamente extendida en determinados sectores sociales, que relaciona al empresario con el “explotador capitalista” y, por tanto, sospechosos de atentar contra los intereses de los trabajadores a los que es preciso defender contra los abusos del sistema liberal.

Se produce así con el paso del tiempo, un distanciamiento cada más acusado entre las economías prósperas y dinámicas donde los emprendedores disponen de máximas facilidades a la hora de crear sus empresas y las regiones más atrasadas en las que las administraciones

El triunfo de la gran potencia norteamericana se debió justamente a la prosperidad de una economía basada en la actividad de unos líderes empresariales que disponían de plena libertad a la hora de promover nuevas iniciativas y negocios.

en el de las actividades comerciales o financieras. Los resultados, como muestran los datos estadísticos, revelan el acierto de las políticas liberales y el fracaso de las que, basadas en ideologías totalitarias, ha potenciado el sector público en perjuicio de la empresa privada.

Éxito de las políticas de fomento de la actividad empresarial

Las CCAA de mayor dinamismo y vitalidad en el desarrollo económico y social, con los menores índices de paro ha promovido diversas campañas destinadas a fomentar las actividades de los emprendedores en los medios de comunicación respaldadas con medidas concretas de apoyo para la creación de pequeñas y medianas empresas de gran movilidad que han obtenido excelentes resultados.

Se llama la atención de la ventaja que supone trabajar en la propia empresa, fijar los horarios de acuerdo con las posibilidades de cada uno, la satisfacción de crear nuevos puestos de trabajo y contribuir a la prosperidad general, ofreciendo productos que facilitan la vida y ayudan al bienestar de la sociedad. Se trata así de incentivar en los jóvenes los deseos de acometer actividades en las que pueden ejercer unas capacidades imaginativas y de gestión que son necesarias para el progreso material y humano.

En cuanto se refiere a las medidas destinadas al fomento de las actividades de los emprendedores, las administraciones públicas ofrecen una amplia gama de posibilidades que

Las CCAA han promovido campañas destinadas a fomentar las actividades de los emprendedores en los medios de comunicación.

El emprendedor debe ser un ejemplo imitable, accesible, no un superhéroe singular dotado de capacidades o de posibilidades de realización negadas al común de los mortales.

van desde la simplificación de los trámites burocráticos a través de la llamada “ventanilla única”, a la rebaja de impuestos, tarifas planas en las cotizaciones de la Seguridad Social o primas concedidas por la creación de puestos de trabajo. A través de oficinas de asesoramiento jurídico y técnico se facilita a los emprendedores, por un lado, un conocimiento de la normativa vigente en el mercado laboral, derechos y obligaciones de las partes en los contratos de trabajo y, por otro, datos para conocer las carencias y necesidades de productos de acuerdo con las fluctuaciones de la oferta y la demanda. El panorama se completa en su vertiente financiera con la obtención de subvenciones públicas o privadas con intereses mínimos o alquileres favorables en centros de negocios que permitan al empresario superar las dificultades e introducir un producto nuevo en el mercado con posibilidades de éxito.

Al valorar los resultados positivos de las políticas que fomentan el desarrollo de nuevas iniciativas en los lugares donde se llevan a la práctica, se confirma la gran importancia y proyección social de la actividad empresarial considerada como el motor que impulsa el progreso y garantiza a los ciudadanos la elevación constante de sus niveles de vida.

Todo este esfuerzo en señalar la importancia vital de los emprendedores en el tejido social, lleva a continuación a reflexionar sobre su responsabilidad en el ámbito del desarrollo y mejora de dicho tejido, hoy en día en muchos aspectos, en situación de preocupante precariedad. Los em-

prendedores deben ser apoyados y valorados en su justa medida, pero a la vez ellos están también llamados a ser solidarios con la sociedad que sirve de soporte a sus actuaciones. En lo que a promoción social se refiere, los emprendedores son un activo especialmente valioso. No sólo como pilares de la creación de empleo sino como modelos a imitar por generaciones jóvenes que se encuentran indecisas ante la forma de orientar su futuro.

El emprendedor debe ser un ejemplo imitable, accesible, no un superhéroe singular dotado de capacidades o de posibilidades de realización negadas al común de los mortales. La admiración que suscitan sus logros debe manejarla como un estímulo para quienes le rodean y un impulso para actuar siguiendo sus pasos, en la misma dirección. Un emprendedor puede ser a la vez tenaz y firme en sus negocios y un humanista interesado en hacer mejor el mundo que le rodea.

Favorecer la marcha de sus negocios no es obstáculo para hacer que esa marcha transcurra en una sociedad serena y optimista que considere a los emprendedores garantes de un porvenir que se contempla como algo cada vez más estable y prometedor.

Favorecer actividades culturales que despierten el interés de quienes trabajen con ellos, redundará inevitablemente en la creación de un ambiente de trabajo con horizontes humanos más amplios. Como consecuencia, mejorará la calidad de las relaciones laborales y se elevará la productividad gracias al clima de distensión que esta mejora lleva consigo.



Emprendimiento social farmacéutico

por **Estrella Nieto**
Farmacéutica. Residente en Pozuelo

La responsabilidad de cambiar el mundo no está solo en los gobiernos, ni grandes empresas... Todos podemos colaborar a construir una sociedad mejor desde nuestras casas o pequeños negocios. Cada vez somos más conscientes de las necesidades del Tercer Mundo

En mi caso una farmacia de barrio, en la ciudad de Alcorcón. Donamos medicamentos de botiquín, de primera nece-

sidad los donamos a dos ONG, para que otras personas de África puedan beneficiarse de disponer de dicha medicación. Es una labor sencilla, pero gracias a ella se ha creado una farmacia en Matarí (El Congo), que dispensa medicamentos. También esta medicación llega a Etiopía a otra ONG que reparte los medicamentos entre los botiquines de sus centros educativos nutricionales.

Doy gracias a todas las personas que lo han hecho pos-

ible: mis pacientes, mi equipo en la farmacia, Elena Urquía y su familia, Flavian Muzumanaga, doctor en Filosofía y director de la ONG Kivuvu en la República Democrática del Congo, Lourdes Larruy directora de la ONG Missionary Community St.Paul Apostle en Etiopía.

Porque las pequeñas cosas suman, no cuestan esfuerzo y valen mucho. Os ánimo a todos a reflexionar y a actuar, porque desde tu pequeña empresa se pueden hacer grandes cosas.

Emprendimiento en la trastienda deportiva

• por J. I. •

Periodista

Un emprendimiento iniciado por la necesidad de un campo de fútbol donde los niños pudieran jugar, aunque fuera un descampado, y la gestión responsable para que eso no les faltase a medida que cumplían años, ha ido convirtiendo un club llevado por cuatro padres en una próxima Sociedad Anónima Deportiva. Es lo que ha sucedido con la Agrupación Deportiva Unión Adarve (Fuencarral-El Pardo), una asociación modesta en estructura y puntera en resultados deportivos. En la trastienda del fútbol de una ciudad con equipos en la Champions League, un equipo del barrio del Pilar se ha abierto paso desde Preferente a 2ªB a base de ambición deportiva, austeridad económica y ampliación de su base social para ser más fuerte.

A principios de los años noventa, un grupo de padres con hijos a los que les gustaba jugar al fútbol se unen para disponer de un campo en los alrededores de La Vaguada. Alquilan terrenos por horas. Inicialmente crean un equipo de alevines, y luego, según van cumpliendo años, equipos

de infantiles, cadetes y juveniles. En un determinado momento aprovechan la oportunidad de obtener la concesión de una parcela municipal destinada a actividades deportivas. Costeado con dinero de su bolsillo, los padres realizan obras para acondicionarlo como campo de fútbol, construyen un vestuario y una cancha de baloncesto. El presidente del club, Joaquín González, un buen gestor, llega a un acuerdo con el Real Madrid para que encamine al club chavales que ha descartado tras el periodo de prueba. Con esa y otras iniciativas, la Agrupación Deportiva y Cultural Adarve empieza a despegar deportivamente.

En la misma zona otro grupo de padres había formado la Unión Deportiva Barrio del Pilar, donde se habían integrado diversos grupos de fútbol base. “Nos dimos cuenta de que para salir adelante nos interesaba ser más grandes, más fuertes, y decidimos integrarnos en el Adarve. Así nació el Unión Adarve”, relata su presidente desde hace seis años, Luis Gómez. Con la fusión pasan a gestionar dos campos de fútbol y cuentan con 400 jugadores. Duplicar su dimensión les da un gran impulso en lo deportivo. Los juveniles ascienden a la División de Honor -más tarde descienden y vuelven a ascender en la temporada 2016-2017-. Un equipo de barrio madrileño empieza a competir con jugadores de la cantera del Real Madrid, del Atlético o del Rayo Vallecano.

“Siempre hemos actuado de manera que los gastos se ajustasen a los ingresos. Hemos dirigido esto como si tuviésemos un pequeño comercio”, explica Luis Gómez.



Un club que cuenta hoy con 37 equipos, unos 700 jugadores, ha pasado de un presupuesto de 280.000 euros a presupuestar casi un millón

Todo eso se consigue con la gestión llevada a cabo por cuatro o cinco padres. “Es muy difícil conseguir que muchos padres se impliquen, porque por lo general para ellos lo único que importa es su hijo, no el club”, explica uno de los directivos. Pero la dedicación de estos al club, y su experiencia profesional, ha permitido que el proyecto deportivo prospere “sin deber un euro a nadie”. “Siempre hemos actuado de manera que los gastos se ajustasen a los ingresos. Hemos dirigido esto como si tuviésemos un pequeño comercio”, explica Luis Gómez. En el recorrido han declinado ofrecimientos de algún padre para aportar al club cantidades importantes de dinero porque “termina comprometiendo al club dado que la contrapartida suele ser tener que incluir siempre como titular a sus hijos”.

Un club deportivo es una entidad transversal socialmente, un colectivo donde hay niños que llegan a jugar en coche con chofer

y otros cuyas familias necesitan beca para pertenecer al club, y los directivos no quieren que el dinero de unos suponga discriminación deportiva para otros.

Los éxitos y la experiencia les ha permitido pasar de que el Real Madrid les regalase balones cuando captaba a sus mejores jugadores a que, por contrato, les compense económicamente cuando se lleva a alguno de los que destaca. Por supuesto, ni antes ni ahora hay argumento que retenga a un chaval en el club si le ha llamado uno de los grandes. Entre aficionados al fútbol eso se entiende, pero desde el punto de vista de la gestión eso requiere establecer compensaciones justas, que han conseguido.

Las personas que llevan el club actualmente siguen siendo cuatro o cinco padres, que se llevan muy bien. El crecimiento de la asociación, no solo en lo deportivo sino en el número de

familias que pagan cuotas, les ha llevado a emprender una profesionalización. Hacen contratos a los jugadores y a los técnicos, con el correspondiente pago de la cuota a la Seguridad Social, y para gestionar diversos servicios, como las transmisiones por televisión. Sus cuentas, nutridas básicamente por las cuotas de los asociados y desde hace poco por otros conceptos (publicidad, televisión, taquillas), están siendo auditados como paso previo para convertir el “club de padres en un club de accionistas”. Un club que cuenta hoy con 37 equipos, unos 700 jugadores, ha pasado de un presupuesto de 280.000 euros a presupuestar casi un millón y su primer equipo parece consolidarse en Segunda División B.

El emprendimiento para competir mejor, lograr más éxitos y dar cabida a chicos que llegan de todas las partes de la ciudad va a transformar el “pequeño comercio” en un “supermercado”.

Backcard: empresas con impacto, no todo son números

por Luis Garayalde/David Alonso/Alejandro Estevez

Estudiantes de la UCM y UPCO. Jóvenes emprendedores



BACKCARD

Backcard tiene como objetivo revolucionar el mundo del merchandising basáandonos en un modelo de negocio centrado en una constante innovación de productos

Tres amigos con una historia que contar. Entrevistamos a un joven emprendedor que nos cuenta cómo han llegado con la idea de revolucionar el mundo del merchandising. Especializados en personalización de productos para empresas y en proveer consultoría de merchandising, se dedican a llevar a las empresas a otro horizonte con productos innovadores y diseños exclusivos.

Pregunta: Buenos días Luis. Para empezar, ¿cuál es vuestra misión como emprendedores en el sector del merchandising?

Respuesta: ¡Buenos días! Backcard tiene como objetivo revolucionar el mundo del merchandising basáandonos en un modelo de negocio centrado en una constante innovación de productos. Para ello, todos nuestros productos se originan con un objetivo final en mente, maximizar el impacto de la empresa a través de sus herramientas de marketing.

¿Y vuestra visión del sector?

Entendemos que el merchandising tiene un potencial enorme cimentado en aumentar el nivel de exposición y alcance de cada empresa. El mundo del merchandising se ha vuelto simple y poco cambiante. Para transformar este sector, tendemos la mano al cliente con el objetivo de buscar los mejores productos para su negocio.

El sector estaba reclamando nuevas ideas, nuevas perspectivas. Nosotros llegamos al sector para ofrecer, a tiempo real y de manera personalizada, una transformación que cuestionara ese status quo.

Nos gustaría comprenderlos mejor, ¿Cómo explicarías tu negocio?

Nuestra empresa se divide en dos ramas distintas: Producto y Servicio. Por un lado está el cliente que tiene ya decidido el producto que quiere o conoce nuestros productos y sólo busca personalización y adaptación a un objetivo concreto. Por otro lado, desde Backcard ofrecemos un servicio de asesoría/consultoría para hacer campañas de merchandising dónde entra una labor de creación de producto para el cliente. Dentro de esta rama, nos dedicamos desde ser el soporte de marketing de personajes públicos o empresas hasta diseñar una estrategia de merchandising para un evento en particular.

Suena complejo, ¿esta idea ha ido evolucionando a lo largo de los dos años?

Es curioso, nosotros empezamos con una primera tirada de 1000 unidades para vender directamente al consumidor final. Claramente nos equivocamos y aún nos quedan unidades y unidades en los cajones de nuestras casas. Mi madre amenaza con tirárnoslos a la basura. Poco a poco, nos fuimos asentando como una empresa



de creación de productos donde nuestro cliente eran las empresas y hacíamos pedidos puntuales. En los últimos 6 meses, dada la buena evolución del negocio, nos hemos decidido a emprender en el sector de la asesoría y los servicios de merchandising. Para ello, hemos incorporado a una cuarta persona en nuestras filas con un carácter realmente creativo y rompedor.

Bueno, supongo que al final para evolucionar hay que crecer. ¿Actualmente que tipo de clientes atraéis?

No discriminamos. Hemos trabajado con todo tipo de empresas, desde empresas pequeñas al norte de España hasta grandes empresas como JP Morgan o AC Hoteles. Al final, nosotros buscamos clientes con ganas de innovar y que crean en el merchandising como método de impulso para su negocio.

¿Cómo hacéis para poder ser emprendedores y a la vez universitarios?

La realidad es que uno de nosotros, Alejandro, ya está trabajando y aún así es capaz de sacar las horas de donde no las hay. Al final, nosotros hemos tenido que sacrificar muchas noches de jueves con amigos o fines de semana fuera de Madrid por quedarnos a trabajar en este proyecto que tanto nos ilusiona. Aún me acuerdo una noche hace no tanto que nos tuvimos que quedar los tres hasta las cuatro de la mañana haciendo y pensando propuestas para varios clientes que habían aterrizado en Backcard a la vez. Al final la clave es ser ordenado, nosotros intentamos quedar todos los lunes de ocho

de la tarde a doce de la noche donde comentamos que tareas quedan por hacer, que clientes han venido nuevos, como avanzan los distintos frentes, y a la vez definir las distintas tareas que tenemos que realizar cada uno durante la semana. Despues, a lo largo de la semana cada uno trabajamos desde donde podemos, estando en constante contacto a través de Skype, facetime, llamada de cuatro o como se pueda según la circunstancia.

¿En cuanto a la parte social cómo os ha ayudado vuestro compromiso social a manejar una empresa?

Un poco lo que queremos dejar claro es que no todo son números. Todos los que formamos el proyecto tenemos algún tipo de background matemático/financiero. Sin embargo, nuestro objetivo social está como prioridad principal ante todo lo que hacemos, desde nuestras iniciativas de medio ambiente hasta donativos a labores sin ánimo de lucro. Por un lado, intentamos trabajar en un ambiente completamente verde, desde todo totalmente digital hasta un packcaging ecológico. Por otro lado, algunos de nuestros clientes son fundaciones sin ánimo de lucro que buscan nuevos productos que poder ofrecer para recaudar dinero. A su vez, nosotros vamos a lanzar una nueva iniciativa para 2019 donde, tras haber saneado nuestras cuentas, seamos capaces de destinar un 5% de nuestro beneficio anual a labores sociales en Madrid, y concretamente estamos estudiando algunas en Pozuelo.

Muchas Gracias Luis

¡Gracias a vosotros!

Nuestro objetivo social está como prioridad principal ante todo lo que hacemos, desde nuestras iniciativas de medio ambiente hasta donativos a labores sin ánimo de lucro.

Una emprendedora de trece años

por **Natalia Palomera Saiz**

Estudiante. Joven emprendedora

Me llamo Natalia, tengo 17 años y soy española. Sin embargo, he vivido la mayor parte de mi vida fuera de España, así que mi aventura comienza en un colegio americano del sur de Georgia, en Estados Unidos, lo que se conoce como el sur profundo americano, una mezcla de improvisada “Trumplandia”, intolerante con los extranjeros, pero donde lo nuevo y original crea tendencia y el mercado es extensísimo. La repetición de “patrones”, son el pan nuestro de cada día y la originalidad es rarísima, por eso, cuando se me ocurre con trece años y viviendo en Atlanta, vender allí, pulseras que compraba en Madrid, comienzo sin planearlo, una aventura que aun hoy en día me entusiasma y me supone un gran reto.

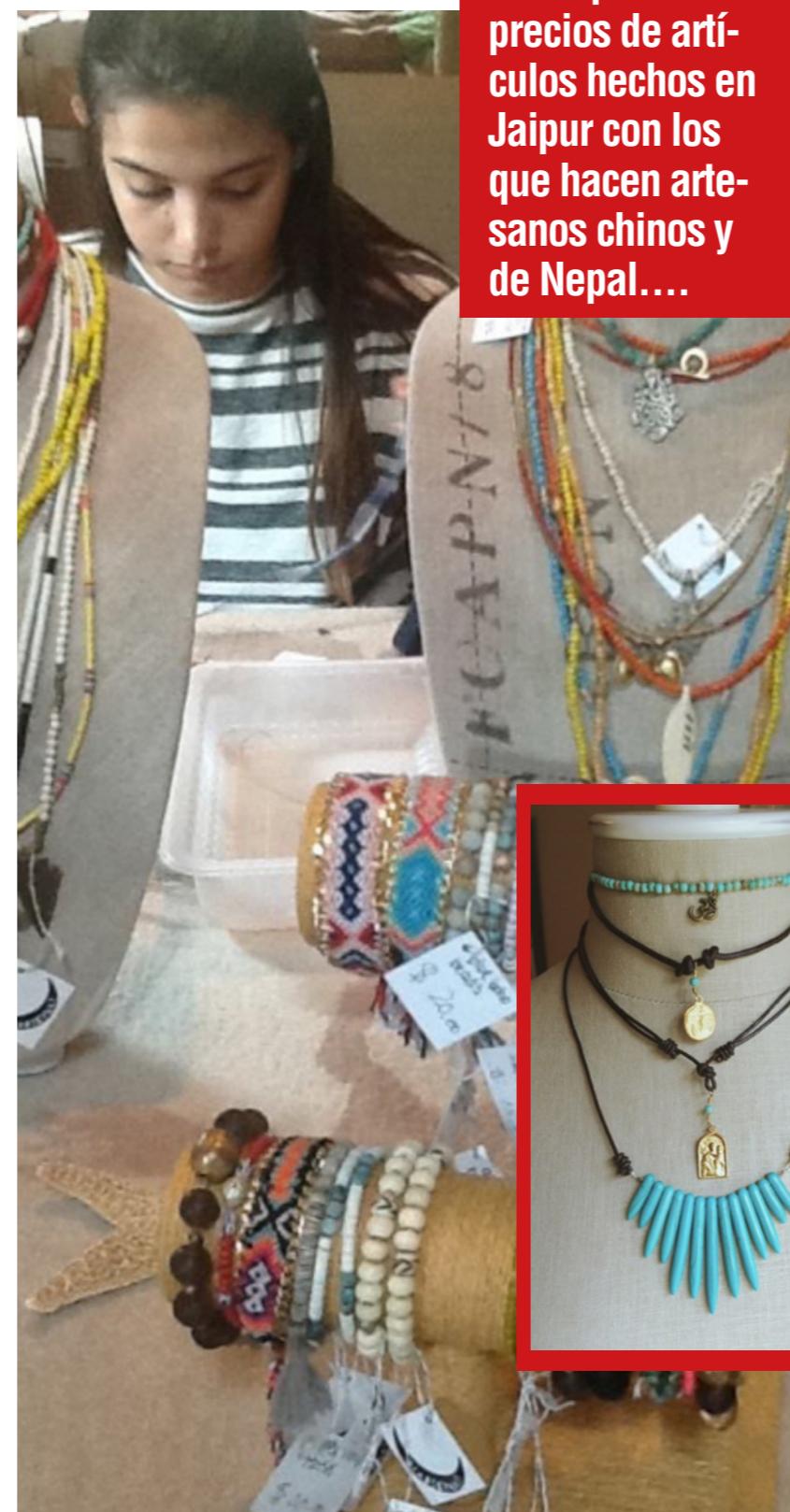
Las adolescentes americanas prácticamente no hacen otra cosa que seguir las tendencias que marcan sus actrices, cantantes o deportistas favoritos en las redes sociales, teniendo gran poder adquisitivo pues la gran mayoría de ellos, tiene pequeños trabajos bien remunerados desde bien jóvenes, ya sea cuidando niños más pequeños, cuidando mascotas, trabajando en supermercados y cafeterías....es una sociedad capitalista en la que se facilita la incorporación al trabajo y el emprendimiento desde muy temprana edad y así les va... por eso cuando mis pulseras, gargantillas y bisutería empiezan a tener éxito, me animo, y al

mismo tiempo trabajo sin descanso en mis ratos libres para montar mis creaciones y busco un logo que me identifique. Como uno de mis abalorios favoritos es la luna, esa es la figura que lleva el nombre de mi negocio y lo bautizo como “BEADSBYNAT”.

Ya no solo me proveo de materiales que compro en España, sino que busco en mercados asiáticos e indios.

Hay que innovar y esa curiosidad por encontrar proveedores de mis bolitas, adornos y cuentas....me lleva a comparar precios de artículos hechos en Jaipur con los que hacen artesanos chinos y de Nepal....siempre buscando la mejor relación entre calidad, originalidad y precio.

Con quince años y ganas de pasar el verano en España, se me ocurrió hacer caso a mi madre y antes de venir llevé toda mi colección a una tienda cuya política era: “ Dejar la mercancía en consigna”, formula que consiste en exponer lo que se desea vender hasta que el cliente lo compra....entonces, la tienda se queda con el 40%. Lo que nosotros llamaríamos despectivamente tienda de segunda mano. Muebles, obras de arte y ropa vintage fueron testigos de lo bien que se vendieron mis cosas.....Cual sería mi sorpresa, que a la vuelta de verano, la dueña de la tienda me recibe con una sonrisa enorme y me entrega ¡un cheque de 2000\$!, el primer capital de mi empresa BEADSBYNAT.



Hay que innovar y esa curiosidad por encontrar proveedores de mis bolitas, adornos y cuentas....me lleva a comparar precios de artículos hechos en Jaipur con los que hacen artesanos chinos y de Nepal....

Me fue muy bien, y gracias a mi Instagram, redes sociales, el boca a boca y varios rastillos o su versión americana llamada “trunk shows”, que son exposiciones en casas particulares invitando a familiares y amigos, cree una red de clientes asiduos que aun hoy en día me hacen encargos y compras desde Atlanta.

Llega la hora de mudarnos y para mí es una situación de optimismo... A expandir mercado...” lo que no sabía es que cada estado americano, es un mundo....no funcionan igual... Una vez instalada en Miami, la capital de Latinoamérica, había que empezar de cero....así que dicho y hecho, mi cómplice madre rompía el hielo en cada tienda y yo hacía el resto, me presentaba y muestrario en mano conseguí que expusieran mi colección en varias tiendas. Siempre aprendí de cada toma de contacto con los empresarios de esas tiendas de moda y regalos. Me aconsejaban desde la experiencia, en una ciudad llena de diseñadores y artistas...fue una experiencia maravillosa.

Y llego la hora de volver a la patria... y con esa energía que saca uno de los grandes desafíos, dándome cuenta de que los mercados funcionan de forma

bien distinta a este lado del charco.... empecé una vez más en mi entorno del colegio en el último curso de bachillerato en Madrid, la generosidad de las amigas anfitrionas de mercadillos caseros, y cualquier oportunidad que surge, me permite empezar de nuevo el reto de abrir mercado en Madrid. No es fácil, ya que aquí la competencia es mucha, pero amplio mis diseños a bolsos personalizados con las iniciales de cada cliente. ¡Un éxito!.

Siempre he pensado que en España hay más talento que inversión y que en Estados Unidos hay más inversión que talento, pero allá se incentiva el emprendimiento y se ayuda al trabajador autónomo como no ocurre aquí. Mi vocación empresarial me ha llevado a matricularme en CUNEF, en la especialidad de Administración de empresas y Data Science.

Nunca les estaré suficientemente agradecida a todas las amigas que han hecho de modelos para fotografiar mis creaciones, a quienes me han dado consejos profesionales, y a mi querida madre que siempre me ha apoyado incansable en mi emprendimiento. No hay límites, solo ilusiones que nos guían, constancia y trabajo duro.



Kilo solidario en un colegio de Pozuelo

por **Inmaculada Herranz**
Enfermera. Residente en Pozuelo

Siempre, bueno desde que yo llevo en contacto con Pozuelo, 27 años, se ha distinguido por ser un municipio muy bien dotado en asistencia y ha disfrutado de muy buenos servicios, con un nivel económico y educativo por encima de el resto de los municipios. Su labor solidaria ha existido también desde hace mucho tiempo con alto grado de ayuda y colaboración.

En el centro educativo en el que trabajo, se empezó en el curso 2013, con la operación "Kilo solidario" se estableció con una frecuencia mensual la recogida de alimentos variados, pensados para que nos llegasen desde judías, hasta gel, latas de conserva y galletas, pañales. Las familias a las que sin avisar les había sorprendido la crisis, necesitaban lo mismo que hacía unos meses, cuando nadie presagiaba que ellos tendrían que pasar por unas circunstancias tan adversas.

Todo el mundo lo vio como necesario, y lo acogió como ayuda fundamental el formar parte activa en poder hacer que familias, incluso cercanas se vieran en situaciones de dificultad.

Recuerdo que fue un año en el que poco a poco fueron surgiendo cada vez mas organizaciones que nos recordaban como era necesario que alimentos básicos, llegaran a las des-

pensas de amigos y conocidos a los que a veces ni siguiéramos sabíamos de esas necesidades y eran otros los que les hacían llegar lo más básico.

También para nosotros era básico que todos tomásemos conciencia de que la fortuna de estar aquí, de estar en Pozuelo, son circunstancias de la vida en la que muchas veces, uno no tiene la posibilidad de elegir, pero sí que podemos elegir, formar en valores a los que tenemos cerca, a los que tenemos para educar, para que siempre que vean una necesidad a la que puedan prestar apoyo, sientan el impulso de hacerlo. Unas veces será comida como en este caso, otras veces, será compañía, otras, silencio mientras se camina al lado de un amigo contándonos sus preocupaciones, aunque nos parezca que las nuestras son mucho mayores.

La solidaridad, está siempre en nuestro entorno, y esa debe de ser una de las principales metas en la trasmisión a nuestros jóvenes

, el que podamos ayudar a los demás en aquello que podemos no es más que repartir talentos que tenemos entre otros que los necesitan, así como recibir de buen grado aquellos que nos brindan los demás.

Esta acción de la recogida del "kilo Solidario" se lleva repitiendo por los alumnos y las familias has-

ta la actualidad, pero según se van viendo las carreteras más llenas en los puentes y la información de los telediarios nos dicen que los hoteles están llenos, nos vamos olvidando que sigue habiendo mucha gente, que carece de mucho de lo que a nosotros nos sobra, es por eso, que este año antes de comenzar con la campaña que sigue siendo necesaria, hicimos una estadística para ver como estábamos, en qué punto habíamos comenzado y como habíamos terminado el año anterior. Fue, un jarro de agua fría. En estos cinco años, se había reducido la sensación de necesidad en un 50%. Comenzamos en 2013 recogiendo 14273 kilos ese año y el pasado, 7749 kilos.

¿Es real que la mitad de las familias a las que ayudábamos, ya están sin necesitar esta?

Desafortunadamente, creo que no, algunas, se habrán podido recuperar, pero otras, siguen necesitando si no tanta ayuda, si algo para que puedan continuar con el día a día. La solidaridad, existe, pero va ligada a la visión de la necesidad en toda su crudeza, y es duro comprobar que para concienciar ahora de la necesidad el esfuerzo sea el doble, obteniendo la mitad.

Las personas que de una forma u otra tienen relación con este pueblo, tienen que tener la certeza, que la solidaridad y el sentir que la ayuda



a los demás no siempre es algo que uno pueda prever, o que siempre se da por razones que uno se busca.

Se vio muy claramente cuando llegó digamos la primera crisis que nadie esperaba, y muchas familias, se vieron al amparo como tantas veces, de la familia, y de todos los que formamos el núcleo de alrededor, que viendo que faltaba en muchas casas alimentos de primera necesidad, se pusieron a formar núcleos de ayuda, fundaciones, ONG que estaban destinadas a recoger y repartir alimentos a familias que se habían visto sorprendidas por una situación inesperada.

La solidaridad en momentos importantes de carencias, es lo que hace que tanto el da como el que recibe, se vean reforzados por pertenecer a esa gran familia, que todos los que nos relacionamos con Pozuelo y desde Pozuelo, sabemos que nos vincula a formar una unidad, y de esta forma, nos sentimos protegidos por un paraguas de acogida, de respeto y de ayuda, en el que caminamos, unas veces, llevando la dirección en la caminar, otras tapan-

do de la lluvia a otros para que se mojen lo menos posible, y en otras ocasiones siendo los que necesitamos de los otros, dejando que nos den fuerza y empuje.

La memoria humana, es débil, y muchas veces, la historia tiende a repetirse si no se ponen soluciones duraderas, seguimos con la recogida, porque sigue siendo necesaria, y seguiremos fomentando el voluntariado, porque ojalá deje de ser tan importante el conseguir alimentos, pero el voluntariado tiene que enraizar en todos para cualquier situación que pueda darse, siendo capaces de trabajas de forma proactiva para que los demás, puedan tener situaciones mas favorables, si de nosotros depende.

Sigamos dando importancia a la educación en valores, a trasmisir la importancia de dedicar tiempo a los que lo necesitan, de pensar que es lo que puede necesitar material o no, el que esta pasando por un momento difícil. Eso, nadie nos lo va a poder quitar, la felicidad de saber que estamos dando lo mejor de cada uno, para hacer un poco mas felices a otros. Siendo nosotros los primeros y mayores beneficiados.

La solidaridad, existe, pero va ligada a la visión de la necesidad en toda su crudeza, y es duro comprobar que para concienciar ahora de la necesidad el esfuerzo sea el doble, obteniendo la mitad

Fundación Caná

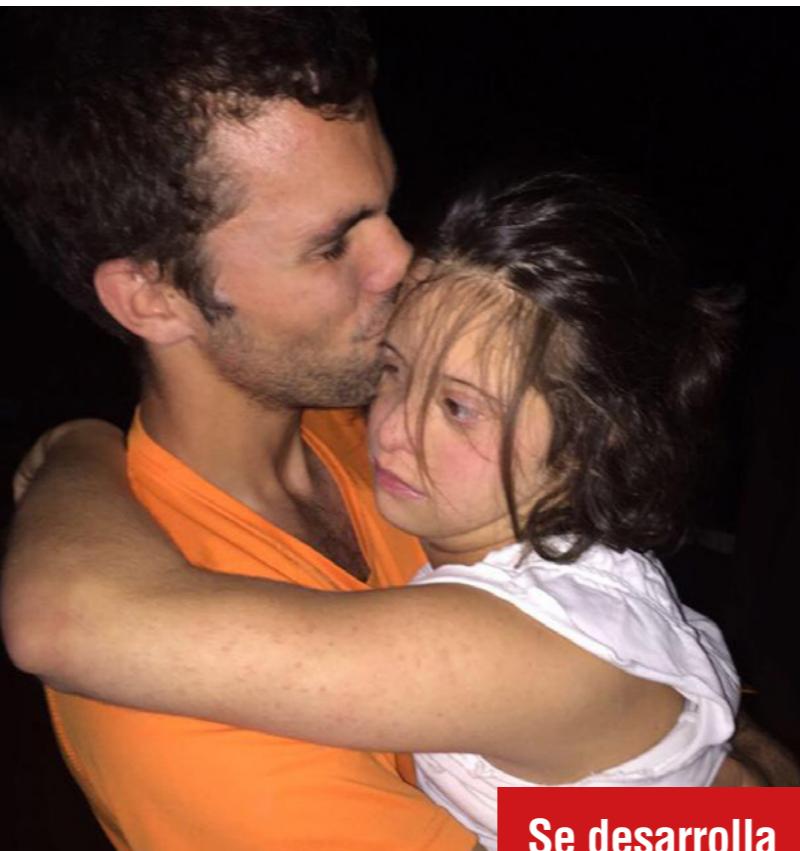
por Marian Rubiato
Economista. Residente en Pozuelo

En este artículo mi principal interés es dar a conocer la historia y la actividad que realiza la Fundación Caná, una institución para la que solo tengo palabras de elogio, admiración y agradecimiento y que conocí cuando comencé como voluntaria hace 2 años.

En un principio se creó la Asociación civil Adipo hace 16 años. Fue fundada por una persona cuyos hijos tenían necesidades especiales y comenzaron a llevar a cabo actividades los fines de semana. Con el paso de los años iba creciendo y eran más las personas que solicitaban entrar en ella. Se comenzaron a realizar talleres terapéuticos, de formación y campamentos, para estos niños con 2 personas como únicos trabajadores y utilizaban las instalaciones de Santa María de Caná.

En 2016 el párroco de Santa María de Caná solicitó al obispado la creación de una fundación religiosa gestionada por un Patronato con el fin de ampliar el número de integrantes, y variedad de las actividades a realizar.

En la actualidad ya son 98 personas las que pertenecen a la Fundación Caná de entre 10 y 50 años con un abanico de necesidades muy dispar. Son personas limitadas intelectualmente pero que a su vez pueden no tener ninguna limitación física o ser completamente dependientes físicamente.



El propósito de esta nueva Fundación era conseguir que estas personas a las que es muy difícil hacer amigos por su cuenta, supieran relacionarse con otras y crear un ambiente para realizar unas actividades de ocio inclusivo. Se desarrolla un taller de habilidades sociales para hacerles autónomos y que sepan manejarse en su vida cotidiana, por ejemplo; comunicarse con terceras personas, ayudar en sus casas, que sepan utilizar la red de transporte público, que sepan ir a un comercio y que puedan pagar. Dentro de este programa se organizan con ellos salidas todos los fines de semana y campamentos de verano. Existen

Se desarrolla un taller de habilidades sociales para hacerles autónomos y que sepan manejarse en su vida cotidiana



talleres de habilidades laborales, para que en un momento determinado puedan integrarse en el mercado de trabajo acorde con su capacitación, pero para eso se necesita la colaboración de empresas y esa es una de las metas más difíciles para ellos. Es muy importante para la Fundación inculcar valores, respeto, empatía, paciencia, compañerismo etc. durante el desarrollo de las actividades y que ellos se sientan amigos y compañeros.

Además de a los miembros de la Fundación se atiende también a personas de otras fundaciones, unas 80 en los talleres que se ofrecen entre semana y que a parte de los nombrados anteriormente son muy diversos, entre ellos hay informática, costura, dibujo, musicoterapia, teatro, expresión

y movimiento, zumba... se va a crear un nuevo taller de terapia con perros en un centro especializado ya que está demostrado que ayuda mucho a personas con discapacidades intelectuales a mejorar su autoestima, a relajarse, a mejorar el estado de ánimo, a desarrollar el sentido de orientación y a mejorar las relaciones sociales.

Como ya he comentado, el abanico de discapacidades, edades e intereses es muy variado por lo que los encargados de la Fundación Caná son los responsables de hacer grupos para talleres y excursiones que sean homogéneos. La gestión diaria de la Fundación depende de una directora Reyes Hernández, una trabajadora social Patricia Sanz, los educadores Ismael Solá (profesor) y Rocío Salgado ■■■

La Asociación civil Adipo hace 16 años.
Fue fundada por una persona cuyos hijos tenían necesidades especiales y comenzaron a llevar a cabo actividades los fines de semana.

(pedagoga) y otras 8 profesoras para los diferentes talleres y 3 voluntarios. Al ser un ámbito de trabajo muy delicado se pone especial interés en que los profesores sean personas de confianza, con valores y sensibles ante los problemas que se presentan en el día a día.

El mayor proyecto que aspira la Fundación Caná llevar a cabo es la creación de un espacio destinado a “centro de día” en Pozuelo de Alarcón.

En la actualidad la mayoría de los niños que viven en residencias cuando cumplen 21 años tienen que irse de las mismas. En pocos casos hay alguna fundación que tiene su propio centro de día y acogen solo a los niños de sus residencias, con los que llevan trabajando desde que son menores. La solución es enviarlos a sus casas en las que en la mayoría de los casos lo único que hacen es estar allí, sin realizar actividades y sin compañeros, viendo televisión y poco más.

La creación de este proyecto surge como consecuencia de la obligación que sienten los miembros de la Fundación Caná de dar salida a niños, con los que llevan 10-15 años trabajando. Se pretende darles un nivel de asistencia total para que desarrollen en todo lo que puedan su autonomía (lavarse, vestirse, comer...), seguir ayudándoles a relacionarse con sus compañeros, motivándoles, realizando con ellos actividades que supongan un reto diario.

Por todo lo explicado anteriormente la Fundación Caná tiene unos recursos económicos muy limitados, las familias de los miembros pagan 45€ al mes con lo que no cubre ni el 40% de los gastos que se generan, algunas empresas colaboran puntualmente como Ramstad, que un año ofreció 10.000€ que se destinaron íntegramente para la for-



mación laboral de 12 chicos, pero la incertidumbre económica con la que convive la Fundación hace muy difícil que pueda involucrarse en nuevos proyectos y en algún caso cubrir sus gastos mensuales.

Para ellos la mejor solución sería conseguir que particulares y empresas hicieran aportaciones mensuales, trimestrales o anuales generales o asignadas a un proyecto en concreto, pero continuadas y desde aquí animo a los lectores para que se acerquen a la parroquia de Santa María de Caná a conocer e interesarse por la labor tan maravillosa que hacen los que allí trabajan y ver como todas estas personas con necesidades especiales disfrutan en sus talleres y se sienten arropados, protegidos y felices, porque esa salida que hacen esa tarde o ese fin de semana es de los mejores planes que tienen en su día a día. Os insto que entréis en la página web de la Fundación www.fundacioncana.org y que os hagáis socios colaboradores.

Y desde aquí a animo a los lectores para que se acerquen a la parroquia de Santa María de Caná a conocer e interesarse por la labor tan maravillosa que hacen los que allí trabajan

Inversión de Impacto. Sin complejos

por **Mercedes Azpiroz**

Directora de Relación con Inversores de Magallanes value Investors. Residente en Pozuelo

En 2015, la ONU aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una oportunidad “para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás”. El cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) requiere según estimaciones de la ONU una inversión anual en sectores estratégicos de entre 3.3 y 4.5 billones de dólares, muy por encima de los compromisos de los estados y las aportaciones de las ONGs. A pesar de la creciente concienciación de los gobiernos, las empresas y los individuos con lo que representan los ODS – eliminación de la pobreza, combatir el cambio climático, educación, igualdad de la mujer, medio ambiente... -

la contribución de los estados y la filantropía son insuficientes e ineficientes. La visibilidad de estos problemas ha generado una mayor exigencia de compromiso e implicación a los gobiernos, las empresas y a los propios individuos, ante la cual la industria de las inversiones no puede quedar al margen. El Papa Francisco creó en 2014 un grupo de trabajo para hacer más fuerte la alianza de la Iglesia con la inversión de impacto, la cual considera una forma innovadora de invertir porque supone la conexión entre ganancia y solidaridad y tiene repercusiones positivas a nivel de comunidades locales en acceso a la energía, formación y creación de empleo. Reclama que la ética desempeñe de nuevo su debido papel en el mundo de las finanzas y los mercados para servir a los

intereses de los pueblos y el bien común de la humanidad y urge a los gobiernos de todo el mundo a que desarrollen el marco internacional adecuado que favorezca la inversión de impacto en pos de una economía inclusiva.

La actividad inversora debe orientarse por tanto a la obtención de beneficios no solamente económicos, sino también sociales. Es necesario superar la mentalidad imperante de que los problemas sociales sólo se resuelven mediante donaciones y la intervención del estado.

Y, ¿cuál es la relación entre la inversión de impacto y el emprendimiento social? El emprendedor social es el que crea la entidad social objeto de la inversión de impacto. El emprendimiento social es el sector que demanda inversión de impacto y la inversión de impacto busca sus empresas objetivo entre los emprendedores sociales. Un fortalecimiento del sector del emprendimiento social es necesario para que el número de entidades invertibles aumente en suficiente medida para atraer a los inversores.

El Papa Francisco creó en 2014 un grupo de trabajo para hacer más fuerte la alianza de la Iglesia con la inversión de impacto, la cual considera una forma innovadora de invertir



'Generation Spain' contra el desempleo juvenil

por Alvaro Salinas
Ingeniero del ICAI. Residente en Pozuelo

Actualmente, existen en el mundo 75 millones de jóvenes desempleados. Sí, el desempleo juvenil es un problema grave que afecta a un gran número de países en el mundo, siendo España uno de los exponentes donde este asunto es especialmente crítico.

El 80% lograron encontrar trabajo a los 3 meses de terminar el programa, de los cuales, 50% con contratos indefinidos.

En 2015, España, después de Grecia, lideraba el desempleo juvenil en Europa, con una tasa de desempleo juvenil del 50%. No obstante, según varios estudios, cuando se les preguntaba a las empresas sobre su bajo nivel de contrataciones, el 40% afirmaba que uno de los principales motivos detrás de ello se debía a la incapacidad de encontrar capacida-

des y conocimientos específicos para cubrir vacantes.

Para hacer frente a este paradigma, nació Generation Spain, una fundación sin ánimo de lucro fundada por la consultora McKinsey & Company, que busca apoyar a jóvenes desempleados y formarlos de manera gratuita para que desarrollem carreras profesionales sostenibles, y a la vez, proporcionar a las empresas con un talento altamente cualificado y motivado.

Para ello, Generation Spain diseña y desarrolla programas educativos, de entre 1 y 3 meses de duración, focalizados en una serie de áreas en las que ha identificado que



existe un gran interés por parte de las empresas españolas. Dichos programas se desarrollan en coordinación tanto de instituciones públicas, como es el caso de INCYDE o Red. es, como de empresas privadas como Unibail Rodamco, y cubren tanto temas digitales, como programación o robotización de procesos, como temas comerciales.

Desde su fundación, Generation Spain se ha extendido a 10 ciudades españolas, y ha logrado formar a +1400 jóvenes. De todos ellos, el 80% lograron encontrar trabajo a los 3 meses de terminar el programa, de los cuales, 50% con contratos indefinidos.

Sin duda alguna, el éxito cosechado por Generation Spain se debe a un enfoque integral a la formación. En primer lugar, Generation Spain se encarga de asegurar que los planes formativos resultan de interés para las empresas y de seleccionar a jóvenes motivados por aprender. Además, junto a los conocimientos técnicos impartidos, se da especial importan-

cia al desarrollo de comportamientos interpersonales y de liderazgo que son muy valoradas por los empleadores. Por último, tras el programa, mantienen un estrecho lazo con sus graduados, y realizan un gran apoyo en la búsqueda de empleo.

La gran labor social de Generation Spain, además de verse recompensada con sus increíbles cifras de inserción laboral, ha sido galardonada con distintos premios desde su lanzamiento, como el premio SERES por su valor para la sociedad y la empresa o el WISE Award, por su enfoque innovador para dar solución a retos educativos en el mundo.



Generation Spain se encarga de asegurar que los planes formativos resultan de interés para las empresas y de seleccionar a jóvenes motivados por aprender.



AMPARA
Asociación Madrileña Para la Ayuda
del Recluso Abandonado

Asociación Madrileña para la Ayuda del Recluso Abandonado

El verdadero alcance del Voluntariado Corporativo

— por Rosario Escudero, Gloria Martínez y María González. —
VOLUNTARIAS ASOCIACIÓN AMPARA

El voluntariado es el compromiso que adquiere una persona de forma libre y sin recibir ninguna contraprestación económica para colaborar con una entidad social.

Dentro de todas las formas de voluntariado, uno de los pilares fundamentales, actualmente, es el Voluntariado Corporativo (VC), que se define como el conjunto de actividades promovidas y apoyadas por una empresa, en las que sus empleados participan a través de la dedicación de su tiempo, capacidades y talento, en causas o en proyectos para organizaciones sin ánimo de lucro.

Las iniciativas de este tipo de voluntariado pueden ser de diversa índole. Aunque las sociales son las más habituales, también hay otras,

medioambientales, culturales, de cooperación internacional, etc.

Las empresas, mediante sus departamentos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o sus Fundaciones, se ponen en contacto con las ONG para buscar proyectos o programas en los que sus empleados puedan realizar el voluntariado conjuntamente. Estas acciones pueden ser de manera puntual o concretas, o actividades de forma continuada.

Estos proyectos conjuntos son beneficiosos tanto para las empresas y sus empleados, como para las ONG ya que, por un lado, fomentan la concienciación y la implicación del sector empresarial, que resulta principal y clave para el desarrollo del sistema global y so-



cial, y por otro, para las entidades sociales supone contar con voluntarios cualificados, así como ayuda económica tan necesaria en estos momentos de crisis.

Para entidades como la Asociación AMPARA, que se dedica a ayudar a hombres y mujeres privados de libertad, así como a los hijos de internas que están en los centros penitenciarios mientras que ellas cumplen su condena, y en general a menores en riesgo de exclusión social, el Voluntariado Corporativo ha sido uno de los impulsos más importantes de su andadura social.

Sin la ayuda de empresas como: Eulen, Mutua Madrileña, Telefónica, ADECCO, La Caixa, Allianz, UPS, entre otras; AMPARA no podría haber desarrollado sus programas: Padua, dirigido a internos e internas, y MALALA, enfocado en actividades con los menores.

Esto es solo un ejemplo del valor que tiene la implicación de las empresas en el Tercer Sector, hoy en día. Lo que empezó siendo un tímido acercamiento a las ONG, es ahora un procedimiento totalmente implantado y no podríamos imaginar una sociedad sin este tipo de voluntariado.

El Voluntariado Corporativo (VC) es el conjunto de actividades promovidas y apoyadas por una empresa, en las que sus empleados participan a través de la dedicación de su tiempo, capacidades y talento.



Los donantes anónimos

¿Alguna vez hemos pensado que podemos enfermar?

por Dra. Montserrat Portell Soriano

Residente en Pozuelo

Cuando tenemos buena salud esta pregunta nunca nos la planteamos pero cuando sentimos la punzada de la enfermedad, del dolor, de la preocupación por nuestra curación, que a veces nos obsesiona provocándonos insomnio... buscamos por todos los medios la forma de curarnos.

Muchas veces las distintas patologías que sufrimos nosotros o nuestros seres queridos, son tan importantes que producen un fallo orgánico o multiorgánico que nos

puede obligar a estar conectados a una máquina de por vida o provocarnos la muerte y sólo un trasplante nos puede salvar.

Por mi profesión he visto a pacientes en situaciones muy crítica: accidentes de tráfico, ictus, paradas cardiacas... y en esos momentos tan duros he visto a familias generosas que no dudan en ofrecer los órganos de sus familiares para dar vida a quien está a punto de perderla. Estas personas son altruistas y solidarias y a pesar de estar sumidas en un dolor

enorme por sus seres queridos, tienen la serenidad de donar, en esos momentos tan difíciles y dolorosos, los órganos de sus familiares para dar una vida mejor a un enfermo que se encuentra en lista de espera para la recepción de un trasplante. Otras personas son capaces de donar uno de sus riñones, en vida, para cederlo a un familiar enfermo que lo necesita. Otras explican a sus familias el deseo de donar en el momento de su fallecimiento. Otras personas donan su sangre con regularidad para ayudar a los demás.

El último informe del Ministerio de Sanidad y Consumo en relación a la actividad de la Organización Nacional de Trasplantes (ONT), refiere que en 2017 España vuelve a ser líder mundial en donación y trasplantes con un nuevo record con 2.183 donantes (46,9 donantes por millón de población) y 5.261 trasplantes (+9,1% en 2017). Estos datos suponen según la ONT 6 donantes y 14 trasplantes diarios. En los últimos 3 años, la donación se ha incrementado en un 30% (+8,1% en 2017) y España es líder mundial durante 26 años consecutivos.

En cuanto al Plan Nacional de Médula también ha sido un record ya que se registraron en 2017 casi 80.000 nuevos donantes de médula (+196%). El ritmo de incorporación de nuevos donantes de médula ósea ha alcanzado una media de 220 nuevos donantes por día. Con estas donaciones muchos pacientes que necesitan un trasplante de médula ósea pueden curarse.

La donación de sangre es muy importante también, ya que una sola donación puede salvar tres vidas. No supone ningún esfuerzo para el donante ya que se realiza en condiciones muy cómodas y gracias a esa donación se puede salvar la vida de muchas personas: la parturienta que ha padecido una hemorragia en el parto, el chico que ha tenido un traumatismo con su moto con heridas importantes sanguíneas, el paciente con una hemorragia digestiva, los pacientes onco-hematológicos, los pacientes hemofílicos que necesitan transfundirse factores de coagulación y sólo se pueden conseguir a través de la sangre, los trasplantes en los niños o los trasplantes hepáticos... tantos y tantos pacientes que se pueden beneficiar de esa transfusión y pueden seguir viviendo...

James Harrison de 81 años ostenta el record Guinness en donación de sangre. Durante 60 años ha donado

sangre 1173 veces y ha salvado la vida de 2.4 millones de bebés, ya que su sangre presenta un anticuerpo poco frecuente que evita malformaciones fetales en bebés que carecen de él.

En el mundo se realizan 112,5 millones de donaciones de sangre cada año, y a pesar de este dato, a veces existe escasez. En la Comunidad de Madrid, por ejemplo, se necesitan cada día 900 donaciones de sangre para cubrir las necesidades de los pacientes en los hospitales.

Con estas palabras quiero hacer un homenaje a todos los donantes anónimos de órganos, de sangre, de médula... Son personas generosas y desconocidas que con su gesto consiguen insuflar vida con su propia vida. Son personas que en la sombra contribuyen a hacer un mundo mejor y más solidario.

Muchos de estos donantes son pozueleros y quiero animar con este artículo al resto de los habitantes de Pozuelo para que se dejen contagiar de este gesto solidario, porque al donar sangre u órganos conseguimos dar vida a quien lo necesita y porque todavía hay muchos pacientes enfermos de corazón, riñón, hígado, páncreas... en lista de espera para recibir ese soplo de vida que solo nosotros les podemos dar. Seamos donantes, regalemos vida!!!

Porque al donar sangre u órganos conseguimos dar vida a quien lo necesita y porque todavía hay muchos pacientes enfermos de corazón, riñón, hígado, páncreas...





“Tabasamu”, sonrisa en ksuahilli

¿Alguna vez habéis deseado tanto algo que al final se ha hecho realidad?

por **Carlota y Asis**

Jóvenes emprendedoras

Esto es exactamente lo que nos pasó a nosotros. Creamos TABASAMU. Somos Carlota y Asis, dos personas con un mismo sueño, que tras mucho esfuerzo, ha cobrado vida.

Tabasamu es una empresa social, surgió a raíz de un voluntariado en África, concretamente en Nairobi (Kenya) e Iringa (Tanzania).

Lo primero que te choca nada más llegar al gran continente, es

la diversidad de situaciones que puedes encontrar, pero sobre todo las sonrisas, no importa de la clase social que seas, de lo mucho que tengas, en cuanto a posesiones o a cantidad de dinero, lo importante para ellos es ser felices, sonreír cada día y dar gracias por lo que tienen; por ello a este sueño lo llamamos “Tabasamu”, sonrisa en ksuahilli.

No era la primera vez que íbamos de voluntariado por lo que teníamos claro nuestro objetivo, ayudar a las personas que más lo necesiten por tiempo indefinido.

Para nosotros, el sector más delicado era la mujer, en concreto las mujeres del centro social en el que ayudamos en Iringa, tras mucho insistir, muchas decepciones y quebraderos de cabeza, surgió la idea, una marca de complementos africanos.

El día antes de irnos cogimos dos maquinas de coser de unos grandes almacenes y nos lanzamos a la aventura, llegamos a Iringa con tan solo diez días de margen de trabajo, por lo que todo fue a contrarreloj, las madres con las que trabajamos, cinco en concreto, estaban encantadas, formábamos un equipo brutal.

La idea de este proyecto es el empoderamiento de la mujer, queremos darlas la posibilidad de sacar a la luz toda su creatividad a través de los productos que ellas mismas realizan a mano, por ello, estos, están diseñados tanto como por nosotros como por ellas. Queremos que todas ellas tengan independencia económica suficiente como para poder mantener a sus hijos, ya que muchas de ellas no tienen maridos ni ninguna otra fuente de ingresos; además también tenemos a dos madres disca-

Creemos que si tienes un sueño hay que perseguirlo, y como dijo alguien que nos ayudó mucho, el cementerio esta lleno de soñadores, si creéis en ello a por ello.



pacitadas, lo que les impedía entrar en el mercado laboral africano de acuerdo a sus necesidades.

Tenemos muy claro que otro de los objetivos es que ellas salgan adelante con su propia empresa, que sepan que es ser dueñas de su propio trabajo y que obtengan grandes responsabilidades, de tal manera que sepan lo que valen, que tengan confianza en ellas mismas y que sepan que con esfuerzo y dedicación se puede todo.

Pero Tabasamu, no se queda aquí, queremos crecer y poder ayudar a la mayor cantidad de personas posibles, por ello, un 12% del precio de cada producto va destinado a un nuevo proyecto, con el objetivo de hacer de este mundo algo mejor.

Además algo que nos ayudó 100% fue presentarnos al Social Weekend que organiza Enviroo en nuestra

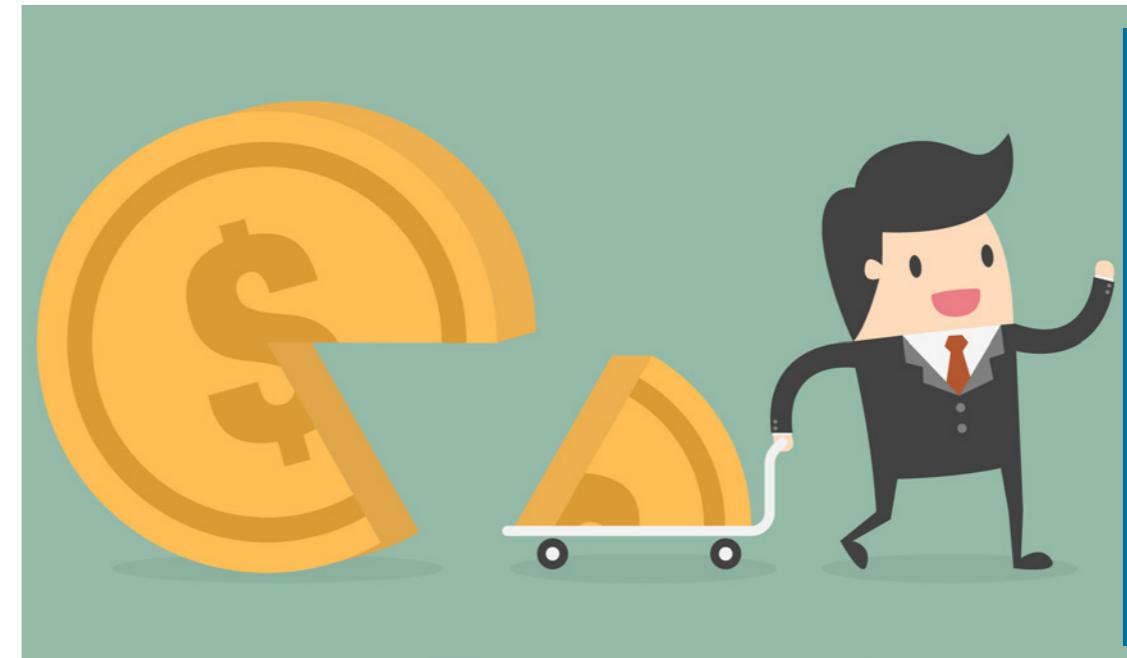
ciudad, Valladolid.

Íbamos con la intención de coger ideas, de que nos orientaran un poco y nos pudieran ayudar con algunas nociones básicas, pero para nuestra sorpresa, nuestra idea de Tabasamu gustó, y gustó tanto que ganamos el concurso; nos ayudó mucho, aprendimos, salimos con más ilusión de la que entramos y lo más importante con más confianza en nosotros mismos.

Fue ahí donde de verdad se nos quitó el miedo y vimos más claro el camino a seguir.

No os vamos a decir que ha sido o es fácil emprender, para nada, pero creemos que si tienes un sueño hay que perseguirlo, y como dijo alguien que nos ayudó mucho, el cementerio está lleno de soñadores, si creéis en ello a por ello.

Todos los productos son hechos a mano por mujeres de familias en riesgo de exclusión social, con pasión por la costura y sobre todo por trabajar y sentirse útiles. Desarrollan su creatividad y adquieren cierta independencia económica



Se han realizado varios estudios que demuestran que la formación mejora la efectividad de los microcréditos.

Las TICs clave para las Microfinanzas

por Pilar López Sánchez
Profesora Universidad Francisco de Vitoria

Se ha escrito mucho sobre microcréditos en los últimos años. Existen opiniones divergentes sobre la efectividad de este instrumento como motor de reducción de la pobreza extrema pero muchos autores destacan la formación como factor clave en la mejora del impacto.

Los trabajos de investigación se están polarizando y las conclusiones son variadas. Por un lado, los detractores de los microcréditos resaltan los altos tipos de intereses y altos costes de transacción. Este enfoque considera que los servicios financieros son el objetivo principal de las entidades de microfinanzas. Por otro lado, los defensores de los mismos valoran adicionalmente aspectos cualitativos como el empoderamiento de la mujer, la formación

y la mejora de aspectos sociales que transciende al entorno inmediato de los prestamistas. Se han realizado varios estudios que demuestran que la formación mejora la efectividad de los microcréditos. Estos estudios comparan micro-empresarios que han recibido micro-créditos pero no formación y los que han recibido también formación obteniendo conclusiones muy interesantes.

Adicionalmente el entorno y las tecnologías de información y comunicaciones (TICs) han cambiado drásticamente desde que Mohamed Yunus comenzó el primer programa de microcréditos en su Bangladesh natal en el año 1974. La tecnología ha irrumpido en todos los hogares, incluso en los lugares más recónditos dando una oportunidad de mejorar el ámbito

Verdad y emoción

por Elena Diego

Los dos modos de escritura –poesía de creación y poesía de expresión- de la poesía de Gerardo Diego, tema prolíjamente estudiado, nacen de una única y verdadera emoción poética. En la intención del poeta no hay doblez ni disimulo, todo nace del corazón, de la verdad más íntima.

La emoción más honda y personal está latiendo en todos sus poemas. Así nos lo afirma en su “Autorretrato” *



“Autorretrato”

*Podéis tocar con las manos
mi conciencia.
Gozar podéis con los ojos
-negro y sepia-
los colores y las tintas
de mis penas.
Y eso que os roza el labio,
bruma o seda,
es mi amor -flores o pájaros
que revuelan-
mis amores, criaturas
libres, sueltas.*

*Todo lo que fuera duerme
queda o pasa,
todo lo que huele o sabe,
toca o canta,
conmigo se ha hecho
viva entraña,
víscera, oscura y distinta,
sueño y alma.
Si pudierais traspasarme
os pasmaríais.
Todo está aquí, aquí dormido.
Dibujada
lleo en mi sangre y mi cuerpo
cuerpo y sangre de mi patria.*

*Luces y luces de cielo,
cosas santas.
Todo lo que está aquí dentro
fuera estaba.
Todo lo que estaba ahí fuera
dentro calca.
El universo infinito
me enmaraña;
auscultadme, soy su cárcel
sin ventanas.*

*Escuchadme, dentro, fuera,
donde os plazca.
Mis más íntimos secretos
por el aire los pregonan
y los cantan.*



**En los años 20 y 30,
sus tempranos viajes
a París, luego a
Argentina y Filipinas le
habían abierto nuevos
y decisivos horizontes
artísticos y humanos.**

emolumentos con conferencias, recitales poéticos y conferencias-concierto por instituciones culturales de España entera y, cuando era posible en años de aislamiento internacional, en viajes por el extranjero. Dejaron en sus versos y en su prosa honda huella.

Los “más íntimos secretos” que sus versos “pregonan y cantan” no son sólo “conciencia”, “penas”, intimidades psicológicas, hay también una total y misteriosa ósmosis del alma con el mundo, con la creación toda, con su pasado y su presente, con su historia y su geografía, con lo tangible y lo invisible. Particularmente con lo más cercano, la propia patria. “Dibujada/ llevo en mi sangre y mi cuerpo/ cuerpo y sangre de mi patria”.

Nos sorprendió, en la solemne y festiva celebración del Centenario de su nacimiento en 1996, en el que la participación de Pozuelo de Alarcón fue decisiva, la respuesta tan efusiva de tierras de toda nuestra geografía. Se sentían certeramente “dibujadas” en sus versos, íntimamente comprendidas por quien fue viajero asiduo por todas ellas y dejó libros enteros a ellas dedicados así como tantos poemas a amigos queridos de aquellos lugares.

Fueron incontables sus viajes por España, en tren la mayoría, en aquellos trenes renqueantes, humeantes. El poeta, ya padre de familia numerosa, tenía que redondear sus escasos

Ciertamente en aquellos viajes, cansados e incómodos, los amigos que esperaban, los paisajes que se descubrían, las visitas a tantos y tan hermosos pueblos y ciudades de nuestra geografía compensaban al viajero y enriquecían anímicamente al poeta. Se hacían “luces y luces de cielo/ cosas santas”.

Años atrás, en los años 20 y 30, sus tempranos viajes a París, luego a Argentina y Filipinas le habían abierto nuevos y decisivos horizontes artísticos y humanos que dejaron honda huella en su vida y su obra.

“Dentro” y “fuera” se unen, se hacen “Viva entraña/ víscera, oscura y distinta/ sueño y alma” y el poeta “enmarañado” por el “universo infinito” es, si sabemos “auscultarle”, “su cárcel sin ventanas”.

Si sabemos “escucharle” descubriremos que sus “más íntimos secretos/ por el aire los pregonan/ y los cantan”

Aprender a sonreír

por Luis León Otero
director Colegio "Infanta Elena" de Pozuelo de Alarcón

En estos días, en los que solamente oímos hablar de tensiones, enfrentamientos, ruptura, desconexiones, declaraciones unilaterales, que hacen que nos veamos metidos en un cierto ambiente y clima de tristeza, queremos ofrecer una salida a esta situación y para ello nada mejor que sonreír, vamos a utilizar un arma poderosa:

LA SONRISA. De la sonrisa se han dicho muchas cosas:

- ⇒ La sonrisa cuesta menos que la electricidad y da más luz.
- ⇒ Una sonrisa significa mucho. Enriquece a quien la recibe; sin empobrecer a quien la ofrece.
- ⇒ Dura un segundo pero su recuerdo, a veces, nunca se borra.
- ⇒ Sonríe aunque sólo sea una sonrisa triste, porque más triste que la sonrisa triste, es la tristeza de no saber sonreír.
- ⇒ Una gran sonrisa es un bello rostro de gigante.

Si la contemplamos desde el punto fisiológico una sonrisa es una expresión facial formada al flexionar los 17 músculos cerca de los extremos de la boca, pero también alrededor de los ojos.

En los humanos, es una expresión común que refleja placer o entretenimiento, pero también puede ser una expresión involuntaria de ansiedad o de muchas otras emociones (ira, ironía, etc.). Varios estudios han demostrado que la sonrisa es una reacción normal a ciertos estímulos y ocurre independientemente de cuál sea la cultura, y tampoco es una reacción que uno aprenda, sino que se nace con ella: los niños que nacen ciegos sonríen desde un principio.

El sonreír no solo cambia la expresión de la cara, sino que también hace que el cerebro produzca endorfinas que reducen el dolor físico y emocional y provocan una sensación de bienestar.

¿Para qué podemos usamos la SONRISA?

● Para aumentar la confianza.

Una señal que sugiere que somos confiables es la sonrisa. Las sonrisas genuinas envían el mensaje a otras personas de que somos fiables y por eso pueden cooperar con nosotros. Las personas que sonríen son consideradas generosas y extrovertidas, y cuando otros comparten con ellas tienden a sonreír también. Un estudio encontró que una sonrisa puede incrementar la confianza en un 10%.

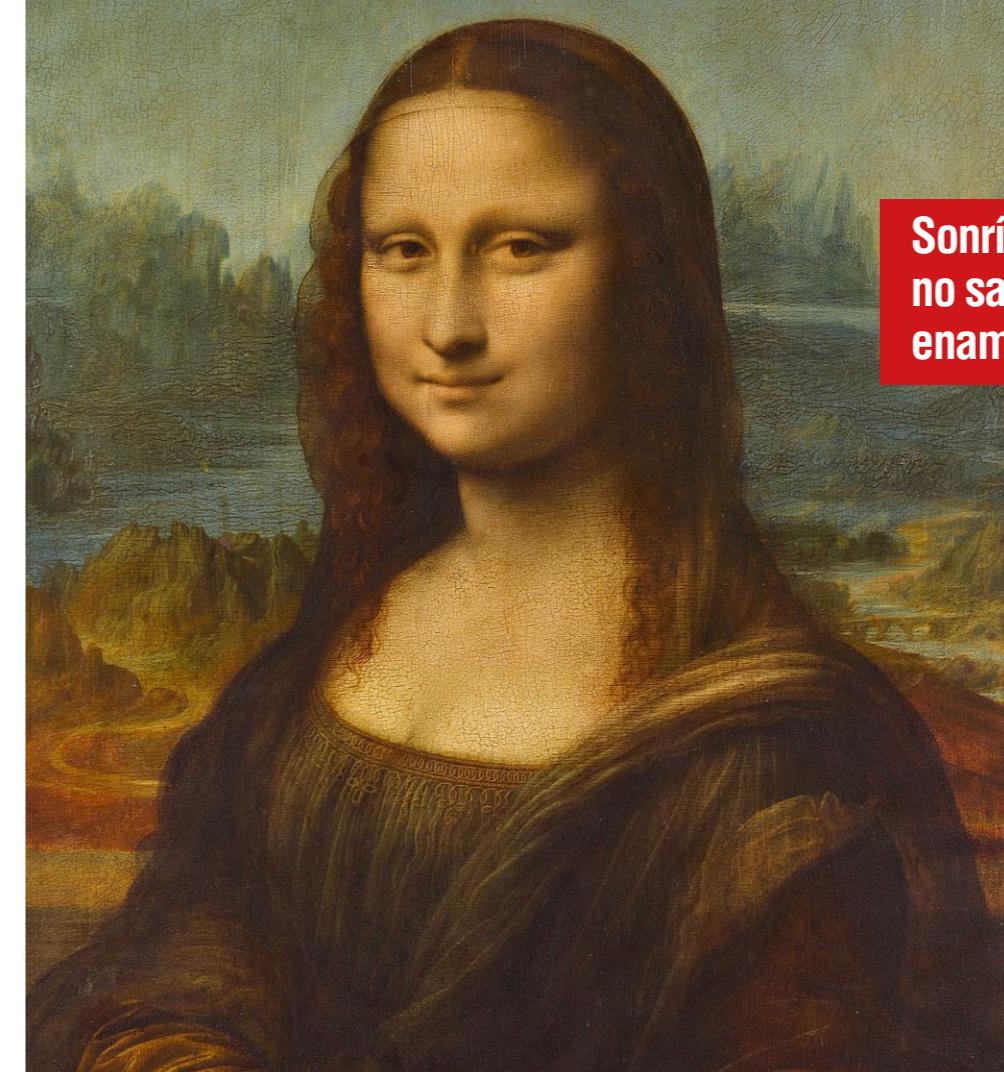
● Para alcanzar la indulgencia de los demás.

Cuando la gente hace cosas malas suele sonreír si son atrapadas. Somos más indulgentes con aquellos que han roto las reglas si sonríen después de hacerlo. No importa el tipo de sonrisa, todas funcionan para que no seamos tan duros con el transgresor.

Esto parece funcionar porque encontramos a aquellas personas que sonríen, después de hacer algo malo, más confiables que aquellas que no lo hacen.

● Para recuperarnos de errores sociales.

¿Olvidaste comprarle a tu pareja un regalo de aniversario o el nombre de un cliente importante? ¿Accidentalmente golpeaste a un niño? Si metiste la pata, la vergüenza es la emoción a representar. La sonrisa de vergüenza incluye mirar hacia abajo y a veces emitir una risita tonta. Esto está diseñado para producir empatía en los otros, los haga pensar menos en el error y te perdonen más rápido.



**Sonríe aunque estés triste
no sabes quién puede
enamorarse de tu sonrisa.**

No se sabe si parece sonreír o si es una sonrisa llena de amargura.

Margaret Livingstone, experta en percepción visual, desveló en el Congreso Europeo de Percepción Visual que se celebró en La Coruña que la enigmática sonrisa es “una ilusión que aparece y desaparece debido a la peculiar manera en que el ojo humano procesa las imágenes”. Livingstone señala además que los artistas llevan mucho más tiempo estudiando la percepción visual humana, que los mismos médicos especialistas en el tema.

El ojo humano tiene una visión fotópica, fóvea o directa, y la escotópica o periférica. La primera sirve cuando se trata de percibir detalles, pero no para distinguir sombras, que es la especialidad de la segunda.

Leonardo pintó la sonrisa de la Mona Lisa usando unas sombras que se ven mejor con la visión periférica.

Para ilustrar el efecto, puede centrarse la mirada en una sola letra sobre una página impresa y comprobar lo difícil que resulta reconocer el resto de letras.

Por otro lado, para efectos de esclarecer los enigmas, se utilizó un programa informático especializado en la “medición de emociones”, que fue aplicado a la pintura para obtener datos relevantes acerca de la expresión que la modelo transmite a los espectadores.

La conclusión es que La Mona Lisa está un 83% feliz, un 9% disgustada, un 6% temerosa y un 2% enfadada.

Comienza tu día con una sonrisa y verás lo divertido que es ir por ahí desentonando con todo el mundo.

El Patrimonio encontrado y no descubierto de Pozuelo

— por José Díaz Pérez, José y Roberto Ruiz Barquín —
Residentes en Pozuelo

Amenudo, al oír la palabra *patrimonio* son muchas las imágenes que suelen evocarse en la memoria de las personas, como bien podrían ser los casos del acueducto de Segovia o la torre Eiffel. Sin embargo, el término recoge un ecléctico glosario de manifestaciones más allá de las alusivas a las monumentales, artísticas o culturales; tal es el caso del patrimonio natural, el patrimonio industrial o el patrimonio personal e individual que va recogiendo cada persona a través de la propia experiencia durante toda su vida y que termina haciendo a cada individuo único.

De esta manera, el alumno

de Máster José Díaz Pérez desarrolló una investigación aprovechando su período de prácticas universitarias con la finalidad de conocer las concepciones y percepciones que la población de Pozuelo de Alarcón mantiene sobre la asimilación del patrimonio natural y su importancia en el desarrollo socio-económico de la localidad. La investigación partió de las ideas de concebir el Patrimonio Natural como un amplio concepto con un carácter genérico en cuanto a su contenido, abarcando cualquier relación posible con la naturaleza y todos los campos de estudio que a ella se vinculan. Una vez superada esta apreciación terminológica, resultó imprescindible tratar la inter-

disciplinariidad existente entre cada uno de estos ámbitos y las distintas manifestaciones patrimoniales, para hacer del Patrimonio una herramienta de auténtico valor educativo, capaz de revelar información acerca del paso del tiempo, del uso y de la evolución de un lugar, en concreto, de Pozuelo de Alarcón.

En cuanto a los datos obtenidos de las 43 personas participantes en el estudio, los resultados de la investigación reflejan que la mayoría de las personas encuestadas considera la Naturaleza como un tipo de patrimonio, aunque no guardan un vínculo tan fuerte como ocurre con el patrimonio cultural,

arquitectónico o arqueológico. Por otro lado, prácticamente la totalidad de los participantes creen que la Naturaleza aporta beneficios, siendo el beneficio educativo (93%) el que cuenta con mayor respaldo entre la muestra. Si las cuestiones anteriores trataban sobre aspectos generales, en lo referente a la localidad de Pozuelo puede apreciarse de una manera indirecta la identificación que mantienen las personas con la Naturaleza al posicionar entre las preferencias patrimoniales del municipio los diferentes parques de cuantos cuenta. En último lugar, se concluye que la mayoría encuentra una relación entre la Naturaleza y el desarrollo socio-económico del municipio, aunque solo el 50% de los participantes son capaces de identificar las actividades económicas tradicionales.

Este trabajo de investigación refleja la afinidad y estima que las personas mantienen con la naturaleza, no solo al ser concebida como lugar de recreo y ocio, sino extendiendo su poder hacia valores educativos, económicos e identitarios, y confirmando que la vida de las personas se encuentra condicionada por la naturaleza, lugar del que no debe distanciarse. Dado ello, resulta conveniente recordar que cuando una persona se acerca a la naturaleza, el vínculo que se crea va confeccionando la personalidad de cada individuo, así como abriendole los ojos a nuevas lecturas de su entorno. Todos estos son motivos por los que debe animarse a las personas desde diferentes programas educativos a que se acerquen a la naturaleza, a que la descubran, se relacionen con ella y a que aprendan a preservarla y cuidarla.

EN Pozuelo puede apreciarse de una manera indirecta la identificación que mantienen las personas con la Naturaleza al posicionar entre las preferencias patrimoniales del municipio los diferentes parques de cuantos cuenta

El Escorial o la reconstrucción del templo de Salomón

por Manuel Ayllón

Arquitecto y escritor. Residente en Pozuelo

Esta materia, el Templo de Salomón en Jerusalén, ha sido una ocupación constante en la historia de la Arquitectura y de la Pintura, porque también los pintores y grabadores se han acercado de manera recurrente y a veces obsesiva a esta candela espiritual.

Las escenografías pictóricas del Templo de Salomón han enmarcado desde los juicios del sabio rey hasta las crónicas del nacimiento de Jesús, o han servido de telones de fondo al paseo de la Academia de Atenas en los dibujos de Rafael de Sanzio. Cuando los jesuitas Jerónimo Prado y Juan Bautista Villalpando dibujan en Roma su concepción del Templo, en 1631, intitulándola *De Postrema Ezechielis Prophetae Visione*, y Juan Bautista de Toledo, primero, y Juan de Herrera, después, lo construyen para el rey Felipe II, inspirándose en esos dibujos, le

están permitiendo interpretar el lugar de Rey del Mundo, en un traslado de papeles con respecto al rey Salomón.

No obstante lo continuado de los estudios y trabajos sobre este asunto a lo largo de estos años, la brillantez de las propuestas de Prado y Villalpando sólo se alcanzaran después con los estudios de Johann Bernhard Fischer von Erlach y del jesuita, también como Prado y Villalpando, Athanasius Kircher. Este conoció a aquél como su profesor en Roma y de resultados de sus estudios producirá una nueva y brillante versión “jesuítica” de los dibujos de Villalpando que recogerá en su *Entwurff Einer Historischen Architektur* de 1721. Cuando Viena padeció la gran plaga de 1710 el emperador Carlos VI mandó construir en 1713, en agradecimiento por su final, una iglesia dedicada a San Carlos Borromeo, de factura barroca, y cuya

portada se adorna con dos grandes columnas-torres a la manera del romano Borromini que representan las dos grandes columnas –*Jakim y Boaz*– que enmarcaban el templo hierosolimitano, y que aquí se denominaran *Constantia et Fortitudo*. Fue otro de los intentos de construir nuevamente El Templo. A veces piezas significativas de arquitecturas ya construidas, como el caso dicho de las columnas-torre de factura borrominiana, que aplicó Carlos VI, servirán para diseñar otras versiones del Templo. Así es con Martin van Heemskerck que utilizará las mismas columnas y la gran cúpula del Panteón de Roma para componer los grabados de su visión ideal del Templo de Salomón, que realiza Philippus Galle. Será en 1720 cuando Bernard Lamy dibuje una de las reconstrucciones más divulgadas del Templo donde ya subyacen los valores característicos de una arqui-

tectura visionaria de carácter moralizante tan grata, años después, a los arquitectos franceses revolucionarios. La búsqueda del lugar exacto del emplazamiento del Templo la continuaron un inglés, el mayor Warren, y un francés, F. de Saulcy, durante el siglo XIX, pero serán, nuevamente, tres arquitectos quienes en ese siglo, entre otros, nos dibujen nuevas versiones del edificio. Son el marqués Melchor de Voguë, quien publica en 1864 *Le Temple de Jérusalem*, James Ferguson que editará en Londres *The Temple of the Jews* en 1878 y C. Schick que lo hará en Berlín en 1896 mediante *Die Stiftshütte: der Tempel in Jérusalén*. Como bien se ve, esta tarea ha movido voluntades y esfuerzos a lo largo de toda la historia de la Arquitectura. Incluso, a veces, la historia de la Arquitectura ha evolucionado por razón de las distintas propuestas teóricas contenidas en estos trabajos ■■■



El Escorial, de una parte, sirve como referencia mítica sobre los orígenes de una profesión, la de arquitecto, y, por tanto, sus elementos narrativos y formales

que aun persiguiendo una meta intemporal, caracterizaban sus sucesivas propuestas por estar en el tiempo de su siglo.

Es evidente que, cuando Felipe II encarga a Juan de Herrera las trazas de El Escorial y financia los dibujos de Villalpando, no está procurando la reconstrucción arqueológica del Templo de Salomón, en el real sitio sino procurando, como buen esotérico, utilizar esa excusa -ni siquiera expresa- para procurarse un “centro” (*axis mundi*), en la vía de las más acriolladas tradiciones herméticas, desde donde establecer su figura como Rey del Mundo. Por ahí iban los trabajos de este rey que se veía a sí mismo como un nuevo Salomón, por ello su mecenazgo a arquitectos, magos, alquimistas y astrólogos y, también por ello, su peculiar conducta como celoso guardián de la ortodoxia canónica de la que se convierte en capitán al establecer la Inquisición como represora de unas conductas que, en privado, fomenta y protege. Otra vez la conducta dual entre lo exotérico, o conducta profana y pública, y lo esotérico, o afición particular por lo secreto, heterodoxo e iniciático. Por ello el cristianísimo rey no tendrá empacho en presidir los autos de fe en que mueren judíos y herejes mientras después y en su gabinete desaparecha con cabalistas hebreos o recibe al heterodoxo Arias Montano del que es mecenas. Y todo ello en el entorno de un edificio, como El Escorial, construido como una *imago* de aquel viejo Templo donde, aún hoy y ahí, el patio de los Reyes da acceso a la basílica que como nuevo Santo de los Santos, sea el centro de un poder sobre el mundo que el nuevo rey universal,



así se ve a sí mismo Felipe, ejerce desde las dos manos, la derecha, como gobernante de un Imperio que recibió de su padre y amplía por conquista, y la izquierda, como jefe espiritual del mundo que se ha empeñado en construir a partir de un discurso místico.

Ese correlato dual, Felipe II-Rey Salomón y Carlos V-Rey David, queda claro al observar el patio de los Reyes de El Escorial donde, sobre la fachada principal de la basílica aparecen las figuras talladas en granito de seis reyes judíos, los más relacionados con la construcción del Templo. A la izquierda una pareja, Josafat y Ezequías, otra a la derecha, Josías y Manasés, y en el centro, reservando el

Al observar el patio de los Reyes de El Escorial donde, sobre la fachada principal aparecen las figuras en granito de seis reyes judíos, los más relacionados con la construcción del Templo

lugar principal, David y Salomón. En la talla de estos corresponderá a David usar el rostro del emperador Carlos y a Salomón el del rey Felipe II. Si su padre creó el imperio, como David había unificado las doce tribus creando el reino de Israel, el reino de David, a él le correspondería construir el Templo unificando el poder político y el religioso en una sola cabeza.

Felipe II se veía como el nuevo Salomón, el que salva al pueblo de Dios. Y si Salomón hubo de poner en su sitio al Sumo Sacerdote porque, y eso era cierto, gracias a la corona podía sobrevivir el clero sanedrita no iba a seerr manos Felipe II cuyas relaciones con el Papado fueron tan tensas como

apunta John Lynch cuando escribe que “Felipe II creía tener derecho a decir al papa qué era lo mejor para la Iglesia y, por su parte, el pontífice consideraba que el monarca español confundía los intereses españoles”. De hecho, Felipe II fue excomulgado en 1557 por el Papa Pablo IV en 1557 cuando el español desbarató en San Quintín las maniobras del pontífice aliado con los franceses contra los intereses españoles al respecto del trono de Francia. No dejaba de ser curioso que el cristianísimo rey recibiera la misma sanción que los herejes protestantes. Obstinado como pocos el nuevo Salomón decidió poner su Templo-Palacio-Monasterio bajo la advocación de San Quintín para mayor disgusto de Roma.

El Escorial, de una parte, sirve como referencia mítica sobre los orígenes de una profesión, la de arquitecto, y, por tanto, sus elementos narrativos y formales, aunque sea de manera parcial y fraccionaria, han servido para construir un mundo de referencias analógicas y simbólicas en que enmarcar el contenido doctrinal y esencial de esa actividad profesional en la historia.

De otra, sirve para relatar el empeño del hombre en perseguir el ideal de la perfección por vía de la construcción. Aunque la perfección pretendida sea la que se alcanza con la construcción del Templo como objeto y problema edificatorio. Por tanto, muchos han entendido que tal perfección en la construcción no tiene como objeto una “*res aedificatoria*” de carácter mensurable y limitado, y han encontrado el objeto de sus esfuerzos en la construcción de esa sociedad justa, en esta tierra, de la que el Templo es una referencia simbólica. Procuran con ello establecer el orden divino, es decir el orden del amor, la paz y la armonía, en las cosas de los hombres.

Con ello queda claro que es tarea de grandes esfuerzos y que exige del trabajo plural y coordinado de todos aquellos hombres de buena fe que encuentran en la Revelación las técnicas y las claves de aquel brío que sólo un Hombre como nosotros, Jesús-Cristo, realizó a la perfección al construir, en su Encarnación, un Cuerpo-Templo que es Perfecto y Modelo Absoluto de lo que el hombre ha de perseguir para alcanzar la Paz y la Justicia, es decir la Salvación de todos los hombres, la construcción de la Nueva Jerusalén.

Tratamiento profesional de la voz

por Fernando García

En la actualidad, la comunicación se ha convertido en un canal imprescindible, máximo exponente y capital en el desarrollo tecnológico.

Innovaciones impensables hasta hace pocas fechas, nuevos sistemas multimedia y dotaciones e instrumentación tecnológica para la comunicación cada vez más avanzada, hacen que la globalización y el acercamiento de todos los pueblos necesiten de un medio, LA PALABRA, que mediante LA VOZ humana como canal de entendimiento y transmisión, llegue a todas las partes del mundo. Historia, relaciones interculturales, política, medicina, ciencia, música y arte, negocios, tecnología, educación, investigación, publicidad, etc, dotan de contenido y conforman el mensaje.

La sociedad se ha convertido en un escaparate, es tan importante el mensaje como la manera de transmitirlo por



En VocalCoach2.0 no somos meros profesores de canto, terapeutas, rehabilitadores o feminizadores de la voz, sino que hacemos coaching vocal

lo que se hace imprescindible el trabajo de profesionales que formen e integren a las personas desde el punto de vista laboral pero también en el ámbito de relaciones personales; inteligencia emocional, relaciones públicas, publicidad, coaching, presentación de producto, organización de eventos, social media, etc, son materias que actualmente se encuentran en un nicho de mercado, en el área de formación, emergente y con futuro.

Existe un evidente DÉFICIT del CONOCIMIENTO, cuidados, y desarrollo de las CAPACIDADES VOCALES en los profesionales que utilizan la voz como su herramienta necesaria e imprescindible de trabajo.

Es por eso que se hace necesaria una ORIENTACION hacia los formadores, profesores, directivos, locutores, cantantes, actores y demás profesionales que utilizan y necesitan la voz no solo como medio competencial sino como carta de presentación en su profesión.

En el ámbito del asesoramiento, desarrollo y tratamiento de la voz profesional, se ve

necesaria la actuación de un EQUIPO MULTIDISCIPLINAR, profesionales especialistas en los principales áreas a tratar; otorrinolaringólogos, psicólogos, fisioterapeutas, logopedas y profesores de canto....



QUE ES EL COACHING VOCAL

En VocalCoach2.0 no somos meros profesores de canto, terapeutas, rehabilitadores o feminizadores de la voz, sino que hacemos coaching vocal, esto significa que no es solo el trabajo técnico adaptado a la capacidad de cada alumno y nivel, sino una asesoramiento y orientación permanente del estilo, repertorio, presentación, etc, etc..., además de los cuidados de la salud vocal.

Lo más importante para nosotros es el seguimiento global del cantante, profesional de la voz o paciente, que también implica un trabajo emocional y una preparación idónea para enfrentarse al público....



Siete virtudes, tienen las sopas: quitan el hambre, y dan sed poca. Hacen dormir y digerir. Nunca enfadan, siempre agradan. Y crian la cara colorada.

Es tiempo de 'sopas de ajo'

por Daniel Vega

Hoy dedico este espacio a "Mis queridas sopas de ajo", plato lleno de bondades y recuerdos entrañables en mi infancia y en mi presente.

Por todos es sabido, que hasta el famoso Alejandro Dumas comió las sopas de ajo con gran prevención, pero le gustaron tanto que no tardó en divulgarlas en Francia.

Sopas de ajo que nacieron en Castilla y quitaron hambre y frío al alba y a media mañana.

Sopas de ajo, en mi Zamora natal, típicas de Semana Santa.

Sopas de ajo ricas por su fácil digestión, terapéuticas; que sientan de maravilla y reconfontan cuerpo y alma de madrugada, cuando uno viene, con la mucosa estomacal, por los abusos irritada!!!!

Así que aquí va mi humilde receta:

Ingredientes para 4 personas:

- 3 dientes de ajo, pan del día anterior.
- Aceite, sal y pimentón.

ELABORACIÓN:

En una cazaña, se pone agua -algo más de un litro- y, cuando rompa a hervir, se añaden las sopas de pan, ligeramente tostadas al horno.

Aparte, se cortan los ajos en trozos y se fríen en una sartén con un poco de aceite.

Cuando comiencen a dorar se añade una cucharada de pimentón; dulce o picante; según los gustos.

Este sofrito se incorpora a las sopas, se sazonan con sal y se deja cocer despacio durante una hora aproximadamente.

Señoras y señores....
"Buen provecho"





Con la colaboración



Ayuntamiento de
**POZUELO
DE ALARCÓN**