

fundación

Nuestra razón de ser

NÚMERO 5 | OCTUBRE 2018
www.revistafundacion.com

La cultura de la música

«Sin música la vida sería un error»,
(Friedrich Nietzsche)

Fundación | Cajasol

Contenidos

Carta del Presidente

3

Patrimonio

Cuando los edificios hablen

4

Ciencia e Innovación

Programa Fundación Cajasol en un Tuit

5

Emprendimiento

Cediendo el paso a las ciudades inteligentes

6

Exposiciones

La España de mitad de siglo XX bajo el prisma 'Saura'

8

El neobarroco de Zanetti inunda de arte la Fundación Cajasol

10

Deportes

CAV Esquimo, un proyecto cimentado en la superación a través del voleibol

14

Formación

La ilusión de volver a empezar

18

Éxitos del Instituto de Estudios Cajasol

20

Solidarios

Entrevista a Isabel Gemio

24

Cuando los sueños se hacen realidad

30

Economía

Entrevista a Francisco Pérez Botello, foro Club de Directivos de Andalucía del Instituto de Estudios Cajasol

32

Destacados

34

fundación

Nuestra razón de ser

PRESIDENTE

Antonio Pulido Gutiérrez

EDITA

Fundación Cajasol

COORDINA

Departamento de Comunicación

www.revistafundacion.com

CARTA DEL PRESIDENTE

Afrontamos este último trimestre del año con más ilusión que cuando comenzamos 2018. Y una prueba de ello la tenemos en las actividades que hemos impulsado y liderado desde la Fundación Cajasol estos tres meses anteriores y que como siempre, damos a conocer en nuestra revista.

Quiero poner el acento en el impulso que hemos dado a nuestra actividad cultural. Así, este verano hemos contado con la exposición fotográfica 'España años 50. Carlos Saura', que ha destacado por la brillantez emocional de sus instantáneas. También, en estos meses, la Fundación Cajasol se ha visto inundada por las obras del artista argentino Eugenio Zanetti, que por primera vez en nuestro país nos ha permitido ver su visión particular del arte.

Asimismo, en este número mantenemos nuestras secciones habituales, llamando la atención las jornadas sobre marketing digital, que nos han permitido conocer por dónde va la transformación digital de la mano de los mejores expertos.

En este contexto, presentamos una de las novedades del Instituto de Estudios de la Fundación Cajasol de cara al próximo curso, que es la inclusión de un nuevo master en Marketing y Comunicación digital. El director Jaime Roldán nos lo presenta y nos señala la importancia de esta nueva formación.

Además, en este número, contamos la experiencia de uno de los beneficiados por el programa formativo 'Wake up! Despierta tu talento', centrado en que los jóvenes adquieran el conocimiento necesario para desarrollar una idea empresarial y para crecer en el mundo del conocimiento y del emprendimiento.

Como entrevista de la sección de Economía, hemos incluido nuestro encuentro con el presidente de Volkswagen Group España Distribución, Francisco Pérez Botello, que participó en los encuentros de la Escuela de Negocios de la Fundación. Una entrevista que nos permite conocer qué nos espera y cómo van a cambiar las ciudades como consecuencia del avance de los vehículos.

En el aspecto social, profundizamos en la historia de José Luis González Luque, que se ha beneficiado del proyecto de empleabilidad de la Fundación Integra y la Fundación Cajasol. Por otro lado, nos acercamos a la Fundación Pequeño Deseo, que lleva más de 20 años regalando sonrisas a los pequeños con enfermedades graves. Además, en este número, tengo la oportunidad de charlar con Isabel Gemio, que desde la Fundación que lleva su nombre no deja de trabajar por el bienestar de los enfermos con afecciones minoritarias, abriendo líneas de investigación pioneras.

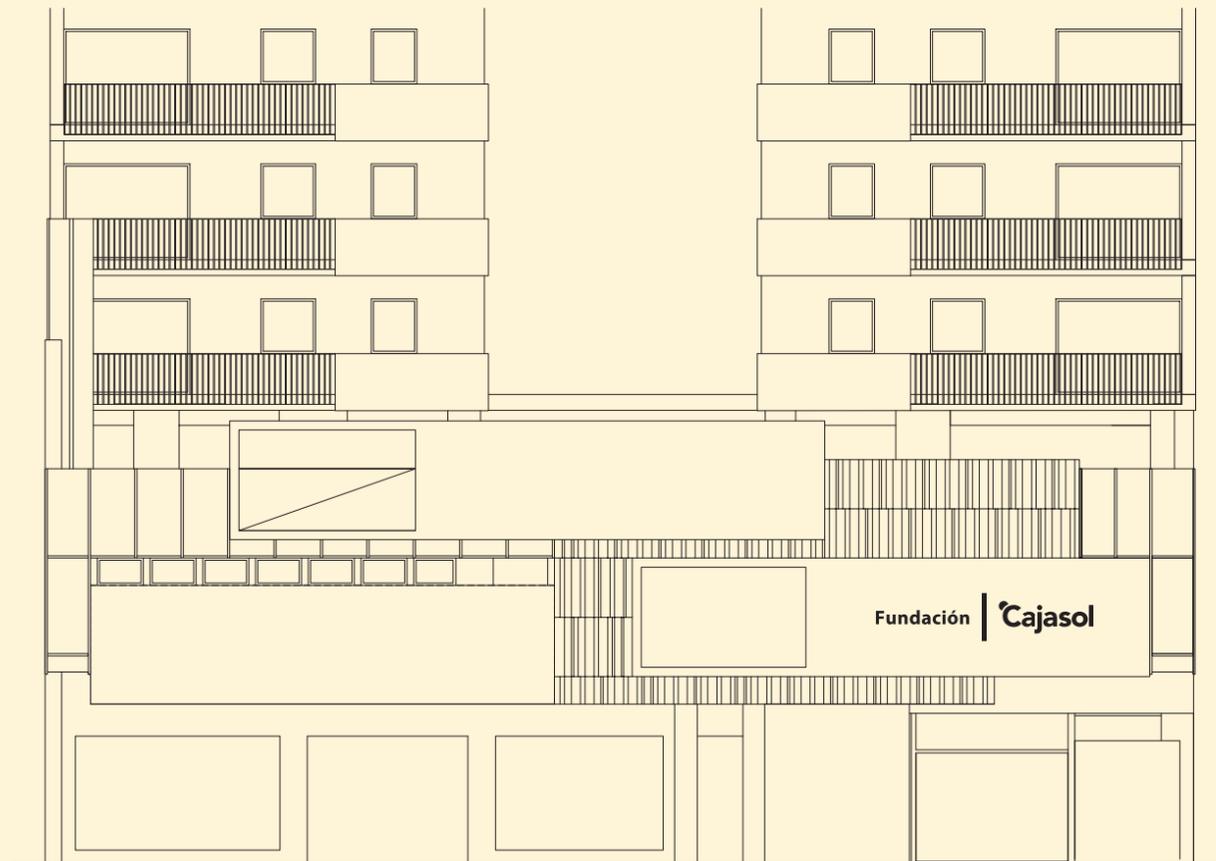
Por último, guardamos un apartado para que nuestros lectores conozcan el CAV Esquimo, uno de los clubes deportivos andaluces que más tiempo lleva formando a jóvenes andaluces en Voleibol.

Como siempre, desde la Fundación Cajasol esperamos que esta revista ayude a conocer todo lo que desarrollamos e impulsamos desde nuestra fundación, con el único objetivo y deseo de ser útil para la sociedad.



Antonio Pulido
Presidente de la Fundación Cajasol

SEDE DE LA FUNDACIÓN CAJASOL EN HUELVA



Cuando los edificios hablen

Lo que fue, es y será culturalmente en Huelva en torno a la sede de la Fundación Cajasol en esta ciudad.

Hablar de cultura en Huelva es hablar de la Fundación Cajasol. La sede situada en la calle Plus Ultra se concibió como una entidad vinculada a la relación que debía existir entre la ciudad, su patrimonio urbano y sus habitantes. El inmueble se convirtió en un soporte para albergar una colección artística de primer orden que va más allá de lo expositivo, pues su interior conjuga perfectamente la funcionalidad con la arquitectura y el arte.

El paso del tiempo y las circunstancias han indicado que una reforma en profundidad era necesaria y por ello la Fundación Cajasol se ha puesto manos a la obra para que todo el valor artístico y patrimonial se renueven, teniendo muy en cuenta

los principios esenciales de la Fundación Cajasol. Todo un reto que una vez culminado, será deleite y disfrute de la ciudad de Huelva.

Desde las obras de José Luis Sánchez, donde se podrá comprobar como el artista conjuga la "escultura aplicada" a la arquitectura, hasta uno de los murales más importantes que el internacional pintor onubense José Caballero creó y compuso para el antiguo edificio de la Caja Provincial de Ahorro de Huelva, podrán seguir contemplándose.

Hablar de cultura en Huelva, seguirá siendo después de contemplar la reforma de las antiguas instalaciones, hablar de la Fundación Cajasol en Huelva.

‘Fundación Cajasol en un Tuit’, pone a debate el marketing digital con Juan Merodio...

La Fundación Cajasol trajo a uno de los expertos en social media más importantes a nivel mundial, Juan Merodio, al ciclo ‘Fundación Cajasol en un Tuit’. El especialista en Transformación Digital explicó al público sus estrategias y acciones de marketing, que realiza para que las pymes y grandes empresas logren sus objetivos. Se le conoce por ser el creador del método ‘10 Business Factors’, un sofisticado sistema que ayuda a las personas a identificar cuáles son las mejores técnicas a la hora de vender sus bienes y productos. Merodio ha trabajado con grandes empresas e instituciones como la Selección Española de Fútbol, Cruz Roja, Turnstyle y Pfizer; además de con candidatos políticos.



La presencia de Juan Merodio en la Fundación Cajasol creó una gran expectación, llenando el patio de butacas.



Alfredo Vela cautivó a todos los presentes con consejos muy útiles para la búsqueda de trabajo en redes sociales.

...Y también el empleo y la comunicación Institucional en redes con la ponencia de Alfredo Vela

El último ponente del segundo ciclo sobre redes sociales e innovación ‘Fundación Cajasol en un Tuit’ fue Alfredo Vela, Community Manager del Servicio Público de Empleo de Castilla y León, además del autor de libros como ‘El Libro de Twitter’. En su conferencia, ha dado nociones prácticas a los presentes sobre cómo usar las redes sociales desde un canal institucional, o cómo lograr empleo desde ellas. “En el mundo laboral o nos adaptamos o nos apartamos. El 90% del talento elige donde quiere trabajar. Sin red de contactos potente no se puede conseguir empleo”, señaló Vela. El experto aseguró a los presentes que internet en general, y las redes sociales en particular, pueden dar herramientas para que los mejores puestos de trabajo lleguen a ti sin que los busques. Pero para ello debes potenciar tu marca personal.

Cediendo el paso a las ciudades inteligentes

A las personas inteligentes no se les intuye sino que directamente se les ve. Eso es lo que ocurre cuando te encuentras por primera vez con José Manuel Lozano, un joven ingeniero informático. “Yo quiero un trabajo muy complicado y difícil” le dijo al Dr. Tomás de J. Mateo, profesor que iba a dirigir su trabajo de fin de grado. Siempre con una eterna sonrisa de inventor de sueños y realidades y con un entusiasmo que contagia, nos cuenta como el trabajo tan complicado y difícil que pidió, se ha hecho realidad gracias principalmente al Dr. Tomás de J. Mateo (ideólogo del proyecto) y a cinco investigadores más pertenecientes a la Universidad de Huelva.

La idea inicial comenzó en 2015, enmarcada en torno a la Seguridad Vial en Smart Cities. Tras mucho trabajo, consiguieron una ayuda a la investigación “Ignacio H. de Larramendi”, de la Fundación Mapfre, con la que desarrollar un prototipo. Actualmente la realidad es, según palabras textuales de José Manuel, que han patentado un sistema “consistente en un conjunto de dispositivos sensores de bajo coste, autónomos, inalámbricos e inteligentes, que instalados en un paso de peatones interactúan con el entorno, con capacidad para alertar a los conductores mediante una barrera visual sincronizada a una distancia la cual, permita al conductor detener el vehículo de forma segura”. Las ideas y los proyectos se olvidan si no

«EL PROGRAMA FORMATIVO 'WAKE UP! DESPIERTA TU TALENTO' ME SIRVIÓ PARA ADQUIRIR CONOCIMIENTOS ESENCIALES PARA DESARROLLAR UNA IDEA EMPRESARIAL, DARME A CONOCER Y CONOCER A GENTE RELEVANTE DENTRO DE LAS SMART CITIES Y DE EMPRESAS PUNTERAS EN EL SECTOR»

se dan a conocer, por eso cuando en la bandeja del correo corporativo de la Universidad de Huelva leyó la oferta para realizar un curso dirigido a Jóvenes Emprendedores en Smart Cities, no lo dudó y se inscribió en el programa formativo ‘WAKE UP! Despierta tu talento’, donde la Fundación Cajasol es uno de los grandes impulsores junto al Fondo Social Europeo a través de la Fundación INCYDE. Este programa “me sirvió para adquirir conocimientos esenciales para desarrollar una idea empresarial”, también nos cuenta que “el curso me sirvió para darme a conocer y conocer a gente relevante dentro de las Smart Cities y de empresas punteras en el sector”, con una voz sincera y agradecida nos sigue diciendo; “Realmente estoy muy contento con los conocimientos, relaciones y experiencias adquiridas en el curso Wake Up, cantera para jóvenes emprendedores de la Fundación Cajasol”. La evidencia de que el curso fue un éxito, no sólo para él, se constata por el premio que le concedieron a la finalización del curso: “Premio Proyecto Wake Up”, otorgado al mejor proyecto presentado y desarrollado durante el curso.

En un futuro, cuando vayamos distraídos cruzando un paso de peatones y observemos que los coches se han parado para darnos la prioridad sin asustarnos por un brusco frenazo, nos acordaremos como unos jóvenes ingenieros disfrutaron inventando un sistema complicado y difícil.



José Manuel Lozano mostrando el prototipo de su proyecto.

La España de mitad de siglo XX bajo el prisma 'Saura'

UNO DE LOS DIRECTORES DE CINE MÁS SIGNIFICATIVOS DE NUESTRO PAÍS, CARLOS SAURA, HA PROTAGONIZADO ESTE VERANO EN LA FUNDACIÓN CAJASOL LA INTERESANTE MUESTRA FOTOGRÁFICA 'ESPAÑA AÑOS 50. CARLOS SAURA'. UNA EXPOSICIÓN QUE HA DESTACADO POR LA BRILLANTEZ EMOCIONAL DE SUS INSTANTÁNEAS.

Aunque todo el mundo reconoce a Carlos Saura como uno de los directores de cine más impresionantes y prolíferos de nuestro país, pocos son los que han podido admirar sus habilidades con la cámara de fotos. Por ello, y para que todo el mundo pueda admirarlo, se ha expuesto durante los dos últimos meses en la sede de la Fundación Cajasol en Sevilla, la exposición fotográfica 'España Años 50. Carlos Saura'. Un trabajo de casi 100 imágenes en las que un joven Saura fue plasmando su visión de los municipios y provincias de nuestro país durante sus viajes.

Con este trabajo, el aragonés ha acercado el lado más humano de los sentimientos que tuvo en aquella época, y que se reflejan en cada una de las imágenes. Estas fotografías manifiestan la pobreza, la tristeza, pero también la alegría de los españoles con los que se cruzaba, y que formaron la base para que después pudiera llevar al cine toda la pasión y el sentimiento de sus historias. Todo ello 'armado' con una cámara Leica, y viajando por las carreteras españolas subido en el coche de su padre.

Todo aquel que ha podido visitar la exposición coincide en haber sentido y palpado la historia de España, además de admirar buenos trabajos fotográficos, cuidados y medidos al detalle.

Cabe recordar que Carlos Saura tuvo como primeros trabajos el de reportero fotográfico, cubriendo Festivales de Música y Danza de diferentes ciudades españolas, además de realizar retratos en su entorno familiar. Todo ello "sin conocimientos y sin aprender de nadie", relata el artista. Y es que ya con 19 años expuso su primera exposición en la Real Sociedad Fotográfica de Madrid.

LA VISIÓN MÁS PERSONAL DEL ARTISTA

Durante la inauguración de la muestra en Sevilla el pasado mes de julio, el director estuvo acompañado por Olivia María Rubio, comisaria de la muestra, y Rosa Santos, subdirectora de Acción Cultural; Saura destacó que se "sentía intimidado" por mostrar todo el material que tenía, y siempre quiso que fueran una parte "secreta" de él. No obstante, el interés del público y conocidos sobre este material ha hecho posible este "proceso de exhibición".

"No tenía intención de buscar una España terrible. Lo que sí me planteé era reflejar la España no oficial, la que no servía de imagen para el ejército o la Falange, y tampoco la del turismo", afirmó Saura sobre su trabajo.

Del mismo modo, el protagonista recaló la importancia



Carlos Saura, protagonista de la muestra, sujeta una cámara de fotos durante su paso por la sede de la Fundación Cajasol

NO TENÍA INTENCIÓN DE BUSCAR UNA ESPAÑA TERRIBLE. LO QUE SÍ ME PLANTEÉ ERA REFLEJAR LA ESPAÑA NO OFICIAL, LA QUE NO SERVÍA DE IMAGEN PARA EL EJÉRCITO O LA FALANGE, Y TAMPOCO LA DEL TURISMO

de esta muestra en Andalucía, tierra que considera su "segunda patria", en la que se ha visto reflejado tanto cultural como personalmente, teniendo como nexo el flamenco del que según él ha logrado que sea "patrimonio cultural por todo el mundo".

Por su parte, la comisaria de la muestra, Olivia María Rubio, comentó la importancia de esta exposición para Saura, al ser un "producto del sueño de hace años", en el que se puede observar "una mirada empática y llena de acercamiento". También elogió al experto audiovisual destacando su percepción visual delante de la cámara, y con un talento "a la altura de grandes fotógrafos internacionales como Cartier Bresson".

Recordemos que Carlos Saura es uno de los realizadores audiovisuales de nuestro país con mayor reconocimiento en el mundo. Sus películas han participado en los festivales más importantes y significativos a nivel mundial, como el de Cannes, donde logró dos Premios Especial del Jurado por 'La prima Angélica' y 'Cría cuervos', en el Festival Internacional de San Sebastián, donde además de obtener un premio ha sido reconocido con una Concha de Oro Honorífica; así como la consecución del Oso de Oro de la 'Berlinale' con su película 'Deprisa, deprisa'.

El neobarroco de Zanetti inunda de arte la Fundación Cajasol

EL ARTISTA ARGENTINO, EUGENIO ZANETTI, HA SIDO UNO DE LOS PROTAGONISTAS CULTURALES EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DEL AÑO EN LA FUNDACIÓN CAJASOL. SU VISIÓN MÁS PARTICULAR DEL ARTE SE MOSTRÓ POR PRIMERA VEZ EN NUESTRO PAÍS DENTRO DE LA MUESTRA 'PINACOTECA ENCONTRADA EN SEVILLA'.





El polifacético Eugenio Zanetti posa ante una de sus obras en la sede de la Fundación Cajasol en Sevilla

H

asta el pasado mes de julio, la sede de la Fundación Cajasol en Sevilla organizó, junto a la Fundación

Melián de arte y cultura latinoamericana, la muestra 'Pinacoteca encontrada en Sevilla', un compendio de cuadros del polifacético artista Eugenio Zanetti, que se basó en la novela de Jan Potoki, 'Manuscrito encontrado en Zaragoza', de 1804, para dar vida, desde su perspectiva artística, a la variedad de ideas que recogió del libro.

En la inauguración de la exposición participaron, entre otras personalidades, el presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido; la comisaria de la muestra, Violeta Frank; así como el artista latinoamericano. En ella, Zanetti describió cómo reconoce el arte, y cuál es su metodología a la hora de crear. "Cuando llega el momento de pintar, que es un momento que no tiene tiempo ni espacio, porque creo que la pintura es una situación casi meditativa, uno no se propone una temática", afirmó.

Por su parte, Antonio Pulido destacó que cuando vio las obras del pintor argentino por primera vez sintió la "gran personalidad" de Zanetti, además de valorar muy positivamente que fuera Sevilla el primer lugar de Europa dónde se han podido admirar sus cuadros. "Queremos seguir estrechando los lazos que unen a la comunidad latinoamericana y qué mejor manera de hacerlo, de seguir conociéndonos y redescubriéndonos, que a través de la cultura", destacó el presidente de la Fundación. Asimismo, Violeta Frank, comisaria de la muestra, afirmó durante la presentación que la muestra es un lugar dónde admirar "el aspecto menos conocido de Eugenio", el cual es sin duda "su gran pasión".

Los entendidos del arte señalan a Eugenio Zanetti como uno de los expertos en la pintura neobarroca. Estilo con el que es capaz de mezclar métodos con los que resaltar a los protagonistas de cada cuadro, con una brillantez que entra en contrapunto con la oscuridad. En esta ocasión, el argentino ha logrado unir el misticismo de las personas con elementos alegóricos que recordaban fácilmente a nuestro país en general, y a Andalucía en particular.

Del mismo modo, cabe recordar que Eugenio Zanetti es conocido por su pródiga carrera tanto en el mundo de la escenografía, como en la producción de cine, ópera y teatro, además de la pintura. Y no menos importante, el argentino ha ganado premios relevantes como un Oscar de Hollywood, por la película 'Restauración', además de estar nominado por la cinta 'Más allá de los sueños', gracias a su labor en la dirección de arte.



Las jugadoras del primer equipo del CAV Esquimo son de las más jóvenes de la Superliga Iberdrola

CAV Esquimo, un proyecto cimentado en la superación a través del voleibol

El cav esquimo es uno de los clubes deportivos andaluces que más décadas lleva formando a pequeños y jóvenes andaluces. El año pasado, el equipo senior femenino comenzó su andadura en la máxima categoría con un resultado más que notable. La fundación cajasol, en su compromiso de estar presente con las instituciones deportivas, muestra su apoyo otro año más.

En la actualidad, el Pabellón multiusos de Los Montecillos, situado en Dos Hermanas, es el epicentro del voleibol andaluz. El Club Agrupación Voleibol Esquimo, con casi cuarenta años de antigüedad, se ha convertido en un referente a nivel nacional de este deporte. Desde el pasado año dispone de un equipo senior femenino en la Superliga Iberdrola, la categoría más importante. Y la temporada quedará en el recuerdo por ser sin lugar a dudas un éxito en el plano deportivo y social.

Desde hace varios años, la entidad ha ido creciendo de forma organizacional, teniendo una presencia dentro de la localidad sevillana muy importante. Han hecho posible que este deporte sea un reclamo para los jóvenes sevillanos, además de fomentar de forma particular el voleibol femenino desde las categorías más tempranas.

Su director general, Ricardo Lobato, nos recibe en la pista principal de Los Montecillos mientras el equipo senior es entrenado por uno de los referentes de este deporte en España, José Manuel González 'Magú'. La entidad entiende que en ese sentido tiene mucha suerte, ya que

muchas deportistas de otras partes de España vienen a jugar al Esquimo única y exclusivamente por aprender y ser entrenadas por el preparador. "Somos una entidad que genera muy buena imagen en todos los sentidos (...) Muchas jugadoras vienen a Sevilla buscando una progresión, esa mejora técnica, que no encuentran en otro conjunto y que van a lograr con un técnico como Magú", relata.

En Dos Hermanas están todos contentos por una temporada que consideran histórica. Las circunstancias hicieron que la entidad apostara fuerte por el senior femenino, ya que hasta hace unos años era el conjunto senior masculino el más importante. "La verdad es que el año pasado, no sólo por el equipo, sino por lo social y en lo deportivo fue muy bueno. Y aunque siempre se puede mejorar, si tuviera que puntuar la temporada le pondría un 8,5", afirma Lobato.

No obstante, el club obtiene grandes hitos con un equipo que para nada es superior a sus rivales. Es semifinalista de la Copa de la Reina tras vencer en cuartos de final a un histórico español, como es Avarca Menorca, aunque

cae con Minis Arluy VB Logroño, campeón de Copa. “Fuimos un conjunto fuerte, competitivo, que en casa ganamos a equipos de nivel (...) Y estuvimos pujando hasta el final de la competición por la sexta plaza con un rival tan difícil como Haro Rioja”, afirma el responsable del Esquimo.

La intención de los responsables de la entidad deportiva es la de mejorar como club, siendo un reflejo para los jóvenes deportistas y canalizando todo ello en un crecimiento deportivo que vaya trayendo un mayor éxito, siempre desde la humildad.

UN FUTURO ESPERANZADOR CIMENTADO EN LA HUMILDAD

Ahora mismo el CAV Esquimo se prepara para una nueva temporada ilusionante en la que como mínimo quieren seguir la senda del año anterior. “Es nuestra segunda temporada en la máxima categoría, se presenta con mucha ilusión y con ganas de ver cómo se conforma el grupo de deportistas que hemos sido capaz de configurar”, nos cuenta Ricardo Lobato. Además, el club nazareno será el único en la categoría que no tendrá jugadoras extranjeras. “El año pasado teníamos, pero han dado un salto importante de nivel. Una se ha marchado a Francia, donde se encuentra una de las ligas más potentes, y la otra a Tailandia, donde también hay mucho nivel”, explica. Sin embargo, Esquimo ha apostado por tres jóvenes junior que son internacionales con la selección española y que les darán potencial a las principales líneas de juego.

En ese sentido, Lobato señala que las posibilidades de formación académica que ofrece Sevilla hacen posible que sea un lugar atractivo donde jugar. “La ciudad propicia la compatibilidad de los estudios con el

voleibol. No es lo mismo jugar aquí que hacerlo en Menorca, que es una isla maravillosa, pero tiene menos oferta de estudios”, recalca.

No obstante, la entidad prefiere ir paso a paso, y bajo la filosofía del entrenador de fútbol, Diego Simeone, ir “partido a partido” para descubrir las aspiraciones reales del club sin necesidad de plantearse cotas que puedan, incluso, producir vértigo. Lobato nos cuenta que son conscientes que hay muchos equipos que se han reforzado con jugadoras de calidad ya que el nivel en la Superliga Iberdrola es cada vez mayor.

EL FUTURO, EL ELEMENTO MÁS IMPORTANTE

Y aunque el senior femenino parece el elemento más importante, el Esquimo superpone la labor social y formadora del deporte. En la actualidad gestionan las Escuelas Deportivas de la localidad, con diez conjuntos conformados por niños y niñas de entre 8 y 12 años. Pero ahí no queda la cosa, la cantera de Esquimo tiene una quincena de equipos entre el apartado femenino y masculino, repartidos entre los alevines y el senior femenino B, pasando por los conjuntos infantiles, cadetes y juveniles. “La verdad es que movemos un nivel importante de deportistas, y no movemos más porque no tenemos más instalaciones, y en ese sentido estamos limitados”, comenta.

Con este trabajo que realizan año a año desde hace varias décadas han hecho posible que el voleibol sea más conocido, no solamente en la localidad, sino en Sevilla capital. “El año pasado venía mucha gente de toda la provincia los domingos al mediodía para disfrutar de los partidos”, explica el responsable del club.

Sin embargo, conocen que el poder de otros deportes como el fútbol o el

baloncesto hace que quede relegado en un segundo plano. Aún con este hándicap, Lobato asegura que todo aquel que ve un partido en directo del Esquimo repite. “El volei es el gran desconocido. La impresión que da a la gente que lo ve por primera vez es como ‘yo no pensaba que así era el voleibol, y menos el de Dos Hermanas’. El Esquimo lleva sonando en la ciudad más de 40 años de historia”. Durante su explicación recalca que este deporte puede ser muy beneficioso para los chavales andaluces, ya que inculca unos valores muy importantes: “Cada punto es un partido nuevo. No se temporiza, ni se pierde tiempo, además no hay contacto físico, es muy cordial, y se juega en equipo. Asimismo, no hay cabida a la violencia”, afirma.

En todo este crecimiento en el que se encuentra el CAV Esquimo es participe la Fundación Cajasol. Dentro de su política de fomento del deporte, la Entidad lleva más de una década brindando su apoyo con un patrocinio económico. El propio Director General destaca la importancia que tiene esta ayuda para poder realizar su proyecto social y deportivo. Además, Lobato subraya que desde el exterior este tipo de patrocinio da “solvencia y seriedad” frente a otros equipos. “Nosotros somos de los que abogamos por dar un buen uso a estas aportaciones, y que se logre un retorno en imagen y en responsabilidad social corporativa. El objetivo es que vean que realmente trabajamos por cada céntimo que recibimos”.

UNA FAMILIA EN LA PISTA Y FUERA DE ELLA

Actualmente son once jugadoras las que conforman la primera plantilla del senior femenino del Esquimo. Bajo la tutela de Magú han dado pasos agigantados en los últimos meses,



«LA VERDAD ES QUE EL AÑO PASADO, NO SÓLO POR EL EQUIPO, SINO POR LO SOCIAL Y EN LO DEPORTIVO FUE MUY BUENO»

Una de las jugadoras del CAV Esquimo realizando un saque durante uno de los partidos de la temporada pasada.

y no quieren que sus metas acaben ahí. Dos de las jugadoras, María José Ruiz ‘Chiqui’, capitana del equipo; y Paola Martínez, una de las integrantes que llegó el año pasado a Sevilla y ocupa la posición de opuesta, nos dan su punto de vista de lo que significa formar parte del CAV Esquimo. “La palabra que nos define es familia”, relata muy segura la capitana.

Para ella jugar en el Esquimo es algo más que formar parte de una entidad. Las palabras ilusión, vida y defensa salen a relucir cuando se le pregunta qué significa para ella integrar esta familia. “Me genera mucha ilusión. Por que es el club de mi vida, en el que llevo 25 años, y poder seguir defendiendo los colores del club pues es todo un sueño”.

Por su parte, Martínez que es de las más jóvenes del equipo y defiende los colores de la selección nacional, destaca que llegó a Dos Hermanas por una apuesta deportiva clara. “Me llamaba mucho la atención trabajar con alguien como Magú (...) yo buscaba a un entrenador que pidiera exigencia y con el que mejorar mi juego”.

Ambas son conscientes del año que han vivido, pero ven esta segunda temporada en la élite un paso importante para el club. ‘Chiqui’ asegura que quiere mejorar los resultados de la temporada pasada, pero con la misma idea de ir partido a partido.

Del mismo modo, y como reivindicación, esperan que el voleibol femenino pueda crecer en los próximos años, buscando siempre la igualdad entre hombres y mujeres en el ámbito profesional.

José Luis González
Luque en la sede de la
Fundación Integra en
Sevilla.

La ilusión de volver a empezar

JOSÉ LUIS GONZÁLEZ LUQUE, BENEFICIARIO DEL PROYECTO DE EMPLEABILIDAD DE LA FUNDACIÓN INTEGRA JUNTO CON LA FUNDACIÓN CAJASOL, RELATA SU EXPERIENCIA DE TRABAJAR DESPUÉS DE SIETE AÑOS DESEMPLEADO.

DEBE SER CIERTO Aquello de que los ojos son el espejo del alma, porque la mirada cristalina de José Luis anticipa su carácter incluso antes del firme apretón de manos con el que se presenta. Una persona que transmite inmediatamente humildad, alegría y nobleza, alguien que a sus cincuenta y pocos ya ha pasado por lo mejor y lo peor que nos tiene reservado la vida. José Luis conoció el proyecto de empleabilidad auspiciado por la Fundación Integra de la mano de la Fundación Cajasol, después de siete eternos años de desempleo, interrumpidos únicamente por un trabajillo aquí y otro allá, hasta que se le brindó la oportunidad de volver a empezar. Y vaya si la ha aprovechado.

“Estaba muy mal, no encontraba trabajo. Una amiga le habló de esta posibilidad a mi mujer, que trabaja como limpiadora en el Museo de las Setas. Me llegué un día con mi currículum en el bolsillo, conocí a Juan Carlos [el entrevistador] y me dijo que no me preocupara, que salían cositas de lo mío”. Poco tiempo después comenzaron a llamarle: primero estuvo trabajando en Eulen, después en el Palacio de San Telmo y más tarde en una piscina municipal del Aljarafe. Desde abril de 2018 su puesto se encuentra en Suites Sevilla Plaza, concretamente en mantenimiento del edificio. Y ya es indefinido, aunque a tiempo parcial.

El objetivo principal de este proyecto de la Fundación Integra y la Fundación Cajasol es ofrecer oportunidades laborales a 20 personas en situación de exclusión social en Andalucía. Un proyecto que incluye formación, orientación y

asesoramiento; un acercamiento a las nuevas tecnologías de la información y comunicación; servicios de intermediación laboral e itinerarios personalizados de acompañamiento y seguimiento en el proceso de inserción laboral.

A José Luis le contemplan 53 años; sus estudios se quedaron en Primaria. Debido al sector al que se dedica, a José Luis le estalló la crisis con todas sus consecuencias. El paro de larga duración, como se constata en su caso, tiene efectos que van más allá del plano económico. Afortunadamente, actualmente es otra persona. “Tenía depresión y estaba con un tratamiento. No tenía ganas de salir de casa. Creía que con mi edad no me iban a querer en ningún sitio. Y mira ahora. El trabajo animicamente me ha ayudado mucho: ahora entro, salgo... He cambiado bastante por la gente que he conocido gracias a la Fundación. El hecho de ver que cuentan contigo te hace sentirte útil. Y piensas «Sí que valgo todavía»”.

La vida de José Luis no sólo ha cambiado a nivel profesional, también a nivel personal. Por ejemplo, ha hecho varios y muy buenos amigos, algunos de los cuales también participan en el programa de la Fundación Integra y la Fundación Cajasol. Para despedir la entrevista, invitamos a José Luis a que eche a volar su imaginación y nos diga cómo se ve en unos años. Se le ilumina la cara, mira al techo, y responde: “me gustaría asentarme en el puesto en el que estoy ahora, para poder costearle los estudios universitarios a mi hija. Mi deseo sería ése. ¡Y salud, claro!”.

Una nueva visión de la comunicación y el marketing basados en la realidad digital

UNA DE LAS NOVEDADES DEL INSTITUTO DE ESTUDIOS CAJASOL PARA EL CURSO 18/19 SE ENCUENTRA EN EL NUEVO MÁSTER EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL. UNA FORMACIÓN PRÁCTICA Y RENOVADA, QUE SE ADECUA A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL QUE VIVE NUESTRA SOCIEDAD. EL DIRECTOR DE ESTE TÍTULO DE POSTGRADO, JAIME ROLDÁN, DESTACA LAS NOVEDADES DEL MÁSTER, ADEMÁS DE DARNOS SU OPINIÓN SOBRE LOS CAMBIOS QUE SE ESTÁN PRODUCIENDO EN AMBOS SECTORES.

HABLAR SOBRE COMUNICACIÓN y marketing en la actualidad da pie a confrontación de opiniones dispares y variopintas. Algunos profesionales señalan que ambos conceptos forman parte de un mismo objeto de estudio, mientras que otros opinan lo contrario. De la misma manera, se encuentran los que defienden la fusión de ambos departamentos, en contraposición a los que opinan que cada disciplina es única y a su vez se complementan. Pero lo que es seguro, y donde todos los profesionales están de acuerdo, es que en los últimos años se han producido transformaciones muy importantes a la hora de comunicar, así como en el uso de las técnicas de ventas de bienes y servicios, a causa de la transformación digital.

De esta manera, el Instituto de Estudios Cajasol ofrece un nuevo Máster que unifica ambas materias, que están tan intrínsecamente relacionadas, para que los alumnos puedan obtener unos conocimientos optimizados a la realidad de la transformación digital que sufre nuestra sociedad. Para ello, la Dirección del Instituto ha confiado en la figura de Jaime Roldán, un empresario sevillano especializado en la comunicación audiovisual, que empezó su andadura empresarial en el mundo de la música, con la empresa 'Canciones en Busca de Artistas', y que más tarde creó la agencia digital 'Medios en Red' y la productora de televisión 'Bugaloo Studio', con los que ha reconducido, en el último lustro, el marketing y la comunicación de grandes empresas y pymes. Así pues, nutriéndose de tan variados puntos de vista ha logrado una visión multidisciplinar de los cambios que se producen actualmente.

“Para una persona que su pasión desde pequeño ha sido contar historias, estas necesitan unos canales y unas vías por las que circular, y de esa manera, trabajando en el mundo audiovisual y de la música, me doy cuenta que

toda la parte de la comunicación y del marketing, genera unas necesidades para las personas, cada vez más dispares”, reconoce.

Descubriendo un poco mejor la figura del nuevo director del Máster del Instituto Cajasol, Roldán se enorgullece de haber empezado en el mundo musical donde pudo entender que lo realmente importante no es el producto que nace de cada artista, sino lo que demanda y necesita cada público. “Empezamos a realizar trabajos relacionados con el marketing y la comunicación para artistas, empresas, y el mundo de la música. En cuestión de meses, me veo que empresas del sector de la salud o el deporte empiezan a confiar en el trabajo que realizo, y eso es lo que me empuja a crear otra empresa, otra marca, y otro objetivo al que mirar”, describe.

Del mismo modo, Jaime Roldán nos cuenta cómo comenzó su andadura en el Instituto de Estudios Cajasol: “Llego al Instituto de Estudios Cajasol por Luis Martínez, antiguo director del Máster en Marketing y Gestión de Ventas, magnífico profesional que ha sido pionero en esta formación dentro del Instituto. Oye hablar de mí, me hace una entrevista, le gusta el punto de vista que puedo dar en su máster, y comienzo a dar unas clases con él”, destaca. En ese momento ya tiene experiencia en dos empresas, y su visión multidisciplinar empieza a ser conocida por los profesionales de la Escuela de Negocios. Tras ese paso, comienza también a dar clases en el Máster de Negocios Internacionales, dirigido por Juan Carlos Morán Álvarez, en un momento en el que el marketing tiene una importancia supina en la internacionalización de los productos y servicios. “En ambos títulos daba mi punto de vista del marketing y la comunicación. Yo soy licenciado en Comunicación Audiovisual, que está muy enfocado al



Jaime Roldán nos recibe en el despacho de su oficina en el Aljarafe sevillano.



Nuestro protagonista, Jaime Roldán, lleva varios años dando clases en dos de los másteres del Instituto de Estudios Cajasol.

contenido, y no tanto de publicidad, pero como siempre he estado trabajando vinculado a clientes y sus necesidades, conozco la profesión bien y sus elementos”, remarca Roldán.

Para él, la docencia en el Instituto de Estudios Cajasol fue un paso importante en su carrera, ya que sitúa a la Institución como un referente a nivel nacional. “Está muy consagrada en Andalucía. Lleva 30 años formando a profesionales de diferentes sectores al máximo nivel de exigencia (...) Además, el Instituto y la Fundación Cajasol disponen de unos valores que muestran cohesión con el panorama empresarial andaluz. Es un placer formar profesionales bajo estos valores”.

APRENDER ‘IN-SITU’

El nuevo Máster de Marketing y Comunicación Digital del Instituto de Estudios Cajasol traerá la “realidad a las aulas” como describe Roldán. “El objetivo fundamental que va a tener el máster es acercar a los estudiantes la realidad de un día a día en este tipo de empresas y agencias, lo que demandan sus clientes, cómo se trabaja, cuáles son los conocimientos que deben tener, y cómo deben ponerlos en práctica”, explica. Y todo ello con una metodología novedosa y muy práctica que muestre “cómo son los ciclos de trabajo

«HEMOS CREADO UN CLAUSTRO DE PROFESORES QUE TIENEN PESO EN SUS CAMPOS DE TRABAJO»

en la vida real”, y en los que la teoría estará presente, pero teniendo en cuenta las demandas de las empresas en la actualidad. Según las indicaciones del director, el aula se convertirá en un espacio de aprendizaje ‘in-situ’ con expertos de diferentes sectores que les dirán cómo deben trabajar.

Del mismo modo, este título novedoso quiere revolucionar el aprendizaje de la comunicación y el marketing tal y como se enseña en otras instituciones o escuelas de negocio. “Observando otros planes académicos, te das cuenta que todos hablaban de bloques similares, pero estos no tienen una ordenación natural. Iban intercambiándose: de repente aparecía el bloque de marketing digital en un determinado momento, y ya luego no volvías a verlo. Luego hacía lo mismo con la estrategia, y no había una coherencia real. Cualquier bloque podría moverse en el calendario. Nuestra propuesta posee un orden lógico a la hora de afrontar el plan académico”, explica. De esta forma, Roldán tras recibir el encargo por parte de la dirección del Instituto de Estudios Cajasol plantea una forma de estudio con un ciclo natural frente al cliente.

Por lo tanto, el alumno aprenderá a generar contenido del producto o marca, según la estrategia que tenga la empresa; después conocerá cómo colocarlo en los espacios digitales que correspondan, teniendo en cuenta los variables de posicionamiento, y por último lo difundirá. Con ello podrá conocer si ha logrado sus objetivos analizando los resultados y los datos, y aprendiendo si sus acciones son las óptimas o deben cambiar para el futuro.

«ES NECESARIO, NOS GUSTE O NO, LOS PERFILES DE ALUMNOS MULTITAREA»

Esto detalla lo que nuestro protagonista conoce como “ciclo natural” dentro de las empresas. Una formación de gestión del trabajo que tiene sus procesos y que se irán trabajando paso a paso con la metodología del RolePlay. “El método que tenemos previsto requiere un grandísimo trabajo por nuestra parte. Se basará en el RolePlay, para que los alumnos en todo momento puedan ‘aprender trabajando’ para unos clientes durante todo el año, y tengan una comunicación fluida con ellos, para que sientan lo duro que es trabajar y estar al 100% cuando te lo demanda tu empresa o cliente (...) Los vamos a preparar para liderar ese proceso de trabajo frente al cliente”, destaca el docente.

Y todo ello con un claustro de profesores que son referentes y están especializados en diferentes ámbitos. Así pues, el Máster contará con uno de los tres embajadores de Youtube en España, que mostrará cómo lograr beneficios a través de royalties; el Director de Marketing del Sevilla FC; especialistas en aplicaciones móviles pioneros en la creación de estas, y que según palabras del propio Roldán “empezaron a crearlas en el mismo instante que Steve Jobs lanzó el primer iPhone”. Pero ahí no queda la cosa, Directores de Comunicación de grandes firmas o instituciones, fotógrafos, editores de vídeo, expertos en marketing legal, ciberseguridad, blockchain, especialistas de transformación digital o publicistas, entre otros. “Sin duda un elenco de profesionales para dar una visión muy real y cercana de lo que se van a encontrar en el mercado laboral”, describe Roldán en la entrevista.

LA REALIDAD PROFESIONAL SIEMPRE PRESENTE

Por otro lado, Jaime Roldán destaca que es necesario para los profesionales de hoy día realizar un máster para dar visibilidad a su currículum. Pero apostilla diciendo que no deben hacer un título de postgrado cualquiera, sino uno que les aporte una “experiencia vital”. “Los estudiantes tienen que conocer historias, ejemplos de verdad que inspiren. Por eso hemos creado un claustro de profesores que tienen peso en sus campos de trabajo (...) En definitiva, esa experiencia vital tiene que estar vinculada con el máster, algo que la Universidad no tiene”.

Y es que, de esta experiencia, Roldán destaca que se formarán expertos en comunicación y marketing que

destacarán por varias particularidades: sabrán adecuarse a todos los modelos de negocio y situaciones en las que se encuentren las empresas, sabrán comunicar y trabajar con honestidad, además de descubrir que se puede convivir con el error. “Los alumnos deben aprender a convivir con el error. Algo que no se enseña y que hoy en día comunicamos 24 horas, en todo momento. Antes se hacía una campaña al año, y hoy es continuamente. Pretender que esa comunicación sea perfecta, todos los días del año es imposible, por lo que hay que enseñar también que habrá algún tipo de acciones que saldrán mejor, y otras que no tanto”.

Del mismo modo, Roldán quiso incidir en el perfil de profesionales de la comunicación y del marketing que hoy demandan las empresas e instituciones. “Es necesario, nos guste o no, perfiles multitarea y que tengan una amplia visión de todo el proceso de comunicación. No se trata de formar expertos y técnicos en SEO, SEM, Diseño Web o Apps. Nuestro objetivo es formar líderes que tengan conocimientos suficientes para poder comunicarse con cualquier técnico o experto en la materia, para dirigir y participar activamente cualquier departamento de Marketing o Comunicación de una gran empresa”. Para ello, el profesional de este ámbito debe conocer todas las innovaciones que se van produciendo alrededor de su trabajo, así como las herramientas que facilitan los procesos, porque “el mundo digital nos permite que todo sea medible, y esos datos sin una buena interpretación no sirven para nada”.

Por último, y no menos importante, señaló que las empresas actuales buscan profesionales que dispongan de un equilibrio entre la motivación y el talento. “La motivación es lo que te impulsa a venir a clase y aprender. El talento es eso que diferencia a un alumno de otro a la hora de tomar decisiones o emprender una acción. En el equilibrio está el secreto. Nuestra metodología es como una gran yincana, tan práctica, entretenida y novedosa con lo que aseguramos lo primero. Lo segundo es algo que viene de forma intrínseca con el alumno, y que nosotros como formadores debemos pelear por destaparlo y potenciarlo”.

Con todo ello se ponen encima de la mesa unos mimbres ambiciosos con los que crear un Máster especializado en comunicación y marketing, a través del cual la Institución quiere ponerse a la cabeza con una metodología muy novedosa, en el que los alumnos son los verdaderos protagonistas, aprendiendo como lo harían en una empresa o agencia actual y sujetos a la constante transformación digital con la que convivimos.

SOLIDARIOS

Las enfermedades minoritarias tienen un faro de luz que mira al horizonte

ISABEL GEMIO, QUE PRESIDE LA FUNDACIÓN QUE PORTA SU NOMBRE, LLEVA UNA DÉCADA DANDO ESPERANZA A LOS ENFERMOS CON AFECCIONES RARAS DESDE SU ORGANIZACIÓN, QUE ABRE LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN PIONERAS EN NUESTRO PAÍS.

Isabel Gemio se ha convertido en un ejemplo con su trabajo en la Fundación que lleva su nombre





Antonio Pulido e Isabel Gemio conversan durante la entrevista en la Fundación Cajasol

Las personas siempre suelen fijarse en las estrellas que hay en el firmamento. Se abren paso en la inmensidad, brillan y como son pocas, se hacen visibles antes que el resto. No tienen un halo de luz que les haga destacar, pero sin duda son singulares por la labor desinteresada que hacen por todos nosotros. Entre ellas se encuentra Isabel Gemio, periodista que todo el mundo conoce por los grandes ratos que nos ha hecho pasar en la televisión y en la radio. Pero desde hace unos años, también es conocida por su Fundación. Desde la humildad, la extremeña ha trabajado para enfermos y para los que no lo son. En esta entrevista con Gemio os cuento cómo.

Con motivo de la reunión del jurado de los Premios AFA 2018, Isabel Gemio llega a la sede de la Fundación Cajasol en Sevilla. Hay tiempo para que hablemos de todo: las novedades en el trabajo, proyectos futuros y sobre todo de la Fundación. En pleno 2018 es referente para muchas personas enfermas en este país por las investigaciones que realiza. Entre sus primeras respuestas, ella nos cuenta que el principio de esta aventura, allá por el 2008, fue muy difícil. Se decidió a dar el paso tras conocer que uno de sus hijos sufría una distrofia muscular de Duchenne. “Yo no tenía ni idea de cómo se creaba una Fundación, y tuve que preguntar mucho, hacer muchas reuniones para buscar asesoramiento y para que me dieran indicaciones de cómo hacerlo. No sabía que llevar una Fundación era tan complicado. Sobre todo la burocracia que hay alrededor”,

TIENE CLARO QUE SU TRABAJO ES RECAUDAR ESOS FONDOS PARA QUE LOS MÉDICOS E INVESTIGADORES ESPECIALIZADOS PUEDAN TRABAJAR EN LOS PROYECTOS

narra la periodista. En esta ‘génesis’ le acompañó Álvaro de Iturriaga, un empresario que está afectado por distrofia muscular, y que en sus ratos libres siempre ha ayudado dentro de sus posibilidades a la Fundación.

La periodista no habla de enfermedades raras, sino de minoritarias. Son muchas, pero el número de personas que las padecen es muy reducido. Gemio tiene claro que su trabajo es recaudar esos fondos para que los médicos e investigadores especializados puedan trabajar en los proyectos. “A pesar de las dificultades, que no han sido pocas, no hemos dejado de crecer. Tenemos seis proyectos de investigación y ahora tenemos nuestro sueño de abrir uno en Andalucía”, comenta con una amplia sonrisa. La periodista me cuenta que estas líneas de investigación son seleccionadas por un comité científico, que lo conforman profesionales de hospitales públicos. Ella siente que esto es “garantía de rigor y transparencia”, por el gran conocimiento y experiencia que estos expertos pueden aportar a las investigaciones.

Del mismo modo, narra las novedades de la Fundación con tesón y con una alegría especial. Y también desgrana paso a paso alguno de los

proyectos en los que se está trabajando. “Hemos abierto un proyecto con la Universidad de Extremadura hace pocos meses. Las investigaciones las aprueba el comité científico, que son los expertos, lógicamente. El patronato y yo nos dejamos asesorar”, asevera. Y no duda en contar que los especialistas que trabajan junto a la Fundación son los mejores. “Lo que sí sé es que tenemos a expertos de gran prestigio, la mayoría de ellos son catedráticos de neurología (...) son profesionales que llevan mucho tiempo en el campo de la investigación de las enfermedades minoritarias, y ellos nos trasladan su pasión por la ciencia y por lo que supone para la sociedad”, comenta.

No obstante, Isabel también quiere dar su lugar al Patronato y sus patronos, “personas de gran prestigio de diferentes ámbitos” que se involucran en el devenir de la organización. “Trabajan y nos reunimos varias veces al año para tratar las grandes cuestiones por supuesto; pero también para dar ideas y aportar mejoras al desarrollo de todas nuestras actividades”, explica. Entre ellos se encuentran el empresario José María de Arcas (vicepresidente); el abogado Francisco Hernández (Secretario General); la Directora de Relaciones Públicas de ATRESMEDIA, Koke Tejada (Patrono); o el periodista Antonio San José (Patrono) entre otros.

Uno de los elementos que más le impacta a Isabel Gemio es que a diario son muchas personas las que llaman a la Fundación para obtener información, ya que “muchas personas no saben sobre estas enfermedades”. Del mismo modo, nos relata que FEDER (Federación Española de Enfermedades Raras) habla de una cifra cercana a los tres millones de personas afectadas con enfermedades

minoritarias. “Hay cerca de 7.000 patologías de enfermedades poco comunes. Pero hay pocos enfermos de cada patología. Todos sumados son millones, y nosotros recibimos llamadas todos los días”, destaca la periodista.

ESPERANZA PARA EL FUTURO

Y es cierto que para muchas familias y personas afectadas la Fundación Isabel Gemio es una ‘llamada a la esperanza’. Hay que tener en cuenta que la mayor parte de estas enfermedades no tienen ni medicamentos ni curas. “Nos agradecen mucho que nos dediquemos a incentivar y acelerar la investigación. Pero no nos tienen nada que agradecer, ya que yo lo hago porque tengo necesidad de hacerlo. Es mi granito de arena, mi aportación. Si la vida me ha dado lo que me ha dado, que un hijo mío haya sufrido una de estas enfermedades, pues de ahí me hice esa pregunta de qué podía hacer, y la respuesta fue la fundación (...) me parece que es la herramienta más seria, rigurosa y transparente para manejar unos fondos y conseguir unos logros realmente eficaces para la investigación”, explica Gemio.

Incluso cuando recibe premios, como este verano en la Gala Starlite, Gemio los agradece de corazón, pero prefiere hablar del “compromiso social”, que es el verdadero estímulo por el que trabajan los miembros de la Fundación. “Toda visibilidad es siempre positiva. Toda plataforma, todo foro donde suene nuestro nombre es positivo. Porque todo el mundo no conoce nuestra fundación”.

Pero la esperanza no llega sola, el altruismo de las personas y las instituciones hacen posible que ese ‘rayo’ pueda ser más intenso y pueda abarcar mucho más. Gemio me explica con datos, que en España no hay una

Isabel Gemio forma parte del jurado de los Premios AFA de la Fundación Cajasol

«TODO LO QUE SE AVANZA DE LA GENÉTICA ES POSITIVO PARA TODAS LAS ENFERMEDADES QUE TIENEN QUE VER CON ELLA»

‘cultura’ que le dé importancia a la investigación y a la ciencia. “Es un poco culpa de todos (...) Para empezar las instituciones públicas deberían apostar más por apoyarla, y sin embargo no es así. En España estamos muy lejos de la media europea, por ejemplo. Digo de inversión, porque al final investigar cuesta dinero”, destaca. Y aprovecha el hilo de nuestra conversación para hablar de las ‘necesidades’ que debe tener una sociedad. Para ella la ciencia lo es, porque es lo que hace “avanzar una sociedad”. “Todo lo que nos rodea, en tecnología, en salud, en todo... tiene que ver con la investigación, si no no viviríamos como vivimos. Entonces creo que falta conciencia de lo que significa y lo que aporta la ciencia”.

En cuanto a la empatía que podamos sentir por el que tenemos al lado, la periodista recalca que en cada uno de nosotros se encuentra un ‘mecenas’ que puede aportar su granito de arena para dar vida a todas las organizaciones sin ánimo de lucro de nuestro país. “Al fin y al cabo cuando se avanza en algo es bueno para todos. Porque un día u otro seremos enfermos, tendremos familiares o amigos enfermos, y la medicación que se descubre es buena para muchas enfermedades. Todo lo que se avanza de la genética es positivo para todas las enfermedades que

tienen que ver con ella (...) Por lo tanto la sociedad debería ser más consciente del valor de la investigación”, destaca Isabel Gemio.

Del mismo modo, nuestra protagonista hace un alegato a favor de los beneficios desde el punto de vista fiscal para que la cultura de la solidaridad llegue a más personas en nuestro país. “La desgravación fiscal es pequeña con respecto al mundo anglosajón, u otros países de Europa, en los que las empresas y los particulares se desgravan el 60% o el 75%, y a veces el 100% de lo que donan. Pero aquí no. En España es muy poco, un 35%. Aun así, la gente tiene que saber que haciendo una donación tiene una desgravación fiscal”.

En el momento en el que a Isabel Gemio se le pregunta por la solidaridad en nuestro país, ella sin querer entrar en debates ni polémicas, muestra una idea clara. “Generalizando, porque es la única forma de hablar y la única manera en la que podemos hacer una radiografía lo más justa posible, los datos dicen todo lo contrario de la percepción que tenemos. Nos creemos muy solidarios pero no lo somos tanto. Estamos lejos también de la media europea en cuanto a voluntariado, en cuanto a aportaciones regulares mensuales, estamos muy lejos de lo que ocurre en otros países de nuestro entorno”, detalla la extremeña.

Ahondando un poco más en el por qué es baja la participación por parte de la sociedad, Gemio destaca que la transparencia puede ser un handicap. “Yo le digo siempre a los ciudadanos que no busquen excusas, que si dudan de hacia dónde va su dinero, si lo donan a cualquier institución tienen la oportunidad de pedir las cuentas, información de cómo funciona esa entidad, de cuántos gastos tienen,

cuántas personas lo conforman, y más”, afirma. Y en ese mismo momento, me comentó que todo eso es posible verlo, en la web de su Fundación (www.fundacionisabelgemio.com) a golpe de clic. “Tenemos una auditoría con las cuentas de los últimos años. Nadie puede tener dudas de cómo funcionamos. No sé el resto, pero sí al menos nosotros”, finaliza.

Sigue la conversación entre nosotros, y nos paramos a imaginar el futuro, el qué puede pasar a medio plazo. Pero Isabel me comenta que ella está muy ilusionada ahora mismo con la salida de su libro ‘Mi hijo, mi maestro’, que cuenta la experiencia con su hijo y la enfermedad. Ella sigue destacando la verdadera importancia y el valor de la investigación para que las personas que no tienen posibilidades puedan tenerlas. “Al final, los enfermos no tienen otra esperanza que la investigación. Ellos no tienen cura. La mayoría de estas enfermedades no tienen siquiera medicación. Pero las pocas que tienen medicación ha sido gracias a la investigación”.

Al final de la conversación, Gemio tiene palabras de agradecimiento a la Fundación Cajasol por su “mecenazgo activo”. “He sido miembro del jurado de los Premios AFA, me ha encantado porque es una forma de apoyar y de alentar el trabajo de todas aquellas asociaciones o fundaciones que trabajan por los demás por amor al arte”, reconoce.

Sin lugar a dudas, me queda claro que Isabel Gemio es ese faro de esperanza para todas las personas con enfermedades minoritarias. Y como epílogo de este texto, destaco uno de sus comentarios durante nuestro encuentro: “Es fascinante poder estar contribuyendo en algo que al final redundará en el bien común, porque una fundación trabaja para la sociedad”.

Cuando los sueños se hacen realidad

LA FUNDACIÓN PEQUEÑO DESEO, ORGANIZACIÓN SIN ÁNIMO DE LUCRO CON LA QUE COLABORA LA FUNDACIÓN CAJASOL, LLEVA CASI 20 AÑOS REGALANDO ILUSIÓN A LOS NIÑOS CON ENFERMEDADES GRAVES. SIN DUDA UN EJEMPLO PARA QUE LOS MÁS PEQUEÑOS RECUPEREN SUS SONRISAS

Son muchas las organizaciones solidarias que trabajan para y por las personas más necesitadas en España, pero la labor que realiza la Fundación Pequeño Deseo con los niños de enfermedades crónicas o de mal pronóstico va un paso más allá. Fue creada en el año 2000 y, desde entonces, trabajan con el objetivo de lograr una máxima: repartir 'varitas' de ilusión en modo de deseos.

¿Y cómo lo consiguen? Los responsables de proyectos de la Fundación Pequeño Deseo trabajan mediante acuerdos con hospitales de toda España para conocer a niños enfermos de entre 4 y 18 años que necesitan un 'empujón' para que les den alas en su travesía con estos inconvenientes.

Y es que acciones como estas, que realiza la organización de forma desinteresada con la aportación de socios, patrocinadores y empresas, hacen posible que la felicidad de los pequeños se alargue durante, al menos, 9 meses. Y señalamos ese tiempo ya que así lo detalla el Primer Estudio sobre el Efecto de las Emociones Positivas realizado por la Fundación en colaboración con el Colegio de Psicólogos,



LA FUNDACIÓN CAJASOL AYUDA CON LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y EL APOYO INSTITUCIONAL A PEQUEÑO DESEO DESDE HACE AÑOS.

la Fundación Lafourcade Ponce y la Universidad Complutense de Madrid.

Con el paso de los años, la presencia de la Fundación en la opinión pública ha sido constante por premios solidarios, así como por la gratitud de los familiares y amigos de los niños sorprendidos, pero es cierto que no realizan acciones de visibilidad como otras instituciones para captar fondos. Pero, ¿cómo llega a saber la ONG de estos casos tan graves? Nos cuentan en Pequeño Deseo que las informaciones les llegan desde el hospital, centro médico especializado o a través de los padres u otros familiares.

Y es que son un total de 37 hospitales repartidos por 14 comunidades autónomas, los que han contactado con la asociación y han podido vivir de primera mano situaciones de alegría y felicidad de estos niños. Los propios facultativos ven en este tipo de acciones un estímulo de reafirmación en forma de ventana a la esperanza.

Para la Fundación Pequeño Deseo la punta del iceberg de sus acciones son las sonrisas que muestran los niños con las sorpresas que llevan a cabo, pero antes de que ocurran estas realizan un trabajo arduo durante todo el año con el fin de recaudar dinero para poder hacer su labor.

En este sentido, la Fundación Cajasol ayuda con la organización

de eventos y el apoyo institucional a Pequeño Deseo desde hace años. En 2012, ya se celebró la primera Gala Benéfica a favor de la organización con una gran aceptación por parte del público sevillano. Desde entonces, todos los años se ha realizado algún evento en el que la Fundación ha destacado la importancia de ayudar a Pequeño Deseo. Otro ejemplo más tuvo lugar en la IV Gala Benéfica 'La magia de los deseos', que se celebró en el Consulado de Portugal en Sevilla en 2016.

De esta manera, la coordinadora de Pequeño Deseo en Andalucía, Mercedes Vázquez, valora positivamente como la Fundación Cajasol apoya con "ayuda continuada" en estos años. "Ellos conocen, respetan y se preocupan por nuestra labor. Y nosotros estamos agradecidos y felices de contar con su respaldo".

SONRISAS QUE SE MULTIPLICAN

Entre los más de 4.500 sueños que ha organizado Pequeño Deseo, algunas son más complicadas de cumplir, otras más fáciles. Pero al final todas tienen el mismo fin; ver la alegría en la cara de quien lo pasa mal. Como en el caso de Rosa, una joven adolescente que tiene en el músico Pablo López a su ídolo desde hace años. En algunos de los momentos más duros de su enfermedad recibió un vídeo del cantante para enviarle mucha fuerza. Más tarde, le invitó a uno de sus conciertos, en el que todas las entradas estaban agotadas, disfrutando como

nunca. Pero eso no fue todo, la magia siguió brotando cuando pudo conocer en persona tras el concierto a Pablo López.

Su madre, Rosa, nos comentó como se hizo esta sorpresa tan grata. "Mi hermana me habló de la organización. Ella quería darle una sorpresa a mi hija, que ya estaba hospitalizada, por lo que me puse en contacto con Pequeño Deseo para contarles lo que le ocurría", relata.

Cuando a Rosa se le pregunta sobre su opinión acerca de la labor desarrollada por Pequeño Deseo, su respuesta es muy clara: "El bien que hacen a los niños que están enfermos es maravilloso. Sólo hay que ver la cara cómo se les cambia, y les llega la sonrisa de oreja a oreja. Yo pienso en el momento del deseo y se me ponen los pelos de punta. Sin duda es una labor única".

Aunque también hay otros casos como el de Inmaculada, que deseaba tener un perrito para cuidar de él. La Fundación Pequeño Deseo le sacó la sonrisa más preciada cuando vio el transportín y recibió la varita de la Fundación. "Se llamará Pompe (...) vámonos para casa, el perrito ya es mío", fueron algunas de sus palabras.

Pero para ilusión y apego a un deseo, encontramos el caso de Francisco José. Desde muy pequeño siempre quiso conocer en persona a Spiderman. Se había leído todos sus cómics, o visto las películas, pero le faltaba verlo en directo. Y ahí ayudó la Fundación. Trajo al superhéroe para que tanto él como su familia pudieran conocerlo. El pequeño, disfrazado como su ídolo, recibió un patinete que le dejó sin habla. Y después de estar jugando con él, además de hacerse fotos, visitó junto a su ídolo a otros niños del hospital.

Más información en www.fpdeseo.org

Pérez Botello: “Los coches autónomos vendrán a recogerlos, nos llevarán a nuestro destino y regresarán a sus aparcamientos”



Francisco Pérez Botello, presidente de Volkswagen Group España Distribución, es licenciado en Física y presenta una dilatada trayectoria profesional vinculada al sector del automóvil. Así, en 1993 ingresó en Ford, ocupando diferentes puestos de responsabilidad en las áreas de marketing, ventas y en la parte financiera. En Ford llegó a desempeñar el cargo de Director Europeo de Operaciones en concesionarios y Director Comercial de Ford España. En 2010 se incorporó a Volkswagen.

Tras su interesante conferencia en el Club de Directivos de Andalucía, en la sede del Instituto de Estudios Cajasol, nos atiende y nos advierte de los cambios que se producirán en la industria del automóvil y los modelos de negocio, como el coche eléctrico o el coche autónomo. En este contexto, no duda en destacar que aunque el futuro es el coche eléctrico, aún quedan años para que sea mayoría en el parque automovilístico; además, asegura que el coche autónomo va a cambiar el mundo e incidirá especialmente en la fisonomía de las ciudades.

Francisco Pérez Botello, presidente de Volkswagen Group España Distribución.

los doce años de media. Los coches diésel de más de diez años son responsables de más del 80% de las emisiones de NOx. Si los pudiéramos sustituir por vehículos diésel nuevos, solucionaríamos en un momento el problema de la calidad del aire.

Así, de cara a los próximos años, ¿cómo evolucionará el mercado? ¿El coche eléctrico acaparará el mercado?

El coche eléctrico es el coche del futuro, es la respuesta a la demanda social de movilidad sostenible. No obstante, es necesario que todos los actores, especialmente las Administraciones Públicas, contribuyamos a realizar una transición ordenada hacia la electromovilidad. En los próximos años las ventas de vehículos eléctricos crecerán exponencialmente, pero, según diferentes estudios, en el año 2030 en Europa el parque de vehículos seguirá siendo de combustión en un 80%.

¿Cuándo veremos a los coches eléctricos competitivos respecto a autonomía y precio?

Mucho antes de lo que pensamos. Audi ya admite pedidos de su primer modelo 100% eléctrico, el e-tron, que ofrece una autonomía de más de 400 kilómetros y será sin duda una referencia en el mercado premium. Por su parte, la marca Volkswagen quiere democratizar la electromovilidad y en 2020 pondrá a la venta el I.D., un modelo del tamaño de un Golf y la habitabilidad de un Passat, con una autonomía de hasta 600 kilómetros, que saldrá al mercado en 2020 con un precio similar al de los vehículos diésel.

Otro aspecto será la implantación del coche autónomo. ¿Veremos

transformación en las ciudades?

El coche autónomo va a cambiar el mundo e incidirá especialmente en la fisonomía de las ciudades. Los coches pasan actualmente el 95% del tiempo aparcados, y el 80% del espacio viario de las ciudades está destinado a los vehículos. Con el coche autónomo, el espacio viario para los vehículos se reducirá a una cuarta parte, lo que propiciará una revolución urbanística con más espacio para los peatones y más zonas verdes. Habrá aparcamientos satélite en las afueras de las ciudades, porque los coches autónomos vendrán a recogerlos, nos llevarán a nuestro destino y podrían regresar a esos aparcamientos satélites.

PREVÉ UN MAYOR DESARROLLO DEL CONCEPTO DEL PAGO POR USO EN LUGAR DE LA ADQUISICIÓN DE UN COCHE

¿La evolución del sector es imprevisible? ¿Nos enfrentamos a avances que nunca pudimos esperar?

El sector del automóvil va a cambiar más en los próximos diez años que lo que lo ha hecho en los últimos cien. Existen tres disrupciones –la sostenibilidad, la urbanización y la digitalización– que van a provocar una auténtica revolución en la industria de automoción, cuyas respuestas a estos desafíos son, respectivamente, el coche eléctrico, el coche compartido y el coche conectado, como paso previo al coche autónomo.

Todo ello se inscribe en un contexto de revolución tecnológica, que provocará un impacto formidable de la automoción en otros sectores,

como el energético o el de las telecomunicaciones.

También debemos analizar la evolución de los ciudadanos y de los trabajos. ¿Nos puede llevar esto a que el coche en propiedad deje de ser lo habitual?

En mi opinión, en el futuro existirá un modelo heterogéneo, en el que convivirán diferentes formas de comercialización y uso del automóvil. Por supuesto, continuará existiendo el cliente que tendrá su coche en propiedad, pero asistiremos a un mayor desarrollo del concepto del pago por uso en lugar de la adquisición del bien. De hecho, ese ya es el modelo de negocio más demandado por las nuevas generaciones.

Las crisis económicas golpean al sector con fuerza, ante lo que los gobiernos siempre han activado medidas. ¿Cree que, hasta el momento, esas medidas han sido las más correctas en cada momento?

Los gobiernos en España siempre han mostrado una significativa sensibilidad hacia el sector del automóvil, con medidas de incentivo a la demanda como los planes PIVE, que debemos reconocer y agradecer, y que resultaron muy útiles para ayudar a sostener las ventas en momentos de crisis. Actualmente lo que el sector necesita son medidas de carácter estructural –fiscales, logísticas, medioambientales, etc.– que faciliten la transición hacia el vehículo eléctrico y la movilidad sostenible, y permitan al mismo tiempo mantener la competitividad de la industria española de automoción: que nuestras fábricas sean atractivas para los centros de decisión de las grandes corporaciones, de forma que nuestras factorías se adjudiquen la fabricación de los coches del mañana.



Ciclo 'Canciones de Película', Fundación Cajasol Córdoba.



Ciclo 'Continental' 2018, Fundación Cajasol Huelva.



Desayunos Informativos de Europa Press Andalucía desde el Teatro Cervantes de Almería, con el alcalde de Almería, Ramón Fernández-Pacheco.



Exposición 'Un Santo en Sevilla. 25 años, 25 huellas del Papa Juan Pablo II', Fundación Cajasol Sevilla.



Presentación del homenaje '60 años de Magia', Fundación Cajasol Cádiz.



Visita institucional a la Base Naval de Rota.



Velá de Santa Ana

Concurso de la Cucaña en la Velá de Santa Ana, Sevilla.



WWW.REVISTAFUNDACION.COM