GUÍA PARA LA INTEGRACION DE LAS MUJERES Y HOMBRES INMIGRANTES EN ESPAÑA 2020

Guía para la integración de las mujeres y los hombres inmigrantes en España

CRÉDITOS

Edición, Marzo 2018

Dirección: Eduardo Abad Sabarís, UPTA-España

Coordinación: César García Arnal, UPTA-España

Elaboración: EYSED

Edición: EYSED

Esta guía que os presentamos, aborda parte de los objetivos transversales de integración de los programas cofinanciados por el fondo social europeo en el marco del programa operativo "lucha contra la discriminación".
Hemos hecho una exposición sobre tres aspectos muy importantes a tener en cuenta por todas aquellas personas que un día abandonaron su país para abrirse camino en España con el propósito de desarrollar un plan de vida para mejorar su futuro y el de sus seres más queridos, dejando atrás su cultura, cos- tumbres, amigos, idioma y sobre todo familia. Para nosotros el simple hecho de inmigrar es sinónimo de emprender.

Conscientes del esfuerzo que supone para cualquier persona desarrollar una actividad por cuenta propia, en nuestra organización somos especialmente sensibles a este respecto y queremos redoblar nuestros esfuerzos con el ánimo de ser lo más certeros posibles, ofreciendo en esta guía tres objetivos importantes de ayuda para la integración de las personas inmigrantes.

Es por ello que os invitamos a leer esta guía, la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres es un principio básico para avanzar juntos en cualquier aspecto de la vida personal y profesional. Avanzaremos mejor juntos/as que si por el con- trario vamos cada uno/a por nuestro lado o no dejamos crecer al sexo opuesto. Ibsen, Henrik Johan: "Nuestra sociedad es masculina, y hasta que no entre en ella la mujer no será humana."

La utilización de la TIC, (Tecnologías de la Información y Comunicación), es una herramienta a la que no le debemos dar la es- palda porque nos sitúa en la realidad virtual actual y nos facilita nuestro trabajo si aprendemos a manejarla, especialmente a los/as emprendedores/as. «El nuevo entorno tecnológico ha creado un nuevo espacio social, al que hay que adaptarse, pero también capacitarse». (Anónimo).

Y finalmente, el respeto al medioambiente que tanto nos preocupa a todos/as, solo es posible si invertimos la pirámide, si actuamos con pequeños gestos de forma individual en nuestra cotidianidad personal y profesional, solo así conseguiremos un mundo mas limpio y menos contaminado y solo así tendrán efecto las medidas llevadas a cabo por nuestros gobiernos. "La tierra es insultada y ofrece sus flores como respuesta." - Rabin- dranath Tagore

Esperando que la lectura de está guía os resulte amena y sea de vuestro agrado, desde el Área de Inmigración de UPTA-España, os emplazamos a iniciar pequeñas acciones que nos hagan sentir mejores personas.

Eduardo Abad Sabarís

Responsible del Área de
Inmigración UPTA-España

ÍNDICE

U.D. 1. MÓDULO DE IGUALDAD DE GÉNERO

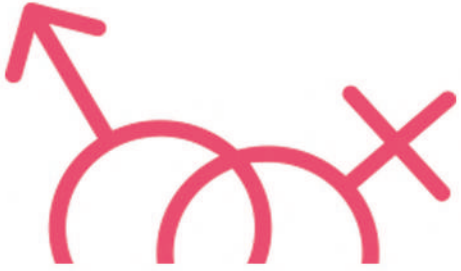
1. Algunas consideraciones previas
   - A. Elección de juegos y juguetes 12
   - B. Práctica deportiva 14
   - C. Elección de estudios 14
   - D. Acceso al mercado de trabajo 16
2. Ambitos de intervención 20
   - A. En la vida familiar 20
   - B. En la educación 22
   - C. En la participación 25
   - D. En el empleo 27

U.D. 2. MÓDULO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Que son las tic 31
2. Para qué nos sirven como emprendedores o autónomos 31
3. La web: usabilidad y posicionamiento 32
4. Posicionamiento 33
5. Comercio electrónico y e commerce 35
6. Otras herramientas tic: blog, foros, redes y youtube 37
   - A. Blog 37
   - B. Foros 39
   - C. Principales redes sociales y Youtube 39
   - D. Facebook 41
   - E. Twitter 42
   - F. Linkedin 43
   - G. Youtube 44
7. Email Marketing y Marketing sectorial y viral 46
8. Conclusiones 48

U.D. 3. MÓDULO DE MEDIO AMBIENTE

1. A modo de introdución 51
2. Practica de protección medio ambiental 52-59
3. Desarrollo sostenible 60
4. Responsabilidad Social Corporativa-Empresarial 61
5. Optimización de recursos y medio ambiente 63
6. Aspectos de especial interes para empredor@s 64
7. Algunas buenas prácticas medioambientales 67



MÓDULO
IGUALDAD DE GÉNERO

MÓDULO
IGUALDAD DE GÉNERO

¿POR QUÉ ESTE MÓDULO?

Vivimos en una sociedad en la que a pesar de los vances en la legislación, la discriminación continúa presente. Si pensamos en colectivos como mujeres, personas con discapacidad, inmigrantes, etc. seguro que detectamos situaciones que nos permiten comprobar que no todos accedemos por igual a la educación, al trabajo, a la política, etc.

Los avances legislativos han contribuido a que exista una igual- dad formal, es decir, que nadie cuestione que ante la ley todas las personas tenemos los mismos derechos, pero esta igualdad no se ve reflejada en muchas realidades cotidianas, es decir, no existe una igualdad real o igualdad de hecho.

Según el Artículo 14 de la Constitución Española "Los españoles son iguales ante la Ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social".

La igualdad real no se puede alcanzar sin la implicación de toda la sociedad y ello supone que tomemos conciencia de cuáles son las causas que originan discriminación y desigualdad, sus consecuencias y cómo podemos contribuir a su eliminación en y desde nuestros respectivos entornos sociales (familiar, labo- ral, educación, etc.).

¿PARA QUÉ ESTE MÓDULO EN UN TALLER DE EMPRENDIMIENTO?

Toda persona que emprende un negocio se convierte en un agente social y económicamente activo, con unos derechos y unos deberes que en ocasiones pueden verse negativamente afectados como consecuencia de alguna práctica discriminatoria.

Reflexiona

¿Conoces a alguna mujer que haya tenido que elegir entre su vida profesional y su vida familiar?

¿Conoces a algún hombre ante esta disyuntiva?

Por tanto, con este módulo se pretende advertir de las situaciones de discrimiación que todavía persisten en nuestra sociedad, facilitando claves para su identifica- ción y aportando información que nos permita integrar el ***PRINCIPIO DE IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN*** en todos nuestros entornos (familiar, laboral, personal, etc.).

ALGUNAS CONSIDERACIONES PREVIAS

¿Sabrías explicar la diferencia entre Sexo y Género?
¿Sabrías explicar qué significa Rol y Estereotipo de Género?
¿Sabrías explicar qué es Socialización de Género?

Cuando nos referimos al ***SEXO*** hacemos mención a las características de un ser vivo en función de las cuales sabemos si se trata de un macho o una hembra. En las personas se refiere a las diferencias biológicas (anatómicas y fisiológicas) entre hombres y mujeres que hacen posible la reproducción. Estas características son universales y coinciden en todo tiempo y cultura.

Cuando nos referimos al ***GÉNERO*** hacemos mención a la construcción cultural que hace una sociedad a partir de las diferencias biológicas. Mediante esta construcción se asignan aptitudes, roles sociales y actitudes diferenciando entre lo masculino y lo femenino.

Reflexiona

¿Crees que si supieras el sexo del bebé cambiarían TUS respuestas a SUS preguntas?

A lo largo de nuestro proceso de socialización, según seamos niños o niñas, se nos transmiten una serie de mensajes que condicionan nuestros aprendizajes y la práctica o el rechazo de comportamientos o ***ROLES DE GÉNERO*** que se consideran adecuados o inadecuados en función de si somos hombres o mujeres, favoreciendo nuestra integración en la sociedad a la que pertenecemos.

Este proceso de socialización, diferenciando entre lo que es adecuado para las mujeres y lo que es adecuado para los hombres, es denominado ***SOCIALIZACIÓN DE GÉNERO*** y es una de las principales causas de discriminación que impiden a mujeres y hombres tener las mismas oportunidades de ejercer los derechos que les corresponden por el mero hecho de ser ciudadanas y ciudadanos.

Tradicionalmente, a las mujeres se les han asignado unos roles vinculados al cuidado del hogar y de las personas en el entorno familiar, es decir, con roles propios del ***ÁMBITO PRIVADO***, mientras que a los hombres se les han asignado roles relacionados con el ***ÁMBITO PÚBLICO*** como el empleo remunerado y la par- ticipación en los órganos de toma de decisiones que afectan al conjunto de la sociedad.

Otro de los conceptos básicos que nos ayudan a comprender los obstáculos que dificultan la igualdad real entre mujeres yhombres en nuestra sociedad, son los ***ESTEREOTIPOS DE GÉNERO***, es decir aquellas ideas y creencias impuestas, simplificadas, pero fuertemente asumidas, sobre las características, actitudes y aptitudes de las mu- jeres y los hombres.

Reflexiona

¿Has escuchado alguna vez una canción de Miguel Bosé que dice "los chicos no lloran... tienen que pelear"? ¿Qué te hace pensar? ¿Llorar es síntoma de debilidad? ¿Llorar es de mujeres?¿Los hombres son más fuertes que las mujeres?¿Los hombres no deben manifestar sus sentimientos?

Reflexiona

Por tanto, lo femenino y lo masculino no son hechos naturales o biológicos, sino construcciones culturales en las que incluímos aficiones y gustos, tareas a realizar, responsabilidades que asumir... Dando lugar a los roles y estereotipos de género que aprendemos e interiorizamos a través del proceso de socialización que nos permite integrarnos en la sociedad en la que nacemos.

Los estereotipos y roles de género condicionan las expectativas de las personas, es decir, condicionan tanto lo que los demás esperan de nosotros como lo que nosotros mismos nos proponemos a nivel profesional, personal, económico, etc.

Analicemos algunos hitos por los que hombres y mujeres pasamos a lo largo de nuestra vida acumulando vivencias y trayectorias muy diferentes como consecuencia de la desigualdad que ocasionan los estereotipos y roles de género.

a) Elección de juegos y juguetes
b) Práctica Deportiva
c) Elección de los estudios
d) Acceso al mercado laboral.

A) ELECCIÓN DE JUEGOS Y JUGUETES

El juego debe considerarse como uno de los recursos más destacados en el proceso de socialización, mediante el cual aprendemos a conocer nuestro cuerpo, a relacionarnos con los demás y no permite desarrollar nuestras capacidades físicas y mentales.

Algunos juegos tienen asignados estereotipos de género que los convierten en juegos de niños o juegos de niñas y condicionan la elección de los mismos tanto por parte de los menores como por parte de las personas adultas que los compran.

Reflexiona

Analicemos algunos catálogos de juguetes y cómo transmiten estos estereotipos de género...

-¿Por qué una página es rosa y otra azul?

-¿Por qué las bicicletas rosas llevan una cestita en el manillar y las azules no?

-¿Por qué en la página rosa aparecen protecciones (cascos, rodilleras...) del mismo color y en la página azul no aparecen protecciones de ningún tipo?

-¿Por qué en la página azul aparecen unos monopatines (skates) que no aparecen en la página rosa?

¿Qué diferencias encuentras entre el catálogo anterior y estos otros?

Toda persona que emprende un negocio se convierte en un agente social y eónomicamente activo, con unos derechos y unos deberes que en ocasiones pueden verse negativamente afectados como consecuencia de alguna práctica discriminatoria

Por tanto, los estereotipos y roles de género condicionan qué juegos y juguetes elegimos, reforzando el aprendizaje diferenciado de roles masculinos y femeninos, lo que genera un proceso de socialización diferente y perpetúa la desigualdad entre hombres y mujeres.

B) PRÁCTICA DEPORTIVA

La práctica deportiva es cada vez más reconocida como uno de los principales recursos para el desarrollo personal por su contribución en el desarrollo psico-físico saludable y en el aprendizaje de valores.

Sabias Que:

En la antigüedad el deporte era cosa de varones, de hecho en los primeros Juegos Olímpicos (año 770 a.c.) las mujeres no podían participar,y no se les permitia asistir como espectadoras, y el primer acontecimiento deportivo en el que participaron fueron los Juegos Olímpicos de Paris en 1.900 en el compitieron siete mujeres de un total de 1.066 deportistas (0,6%). La participación femenina en los Juegos Olímpicos se ha ido incrementando muy lentamente, siendo los juegos de Londres 2012 los considerados como los más femeninos de la historia por dos acontecimientos importantes

- Por primera vez los países árabes han enviado mujeres a los Juegos,gracias a las presiones del Comité Olímpico Internacional.
- El 46% fueron mujeres,el más alto de los Juegos Olimpicos

Reflexiona

¿Cuántas retransmisiones deportivas femeninas has visto?. ¿Cuántas masculinas? ¿En qué horarios se retransmite el deporte masculino? ¿Y el deporte femenino?

La participación de atletas femeninas en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro (2016) fue muy similar a la de Londres. Por tanto, no cabe duda de que actualmente la mentalidad de la sociedad está cambiando y que la mujer accede al deporte tanto como el hombre, pero aún quedan ciertas prácticas discriminatorias contra las que luchar, siendo una de ellas la todavía persistente falta de visibilidad del deporte competitivo femenino.

C) LA ELECCIÓN DE LOS ESTUDIOS

Los estereotipos y roles de género que aprendemos en la infancia condicionan nuestras expectativas de futuro es decir, nuestros proyectos vitales en el ámbito personal, sentimental, profesional, laboral, económico, etc.

En nuestra sociedad actual la elección de unos estudios u otros puede condicionar nuestros proyectos vitales en cuanto a la profesión que elegimos y las opciones de empleo que está ofrece.

Sabias Que:

En la actualidad, el porcentaje de mujeres que cursan estudios universitarios asciende al 54.4% de mujeres matriculadas en primer y segundo ciclo frente a un 45.6% de hombres matriculados (Fuente Ministerio de Educación)

La Universidad de Navarra publicó un estudio titulado Análisis de diferencias de género en la elección de estudios universitarios cuyos resultados muestran que las chicas eligen principalmente carreras relacionadas con la ayuda social, educación y cuidado de personas exponiendo como principales motivos de elección "porque les gusta, por vocación y para ayudar a otras personas", mientras que ellos se decantan por estudios técnicos alegando como principal motivación "ganar un buen sueldo".

Esta realidad pone de manifiesto la necesidad de analizar el proceso de toma de decisiones académicas entre los jóvenes y los criterios de elección que aplican ya que, las decisiones que se toman en este proceso, constituyen uno de los eslabones principales de la cadena de decisiones que realizamos a lo largo de nuestro desarrollo vital.

Reflexiona

¿ Crees que en esta elección influyen los estereotipos y roles de género aprendidos durante el proceso de socialización?

Por tanto, es muy importante garantizar la Igualdad de oportunidades no sólo en lo que respecta al acceso a la educación sino también en todo el proceso de toma de decisiones que conlleva la elección de los estudios de formación profesional y universitaria que van a dirigir a la población joven hacia el mercado laboral.

D) ACCESO AL MERCADO DE TRABAJO

Quizá este sea el hito vital por el que pasamos hombres y mujeres a lo largo de nuestra vida en el que resulta más complejo desgranar las situaciones de desigualdad que todavía persisten.

Para identificar las causas que generan desigualad entre mujeres y hombres en el acceso al mercado de trabajo debemos remontarnos a conceptos como el sistema de organización social denominado PATRIARCADO en el que se establecen claras y jerarquizadas diferencias entre los papeles sociales de los hombres y de las mujeres, el cual ha estado presente en nuestro país hasta bien entrado el siglo XX, cuando a la mujer se le empezaron a reconocer derechos.

Sabías Que:

En España, el derecho al voto de las mujeres fue reconocido en la Constitución de 1931, y la primera vez que pudieron ejercer ese derecho fue en las elecciones generales de noviembre de 1933.

El patriarcado pues, otorga a los hombres privilegios por el sólo hecho de haber nacido hombres, por lo que las mujeres tienen que aceptar situaciones de subordinación tanto en la esfera pri- vada como en la esfera pública.

Sabías Que:

En España, a partir de 1 de enero de 1939 las mujeres no podían inscribirse como obreras en las oficinas de colocación, salvo si eran cabezas de familia y mantenían a ésta con su trabajo, si su marido se hallaba incapacitado o eran solteras, aunque estuvieran en posesión de un título que les permitiera ejercer alguna profesión. La denominada Ley de reglamentaciones de 1942 implantaba la obligatoriedad de abandono del trabajo por parte de la mujer cuando contraía matrimonio y algunas importantes empresas hacían constar en sus cláusulas esta normativa al contratar mujeres y si se planteaba una reincorporación posterior, debía contar con la autorización del marido. La autorización marital para firmar un contrato laboral y ejercer el comercio fue abolida en la reforma de los Códigos Civil y de Comercio de 1975. Es decir, hasta ese momento las mujeres no podían elegir por sí mismas una profesión y ejercer ninguna operación de compraventa, firmar un contrato de trabajo abrir una cuenta bancaria sin la correspondiente "autorización marital".

Esta subordinación de la mujer ante el hombre ha condicionado su acceso al ámbito público de manera libre y autónoma, y por tanto su acceso al mercado de trabajo, arrastrándose prácticas discriminatorias que han contribuido a perpetuar la **DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO**, diferenciando entre:

Trabajo Productivo o empleo: actividad reglamentada reconocida jurídica y socialmente que tiene como contraprestación una remuneración económica. Esta actividad está enmarcada en el espacio público, cuyo derecho ha sido reservada al hombre otorgándole el rol social de "cabeza de familia" como principal responsable del sustento económico.

Trabajo Reproductivo o doméstico: actividad no remunerada que implica la reproducción de la vida, el cuidado de las personas dependientes del entorno familiar, el mantenimiento del hogar y la transmisión del código de valores.

Sabías Que:

La participación masculina en las tareas domésticas (actividades de Hogar y familia) ha aumentado en los últimos siete años en casi cinco puntos, pero sigue habiendo una diferencia de participación en el trabajo no remunerado de 17 puntos porcentuales a cargo de las mujeres (74,7% los hombres y 91,9% las mujeres). (Fuente: Nota

Reflexiona

¿Podrías hacer una breve relación de las repercusiones que este tipo de organización social (patriarcado) ha tenido y tiene ante el acceso de las mujeres a un puesto de trabajo con las mismas oportunidades que los hombres?¿Crees que las situaciones vividas por las mujeres en una sociedad patriarcal responden a las definiciones de discriminación que se exponen a continuación? ¿Crees que en la actualidad persisten estos tipos de discriminación?

DISCRIMINACIONES POR RAZÓN DE SEXO: Toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por las mujeres, con independencia de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y de la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas políticas, económicas, sociales, cultural y civil o en cualquier otra esfera. (Fuente: Convención sobre eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres, diciembre de 1979 organizada por Naciones Unidas).

Hay diferentes tipos de discriminación por razón de sexo:

DISCRIMINACIÓN DIRECTA: la situación en que se encuentra una persona que sea, haya sido o pudiera ser tratada, en atención a su sexo, de manera menos favorable que otra en situación comparable. (Artículo 6.1. de la Ley Orgánica 3/2007, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres).

EJEMPLO: asignación de menor salario por el hecho de ser mujer, despedir o no renovar contrato ante un embarazo, especificar el sexo de los candidatos que se desea reclutar en un proceso de selección, etc.

DISCRIMINACIÓN INDIRECTA: situación en que una disposición, criterio o práctica aparentemente neutros pone a personas de un sexo en desventaja particular con respecto a personas del otro, salvo que dicha disposición, criterio o práctica puedan justificarse objetivamente en atención a una finalidad legítima y que los medios para alcanzar dicha finalidad sean necesarios y adecuados (Artículo 6.2. de la Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres).

EJEMPLO: el desigual reparto de responsabilidades familiares, falta de medidas de conciliación en las empresas, definición de perfiles profesionales basándose en estereotipos de género y no en competencias reales, etc.

DISCRIMINACIÓN MÚLTIPLE: aquellas situaciones donde la suma de factores como: edad, sexo, orientación sexual y origen étnico, religión o discapacidad, dan lugar a más de una discriminación.

EJEMPLO: pensemos en una mujer de una minoría étnica, puede ser objeto de discriminación por razón de sexo y también por su orige

Por tanto, para alcanzar la igualdad de Hecho o Igualdad Real entre Mujeres y Hombres deben abordarse de manera transversal todos aquellos ámbitos identificando, analizando y eliminando cualquier tipo de práctica discriminatoria

Por otro lado, no queremos dejar de exponer la importancia del lenguaje como elemento transversal generador de desigualdad entre Mujeres y Hombres.

A través del lenguaje se identifica lo que es "femenino" y lo que es "masculino". Nuestro proceso de socialización está muy influenciado por lo que se nombra y lo que no se nombra. A través del lenguaje se transmite el significado de actitudes y comportamientos, etc. En definitiva, a través del lenguaje se genera y se refleja esta realidad desigual.

El sexismo no está en la lengua, sino en el uso que se hace de ella y que responde a lo que está en la mente de las personas, sus creencias, valores, pensamientos...por tanto no se debe ni puede hablar de "lenguaje sexista" sino de ***USO SEXISTA DEL LENGUAJE***

Reflexiona

¿Crees que expresiones como "El equipo de trabajo estaba compuesto por dos hombres y tres chicas" o "El tenor Plácido Domingo y La Caballé actuaron el pasado sábado en el Liceo", "El triunfo del equipo masculino" frente a "el triunfo de nuestras chicas" otorgan la misma importancia a los hombres que a las mujeres? ¿Por qué? ¿Cómo lo expresarías tú?

Por otro lado, existen muchas frases y dichos populares que hacen alusiones peyorativas a las mujeres o a los valores, comportamientos y actitudes que se les asignan.

EJEMPLO: "Llora como una mujer lo que no has sabido defender como un hombre" (se está haciendo alusión a valores, actitudes, comportamientos considerados válidos para un sexo y no para otro: la debilidad en las mujeres, la fortaleza en los hombres).

Por otro lado es frecuente escuchar la palabra "nenaza" cuando se quiere recriminar a un hombre por tener un comportamiento sensible.

Por tanto, a través del lenguaje verbal transmitimos ex- presiones sexistas que refuerzan la discriminación por razón de sexo bien situando a las mujeres en un segun- do plano, bien asignándolas estereotipos de debilidad, bien restándole importancia a sus actuaciones y logros. Debemos tomar conciencia del lenguaje verbal que em- plean las demás personas y cada uno de nosotros para identificar, corregir y evitar cualquier tipo de expresión sexista.

AMBITOS DE INTERVENCIÓN

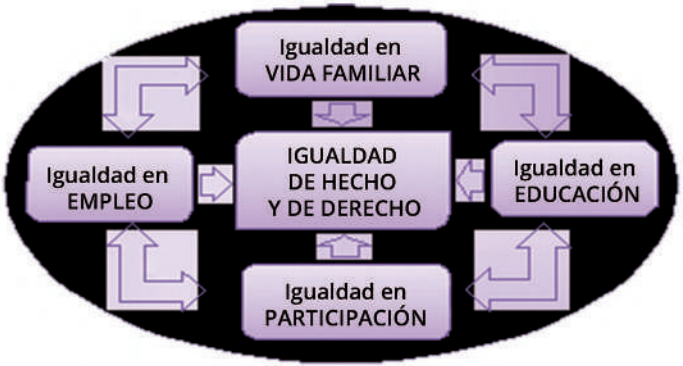
En la presentación de esta guía decíamos que la ***IGUALDAD REAL*** no se puede alcanzar sin la implicación de toda la sociedad y ello supone que tomemos conciencia de cuáles son las causas que originan discriminación y desigualdad, sus consecuencias y cómo podemos contribuir a su eliminación en y desde nuestros respectivos entornos sociales (familiar, educación,participación social y empleo).

Hasta ahora hemos expuesto algunos conceptos básicos relacionados con la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres y hemos analizado circunstancias en las que hombres y mujeres pasamos por vivencias diferentes como consecuencia de la ***SOCIALIZACIÓN DE GÉNERO***, acumulando vivencias y trayectorias personales diferenciadas como consecuencia de la desigualdad que ocasionan los ***ESTEREOTIPOS y ROLES DE GÉNERO.***

A continuación se exponen medidas y actuaciones que se pueden aplicar en estos diferentes entornos sociales con el fin de avanzar

A) EN LA VIDA FAMILIAR

El entorno familiar es, junto con el ámbito escolar, nuestro principal entorno de socialización, por lo que se convierte en uno de los contextos más



importantes en los que intervenir para alcanzar la igualdad efectiva. Pero también es cierto que es un entrono privado en el que resulta muy complicado romper los estereotipos y roles de género presentes en nuestra sociedad, por lo que generar cambios en este ámbito requiere de mucha sensibilización e información mantenidas en el tiempo.

En el entorno de la vida familiar debemos tener en consideración aspectos como las actividades de ocio y cultura de todos los miembros de la familia, la educación de los hijos e hijas, el cuidado del hogar, el cuidado de los más pequeños y de los más mayores

La realización de todas estas actividades en igualdad de oportunidades conlleva una buena gestión del tiempo y un equilibrado reparto de tareas en el entorno familiar, es decir, la participación activa y corresponsable de por parte de todos sus miembros.

La ***CORRESPONSABILIDAD***, se refiere al reparto de las tareas domésticas y responsabilidades familiares entre miembros de un hogar: pareja, hijos, hijas u otras personas que convivan en el mismo domicilio.

Sabias Que:

En la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, se considera que una de las medidas más innovadoras para favorecer la conciliación de la vida personal, familiar y laboral es el permiso de paternidad de trece días de duración, ampliable en caso de parto múltiple en dos días más por cada hijo o hija a partir del segundo. Se trata de un derecho individual y exclusivo del padre, que se reconoce tanto en los supuestos de paternidad biológica como en los de adopción y

Reflexiona

¿Crees que es frecuente que los hombres se acojan al permiso de paternidad? ¿Crees que hay estereotipos y prejuicios que impiden que lo soliciten?¿Cómo se podría fomentar el permiso de paternidad?¿Crees que con esta medida de conciliación ganamos todos y todas? ¿Por qué?

Buena practica

Doyin Richards, un bloguero de 39 años, se ha vuelto popular en redes sociales por la tierna imagen que publicó en Facebok. Lima Doyin Richards es padre de dos niñas y actualmen- te cuenta con un permiso de paternidad de su trabajo para cuidar a sus hijas: una de seis meses y la otra de dos años. "Una mañana, se le había hecho tarde (a mi esposa) para el trabajo y le preocupaba no poder arreglarle el cabello (a mi hija) antes que yo tuviera que llevarla a la escuela. Le dije que podía irse y que yo me haría cargo.

Ella respondió diciendo que peinar a mi hija exige atención y que la bebé se iba a inquietar si la dejaba sola". Pero Doyin encontró la manera de estar atento a sus dos hijas sin descuidar a ninguna.¿Cómo? La imagen fue publicada en el blog de paternidad: The Good Men Project.

"La imagen despierta emoción por varias razones. Los medios no representan a los hombres a cargo del cuidado de la familia [...]. El otro problema es que existe un estereotipo de que los padres de raza negra son irresponsables", dijo a Richards.

Reflexiona

Analiza el siguiente grupo de imágenes. ¿Ponen de manifiesto situaciones de igualdad en el entorno familiar?

B) EN LA EDUCACIÓN

La educación es un derecho humano y un elemento indispensable para el progreso económico y social. El acceso pleno y en condiciones de igualdad a la educación es un requisito fundamental y un instrumento fundamental para lograr los objetivos de igualdad de género.

Una educación en igualdad es aquella que está exenta de estereotipos y permite el desarrollo intelectual, emocional y físico de niñas y niños como personas libres.
Resumiendo el Artículo 24 de la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres incorporar el principio de Igualdad en la educación supone:

a) Atención especial en los currículos y en todas las etapas educativas al principio de igualdad entre mujeres y hombres.
b) Eliminación y el rechazo de los comportamientos y contenidos sexistas y estereotipos que supongan discriminación entre mujeres y hombres, con especial consideración a ello en materiales educativos.
c) Integración del principio de igualdad en los cursos y programas para la formación inicial y permanente del profesorado.
d) Presencia equilibrada de mujeres y hombres en los órganos de control y de gobierno de los centros docentes.
e) Cooperación con el resto de las Administraciones educativas para el desarrollo de proyectos y programas dirigidos a fomentar el conocimiento de los principios de coeducación y de igualdad efectiva entre mujeres y hombres.
f) Establecimiento de medidas educativas destinadas al reconocimiento y enseñanza del papel de las mujeres en la Historia.

Sabias Que:

Las tasas de matrícula de las niñas y los niños en la enseñanza primaria y secundaria han aumentado en casi todas las regiones del mundo. Sin embargo, en muchos países siguen existiendo diferencias entre los sexos. En muchas culturas persisten actitudes tradicionales que hacen que los padres no se sientan motivados a enviar a sus hijas a la escuela.

Reflexiona

¿Qué opinas de la siguiente afirmación? No existe peor amenaza para la salud de la mujer y de la familia que la ignorancia; y la mejor medicina preventiva es la educación. Organización Panamericana para la Salud, 1984.

Cuando hablamos de Igualdad en la Educación debemos ir más allá de la igualdad en el acceso a la educación y más allá de los centros de educación mixtos en los que conviven niñas y niños. Tenemos que abordarla desde la ***COEDUCACION***, término difícil de definir.

- Es reconocer las capacidades de cada niño y cada niña con independencia de su sexo.
- Es reconocer las diversidad permitiendo que niños y niñas hagan opten a mismas actividades respetando las diferencia.
- Es utilizar un lenguaje inclusivo que represente ambos sexos.
- Es dar el mismo valor al hecho de ser hombre y al hecho de ser mujer.
- Es transmitir lo que hombres y mujeres han aportado a la humanidad a lo largo de la historia.
- Presentar modelos masculinos y femeninos de manera indistinta realizando trabajos reproductivos y todo tipo de trabajos productivos.
- Es educar a hombres y mujeres completos proporcionándoles saberes que les ayuden a entender este mundo, dándoles la oportunidad de conocer y trabajar sobre sus emociones y sentimientos, estimulándoles a tener en cuenta que necesitan y son necesarios para las personas con las que conviven.

Una definición bastante completa de ***COEDUCACIÓN*** sería:
Un proceso intencionado de intervención a través del cual se potencia el desarrollo de los niños y las niñas partiendo de la realidad de dos sexos diferentes hacia un desarrollo personal y una construcción social comunes y no enfrentados.

Reflexiona

Te invitamos a que cojas un libro de texto de cualquier curso de primaria y reflexiones sobre qué actividades realizan las mujeres y hombres que aparecen en las ilustraciones, ejemplos o historias que se exponen. ¿Transmiten estereotipos y roles de género? ¿Hombres y mujeres realizan trabajos productivos y/o reproductivos?...

Buena Practica

En la siguiente imagen NO SE TRANS- MITE NUNGÚN ESTEREOTIPO DE GÉNERO ¿Quién está dando de comer al bebe papá o su mamá? ¿El bebé es niño o niña? Por tanto se pueden contar muchas historias alrededor de esta imagen, dejando libre la imaginación de los niños y niñas y evitando la transmisión de estereotipos y roles de

C) EN LA PARTICIPACIÓN

Según la Ley de Igualdad se entiende por ***PARTICIPACIÓN*** la presencia de mujeres y hombres en órganos y cargos de responsabilidad, de forma que la presencia de personas de cada sexo en los órganos de decisión (política, empresa, asociaciones, etc.) se encuentren dentro de lo que se denomina ***RANGO DE EQUIDAD*** o ***PARIDAD***, es decir que bien el porcentaje de hombres o de mujeres no supere el 60% ni sean menor del 40%.

La necesidad de intervención en lo que respecta a la ***PARTICIPACIÓN*** de las mujeres en la sociedad viene dada por el hecho de que a las mujeres se les hayan asignado roles vinculados al trabajo reproductivo, lo que ha supuesto que su imagen social se vincule al ámbito privado, limitando y reduciendo su posibilidades de participación en ámbitos públicos como son el trabajo, la política y en general toda su participación en la vida social.

La participación de mujeres en los distintos ámbitos del poder político se ha incrementado notablemente en España en los últimos años. La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad efectiva de mujeres y hombres, dedica especial atención al fomento del principio de presencia o composición equilibrada. Teniendo en cuenta que participar en algo significa opinar, decidir, asumir y compartir responsabilidades, implicarse, etc. el hecho de garantizar la presencia equilibrad de sexos en todos los ámbitos públicos, permite incorporar una perspectiva de género en la toma de decisiones, prestando atención y considerando tanto las necesidades de las mujeres como las de los hombres.

Reflexiona

En agosto de 2016, el porcentaje de mujeres en el conjunto de cargos ejecutivos de los partidos políticos analizados era del 37,5%.Por lo que se refiere a la participación de mujeres en el Gobierno, cabe indicar que, tras la constitución del primer Gobierno de la XII legislatura, llevada a cabo el 4 de noviembre de 2016, cinco mujeres ocupan otras tantas carteras ministeriales en el Gobierno del Partido Popular lo que representa una presencia femenina en el Consejo de Ministros del 35,71%.

La falta de presencia de las mujeres en los ámbitos públicos requiere de una intervención activa que favorezca su participación en los procesos de toma de decisiones políticas, empresariales, educativas, etc.

Para ello se cuenta con las denominadas ***ACCIONES POSITIVAS*** que como medidas temporales, contribuyen a acelerar la presencia equilibrada entre mujeres y hombres en los órganos de decisión.

El Comité para la Igualdad entre mujeres y hombres del Consejo de Europa define las ***ACCIONES POSITIVAS*** como "las estrategias destinadas a establecer la igualdad de oportunidades por medio de medidas que permitan contrarrestar o corregir aquellas discriminaciones que son el resultado de prácticas o sistemas sociales".
Es importante aclarar que las ***ACCIONES POSITIVAS*** no se han creado de manera expresa y única para paliar la desigualdad entre hombres y mujeres, sino que ya se habían aplicado anteriormente, y continúan aplicándose, para contrarrestar cualquier tipo de desigualdad ante colectivos desfavorecidos (minorías étnicas, personas con discapacidad, etc.).
Las medidas de discriminación positiva tienen las siguientes características:

- Igualatorias. Es decir intentan erradicar la discriminación del colectivo desfavorecido sin atentar contra la situación del colectivo dominante. Este tipo de medidas serán necesarias mientras existan diferencias significativas en la participación social, laboral y económica.
- Temporales. Existen y se aplican mientras haya discriminación.En el momento en que la situación sea paritaria las cuotas no serán necesarias.
- Directas y específicas. Son programas y acciones muy concretas que se dirigen al grupo que está discriminado.
- Dinámicas y flexibles. Estas medidas tienen que ser revisadas y modificadas en función de la evoluciona el colectivo al que se aplique.

EJEMPLOS: Las cuotas de participación que favorezcan y garanticen la presencia del colectivo desfavorecido.

Organizar cursos sobre fontanería, mecánica, etc. exclusivamente destinados a mujeres con el objetivo de fomentar su participación en áreas que tradicionalmente han sido consideradas como masculinas. Lo mismo sucedería con cursos exclusivamente destinados a hombres en ámbitos como auxiliar de escuela infantil.

Reflexiona

En agosto de 2016, el porcentaje de mujeres en el conjunto de cargos ejecutivos de los partidos políticos analizados era del 37,5%.Por lo que se refiere a la participación de mujeres en el Gobierno, cabe indicar que, tras la constitución del primer Gobierno de la XII legislatura, llevada a cabo el 4 de noviembre de 2016, cinco mujeres ocupan otras tantas carteras ministeriales en el Gobierno del Partido Popular lo que representa una presencia femenina en el Consejo de Ministros del 35,71%.

D) EN EL EMPLEO

La incorporación de las mujeres al mercado laboral ha sido progresiva en las últimas décadas, constituyendo uno de los cambios más importantes en la estructura de nuestra sociedad.

Sabías Que:

La tasa de actividad femenina se ha sitúado en un 53,4% en el primer trimestre de 2017.

Igualmente en el primer trimester del 2017 La tasa de paro se ha situado en un 20,3%

Las ocupaciones más solicitadas, con ligeras variaciones, siguen siendo las mismas de los años anteriores. Recupera el primer puesto la ocupación de Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares, seguida de los vendedores en tiendas y almacenes. En ambas ocupaciones las mujeres representan el 80% de solicitudes.

Reflexiona

Según estos datos ¿crees que la ocupación femenina se concentra en actividades en las que se reproducen los roles tradicionalmente asignados a las mujeres?

La tradicional división sexual del trabajo ha generado una división sexual del empleo en el mercado laboral, dando lugar a lo que se denomina ***SEGREGACIÓN HORIZONTAL*** y ***SEGREGACIÓN VERTICAL.***

La ***SEGREGACIÓN HORIZONTAL*** se refiere a la concentración de mujeres en ciertos tipos de profesiones, áreas o sectores. En estos casos se dice que son profesiones y sectores feminizados.

La ***SEGREGACIÓN VERTICAL*** hace referencia a la concentración de mujeres en determinadas categorías profesionales y niveles de responsabilidad. Actualmente, y con independencia de su nivel de formación, las mujeres se concentran en puestos de menor responsabilidad

Como un fenómeno específico derivado de la generalizada segregación vertical del mercado laboral español, se ha detectado el fenómeno llamado ***TECHO DE CRISTAL*** en las organizaciones, definido como, una serie de factores que provocan que las

mujeres, aun teniendo niveles de cualificación alta, tengan más dificultades que sus compañeros hombres para acceder a los puestos de responsabilidad.

Uno de los conceptos que ha cobrado mayor importancia como consecuencia de la incorporación de la mujer al mundo laboral ha sido el de ***CONCILIACIÓN TRABAJO-FAMILIA*** cuya definición ha ido evolucionando a lo largo del tiempo.

Nos referimos a ***CONCILIACIÓN*** en sentido estricto, cuando nos referimos a la compatibilidad de los tiempos dedicados a la familia y al trabajo, y en un sentido amplio, cuando nos referimos al desarrollo pleno de las personas en el ámbito del trabajo, afectivo, familiar, personal de ocio, estudio e investigación, y a disponer de tiempo para sí.

Por ello, conciliar significa mantener el equilibrio en las diferentes dimensiones de la vida con el fin de mejorar el bienestar, la salud y la capacidad de trabajo personal.

La falta de ***CORRESPONSABILIDAD*** y la interpretación de la ***CONCILIACIÓN*** en sentido estricto han dado lugar a que las medidas de conciliación se hayan dirigido fundamentalmente a las mujeres, contribuyendo a que la conciliación se considere como un "problema exclusivo de las mujeres", generando una actitud de rechazo por parte de los empresarios a la hora de contratar mujeres.

Sin embargo, la ***CONCILIACIÓN*** en un sentido amplio implica una actitud sensible de las organizaciones hacia esta cuestión que supone el desarrollo de una nueva cultura de la organización, la cual, indudablemente reporta beneficios como:

- Mayor productividad
- Retención del talento
- Menor absentismo laboral
- Mejor ambiente del trabajo
- Menor rotación de personal
- Mejor imagen de las empresas
- Favorecer la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres

El derecho a la igualdad salarial y a la no discriminación retributiva entre mujeres y hombres es un derecho reconocido expresamente en la Constitución Española (artículo 35 CE), en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo (artículo 5), y en el Estatuto de los Trabajadores, cuyo artículo 28 dispone:

indirectamente, y cualquiera que sea la naturaleza de la misma, salarial o extrasalarial, sin que pueda producirse discriminación alguna por razón de sexo en ninguno de los elementos o condiciones de aquélla."

Sabías Que:

Las diferencias salariales entre hombres y mujeres se han reducido respecto a la anterior encuesta. En general, la ganancia media anual de los hombres fue de 25.727,24 euros al año, mientras que la de las mujeres supuso el 76,7% de esta cuantía, con 19.744,82 euros, un 23,2% menos que el de los hombres. El INE ha destacado que esta diferencia salarial se matiza si se consideran situaciones similares (tipo de contrato, jornada, ocupación). Al comparar la ganancia por hora, esta brecha disminuye hasta el 87%

Reflexiona

¿Crees que estas diferencias entre hombres y mujeres están relacionadas con las dificultades que muchas mujeres tienen para conciliar la vida laboral y personal, y por tanto a la necesidad de optar a jornadas reducidas o a trabajos de menor responsabilidad y por tanto de menor retribución?

MÓDULO
NUEVAS TECNOLOGÍAS

QUE SON LAS TIC.

Son instrumentos para facilitar el intercambio de información y favorecer la comunicación entre las personas, las instituciones y las empresas y en consecuencia de gran valor para el comercio y los negocios. Son las modernas vías de comunicación, marketing y publicidad por tanto como emprendedor hay que tenerlas muy en cuenta. También mejoran las comu- nicaciones con trabajadores, proveedores, colaboradores, etc. Las hacen más rápidas y accesibles y en consecuencia más universales. La penetración de internet en los trabajos y hogares, la aparición de las tablets, los smartphones, permiten un acceso rápido desde cualquier lugar del mundo.

En consecuencia: Las tecnologías de la información y la comunicación TIC "son el conjunto de instrumentos tecnológicos que permite la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones contenidas en distintos formatos y que se integran a un sistema de información interconectado y complementario."

PARA QUE NOS SIRVEN COMO EMPRENDEDO-RES/AS O AUTONÓMOS/AS:

Para informar y comunicarnos con nuestros potenciales compradores sobre nuestros productos y servicios, para recibir respuesta de nuestros clientes, permitir la compra directa (e-commerce), para generar imagen de marca (marketing y publicidad). Tener presencia online permite la comunicación, la venta y la posventa (atención al cliente).

En esta guía sólo podemos trabajar con una pequeña parte del trabajo que se puede realizar en TIC en el área de marketing, comunicación, comercial, etc. Se ha tratado de trabajar las áreas que más pueden ayudarnos en nuestro lanzamiento como autónomos/as y emprendedores incorporando a nuestra idea de negocio unas herramientas de comunicacion sin que ello suponga un coste preuspuestario considerable generando un valor añadido a nuestra liena de negocio y ampliando de manera considerable las posibilidades de éxito de la misma.

LA WEB: USABILIDAD Y POSICIONAMIENTO.

Piensa que el sitio web es una forma de dar a conocer nuestra empresa y nuestro trabajo a clients potenciales y consumidores de nuestra actividad , a potenciales trabajadores, colaboradores, a la sociedad en general. Nos hace visibles, la web es el espacio en el que localizar la información de interés

- Da a conocer nuestra empresa o nuestro trabajo como autónomos/as o profesionales, nuestros productos y servicios y nuestras ventajas competitivas.
- Informar sobre quiénes somos y cuáles son nuestras especialidades.
- Aportar datos de contacto para un acercamiento personal a nuestro establecimiento u oficina.
- Permite realizar pedidos on-line, lo que se denomina e-commerce o comercio electrónico.

Sabías Que:

Un factor fundamental es la usabilidad de la web, o lo que es lo mismo la facilidad para encontrar la información que se necesita.

Aspectos básicos del diseño y el contenido referentes a la usabilidad son:

- Que el usuario y potencial consumidor localice fácilmente lo que está buscando sin que le suponga demasiada pérdida de tiempo que le haga abandonar la búsqueda. Un indicador ideal es llegar a la información que se está buscando en 3 clics o menos.
- Que sea visualmente agradable, que los colores no cansen, que el tamaño de la letra sea apropiado, o que permita su modificación, etc.
- Que dispongan de una URL (dirección web) fácil de recordar y que responda al nombre de la empresa o persona.
- Accesible desde cualquier conexión y navegador. Especial relevancia está adquiriendo la navegación por smartphone y tablet y la necesidad de tener buena visión en dispositivos móviles. No olvides pensar en ello cuando se desarrolle la web.
- Que las páginas no tarden en cargar.
- Que la información que recoge esté actualizada.
- Que sea intuitiva en la navegación, menús visibles y con posibilidad de volver a páginas anteriores.
- Que sea clara y coherente en su diseño, manteniendo una misma línea en la imagen de la empresa o la imagen personal. Logotipo visible en la totalidad de páginas si se tuviera.
- Para la creación de un sitio web son imprescindibles tres elementos técnicos: el dominio o dirección web que tiene la página, el alojamiento (hosting) siendo el espacio donde se alojan los archivos de la web y el software o lenguajes de mercado.

POSICIONAMIENTO:

Piensa que al tiempo que diseñas una web debes empezar a reflexionar en la posición o lugar en el que aparece en búsquedas de Google u otros buscadores es fundamental, sino parte de tu esfuerzo de diseño en usabilidad es en vano, te interesa que en búsquedas en Google tu negocio aparezca en las primeras posiciones

Sabias Que:

El posicionamiento en buscadores es un factor fundamental o lo que es lo mismo en que posición aparece tu página web personal o de tu empresa, una vez se realiza una búsqueda de determinados términos a través de Google u otros.El objetivo es que tu web aparezca en las posiciones más altas de respuesta de búsqueda a la hora de realizar búsquedas por un término o varios. Por ejemplo te dedicas a la venta de naranjas, cuando alguien escriba la palabra naranjas poder aparecer entre las primeras siendo una ventaja. Hay que trabajar teniendo muy claro cuál es la palabra o palabras (tags) que destacan porque resumen mejor que nada tu negocio.

Existen dos áreas de actuación en las que se puede trabajar para un mejor posicionamiento web, el posicionamiento SEO y el posicionamiento SEM. SEO, Search Engine Optimization en inglés, significa "Optimización para Motores de Búsqueda".
Es el posicionamiento en buscadores de forma orgánica y natural a través de actuaciones que se pueden realizar de manera gratuita.
Por su parte, las siglas SEM significan Search Engine Marketing o Marketing de Buscadores y se refiere a la gestión eficaz de enlaces patrocinados en los motores de búsqueda, destaca por su nivel de uso Google Adword, son posicionamientos de pago, o lo que es lo mismo se paga para estar bien situado. El SEO se realiza con el trabajo en tu web, el SEM se paga a Google Adword principalmente, son enlaces patrocinados.

Buenas practicas

Para conseguir un buen posicionamiento SEO de nues- tra web cuando se realizan búsqueda por uno o varios términos de nuestro interés puede usarse las siguientes técnicas.

• Crear contenidos de calidad y utilizar un correcto etiquetado del sitio web (tags). Los tags son las palabras de referencias que resumen los contenidos d e los mismos. Por ejemplo naranjas o naranjas de calidad.

- Realizar la estructuración y el diseño de una página web pensando en el posicionamiento, significa prestar atención a que sea funcional, fácil de acceder y que capte la atención del usuario.
- Crear títulos únicos y descripciones pertinentes del contenido de cada página. Las mejores prácticas recomiendan escribir títulos de entre 60 y 70 caracteres.
- Hacer nuestra web lo más accesible posible: limitar contenido en Flash o Javasript. Google no lo reconoce en sus motores de búsqueda, así que sus contenidos y tags no permiten mejorar el posicionamiento de nuestra web, son ignorados.
- Enlazar internamente las páginas de nuestro sitio de manera ordenada y clara para mejorar la experiencia del usuario con mejoras del diseño y disminución de las tasas de rebote.
- Alojar la web en un servidor fiable, evitando caídas del servidor, etc.
- Utilizar negrita o cursiva en los contenidos para las palabras
- Optimizar las URL, colocamos las palabras claves importantes y significativas para la búsqueda. Por ejemplo. www.naranjasbuenas.com.
- Crear un diseño web limpio en publicidad y que entregue el contenido relevante en la mitad superior del sitio web.
- Actualizar la página con contenido original de calidad. Generar contenidos hace que Google premie positivamente este esfuerzo de posicionamiento.

Para poder conocer los avances que realizamos en el posicionamiento SEO, las visitas a nuestra web, las características de la misma existe un instrumento gratuito que podemos utilizar, nos referimos a Google Analytics. Este programa esta orientado a analizar todo el tráfico de tu web. Entre otras cosas nos permite conocer:

- Evolución de número de visitas.
- Los contenidos más visitados,
- El tiempo medio de visita en tu web
- El tipo de usuarios si son nuevos o recurrentes.
- Cuál es el promedio de visitas de la página.
- La hora local de las visitas y desde que lugar geográfico llegan.

Google Analytics es muy intuitivo y permite conocer los resultados de las actuaciones o cambios que realices, en vital en parámetros de calidad como número de visitas o tiempo medio de estancia en la web y páginas más visitadas.

COMERCIO ELECTRÓNICO O E-COMMERCE

Reflexiona

El comercio electrónico o e-commerce se está convirtiendo en una nueva plataforma de venta, tanto apoyado por el comercio físico u off-line o exclusivamente a través de este canal. Has pensado si en tu idea de negocio tiene cabida el uso de este recurso si es así mira algunas ideas que te comentamos a continuación sobre este tema.

Sabias Que:

El comercio electrónico crecerá en los próximos años un 13,4%, llegando a una cifra global de nego- cio de 12.383 millones de euros según el Observatorio Nacional de las Comunicaciones. De hecho ya en 2012 el comercio electrónico creció un 12%, España era un país muy retrasado en esta área:

•http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/01/09/actualidad/1389286428_062277.html

•http://www.genbeta.com/web/el-comercio-electronico-en-espana-crece-a-pesar-de-la-crisis

Cada vez son más las empresas que realizan este tipo de comercio a través de sus webs, bien de manera exclusiva e-commerce o bien de manera complementaria a la compra tradicional también denominada off-line.

Algunas tiendas han cerrado su venta tradicional para realizarla solamente on-line por la reducción de costes que supone.

Algunas pautas que señalan los expertos a la hora de desarrollar un comercio electrónico de calidad serían:

- Seriedad, la seriedad de cualquier actividad empresarial es fundamental para generar el clima de confianza necesario en el Comercio Electrónico. Esta es una de las razones por las cuales el comercio off-line o tienda física siempre ha sido un elemento de confianza.
- Transparencia, no ocultar nada que el posible cliente deba saber, es algo fundamental para contribuir a generar el clima de confianza necesario en el Comercio Electrónico.
- Fidelidad, constancia en el cumplimiento de los compromisos alcanzados con los clientes y no defraudar la confianza depositada. Cumplir plazos, calidades, etc.
- Privacidad, ofrecer el máximo grado de reserva tanto de las transacciones realizadas, como de la identidad de los clientes y sus datos personales,permite a cualquier organización ganar un punto más de la confianza otorgada por el mercado.
- Seguridad, en un medio tan dinámico como Internet un requisito imprescindible es mantener un nivel de seguridad acorde con los procesos y/o datos a tratar. Es relevante trabajar con servidores con alta seguridad.
- Orientación al cliente es pertinente esforzarse en satisfacer los requisitos de sus clientes, incluso sorprenderles gratamente superando sus expectativas. Una clave es facilitar el pago en las diferentes posibilidades que se permiten tarjetas de crédito y debito, PayPal, transferencia, etc. También es clave facilitar la devolución de los productos y estrategias similares que permiten dar confianza a tu web.
- Orientación hacia la mejora continua, como forma de pensar y actuar en día a día de la organización, en este sentido el feedback que permiten redes es un elemento claro.
- Claves son la analítica web que te permite valorar como mejorar tu web y tu posicionamiento SEO o SEM, apoyar en la interrelación de otras herramientas, redes sociales por ejemplo y tener presente el coste presupuestario de acciones de marketing.

El comercio electrónico necesita del apoyo de un buen posicionamiento SEO incluso SEM, ya que es lo que le permite tener un fácil acceso a vuestra web desde los buscadores y nos distingue de la competencia.

Normativa

La normativa que afecta al comercio electrónico está muy relacionada con sistemas de resolución extrajudicial de conflictos, tecnología, seguridad de la información, protección de datos personales, ética, protección de la propiedad intelectual, proveedores. En este link podemos conocer cual sería la legislación que afectaría a este tipo de comercio.

• http://www.lssi.gob.es/la-ley/aspectos-basicos/Paginas/normativa.aspx

OTRAS HERRAMIENTAS TIC:BLOG, FOROS, REDES Y YOUTUBE.

Reflexiona

En un mundo globalizado las redes sociales han adquirido relevancia como forma de generar información, comunicación, conocimiento y opinión. Interesa a tu negocio estar presente en blog, redes, sociales, si tu perfil de cliente encaja con el usuario de estas redes (joven o adulto), porque tienes dispersión geográfica, porque tu producto o servicio lo demanda, porque la competencia está en ellas. Hoy en día pocos son los ne- gocios cuyo perfil no encaja con usuarios de redes sociales o blog. Aquí te damos algunas pequeñas claves para empezar a ponerte a ello.

o LOS BLOGS.

Sabias Que:

Los blogs son herramientas pensadas para el diálogo y la reflexión en voz alta, aunque de forma concreta, son un formato de página web de fácil manejo en los que se incorporan comentarios y experiencias (de quien escribe o edita), que se ordenan de forma cronológica inversa (demás reciente a más antiguo) y a los que se les indica un título.

PARA QUÉ PUEDEN SERVIR al emprendedor o autónomo?, Un blog corporativo tendría básicamente las siguientes utilidades desde el punto de vista empresarial.

- Darse a conocer, promocionar su actividad y aumentar su visibilidad en internet, poniendo las ventajas de tus productos y servicios.Demostrar conocimiento y expertise (muy bueno para profesionales de áreas concretas).Aumenta nuestra presencia en internet, sino estás no existes.
- Permite expresarse ante sus clientes o trabajadores, aumentar la motivación de los trabajadores y trabajadoras que pueden participar, ayuda a fidelizar clientes si conseguimos contenidos de calidad y valor relacionados con la empresa.
- Crear o consolidar una red.
- Dar a su empresa una imagen más cercana a sus clientes y sus trabajadores, una imagen de transparencia.
- Su coste es muy bajo y los conocimientos tecnológicos muy básicos.
- Los contenidos del blog sirve para otras plataformas, redes sociales, etc.
- Conoceremos mejor a nuestros clientes: Recibir comentarios y feedback de nuestros clientes para mejorar hay que escuchar, y nada mejor que la opinión de nuestros clientes.
- Humaniza" la empresa: En un blog la empresa comunica con los usuarios con nombres y apellidos. Son personas las que interactúan con ellos.
- No puede llegar a diferenciar de nuestra competencia: Tienen blog podemos hacerlo mejor que ellos.

Buenas Practicas

Hay miles de ejemplos en internet, aquí te mostramos algunos donde se puede ver el expertise de los autores y las empresas sobre áreas concretas,derecho, inversiones emprendimiento, informática y funcionamiento de redes sociales, jabones, venta de comic, etc. :

- http://blog.segestion.es
- http://www.territoriocreativo.es/blog
- http://jabonesnaturalesdemayte.blogspot.com.es/
- http://www.cdecomic.com

Una variante del blog es el videoblog en la que lo post o entradas son audiovisuales y está adquiriendo gran relevancia en los últimos tiempos

o FOROS

Otra posibilidad para hacerse visible en internet son los foros, aplicaciones web que dan soporte a discusiones u opiniones en línea. Dicha aplicación suele estar organizada en categorías que contienen foros. Estos últimos foros son contenedores en los que se pueden abrir nuevos temas de discusión en los que los usuarios de la web responderán con sus opiniones.
Los foros pueden ser un buen instrumento para aquellos productos o servicios que generan un claro debate como son los productos culturales (cine, música, cómics, teatro, eventos, locales de ocio, etc). Si tu negocio tiene esta orientación puedes investigar un poco más sobre ellos, y además apoyan muy bien un mejor posicionamiento de tu web. El principal problema de los foros es la gestión de los mismos para evitar problemáticas relacionadas con los contenidos que se puedan verter en los mismos.

o PRINCIPALES REDES SOCIALES Y YOUTUBE.

Reflexiona

Seguramente tengas un perfil en alguna red social de las que vamos a explicar y sino conoces a mucha gente que lo tiene y son potenciales clientes de tus servicios o consumidores de tus productos. Es probable que todavía no hayas visto la utilidad comercial, en comunicación o marketing que se puede dar a los mismos, te ayudamos con un paseo por las principales redes, aunque realmente hay muchas más.Las redes sociales son herramientas que proporcionan la creación y mantenimiento de comunidades de personas unidas por un mismo interés, afición o conocimiento en línea.En ellas los participantes envían un mensaje a miembros de su propia red social invitándoles a unirse al sitio. Los nuevos participantes repiten el proceso creciendo el número total de miembros y los enlaces de la red. Los sitios ofrecen características como actualización automática de la libreta de direcciones, perfiles visibles en la red, la capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea.

Sabias Que:

Generalmente en las redes sociales encontramos espacios abiertos a la gestión de cada usuario como puedan ser.

- Fichas personales (Curriculum por ejemplo, el perfil de usuario). También fichas de empresa.
- Administrador de contactos (agendas, listas de disribución, etc.), puedes actuar como CRM o base de datos de clientes, proveedores,colaboradores, trabajadores, etc.
- Representación gráfica de tu red de contactos.
- Espacios de fotografía y vídeos en red.
- Comunidades. (Grupos de trabajo o interés).
- Blogs, (Twitter es un modelo microbloging)
- Videoblogs,
- Algunas redes pueden tener acceso a tu cartera de correos electrónicos permitiendo creer fácilmente una red de personas conocidas fácilmente.

Para qué puede servir las redes sociales a los autónomos/as y emprendedores.

- Son canales de información directa de carácter inmediato, que permiten difundir novedades de productos y servicios, stocks, retrasmitir eventos, ofertas de trabajo, etc.
- Es un canal de comunicación con el cliente para gestionar quejas, dudas, obtener ideas y sugerencias, evaluar satisfacción, etc.
- Canal de comunicación con nuestros empleados y con la competencia.
- Puede mejorar nuestra imagen de empresa, comunicación, transparencia, etc.

o FACEBOOK

Facebook fue creado por Mark Zukerberger en el año 2004, es una herramienta de comunicación social que permite contactar y archivar direcciones y otros datos de interés de los miembros. Entre las funcionalidades de Facebook está la lista de contactos, posibilidad de comentar en muros, subir fotos, crear publicidad, formas grupos.
La opción crear ***GRUPOS Y PÁGINAS DE EMPRESA*** es de especial interés ya que permite reunir a personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, videos, mensajes. A través de la ***PÁGINA DE EMPRESA (FAN PAGE)*** puedes crear invitaciones y grupos de fans a nuestra marca o nuestro negocio . Estas son sus mayores potencialidades gratuitas desde el punto de vista de negocio, ya que permite dar a conocer productos y servicios, visualizar el nivel de apoyo que se tiene a tu trabajo, local, etc.
Con Facebook puedes utilizar en tu micropyme o tu trabajo como autónomo las siguientes potencialidades:

- Informar de post que hayas publicado en tu blog.
- Plantear preguntas y obtener respuestas.
- También puedes compartir fotos, videos y esto es muy interesante para todos los negocios físicos como pueden ser restaurantes, tiendas, pero también para negocios de B2B (empresa a empresa).
- Compartir enlaces pero no sólo propios (a un blog, una web) sino a otros enlaces que se puedan considerar digno de mención.

Sabías Que:

Otro recurso a tener presente en los negocios es Facebook Ads, que es la plataforma de publicidad on line de Facebook, donde tienes dos tipos de productos básicos: uno es el anuncio tradicional y otro es la historia patrocinada. Ambos productos tienen como idea dar visibilidad bien a tu propia Fan page o bien a una web externa y tienden a que puedas captar más fans o remiten a una página de aterrizaje que hayas desarrollado. La publicidad en Facebook puede ser asequible para una microempresa, y tiene una capacidad de difusión muy reseñable.

En autónomos/as puede ser muy recomendable para sectores como la restauración o el comercio, ya que es una red ligada al consumo y al ocio.

Otra red con muchas potencialidades es GOOGLE+, los expertos señalan que sus potencialidades a nivel empresarial son mucho más elevadas que las de Facebook pero cuenta con la desventaja de un menor nivel de penetración en la población.

o TWITTER

Twitter es un servicio gratuito de microblogging creado por Jack Dorsey y que permite colgar mensajes de hasta 140 caracteres. Dentro de los principales usos está seguimiento de eventos en directo, la retrasmisión de charlas y ponencias a la que poca gente tiene acceso, el intercambio de opiniones durante un evento, poder realizar comentarios sobre una marca, difusión selectiva de información (noticias de actualidad, promociones de productos o servicios, etc).Twitter es altamente adaptable, es una excelente herramienta de marketing ya que en unos minutos desde tu celular, las empresas pueden conocer lo que piensan de su marca, promociones ect, Hay que tener presente que Twitter cuenta con un lenguaje propio del cual los principales elementos son:

- Usuario: nombre
- Avatar: foto, imagen, logo
- Tweet: Mensaje con no mas de 140 caracteres.
- Retweet: reenvío como compartir en Factbook, a más re- tweet más difusión.
- Menciones a un autor o personas @nombre.
- Hastagg : es la palabra clave
- Siguiendo y seguidores:
- Mensaje directo:

Gran parte de la potencialidad de twitter se encuentra en que se relaciona con otros espacios de internet: la web, el blog, youtube, a través de enlaces cortos, así como la interacción que genera. También permite colgar fotos y genera un amplio flujo de respuestas a través de los hastagg o palabras claves, la gente puede hablar de tu marca.

Os recomendamos que sino tenéis twitter comencéis dando un vistazo a diferentes cuentas sobre todo de vuestro sector.

o LINKEDIN

Esta creado como una red profesional para interconectar a profesionales de diferentes áreas.

Linkedin cuenta con una versión estándar gratuita y una versión Premium con mayor potencialidad de acceso a contactos.
Otra red similar en Xing, sucede como GOOGLE+ el nivel de penetración es inferior y por ello parte de menores ventajas a la otra de establecer una estrategia de marketing en redes sociales.

Sabías Que:

Linkedin entre otras funciones dispone de las siguientes potencialidades para los autónomos y micropymes:

- Elaborar páginas donde puedes describir tu producto o negocio.
- Elaborar páginas personales con tu experiencia, formación, y pedir la validación de las mismas y recomendaciones.
- Puedes conectarte con profesionales conocidos o no donde existan intereses comunes de trabajo.
- Pedir recomendaciones sobre tu trabajo o tus productos a consumidores y usuarios.
- Realizar estadísticas de visionado de tu perfil, quienes te ven, de qué sectores, zonas, perfiles.
- Se pueden pertenecer a grupos segmentados por intereses profesionales o comerciales.
- Puedes enviar notificaciones de eventos a los que asisten, proyectos que realizas, intervenciones en público, etc. Se puede conectar fácilmente con twitter y apoyarse en esta línea.

o YOUTUBE.

La ventaja de youtube es que el video es uno de los formatos que mejor atrapa la atención de los potenciales consumidores y usuarios, causando mayor impacto en su memoria, además Youtube es una buena herramienta de posicionamiento en Google.
En Youtube existe la posibilidad de abrir un canal específico para tu negocio o tu empresa que puede actuar como escaparate para que se puede visionar las características que quieras reseñar del mismo.

Sabías Que:

A la hora de abrir un canal sobre tu negocio y empresa es conveniente que tengas en cuenta las siguientes recomendaciones de los expertos:

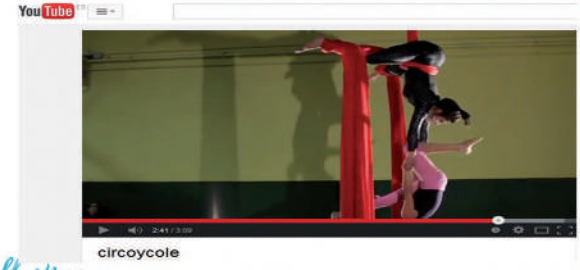
1- Un trailer, en el lugar más destacado, que resuma lo que ofreces y anticipe lo que podrán encontrar en los vídeos.
2- Si el canal acaba de lanzarse, es importante contar desde el principio con una cantidad mínima de contenidos que permita no dejar zonas vacías en el escaparate.
3- Actualiza contenidos regularmente.

Algunos elementos que pueden ayudarte en tu trabajo de marketing en youtube son:

- Utilizar anotaciones con enlaces internos a otros videos o un blog,
- Realizar tutoriales de tu actividad (por ejemplo un coctel de tu bar, como adiestra a un perro en tu escuela de adies- tramiento, una exhibición de tu trabajo como profesora de circo, etc).

Estos elementos ayudan a generar interés y mostrar el conoci- miento experto de tu trabajo. Un ejemplo de esto puede ser este video de una autónoma que da clases de extraescolares del circo muestra una exhibición de circo. http://www.youtube.com/watch?v=xD7-PiK8ThY

Youtube también tiene métricas como la web, es importante que vayas más allá del número de visualizaciones y puedes co- nocer la retención relativa de la audiencia: éste termino explica la capacidad de tu vídeo de retener a los usuarios durante la reproducción en relación con todos los vídeos de YouTube de duración similar. Otra medida interesante son los minutos de reproducción estimados: muestra la cantidad de tiempo que un espectador ha reproducido un vídeo. De esta manera, te haces una idea más aproximada de lo que ven realmente los usuarios en comparación con aquellos que hacen clic y luego abandonan.



Reflexiona

Las redes sociales tienen un efecto viral que permite que tu comunicación llegue al momento a cualquier persona en cualquier parte del mundo. El trabajo enlazado entre redes sociales, web, blog, foros, youtube y otros recursos te permite hacer crecer tu impacto, mejorar tu posicionamiento, generar una imagen de marca, una presencia que con un buen trabajo puede ser muy positiva a efectos de marketing y comunicación incluso ser

actualmente tal es el grado de impacto y uso que han adquirido las redes sociales que ha aparecido la figura del Community Manager que es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.La ventaja para los autónomos y nuevos emprendedores es la facilidad de acceso ,la amplia penetración en la población general sobretodo en las personas más jóvenes.Antes de realizar una estrategia en redes sociales debes de tener presente el tiempo, y debes saber la relevancia que tiene en tus estrategias de marketing que dependerá de tu producto o servicio (no es igual si vendes gafas en una tienda física para mayores de 65 años que en una nueva discoteca o comercio electrónico de libros), determina cuáles serán los mensajes que quieres enviar, cuales los vehículos prioritarios para difundirlos porque tus potenciales consumidores , como generar de manera rápida y eficiente sinergias entre tus redes prioritarias, etc. Al principio puede que tengas que dedicarle tiempo o también puedes buscar colaboradores en esta área.

EMAIL MARKETING Y MARKETING SECTORIAL Y VIRAL.

Las campañas de email marketing consisten en la difusión de un mensaje vía mail a una base de datos de personas que son considerados potencialmente usuarios, consumidores de nuestro producto o servicio.

Reflexiona

Piensa en si podría ser efectivo para tu idea de negocio,y de ser asi, ten presente algunas de las ventajas que podría tener:

- El email marketing permite unenvío masivo, a un público objetivo y de manera rápida.
- Los costes de la campaña son bajos.
- El público objetivo es generalmente receptivo en el caso de que los destinatarios hayan dado su consentimiento para recibir estos correos electrónicos. Cuando se trata de campaña a bases de datos que se venden la receptividad al mensaje es menor y hay que desarrollar otras estrategias.
- Puede tener cierto efecto viral si se consigue que ciertos internautas reenvíen estos correos electrónicos comerciales.

Es importante que determines cuál es la finalidad de tu email marketing o cuales son tus objetivos, estos entre otros pueden ser:

- Prospección y fidelización de los clientes. La prospección o búsqueda de cliente se haría más con bases compradas o adquiridas más allá de nuestra red de clientes propias, la fidelización iría más a nuestra red cercana.
- Difusión de boletines. Se han convertido en una herramienta relevante de aportar información sobre la marcha de la empresa.
- Lanzamiento de campañas comerciales. Exposición de un nuevo producto o servicio que puede darse a conocer a través de email marketing.

Algunas recomendaciones para aumentar el impacto de nuestra campaña de mail marketing serían:

Titulo atractivo y corto, entre 3 y 7 palabras, muy cercano al contenido del mensaje. Es importante que el mensaje sea corto y preciso, personalizado y diferenciado según tipo de clientes: personas y empresas, que tenga logotipo de su empresa, adecuado al público objetivo, atractivo en texto simple o o HTML, con pocas imágenes y colores. Los mejores días para estos envíos son los miércoles.

- Debe aparecer claro quien es el autor del email.

En la campaña de email marketing es muy importante tener presente tres factores:

- Si tu campaña está destinada a un grupo de personas, en algunos países es obligatorio obtener la aprobación de los destinatarios para enviarles los correos electrónicos.
- Los destinatarios deben tener la posibilidad de darse de baja fácilmente, haciendo clic en un enlace.

En España existen empresas especializadas en las campañas de email marketing, pueden aconsejarte sobre como realizar una campaña de este tipo y ayudarte a completar una base de datos para tu producto o servicio, al mismo tiempo pueden enviar los correos, gestionar estadísticamente los resultados de la campaña y gestionar respuestas y cancelaciones. Las tarifas suelen ser proporcionales decrecientes por ejemplo 100 correos 10 euros y 1000 correos, 40 euros.

Sabias Que:

La publicidad en internet permite promocionar tu negocio a través de anuncios en diversos portales de Internet para fidelizar a tus clientes actuales, así como para atraer a nuevos clientes.

Quizá una de las herramientas más útiles puede ser el marketing sectorial o viral, que es la entrada en portales sectoriales o de venta colectiva que te permiten poner en venta tus productos o servicios como pueda ser letbonus, atrapalo, groupon. etc. Estas herramientas permiten tener actualizada en cada momento tu información, ver las estadísticas de visitas, actualizar calendario de disponibilidad de productos y servicios y conocer la opinión de los usuarios y los servicios de la competencia.

CONCLUSIONES

El uso de la TIC en las micropymes y los autónomos excede la posibilidad del contenido de este documento ya que las TIC no solamente actúan en las líneas de marketing y comercial sino que también influyen en áreas como la propia producción o administración.

Algunos ejemplos podrían ser como se ha generalizado avances a través de programas gratuitos como son la nube que permite tener copias de tus trabajos y proyectos en servidores externos así como trabajan en común mismos documentos como un dropbox, las videoconferencias con programas como skype que permiten hacer llamadas y videoconferencias gratuitamente y muy interesante para emprendedores emigrantes o proyectos transnacionales que puedan relacionarse con proveedores o clientes de otros países.

Para poder profundizar en las diferentes soluciones TIC para autónomos y micropymes, os adjuntamos el link de un documento realizado desde el País Vasco donde se puede profundizar punto por punto las diferentes soluciones al alcance la mano de los autónomos y micrompresas.
Muy importante en este sentido en el área de TIC estar atento a las tendencias, hablar con las personas que saben y usan, con nuestros clientes, preguntar potencialidades y observar el uso que se hace de las mismas y sobretodo probar. Si en algo están de acuerdo los expertos es que en caso concreto como el marketing la comunicación que permiten las TIC, es muy relevante ir probando para ir viendo si se adaptan a nuestras tener experiencia y mucha lógica y muy especialmente medir nuestros resultados.

DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA

Catálogo de Soluciones TIC para Autónomos y Micropymes. Implantación de Soluciones TIC para Autónomos y Micropymes. SPRI. Gobierno vasco.

MÓDULO
MEDIO AMBIENTE

MÓDULO
MEDIO AMBIENTE

A MODO DE INTRODUCCIÓN...

El medioambiente es nuestra responsabilidad, en el ámbito privado, en la empresa grande, en la microempresa, también es responsabilidad del empresario individual, del autónomo.

El medioambiente es un tema de la cumbre de Kyoto y es un tema de nuestro día a día, cuando compramos los consumibles de la empresa, cuando utilizamos papel. Muchas de nuestras decisiones más cotidianas tienen que ver con el medio ambiente, con su destrucción, su conservación, su protección.

En estas páginas vamos a mostrar nociones básicas sobre los problemas medioambientales más importantes con los que vivimos y convivimos cada día. Pero, sobre todo, pretendemos incidir en cómo la empresa puede actuar para respetar el medio ambiente introduciendo estrategias de desarrollo sostenible, responsabilidad social corporativa y optimización de recursos ecoeficiencia.

Como emprendedor@s podemos planificar y gestionar medi- das desde la generación de nuestra idea de negocio y desde la puesta en marcha de la empresa que tengan en cuenta el medio ambiente.

Para empezar, incluimos una buena práctica de protección medio ambiental, optimización y desarrollo sostenible.

El gesto de abrir el buzón se ha convertido en una rutina casi olvidada. Cada vez llegan menos cartas y las que lo hacen suelen ser facturas. Pero incluso cada vez hay menos de estas últimas desde que se puso en marcha la factura electrónica como medida más eficiente y sostenible para recibir los gastos en el hogar. Además, en el ámbito empresarial cada vez son más las compañías que están implantando la factura electrónica para relacionarse con sus clientes y proveedores.

Las empresas españolas han generado 59 millones de facturas electrónicas durante el primer semestre de 2013, según el estudio La Factura Electrónica en España 2012-2013, realizado por Seres, organización dedicada a la implantación de servicios de intercambio de documentos electrónicos. Este mismo informe señala que el ahorro ha sido de 458 millones de euros y más de 250.000 horas de trabajo reiterativo e improductivo para los departamentos administrativos. Además del impacto económico, su uso ha evitado la tala de 3.300 pinos.

"Necesitamos una manera sustancialmente nueva de pensar, si la humanidad ha de sobrevivir".
ALBERT EINSTEIN.

Los principales problemas del medio ambiente. Nuestros problemas

Entre los problemas más representativos, y a su vez más perjudiciales, podemos destacar:

- El efecto invernadero.
- El agujero de la capa de ozono.
- La acidificación del suelo y el agua.
- La contaminación de las aguas.
- La contaminación de los suelos.
- La contaminación del aire.
- Los residuos urbanos, industriales, sanitarios, agrícolas y ganaderos.
- El deterioro del medio natural.
- La pérdida de la biodiversidad en el mundo.
- El agotamiento de los recursos hídricos.
- La deforestación y desertificación.

No es posible analizar en profundidad todos estos fenómenos dada la reducida dimensión de estas páginas.Por ello, haremos una exposición breve de los mismos incidiendo en las causas que los provocan y las medidas para poder atajarlos, introduciendo algunas pautas para la reflexión, para la toma de decisiones en nuestro pequeño ámbito de actuación-responsabilidad. Son diez problemas con varios subproblemas, que son nuestros.

PROBLEMA 1 - EFECTO INVERNADERO

Este fenómeno evita que la energía del sol recibida constantemente por la tierra vuelva inmediatamente al espacio produciendo a escala planetaria un efecto similar al de un invernadero. Ello provoca un calentamiento global del planeta que se traduce en deshielo de las zonas polares, inundaciones, pérdida de zona litoral,...
Es la actividad económica humana la que genera la emisión de los gases que produce el efecto invernadero.

Estos gases son sobre todo:

- Dióxido de Carbono. Procedente de la combustión del petróleo y sus derivados. Lo emiten los vehículos, las industrias,...
- Metano: Provocado los residuos ganaderos y agrícolas, so- bretodo.
- Oxido nitroso: Procede de la actividad agrícola.
- Clorofluorocarbonos: Gases utilizados en aerosoles, climatizadores, refrigeradores, etc.

Podemos contribuir a aminorar el efecto invernadero si con- sumimos de manera racional el combustible, utilizando trans- portes alternativos, si utilizamos filtros, plantamos árboles (las plantas absorben el CO_2 responsables del efecto invernadero), si hacemos uso racional-controlado de los electrodomésticos.

PROBLEMA 2 - EL AGUJERO DE LA CAPA DE OZONO

La capa de ozono es un compuesto gaseoso situado en la estratosfera a 25 ó 30 kms de altitud, constituida por un gas azulado que protege el planeta de la radiación de los rayos ultravioleta prevenientes del sol.

El agujero de la capa de ozono comenzó a detectarse en los años 80, momento en que empiezan a utilizarse los clorofluorcarbonatos (CFC). Desde entonces el agujero de la capa de ozono ha crecido a un ritmo medio de un 6% anual.

El principal enemigo de la capa de ozono, lo constituyen los CFC, que se utilizan para la creación de los aerosoles (actualmente prohibidos) y la refrigeración de automóviles y de electrodomésticos

Es también la actividad humana la principal causante del aumento del agujero de la capa de ozono. (Aunque también las emisiones de gas sulfuroso de la actividad volcánica influyen).

Este fenómeno produce consecuencias nefastas en el ser humano: Enfermedades cutáneas, cáncer de piel, enfermedades oculares, mutaciones genéticas. Y causas en el ecosistema: graves consecuencias medioambientales en regiones del Sur de Chile y Argentina, cambios climáticos, sequías, epidemias,..:

Que podemos hacer.

Entre otras medidas, podemos sustituir equipos de refrigeración antiguos que contengan estos gases perjudiciales. Piensa en alguna medida más que puedas poner en marcha en tu casa, en tu ámbito laboral.

PROBLEMA 3 - LA ACIDIFICACIÓN DEL AGUA Y EL SUELO

Los gases emitidos por algunas industrias se mezclan con el vapor de agua de la atmósfera, formándose así sustancias ácidas. Estos compuestos ácidos caen sobre la tierra en forma de lluvia, produciendo la acidificación del suelo y aguas, pérdida de zonas de cultivo, muerte de árboles, etc. Es lo que se conoce como "lluvia ácida".

Este fenómeno se puede dar a mucha distancia del foco emisor y por ello la zona afectada es muy grande; por ejemplo, los países escandinavos se están viendo afectados por la contaminación del Reino Unido. La acidificación ha sido abordada mediante diferentes acuerdos internacionales.

En Europa, este problema tiene su origen principal en las emisiones de estos elementos como consecuencia de la combustión de combustible fósiles (SO_2 y NOx) y las actividades agrícolas (NH_3). En general, alrededor del 50% de las emisiones de NOx en Europa provienen de los vehículos a motor.

Que podemos hacer.

Por ejemplo: usar de manera racional los coches, habituarnos a utilizar en mayor medida el transporte público – transporte compartido. Piensa en algunas medidas más que sin mucho esfuerzo puedes gestionar.

PROBLEMA 4 - LA CONTAMINACIÓN DE LAS AGUAS

Graves consecuencias. Entre los problemas más importantes que afectan a las aguas está la contaminación que la hace inadecuada para el consumo humano. Esta tiene su origen sobre todo en:

- Vertidos urbanos: De aguas residuales (pozos negros, fosas sépticas, redes de saneamiento), actividades domésticas, vertederos de residuos urbanos, etc.
- Vertidos industriales: Por las aguas y líquidos residuales industriales, desechos sólidos de la industria, vertidos o almacenados, humos, almacenamiento de materias primas, así como de su transporte, accidentes y fugas.
- Vertidos agrícolas y ganaderos. Deriva principalmente del uso masivo de abonos químicos y pesticidas en la agricultura, así como del vertido de los desechos que generan los animales

Recuerda

Algún vertido que haya producido en los últimos algún desastre ecológico. Analiza las consecuencias que para el medio ambiente se han producido.

PROBLEMA 5 - CONTAMINACIÓN DE LOS SUELOS

La contaminación del suelo consiste en la acumulación de sustancias a unos niveles tales que repercuten negativamente en el comportamiento de los suelos El suelo se contamina cuan- do se rompen tanques de almacenamiento subterráneo, aplica- ción de pesticidas, filtraciones del alcantarillado y pozos ciegos, o acumulación directa de productos industriales o radioactivos. Los daños y riesgos pueden ser:

- El suelo pierde sus capacidade para la agricultura o cualquier otra labor productiva.
- Contaminación de aguas subterráneas, superficiales y del aire.
- Envenenamiento por contacto directo o a través de la cadena alimentaria.

PROBLEMA 6.- RESIDUOS

El problema de los residuos se incrementa de forma exponencial con el crecimiento de la población. El tratamiento de los residuos constituye uno de los puntos clave de la gestión ambiental, ya que su producción ha aumentado en los últimos 20 años de una manera alarmante y los ha convertido en una de las principales causas de contaminación de los suelos.

Una buena gestión de estos residuos nos permitirá la recuperación de muchos materiales que serían abandonados.

Residuos urbanos

Son los generados en las zonas urbanas como consecuencia de la actividad cotidiana de sus habitantes (comercios, oficinas, domicilios, etc.). Comúnmente los conocemos como "basuras". Dada la gran cantidad de residuos que se generan diariamente, es imprescindible una buena gestión, es decir, una recogida, transporte y tratamiento perfectamente organizados y apoyados por la colaboración ciudadana (recogida selectiva). El vidrio, el papel, los envases y la materia orgánica (restos de comida, por ejemplo) tienen sus propios circuitos de recogida.

Residuos industriales

Son los desechos producidos por las instalaciones industriales. Pueden ser de dos tipos:

- Residuos inertes o asimilables a urbanos:
  Son aquellos que requieren un tratamiento parejo a los urba- nos, al tener características similares, o bien los que no pueden formar compuestos peligrosos (escombros, por ejemplo).
- Residuos peligrosos:
  Residuos peligrosos por ser inflamables, tóxicos, corrosivos, etc., así como sus envases. La gestión de estos residuos compete a un gestor autorizado, que los separará, envasará, registrará, etc., de forma específica.

Residuos sanitarios

Generados en los centros hospitalarios. Su importancia reside en la cantidad que se generan diariamente (3,5 kg. por cama y día), así como por el riesgo de infección (residuos biosanitarios) y de contaminación (residuos químicos y radioactivos).

Residuos agrícolas y ganaderos

Se trata de residuos potencialmente contaminantes. Gran parte de ellos pueden ser reciclados en las propias industrias agropecuarias o fuera de ellas (como por ejemplo el abono orgánico o el mantillo).

Actualmente, existen explotaciones experimentales que utilizan los residuos generados por el ganado para la obtención de elec- tricidad. Los residuos orgánicos en descomposición producen gases como el metano (CH4), que pueden ser utilizados en motores de explosión para generar electricidad.

Actividad

Haz una lista de todas las cosas que haces a lo largo del día y que suponen generación de residuos. Haz una lista también de éstos. Y haz la siguiente reflexión: ¿podrías eliminar alguno?¿cómo?

PROBLEMA 7 - LA PÉRDIDA DEL PATRIMONIO NATURAL CULTURAL Y DE LA BIODIVERSIDAD

La explotación de los recursos comporta en muchas ocasiones no sólo su deterioro ,sino también su pérdida, sin posibilidad de reposición o recuperación. Esto es particularmente grave en lo que concierne al patrimonio, tanto natural como cultural, que debemos legar a las generaciones venideras, pues es la base para el desarrollo futuro y representa la historia del planeta, de la vida y de la humanidad (obras, tradiciones, paisajes culturales, etc.).

La "biodiversidad" o diversidad biológica es la variedad de la vida. Abarca a la diversidad de especies de plantas, animales, hongos y microorganismos que viven en un espacio determinado, a su variabilidad genética, a los ecosistemas de los cuales forman parte estas especies y a los paisajes o regiones en donde se ubican los ecosistemas. El concepto fue acuñado en 1985, en el Foro Nacional sobre la Diversidad Biológica de Estados Unidos. Edward O. Wilson (1929).

La pérdida y deterioro de los hábitats es la principal causa de pérdida de biodiversidad. Al transformar selvas, bosques, manglares, lagunas, y arrecifes en campos agrícolas, ganaderos, granjas camaroneras, presas, carreteras y zonas urbanas destruimos el hábitat de miles de especies.

PROBLEMA 8 - AGOTAMIENTO DE LOS RECURSOS

Para el consumo humano es muy pequeña, si descontamos el agua de los mares y océanos, las masas de agua congelada en las regiones polares o el agua que se encuentra en condiciones de extracción que la hacen inalcanzable. Por ello, es imprescindible el uso eficiente del agua.

Reflexiona

Si el agua que consumes en tu actividad empresarial, en tu casa,... te costara cada litro 5,00€ ¿qué harías?

PROBLEMA 9 - DEFORESTACIÓN Y DESERTIFICACIÓN

La deforestación es la pérdida de masa forestal (árboles, plantas, etc.) de un territorio determinado.

Esto implica la pérdida de terreno fértil y una importante superficie que actúa como sumidero de los gases que provocan el efecto invernadero. Las causas son:

- Utilización masiva de madera como combustible en determinadas épocas, y como material de construcción para casas, barcos e industria en general.
- Construcción de pistas y carreteras.
- Explotación de bosques para la industria papelera.
- Incendios

Entre los efectos más importantes de la deforestación se encuentran:

- Erosión del suelo, como consecuencia de la falta de vegetación.
- Pérdida de terreno fértil, al desapa recer los nutrientes del suelo.
- Pérdida de la flora y fauna.
- Aumento de gases contaminantes
- (CO2) en la quema de bosques.
- Interrupción del ciclo del agua.

Este proceso de deforestación viene íntimamente relacionado con el fenómeno de la desertificación, que tiene un impacto directo sobre las condiciones de vida de gran número de personas y de pueblos, siendo causa y efecto de pobreza y emigración.
Por último, hay que diferenciar entre desertificación y desertización. La desertización es un proceso natural; en cambio, la desertificación es consecuencia de la actividad del hombre.

PROBLEMA 10 - CONTAMINACIÓN EL AIRE

Las causas de la contaminación atmosférica son resultado de los procesos industriales que implican la combustión de recursos naturales como el carbón, el petróleo y el gas. Estas combustiones se producen en su mayoría en el sector industrial y en el transporte por carretera, pero también en menor medida en calefacciones residenciales y en pequeñas instalaciones. En todos estos procesos se genera dióxido y monóxido de carbono, óxidos de nitrógeno y azufre entre otros gases nocivos principales contaminantes de la atmósfera.Renunciar a los combustibles fósiles para reducir las emisiones Actualizar las infraestructuras sin perder energía.

Que podemos hacer.

¿Qué pueden hacer las empresas para frenar el cambio climático, al efecto invernadero, el agujero de la capa de ozono...? Reflexiona sobre las posibilidades que marcamos a continuación.

Consumir menos y comprar productos "verdes".
Ser más eficientes en el uso de la energía.
No dejar los aparatos eléctricos en stand-by. Utilizar biocombustibles.
¿Son todas viables en tu actividad empresarial?
¿Qué cambio de hábitos de consumo suponen?
¿Qué coste económico?

DESARROLLO SOSTENIBLE

Afinales de los años ochenta surgió un concepto que hoy día tienen asumido la mayoría de los países y del cual depende nuestro futuro: el desarrollo sostenible.

¿Qué es? Es aquel que satisface las necesidades de la generacion presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo. Nuestro Futuro Común. Informe BRUNDTLAND. 1987).
Ello implica necesariamente:

- El respeto a la pluralidad de la dimensión humana (ética, cultural, política y económica) y las manifestaciones de la naturaleza.
- La convivencia pacífica y armónica de la naturaleza.
- La garantía de no comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras.

Dicho de otra manera: La sostenibilidad es el equilibrio entre los tres elementos básicos que deben impulsar el progreso, el desarrollo y el bienestar de cualquier sociedad. Juan Gros Ester en "Gestión de la sostenibilidad de Proyectos" lo traduce en este gráfico..

Una empresa orientada al Desarrollo Sostenible implica una transformación interna, de búsqueda de oportunidades, que no sólo resulten beneficiosas para la propia empresa, sino también para la sociedad en su conjunto.

U ejemplo claro de tendencia hacia el desarrollo sostenible en la pesca sería la utilización de artes de pesca selectivas, la realización de paradas biológicas que permitan la regeneración de los caladeros, los cultivos marinos y la acuicultura.

Piensa en algún ejemplo de desarrollo sostenible o en alguna acción que pone en peligro la sostenibilidad de los recursos naturales.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA – EMPRESARIAL

Desde hace varios años se está empezando a implantar en las empresas, en las entidades tanto públicas como privadas lo que se denomina Responsabilidad Social Corporativa. Se trata sin duda de una nueva estrategia empresarial, que va más allá de la productividad y el beneficio económico puro y duro.

Según el Libro Verde de la Unión Europea sobre la Responsabilidad Social es la "Integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con los stakeholders"

Y dentro de la RSC entran medidas de iguadad de oportunidades, conciliación laboral y familiar, seguridad laboral,...

Las empresas empiezan a ser conscientes de que pueden con- tribuir al desarrollo sostenible, compatibilizando.

- El beneficio y el crecimiento económico, y aumento de su competitividad,
- La protección del medio ambiente y la responsabilidad social.

De esta manera, se tienen en cuenta, en la toma de decisiones, una serie de aspectos no considerados hasta ahora y que van más allá de los beneficios puramente económicos.
La RSC integra distintos contenidos, y entre ellos el medio ambiente.
Y, en tal sentido, se habla específicamente de la RAE (Responsabilidad Ambiental Empresarial).
Es un área específica de la RSC, que trata de considerar todos los impactos ecológicos que generan la producción y operaciones de las empresas, maximizando los positivos y minimizando los negativos.

La Unión Europea cada vez pone más medios y recursos para la implementación de las buenas prácticas medioambientales en las empresas.

Las buenas estrategias de RSC en general, y de RAE en particular, pueden suponer importantes beneficios, tanto para la sociedad y el medio ambiente, como para la empresa que las lleva a cabo.
Actualmente muchos inversores requieren que los proyectos a financiar sean neutrales a los impactos sobre la biodiversidad y el medio ambiente cuando menos, y si aportan impactos positivos mejor. Y cada vez más los consumidores tenemos más en cuenta las buenas prácticas ambientales de las empresas.

Es muy importante que tengas esto en cuenta. Reflexiona sobre cómo puedes mostrar a tus clientes, a os posibles inversores en tu idea de negocio que tu empresa pone en práctica medidas de RSC y RAE

Un ejemplo muy ilustrativo de esta eficacia en RAE es el de la empresa Häagen Dazs, cuyos helados se realizan exclusivamen- te con productos naturales. Aproximadamente el 50% de sus ingredientes dependen de la polinización de las abejas.

Dado que las abejas están desapareciendo a gran velocidad, el suministro de los productos necesarios para sus helados puede verse afectado. Häagen Dazs fue capaz de detectar en este hecho una oportunidad tanto para invertir en RAE como para mejorar el proceso productivo de sus ingredientes.

Mejoró dos aspectos importantes de su empresa con una sola acción:

- Crear una página web para ayudar a que las abejas sigan polinizando los cultivos que son la base de su industria.
- Una solución sencilla, barata y eficaz, que además beneficia a otros sectores que dependen también del servicio ecosistémico de la polinización.

OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS Y MEDIO AMBIENTE. ECOEFIENCIA

La optimización de recursos, la eficiencia en su utilización, están ligados a la gestión medioambiental dentro de las empresas. De ello surge el término "ecoeficiencia".

ECOEFICIENCIA es "Proporcionar bienes y servicios a un precio competitivo, que satisfaga las necesidades humanas y la calidad de vida, al tiempo que reduzca progresivamente el impacto ambiental y la intensidad de la utilización de recursos a lo largo del ciclo de vida, hasta un nivel compatible con la capacidad de carga estimada del planeta". World Business Councilfor Sustainable Development (WBCSD.1995) ECOEFICIENCIA

La ecoeficiencia supone, en definitiva,crear más bienes y servicios utilizando menos recursos y creando menos basura.

De acuerdo con el WBCSD, los aspectos críticos de la ecoeficiencia son:

- Una reducción en la intensidad material de bienes y servicios
- Una reducción en la intensidad energética de bienes y servicios
- Dispersión reducida de materiales tóxicos
- Reciclabilidad mejorada
- Máximo uso de recursos renovables
- Mayor durabilidad de productos
- Intensidad de servicio aumenta de los bienes y servicios.

Piensa

Varias tareas que se realizan en tu empresa y en los recursos que se utilizan para llevarlas a cabo (papel, electricidad,...). Plantéate cómo puedes optimizar recursos y, en paralelo, qué repercusiones positivas tendría ello para el medio ambiente.

Por tanto, como ampliamente reconocen los especialistas en la materia, una empresa que aplique estrategias de ecoeficiencia se beneficiará en términos de:

- Minimizar los costos de producción.
- Utilizar de manera más respetuosa los recursos naturales.
- Reducir al máximo las emisiones de contaminantes.
- Competitividad e innovación en la producción
- Obtener ingresos adicionales con el reciclaje de desechos.
- Ganar prestigio entre distribuidores y consumidores.
- Mantener un ambiente laboral sano y estable.
- Tener acceso a nuevas oportunidades de mercado.
- Mejorar sus relaciones públicas.
- Obtener un reconocimiento social-local.
- Cumplir con los estándares internacionales.

ASPECTOS DE ESPECIAL INTERÉS PARA L@S EMPRENDEDOR@S

En este apartado introducimos tres cuestiones que nos parecen interesantes para las personas que están en fase de emprender un negocio, una empresa.

A) INVERSIONES TECNOLÓGICAS RELACIONADAS CON EL MEDIO AMBIENTE. INCENTIVOS FISCALES.

Actualmente por parte de las Administraciones públicas, estatales, autonómicas y locales, se está implantando cierta conciencia ecológica que motive a la eliminación de acciones nocivas para el medio ambiente. Así, se crea el principio de no contaminación que expone que "El mejor Residuo es aquel que no se produce", y esto lleva a una nueva estrategia que sería "Quien descontamina cobra".

Este planteamiento genera la necesidad de realizar inversiones en nueva maquinaria, en cambiar la forma de producir,... Para paliar en parte estos costes se crean los incentivos fiscales, que vienen regulados en la Ley 2/2011 de Economía Sostenible.

La deducción por inversiones medioambientales, la pueden lle- var a cabo empresas que realicen cambios en sus instalaciones que permitan:

- Reducir o Eliminar la contaminación atmosférica.
- Reducir o Eliminar la contaminación acústica.
- Reducir o Eliminar los vertidos a aguas tanto superficiales como subterráneas y marinas
- Reducir o Eliminar los residuos generados en la empresa así como

Estas deducciones fiscales pueden alcanzar un 30% del valor de la inversión y conllevan numerosas ventajas.

- Independiente del tamaño de la empresa y de su sector de actividad
- Reducción de la cuota del impuesto sobre sociedades.
- Respeta la decisión y estrategia de las empresas puesto que no se priorizan unos proyectos sobre otros ya que todos serían susceptibles de deducción.
- Posibilidad de recuperar entre un 2% y un 10% de las inversiones en instalaciones industriales de protección o mejora medioambiental.
- Compatible con las ayudas públicas.

B) NORMATIVA BÁSICA SOBRE MEDIOAMBIENTE. LA LEY DE RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL

La Ley 26/2007, de 23 de Octubre de Responsabilidad Medioambiental obliga a las empresas a adoptar y a ejecutar las medidas de prevención, de evitación y de reparación de daños ecológicos y a sufragar su coste, cualquiera que sea su cuantía, cuando resulten responsables de los mismos.

La LRM establece la obligación de comunicar de manera inmediata a la autoridad competente la existencia de daños medioambientales o la amenaza inminente de dichos daños, que hayan sido ocasionados o se puedan ocasionar. Y también la obligación de colaborar a la hora de fijar las medidas reparadoras así como a ejecutar las que adopte la Administración. Principios informadores de la Ley son:

a) «Principio de prevención». La prevención es un elemento de extraordinaria importancia en la política de medio ambiente, ya que permite situar la acción antes de que el daño ecológico se haya producido. Implica la adopción de medidas de protección del medio ambiente aún antes de que se haya producido una lesión al mismo por la constatación científica de la existencia de un peligro real de deterioro ambiental. Se trata de evitar, reducir y, en la medida de lo posible, suprimir en el origen las fuentes de contaminación mediante la adopción de medidas tendentes a eliminar los riesgos conocidos.

b) «Principio de quien contamina paga», según el cual la responsabilidad económica corresponde al causante de la agresión y, por ello, el coste de su reparación no debe soportarlo la sociedad en su conjunto a través de impuestos, sino el agente contaminante. Según este principio, quien causa daño a otros sujetos o a la comunidad debe abonar las sumas necesarias para su corrección, adoptando las medidas necesarias para eliminar la contaminación o reducirla hasta niveles adecuados. El agente contaminante es la persona física o jurídica, sometida a derecho privado o público, que directa o indirectamente deteriora el medio ambiente o crea las condiciones para que se produzca dicho deterioro. Nuestra LRM va más allá del principio «quien contamina paga» al hacer de las medidas reparadoras un elemento central de la normativa, asentado de esta manera el principio «quien contamina, repara».

Es interesante y conveniente analizar si nuestra actividad empresarial puede tener alguna consecuencia sobre el medio ambiente, y realizar, en su caso, una actuación preventiva al respecto.

C) NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO – OPORTUNIDADES DE NEGOCIO RELACIONADOS

El Libro Blanco de Delors en el año 1993, acuñó el término de Nuevos Yacimientos de Empleo, dentro de los cuales se identificaban áreas de actividad relacionadas con el medio ambiente.
Desde ese momento se han ido concretando actividades profesionales y, por tanto, empresariales dentro de esta área y sobre todo a través de la Agenda 21y su posterior desarrollo a partir del año 2004.

En el siguiente cuadro mostramos yacimientos de empleo que tienen que ver con el medio ambiente y que pueden servir para emprender ideas de negocio. Un ejemplo más que ha salido en los medios de comunicación sería el de una "auditor – optimizador de recursos" en hostelería, que podría operar también en otros sectores, y cuya función sería la de gestionar la optimización de recursos, el ahorro, la reducción residuos y reciclaje, sobretodo en el área de cocina.

TEMATICA MEDIOAMBIENTAL	YACIMIENTO DE EMPLEO
CICLO DEL AGUA RESIDUOS CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA Y ACÚSTICA ENERGÍA TRANSPORTE Y MOVILIDAD	Operadores de Residuos—Empresas de Reciclaje, Manejo y Gestión de Residuos. Técnicos y Empresas de Instalación y mantenimiento de Energías Alternativas. Técnicos en Prevención y Corrección de Contaminación. Auditores y Verificadores Ambientales. Técnicos EDAR
ESPACIOS NATURALES DIVERSIDAD DE ESPECIES PAISAJE RIESGO AMBIENTAL	Técnicos en Recuperación de Áreas Degradadas. Técnicos en Jardinería Sostenible y Paisajismo. Educadores Ambientales. Técnico en Gestión y Planificación de Espacios Naturales. Centros de Interpretación. Educadores Ambientales
USOS DEL SUELO SISTEMA URBANÍSTICO LOCAL: PLANEAMIENTO URBANÍSTICO Y GESTIÓN MUNICIPAL	arquitectura y construcciones bioclimáticas jardinería y paisajismo. Técnicos en Estudios de Impacto Ambiental. Urbanistas. Técnicos en Recuperación de Áreas Degradadas.
-ECONOMÍA LOCAL Y GESTIÓN MUNICIPAL EMPLEO Y SINIESTRALIDAD LABORAL	Agentes de Desarrollo Local-Consultoría de Desarrollo Local y Medio Ambiente-Técnicos en Prevención de Riesgos Laborales y Ambientales
VIVIENDA SANIDAD EDUCACIÓN IDENTIDAD CULTURAL Y PATRIMONIO	Educadores Ambientales- Animadores Socioculturales.

ALGUNAS BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES

En este apartado incluimos buenas prácticas que son recomendaciones o pautas de actuación que desde la empresa, sea cual sea su dimensión, podemos poner en marcha para preservar el medio ambiente. Este es un buen momento para quereflexiones y empieces a implantarlas en tu negocio.

Adquisición de equipos y material fungible

A la hora de realizar las compras hay que decidirse en general por aquellos productos que tengan una vida útil más larga, adquiriendo siempre que sea posible equipos que ofrezcan la posibilidad de reparación y actualización. Buscaremos en lo posible productos ecológicos que garanticen una gestión racional de los recursos naturales.

Se recomienda:

- Tener en cuenta el consumo eléctrico a la hora de adquirir nuevos equipos para las oficinas (ordenadores, climatización, impresoras, ...).
- Buscar proveedores de productos de oficina que garanticen la calidad de sus productos desde la perspectiva ambiental.
- Realizar preferentemente la compra de productos a granel o empaquetados en grandes cantidades para disminuir así la cantidad de residuos procedentes de los envoltorios.
- Evitar la utilización de productos de un solo uso y adquirir aquellos que sean recargables.
- Elegir aparatos de aire acondicionado de bajo consumo eléctrico y que no contengan gases que contribuyan al efecto invernadero o que destruyan la capa de ozono.

Uso del papel en la oficina

El papel es el material básico de trabajo en la oficina, el papel se obtiene de la madera de los árboles y en su proceso de fabricación se consumen grandes cantidades de energía y de agua. Se recomienda:

- Adquirir papel reciclado y sin blanquear con cloro, para los impresos, sobres, cartas, facturas, papel de ordenador, cuadernos de notas,...
- Utilizar las hojas de papel siempre que sea posible por las dos caras, reutilizar el papel escrito por una sola cara para hacer cuadernillos de notas o para borradores, en cualquier caso el papel que ya no nos sirva lo depositaremos en los contenedores de papel para su reciclado.
- Utilizar preferiblemente el correo electrónico para las comunicaciones.
- Hacer una correcta separación de papel: Papel nuevo, papel para reutilizar (borradores, sucio, etc.)
- Conocer bien el funcionamiento y realizar revisiones periódicas de las fotocopiadoras e impresoras, lo que nos permitirá ahorrar papel, tinta y energía.

La energía en la oficina

Se utiliza fundamentalmente para la calefacción o refrigeración de los despachos, en los equipos informáticos y en iluminación. Podemos ahorrar energía:

- Apagando las luces, los equipos informáticos y los aparatos eléctricos (calefacciones, aire acondicionado, etc.) siempre que su uso no sea necesario.
- Con el aislamiento térmico de ventanas y ventanales de la oficina.
- Cuando los termostatos de la calefacción están regulados correctamente para conseguir una buena climatización, manteniendo una temperatura ambiente en torno a los 20 grados en invierno y 22 grados en verano.
- Utilizando ventiladores siempre que sea posible, consumen un 90% menos de energía que los aparatos de aire acondicionado.
- Si se opta por la utilización de lámparas, maquinaria y aparatos de bajo consumo eléctrico.
- Aprovechando al máximo la luz natural, ya que así disminuiremos el consumo de energía y se reducirá el importe de la factura eléctrica. Para tener una efectividad mayor de la iluminación podemos pintar las paredes con colores claros.
- Sustituyendo los sistemas de alumbrado incandescentes por tubos fluorescentes o bombillas de bajo consumo que permiten un ahorro de hasta un 80% y disponiendo de focos luminosos individuales que permiten ajustar la cantidad de luz según las necesidades de cada puesto de trabajo. Tendremos en cuenta que no es recomendable apagar los tubos fluorescentes en aquellas zonas donde se vuelvan a encender en menos de cinco horas.
- Con respecto al monitor del ordenador, deberemos tener en cuenta los siguientes aspectos: Se recomienda usar pantallas de baja radiación. Tener activadas las funciones de ahorro de energía del monitor. Usar protectores de pantalla con tomas de tierra para desviar las radiaciones electro-magnéticas que emiten éstas. Es muy recomendable mantener una distancia de unos cincuenta centímetros entre la cabeza y la pantalla.

Los residuos que se generan

Los residuos que se generan en la oficina están fundamentalmente relacionados con el uso del papel, aunque hay otros elementos que forman parte de la basura de las oficinas que contienen una gran variedad de sustancias nocivas para la salud y el medio ambiente. Así, tendremos en cuenta que:

- Los productos que necesitan algunos equipos (impresora, fax, fotocopiadora,...) para su funcionamiento, contienen sustancias que en muchos casos son nocivas para el medio ambiente y para la salud (tintas, toner, etc.).Se recomienda que una vez usados se depositen en los puntos verdes o bien enviarlos a empresas especializadas en la recarga y el reciclaje de los mismos.

- En algunos casos es la misma empresa que los vende, aportando una cantidad de dinero al usuario por cada cartucho.
- Los ordenadores, fotocopiadoras e impresoras tienen entre sus componentes circuitos y elementos que contienen agentes contaminantes cuando tengamos que prescindir de ellos podemos: Llevarlos a un punto verde y depositarlos en el contenedor correspondiente. Avisar a una empresa especializada en la recogida de este tipo de aparatos. Ponernos en contacto con organizaciones no gubernamentales, que se encargan de recogerlos, aprovechar sus componentes y reutilizarlos, donándolos a otras personas, países u organizaciones necesitadas.
- Los tubos fluorescentes contienen distintos elementos contaminantes que requieren una selección especial para su recuperación, por lo que deben depositarse también separadamente en los puntos verdes.
- El resto de residuos proceden de envases o embalajes de los productos que se utilizan en las oficinas, todos ellos deben separarse adecuadamente y llevarse a sus contenedores para su posterior tratamiento o reciclado.

Hábitos saludables en la oficina

- Crear un ambiente sano en la oficina y mantener hábitos saludables optimizará la calidad ambiental de nuestro entorno de trabajo, mejorará la efectividad del mismo y disminuirá algunos riesgos para la salud.

En esta línea es importante que:

- Al diseñar o elegir nuestra oficina tendremos en cuenta que las ventanas se puedan abrir, evitando así la concentración de iones negativos, derivados de los compuestos que generan algunos de los aparatos eléctricos y electrónicos que utilizamos en la oficina.
- Ventilemos diariamente la oficina, lo que mejorará la calidad del aire y nos permitirá evitar molestias y enfermedades (cefaleas, mareos, irritabilidad, sequedad de garganta, picores, cutáneos, lagrimeo...).
- Creemos un rincón verde con plantas en nuestra oficina, además de cumplir una función estética y decorativa, aportará humedad al ambiente.
- Derivado de la quietud prolongada de las personas que realizan su trabajo en las oficinas, se originan molestias musculares y cansancio. Por ello es importante:
  - Mantener, cuando esté sentado, una postura correcta con la cabeza, los hombros y las caderas en un mismo eje,se consigue sentándose en la silla de trabajo tan atrás como sea posible.
  - Estirar los músculos y moverse.
  - Subir y bajar las escaleras andando en lugar de utilizar el ascensor, esto además de ayudarnos a mantenernos en forma nos permite ahorrar energía.
  - Utilizar el transporte público o la bicicleta para ir a la oficina nos permite hacer ejercicio físico y colaborar con la mejora del medioambiente.

MÓDULO
MEDIO AMBIENTE

(Hemos extraído este apartado de la descripción de Buenas Prácticas Ambientales para las distintas Areas Ocupacionales de Formación Profesional Ocupacional, del Ministerio de Medio Ambiente)

NORMATIVA SOBRE MEDIO AMBIENTE:
Ley 2/2011, de 5 de Marzo, de Economía Sostenible.
Ley 26/2007, de 23 de Octubre de Responsabilidad Medioam- biental.
Real Decreto Legislativo 1/2008 de la Ley de Evaluación de Im- pacto Ambiental de Proyectos.
Ley 11/1997, de 24 de abril, de envases y residuos de envases.

BIBLIOGRAFÍA SOBRE MEDIO AMBIENTE:
Buenas Prácticas Medioambientales en las Especialidades de Formación Profesional Ocupacional. Ministerio de Trabajo. 2006
Manual de Sensibilización Ambiental. Ministerio de Medio Am- biente. 2006
Gestión de Residuos en la Empresa. Miguel Ferrando y Javier Granero Castro. FC Editorial., 2013.

SITIOS WEB SOBRE MEDIO AMBIENTE:

www.mma.es www.magrama.gob.es www.sostenibilidad.com
www.fundacionsustentable.org www.rinconverde.blogspot.com
www.elmundoecologico.es www.biodigester.com.es
www.cambioclimaticoglobal.com www.ecoportal.net
www.ethic.es
www.wc.europa.eu/dgs/environment

MÓDULO
MEDIO AMBIENTE

(Hemos extraído este apartado de la descripción de Buenas Prácticas Ambientales para las distintas Areas Ocupacionales de Formación Profesional Ocupacional, del Ministerio de Medio Ambiente)

NORMATIVA SOBRE MEDIO AMBIENTE:
Ley 2/2011, de 5 de Marzo, de Economía Sostenible.
Ley 26/2007, de 23 de Octubre de Responsabilidad Medioam- biental.
Real Decreto Legislativo 1/2008 de la Ley de Evaluación de Im- pacto Ambiental de Proyectos.
Ley 11/1997, de 24 de abril, de envases y residuos de envases.

BIBLIOGRAFÍA SOBRE MEDIO AMBIENTE:
Buenas Prácticas Medioambientales en las Especialidades de Formación Profesional Ocupacional. Ministerio de Trabajo. 2006
Manual de Sensibilización Ambiental. Ministerio de Medio Am- biente. 2006
Gestión de Residuos en la Empresa. Miguel Ferrando y Javier Granero Castro. FC Editorial., 2013.

SITIOS WEB SOBRE MEDIO AMBIENTE:

www.mma.es www.magrama.gob.es www.sostenibilidad.com
www.fundacionsustentable.org www.rinconverde.blogspot.com
www.elmundoecologico.es www.biodigester.com.es
www.cambioclimaticoglobal.com www.ecoportal.net
www.ethic.es
www.wc.europa.eu/dgs/environment

MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES
SECRETARÍA DE ESTADO DE MIGRACIONES
DIRECCIÓN GENERAL DE INCLUSIÓN Y ATENCIÓN HUMANITARIA
UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro
UPTA
Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos
eysed