

Club

Revista Bimestral N.14
2008



Bouncopy

El arte de comunicar

*El Arte de
Comunicar
en la mirada de*
**Mona
Lisa**

Call-centers, Contact Centers y CRM

Empowerment, comunicación y cultura dentro del call center

Tecnocopy

Llega *The Grid*, Internet 10.000 veces más rápido

Entrevista

Manuel Calles, Adjunto a Dirección

Comunicaciones Antiguas

Caminos entre los persas

Guía de Viajes

Jordania, país del desierto



revista@bouncopy.es

**Agradecimiento a todos
nuestros colaboradores que
cada número hacen posible
esta revista.**

Director
Sergio Navío

Coordinación Club Bouncopy
Nathalie Desroques

Comunicación
Gema Martínez

Diseño y maquetación
Bouncopy, Diseño y Comunicación, S.L.
Edificio Astygi
San Romualdo, 26 - 28037 Madrid
T. 913 047 343 - F. 913 048 329

Redacción
Edificio Aragón
Alcalá, 506 - 28027 Madrid
T. 917 871 050 - F. 917 871 061

Atención y correspondencia con los
colaboradores (para mandar artículos
y fotografías): revista@bouncopy.es

Imprime
Bouncopy, Diseño y Comunicación, S.L.
Edificio Astygi
San Romualdo, 26 - 6ª Planta. 28037 Madrid

Edita
Revista Club Bouncopy

Distribución
Interna

Inserción Publicidad
917 871 050

La Revista BOUNCOPY, SA está concebida para ser distribuida a todas aquellas personas que formen parte de la empresa o puedan visitarla ocasionalmente. Dicha distribución será llevada a cabo en las áreas escogidas para ello. Esta revista está pensada para proporcionar una información adicional sobre la empresa y el Club BOUNCOPY en el lugar o puesto de trabajo, aunque puede ser considerada como un medio de opinión imparcial e independiente con contenidos que no tengan nada que ver con los ámbitos normales de trabajo de BOUNCOPY, SA. Esta revista puede ser retirada y llevada fuera del lugar de trabajo si éste es el deseo del lector.

La revista se reserva el derecho de cambiar, modificar, sustituir o alterar los contenidos de los artículos enviados a esta redacción sin previo aviso al autor de los mismos, con el fin de mejorarlos o adecuarlos al espacio disponible en la revista.

La revista no mantendrá correspondencia con los autores de los artículos no solicitados o que nos se correspondan con las secciones internas de la revista.

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, ni total ni parcialmente, sin permiso escrito del editor.

Bouncopy, empresa líder

Bouncopy

Actividad Empresarial:

Bouncopy es el primer grupo multinacional español especializado en la comercialización de productos y servicios a través de la emisión de llamadas y fuerza de ventas. Bouncopy se posiciona en el mercado como la empresa líder en la venta telefónica de productos financieros y seguros en España, Latinoamérica y en el mercado latino de EE.UU.

Año de fundación: 1975

Equipo Directivo:

Presidente - Ezequiel Navío Tello
Director General - Ignacio Cruz
Adjunto a Dirección - Manuel Calles
Director de Operaciones - David Güeto
Director de Estrategia y Desarrollo Corporativo - Íñigo Ramón Balmaseda
Director de Sistemas - Jaime Fernández
Director Comercial - Juan Ángel Borrallo
Director Financiero - José Manuel Meco
Directora Asesoría Jurídica - Mayte Boillos
Director Delegación Jerez - José Pablo Riofrío
Director Bouncopy Paraguay - Rolando Díaz
Directora RR.HH. - Belén Merino

Número de empleados: Más de 3.500 profesionales que prestan servicio en España, Paraguay, Perú, Chile, Colombia, El Salvador, Costa Rica y Argentina.

Facturación Año 2007: 60 Millones de Euros.

Servicios que ofrece su compañía:

- Venta telefónica de productos y servicios. - Fuerza de ventas con equipos comerciales. - Acciones de fidelización de clientes. - Servicios de atención telefónica a clientes. - Campañas de emisión/recepción de llamadas. - Cobros y recobros.

Referencias de Clientes/Sectores:

Empresas de primer orden pertenecientes a diferentes sectores (banca, seguros, industria, telecomunicaciones...) destacando sobre todo entidades financieras y empresas aseguradoras.

Estrategia de crecimiento de la compañía:

Bouncopy se posiciona en el mercado como empresa líder en la venta telefónica de productos financieros y seguros. Destaca por la confianza que obtiene de sus clientes y por ofrecerles todos los canales necesarios para cumplir con sus expectativas: Plataformas contact centers, comerciales telefónicos, comerciales presenciales, delegaciones en España, Paraguay, Perú, Chile, etc. Conscientes del valor de sus profesionales, Bouncopy aplica políticas de RR.HH enfocadas al bienestar; a la formación continua y a la mejora de las condiciones laborales de sus trabajadores.

Ubicación de Plataformas en España:

Edificio Aragón, C/ Alcalá, 506, 28027- (Madrid)
C/Travesía de Costa Brava,6, 28035 - Mirasierra (Madrid)
Huerta Pintada, s/n ,11401- Jerez de la Frontera, (Cádiz)

Número de Agentes en España: Más de 2.540 profesionales.

Ubicación de Plataformas Deslocalizadas:

Plataformas contact center: Edificio Nemy, Avda. Eusebio Ayala, 2895 Asunción (Paraguay)
Delegaciones comerciales: Perú, Chile, Colombia, El Salvador, Costa Rica y Argentina.

Número de Agentes en otros países:

Aproximadamente unos 1.050 profesionales.

Tecnología implantada en sus Centros:

- PBX Avaya Communication Manager 3.1. - Terminales digitales y terminales IP Avaya. - Sistemas de grabación Nice VoIP y Syscom VCalidad 7.05. - Servidores y Pc's Dell. - Electrónica LAN/WAN CISCO. - Marcación automática y/o predictiva eas-yphone de Altitude Software. - Grupos electrógenos y SAI en todos los centros y puestos. - Redundancia. - Capacidad de grabación total en campañas.

4 claves para alcanzar los estándares de calidad óptimos en un contact center:

1. Empleo de las mejores herramientas tecnológicas.
2. Profesionales especializados en venta y atención telefónica con profundo conocimiento de los mercados donde operan.
3. Aplicación de estrictas políticas de seguridad y confidencialidad de datos.
4. Capacidad de adaptación y previsión de las necesidades de los clientes.

Previsión de Apertura de Nuevos Centros:

Bouncopy está llevando a cabo un fuerte proceso de expansión. En menos de un año, la compañía ha inaugurado una plataforma contact center en Asunción (Paraguay), y ha abierto delegaciones comerciales en Perú, Chile, Colombia, El Salvador, Costa Rica y Argentina. Este crecimiento es fruto de un exitoso modelo de negocio basado en la consecución de resultados.

Modalidades de apoyo a las personas con discapacidad:

Bouncopy trabaja para integrar a personal con discapacidad en su organización. Colabora con diferentes asociaciones y fundaciones orientadas a este fin. Dispone de instalaciones habilitadas para que estos trabajadores desarrollen su actividad con normalidad y adapta los puestos a sus necesidades. El Dpto. de Sistemas ha desarrollado una aplicación para invidentes, que como prueba piloto, se está utilizando en la recepción.

CP: 28027 CIUDAD: MADRID
TELÉFONO: 917 871 050
callcenter@bouncopy.es / www.bouncopy.es



Sumario

2. Créditos / Presentación y objetivos

3. Sumario

Índice de las secciones y contenidos que encontrará el lector en este número.

4. Editorial / Club Bouncopy Madrid – Jerez de la Frontera

Bouncopy, una empresa donde “nunca se pone el Sol”.

Como en anteriores números, os ofrecemos la actualidad de las actividades del Club, las que están por venir próximamente, y un resumen de las Novedades del Videoclub.

6. Noticias del Sector

Selección de noticias destacadas a nivel internacional en relación al sector de los Call-Centers, así como una breve exposición de noticias que tienen como protagonista a Bouncopy, de interés general para el conjunto del personal de la empresa.

7. Tecnocopy

La actualidad tecnológica y los avances que nos aguardan en el Futuro. *The Grid, Internet 10.000 veces más rápido.*

8. Comunicaciones Antiguas

Caminos entre los persas.

9. Salud y Bienestar

Protégete contra los resfriados de otoño.

10. Tendencias

Cine de Estreno: *Batalla en Seattle. Happy. Transsiberian. Tres mujeres y un plan.*

Libros: *Universos paralelos. Santuario. La Plaga. Motín en la Bounty.*

Novedades musicales: *AC/DC. Melendi. The Pretenders. David Gilmour.*

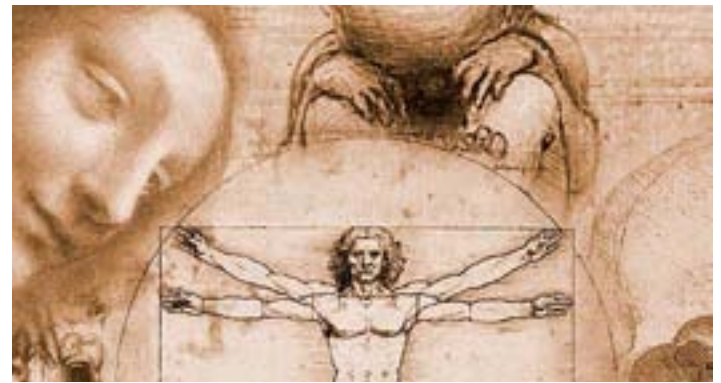
Novedades en DVD: *Pozos de ambición. En el valle de Elah. 10.000.A. C. Los reyes del Ártico.*

12. Guía de Viajes

Jordania, país del desierto.

Suplemento: The Bouncopy Times

El periódico de las páginas centrales contiene, como en el número anterior, el boletín de noticias de la empresa, informaciones relevantes, y una breve relación de destacadas personas que han entrado a formar parte de nuestro grupo empresarial.



13. Crítica de Arte

El arte de comunicar... en la mirada de Mona Lisa.

14. Pensamiento Positivo / Dichos populares / Rincón del Teleoperador

Citas y frases de personajes ilustres o de proverbios nacionales que nos sirven para elevar el espíritu. Telemarketing efectivo.

15. Entrevista

Manuel Calles, Adjunto a Dirección.

16. El mundo del Telemarketing

Modelos o tipos culturales básicos.

17. Compañeros de Trabajo

Maravillas de Paraguay: Las Ruinas Jesuíticas.

Maravillas de Perú: Las 7 nuevas maravillas del país andino.

18. Call-centers, Contact Centers y CRM

Empowerment, comunicación y cultura dentro del call center.

19. Medio Ambiente

¿Perjudican a la salud las antenas de telefonía móvil?

20. Grandes Clásicos del Cine

Por Julián Granadino

21. Tu Quiosco/ Recetas de cocina / Consejos Caseros

Revistas Goldberg. Connect. Aqua. Traveller.

Arte Culinario: Merluza en salsa verde.

Trucos domésticos: Tacos en la pared sin problemas.

22. Establecimientos y Empresas colaboradoras en Madrid / Jerez de la Frontera

Nuevamente ofrecemos una relación actualizada de empresas amigas que participan en el Club Bouncopy.

Bouncopy, una empresa “donde nunca se pone el sol”



Al Imperio español del siglo XVI se le conoce históricamente como el “Imperio donde nunca se ponía el Sol”, haciendo referencia a una extensión geográfica que no tenía precedentes: desde la Europa mediterránea que alcanzaba hasta Italia, pasando por los Países Bajos en el norte europeo, la Gran Guinea africana, toda América del Sur y parte de Norteamérica, y el Pacífico desde las Marquesas hasta las islas Filipinas.

Igualmente pero con más modestia, Bouncopy puede decir actualmente que su área de influencia y ejercicio profesional se extiende desde el sur de Europa hasta las costas del Pacífico, concretamente Chile y Perú, y abarca zonas del llamado en otro tiempo “el Caribe español”: Costa Rica, Panamá (*la “Taza de Oro”, según John Steinbeck*), y la mítica “Florida” (*donde se ubica la actual Miami*), descubierta por Juan Ponce de León.

Quizá por estas razones, el hecho de que Bouncopy abarque tantas y tan distantes zonas geográficas con resonancias imperiales es un motivo no sólo de satisfacción, sino un síntoma del buen

período que atraviesa esta gran Compañía, pese a la coyuntura económica nacional e internacional que sume en *noches de insomnio* las cuentas de otras empresas en diferentes campos de actividad. Pero nosotros somos, pese a ello, una empresa fuerte y con suficiente empuje como para capear el temporal.

Incluso en plena tormenta financiera, nuestras diversas instalaciones de Call-center siguen funcionando a pleno rendimiento, lo cual nos hace prever que, en época de bonanza y sin nubes que oculten el horizonte, Bouncopy será una de las empresas con mayor expansión y crecimiento, emulando a un período histórico en el que “nunca se ponía el Sol.”

El Director

Rutas Culturales por Madrid



Tras los pasos de Avellaneda, el Madrid de Felipe III, 27 septiembre

Recorrido nocturno que realizamos a finales del mes pasado por el Madrid de la época de Cervantes, con referencias a la novela de Alfonso Mateo-Sagasta, “*Ladrones de tinta*”, en donde el personaje de Isidoro Montemayor trata de dar con la identidad de Avellaneda, misterioso continuador de las aventuras de Don Quijote de la Mancha.

Esta Ruta es una evocación del desconocido Madrid de Felipe III. Las librerías, los garitos, los bodegones, las casas de conversación, las mancebías, los espacios públicos y los personajes de la Corte.

Recorrido: Plaza Santiago, Calle Santiago, Calle de los Milanese, antigua Puerta de Guadalajara, Cava de San Miguel, Puerta Cerrada, calle Latoneros, Concepción Jerónima, Plaza de la Provincia y Plaza de Santa Cruz.

Rutas Culturales por Madrid

Museo del Prado, pintura mitológica española. 4 de Octubre



El Museo del Prado es una de las más grandes pinacotecas del mundo, en la que tienen cabida gran número de obras maestras de la pintura mundial. Entre ellas, contiene la colección más grande de pintura española.

El Edificio de Villanueva, inaugurado en 1819, es el núcleo central del Museo del Prado. Ejemplo de la arquitectura neoclásica, expone hoy las colecciones de obras de arte anteriores al siglo XIX. El Casón del Buen Retiro, edificio anexo, alberga la colección de pintura del siglo XIX y contemporánea, así como el Guernica de Pablo Picasso.

El arte basado en episodios y escenas de la mitología clásica, griega y romana tiene una amplia representación en el Prado, tanto en número de obras como en variedad de artistas, la mayoría de los cuales son muy conocidos y particulares. Casi todas las obras son pinturas, que se encuadran cronológicamente entre los siglos XV y XIX, aunque también hay algunas esculturas. A modo de ejemplo podemos ver "La Fragua de Vulcano", de Diego Velázquez, obra de 1630. Velázquez se inspira en las *Metamorfosis* de Ovidio. Como ésta, son muchas las obras de carácter mitológico que exhiben las salas del Prado y que hemos incluido para este otoño dentro de nuestras Rutas Culturales por Madrid.

NOVEDADES DEL VIDEOCLUB

Recientemente hemos adquirido una treintena de títulos en DVD para el Videoclub de Madrid que sin duda gustarán a todos aquellos que aman el Séptimo Arte.

Estas son algunas de las novedades que podéis pedir el día Jueves en horario de 12.00 a 14.00 horas donde gustosamente os atenderemos.



FUEGO SOBRE BAGDAD

Director: Mick Jackson

Duración: 01:55:00

Estreno: 2002

Género: Aventuras

2 de agosto de 1990, las tropas iraquíes invaden Kuwait. En Atlanta, Estados Unidos, el productor de la CNN, Robert Wiener (Michael Keaton) convence a su jefe de que es la persona adecuada para cubrir el reportaje. Una vez allí un equipo de periodistas tiene que desafiar multitud de obstáculos, logísticos, técnicos y políticos en su intento por informar, pero finalmente su valor y constancia se verán recompensados cuando consigan retransmitir en directo los bombardeos de Bagdad no sólo a América sino al mundo entero.



LA VIDA EN ROSA: EDITH PIAF (La Môme)

Dirección: Olivier Dahan.

Año: 2007.

Duración: 140 min.

Género: Biopic, drama, musical.

De los barrios bajos de París al éxito en Nueva York, la vida de Edith Piaf (Marion Cotillard) fue una lucha por cantar y sobrevivir, por vivir y amar. Creció en medio de la pobreza, pero su voz mágica y sus apasionados romances y amistades con los grandes nombres de la época hicieron de ella una estrella mundial.

RESEÑA DEL VIDEOCLUB

PAPILLON

Excelente película basada en hechos reales. La historia es profundamente conmovedora y, al mismo tiempo, dramática y triste. Condenado a cadena perpetua por un crimen que afirma no haber cometido, Henri Charrière, es enviado al exilio en las colonias penitenciarias de la Guyana francesa y la isla del Diablo. Conocido por su apodo de Papillon, debido al tatuaje de una mariposa que lleva en el pecho y que simboliza la libertad, Charrière dedica todo su tiempo y energía a escaparse con sus amigos y compañeros de la cárcel Delga. Un día, recibe un castigo y se encuentra incomunicado durante dos largos períodos. Tras trece años de detención salvaje, su coraje y su fe indestructibles lo llevarán a la libertad.

Papillon está interpretada magistralmente por un Steve McQueen magnífico, el eterno fugitivo, quien borda su papel. A cambio de silencio y libertad, se alía con uno de los mejores Dustin Hoffman de la historia, interpretando a un ser miope y esmirriado pero con gran inteligencia. La cruda y triste realidad se plasma con fuerza y desgarramiento. La soberbia dirección de Franklin J. Schaffner, la banda sonora de órdago y el ritmo del guión la convierten en una obra maestra sin parangón dentro del Séptimo Arte, de obligatorio visionado para descubrir una joya dentro del panorama cinematográfico.



El “spam” telefónico será regulado por ley

La intención del Gobierno español de adaptar la directiva europea 2005/29/CE, relativa a prácticas comerciales desleales, ha generado diversas reacciones. Por una parte, las asociaciones de consumidores aplauden la medida, aunque consideran que llega algo tarde. Cada vez más usuarios denuncian casos de publicidad telefónica abusiva, mientras que el sector del telemarketing (algunas empresas incluyen dentro de su ámbito la publicidad telefónica), defiende su labor: “las empresas tienen que anunciarse”. La *Asociación Española de Contact Center* (ACE) recalca que todas las compañías adheridas están reguladas por un **Código de Conducta** basado en la directiva comunitaria ya mencionada. Por ello, han expresado su apoyo a la creación de una nueva normativa que permita “cubrir lagunas legales y evitar prácticas comerciales desleales” que perjudican a aquellas empresas que se rigen según las recomendaciones europeas. Pero las empresas no acaban de pronunciarse sobre cómo puede afectar esta reforma legal al sector: “hasta que no se conozca el texto definitivo de la ley, no podemos saber en qué medida puede influirnos”.



Las multas serán elevadas en el Telemarketing de Alemania

Las acciones contra el *spam* telefónico no se están reduciendo sólo en España. En otros países también se están imponiendo multas a las llamadas comerciales no deseadas, como es el caso de Alemania.

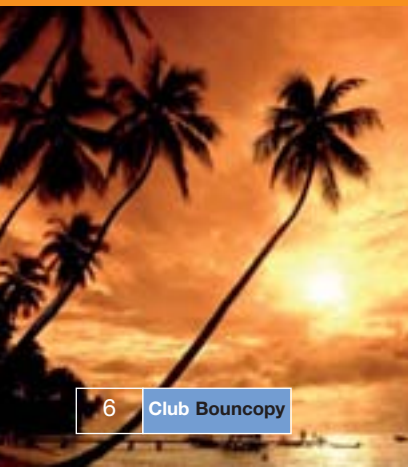
Según el instituto de estudios de mercado GfK, en Alemania se realizan unos 300 millones de llamadas no deseadas, las conocidas como *cold calls* o, en términos más suaves, llamadas no concertadas previamente. Eso supone unas ocho llamadas comerciales no concertadas por hogar y por año. El 86% de los ciudadanos alemanes afirma que este tipo de llamadas les molesta, según una encuesta realizada por la asociación de consumidores de aquel país.

Una situación incómoda para las empresas que utilicen este método de promoción. Sobre todo si se tienen en cuenta las penas a las que se enfrentan. Por un lado, la ley alemana contra la competencia desleal (*Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb - UWG*) establece multas de hasta 250.000 euros a las empresas que realicen llamadas comerciales sin el consentimiento previo del consumidor y considera estas llamadas una molestia intolerable. Las empresas que realicen llamadas a usuarios que no hayan expresado su consentimiento (*opt-in*) pueden verse condenadas mediante interdicto prohibitorio o estar obligadas al pago de una indemnización por daños y perjuicios.

Las Empresas de la Asociación Española de Contact Center generaron más de 59.000 empleos en 2007

Las empresas que forman parte de la Asociación Española de Contact Center (ACE), patronal que agrupa al 85% de las empresas del sector en nuestro país, generaron más de 59.000 nuevos puestos de trabajo durante el pasado año. Dentro de los numerosos servicios que ofrecen estas empresas, las llamadas para acciones comerciales representaron un 19,2% de la totalidad, frente al resto de actividades de contact center.

Conforme a la recomendación recogida en la Directiva Europea 2005/29, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores, las empresas asociadas a ACE están adheridas a una serie de normas éticas recogidas en su propio Código de Conducta, que sirve como base reguladora de su actividad en nuestro país y que permite la aplicación de los principios de dicha Directiva de forma eficaz. La ACE es garante de la rigurosa aplicación de estos principios autorreguladores.



La empresa de Internet Amazon.com instala un Call Center en Costa Rica

Amazon contará a partir del próximo mes de noviembre con un nuevo centro de llamadas en Costa Rica. Desde allí, una plantilla de 300 personas con total dominio del idioma inglés atenderá por vía telefónica y a través de correos electrónicos a los clientes de Estados Unidos.

De acuerdo a la información suministrada por el diario costarricense “La Nación”, la empresa Amazon sumará otros 400 puestos de trabajo adicionales durante la temporada de Navidad. El Director del Servicio al Cliente del portal, Sr. Brent Jaye, aseguró que: “nuestro centro en Costa Rica nos permitirá continuar sirviendo a nuestros clientes de manera rápida y eficiente.”

El proyecto de Amazon nació a primeros de año, cuando la empresa norteamericana contactó con la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE). Amazon ya tuvo en cuenta que en Costa Rica ya operan unos 20 call centers de compañías extranjeras.



The Grid, Internet 10.000 veces más rápido

Trabjará como una gran computadora global que procesará gran cantidad de datos en poco tiempo.

Pronto, la red Internet va a quedar completamente obsoleta. Se está desarrollando otra red de "navegación" que será 10.000 veces más rápida que una conexión de banda ancha, y permitirá a los usuarios bajarse grandes cantidades de datos, archivos o material en décimas de segundo, así como mandar grandes cantidades de información de Gran Bretaña a Japón en cuestión de segundos. Esta nueva red, llamada *The Grid* en el inglés original (que podría traducirse literalmente como "*La Reja*"), tuvo su origen en el mayor laboratorio de investigación en física de partículas a nivel mundial, conocido como CERN, en Suiza. David Britton, profesor de Física de la Universidad de Glasgow, uno de los líderes de la red, ha dicho recientemente que "esta tecnología revolucionará la sociedad".

"Esta nueva tecnología informática revolucionará la sociedad."

Britton sostiene que este tipo de computación hará que "las futuras generaciones tengan la capacidad para colaborar y comunicarse a un nivel impensable, en el que las personas mayores como yo no podemos

ni imaginar". La idea de la futura red surgió siete años atrás, cuando los investigadores del CERN se dieron cuenta de que, con el acelerador de partículas recientemente inaugurado en Suiza, van a generar tan enorme cantidad de datos que la Internet de hoy podría colapsar. La idea básica de *The Grid* consiste en aprovechar los medios de computadoras distribuidas en el mundo para interconectarlas en un dispositivo global de cálculo y de almacenamiento de información. "Estamos ante la unión de varios centros de cálculo que realizan investigación para un logro común", le dijo a la **Agencia CyTA** el ingeniero Mario Benedetti, investigador principal del Conicet y agregado científico permanente del Centro Europeo de Investigación Nuclear o CERN.

Multi Gigabit WiFi: 15 Gbps



"Con ese sistema copiamos un Blu-Ray en Alta Definición en un teléfono móvil en cuestión de segundos."

Frecuencias Ultra Altas para emisión de datos a gran velocidad

Un grupo de investigadores del Laboratorio Georgia Tech han estado trabajando en la utilización de frecuencias Ultra Altas para la emisión de datos a gran velocidad a cortas distancias.

La velocidad que han obtenido con esta nueva tecnología es asombrosa, por no decir increíble. A un metro se alcanza la friolera de ¡15Gbps!, que disminuye dramáticamente cuando se incrementa la distancia, debido a que las frecuencias trabajan con bajas potencias para no crear interferencias. Precisamente ésta es una de las características de esta futura tecnología: a unas frecuencias tan altas, las ondas no pueden atravesar virtualmente nada, de hecho no atraviesan siquiera la piel. Debido a esta particularidad y a su utilización en algunos sistemas de revisión en los aeropuertos, donde se está poniendo a prueba, su uso indiscriminado provoca severas dudas en los defensores de la privacidad, (pues permite ver a los pasajero/as sin *nada* de ropa), lo cual no es muy ético que digamos.

A partir de este punto de transmisión, la velocidad baja a 10 Gbps cuando la distancia en línea recta y sin interferencias es de 2 metros, y desciende hasta 5Gbps a los 5 metros. Esta es una tecnología naciente que tiene todo el camino por recorrer, pero ya nos puede dejar ver un interesante futuro en áreas pequeñas, por ejemplo, eliminar las interferencias con la red del vecino, como ocurre hoy en día. Un ejemplo más común y popular es el que permitiría sincronizar un *iPod* completo con sus 80 gigas en segundos, o copiar todo un DVD o Blu-Ray en Alta Definición HD a un celular en cuestión de segundos, o que el equivalente de los kioscos del futuro que serían capaces de vender contenidos hacia las terminales de sus usuarios en unos instantes, etc, etc.

Como vemos, las posibilidades son infinitas, y a un nivel puramente telefónico-inalámbrico podemos entrever una dimensión de utilidades que no somos capaces todavía de imaginar.

Medios de Comunicación en la Antigua Persia



¿Cómo fluía la información en el antiguo Imperio Persa? Tal vez en este caso las fuentes extrabíblicas brinden mejor información que el texto de la Biblia para contestar a esta pregunta. En el antiguo mundo persa –cuyo epicentro es la actual Irán–, los medios primarios de comunicación de los que disponía el rey eran los mensajeros, cuya eficacia estaba determinada por la calidad de los caminos del Imperio.



El sistema de caminos reales persa era uno de los mejores de la antigüedad. Conectaba grandes ciudades para dar seguridad y cubrir las necesidades materiales de los viajeros. Estos caminos eran vitales porque, en esencia, la seguridad del Reino dependía de ellos. Eran rutas militares, principalmente, usadas por el rey para ayudar a movilizar las tropas de manera rápida y segura. Con este fin militar, a lo largo del camino se disponían centros de almacenamiento para guardar agua, enseres y alimentos disponibles para las tropas.

A la vez que militares, su uso servía para las caravanas comerciales, que utilizaban el sistema de caminos reales para transportar bienes de diferentes partes del mundo. Esta era una práctica habitual en el Antiguo Cercano Oriente, no solamente en Persia. Los mercaderes llevaban consigo no sólo bienes y materiales, sino también su cultura, enriqueciendo la vida social del Imperio más allá de sus fronteras. Los impuestos que se exigían a estos transportistas fortalecían la economía del país y, por ese precio, los caminos daban seguridad a los mercaderes, así como posadas donde podían descansar y pasar las noches. (Igual que sucediera luego en las Vías Romanas).

En términos de comunicación logística, estos caminos servían para conectar las grandes ciudades del imperio por rápidos mensajeros que entregaban sus mensajes en muy poco tiempo. Esta “comunicación” era extremadamente importante en tiempos de guerra y también para mantener al imperio unido. El rey tenía que conocer diariamente lo que estaba sucediendo a lo largo de todo el imperio para poder obrar en consecuencia.

En la antigüedad, viajar era particularmente lento, especialmente para grandes grupos de personas. Por ejemplo, la famosa caravana de Esdras tomó cerca de tres meses y medio en viajar de Babilonia a Jerusalén; (un promedio de cerca de 16 kilómetros por día (Esdras. 7:9)). Los ejércitos se movían generalmente más rápido, en un promedio de 25 kilómetros por día, pero aún así el viaje les tomaba una cantidad significativa de tiempo. Por el contrario, a los mensajeros les llevaba mucho menos tiempo transmitir los decretos reales y otras informaciones. Se ha estimado que al Correo persa le llevaba cerca de 9 días cubrir unos 2.500 kilómetros transitando por los caminos reales persas. Pero además de los conocidos mensajeros, existían otros tres medios de comunicación eficaces para la época.

Ester menciona el uso de “correos montados en caballos veloces procedentes de los repastos reales” (Ester 8:10, 14). De acuerdo con los escritores griegos, impresionados por el sistema postal real persa, el rey construyó puestos a ciertos intervalos a lo largo del camino real donde nuevos jinetes y caballos de relevo estaban disponibles para continuar transmitiendo el correo hasta su destino final. El sistema permitía viajar durante la noche. Heródoto declaró que “nada impedía que estos mensajeros cubrieran su trayecto asignado lo más rápido posible; ni nieve o lluvia, ni calor ni oscuridad. Desde el principio al fin de su etapa, el despacho pasaba del primero al segundo, del segundo al tercero y así hasta el final del recorrido” (8.98).

La comunicación auditiva era realizada por una serie de individuos que se situaban en puestos de vigilancia a lo largo del camino real, y literalmente gritaban el mensaje a la persona del próximo puesto. Los historiadores griegos nos cuentan que los persas entrenaban a jóvenes para gritar fuertemente, y algunos de ellos llegaron a ser famosos por poder gritar en voz muy alta. En cuanto a comunicación visual, los persas encendían fuegos en la cima de las montañas para transmitir mensajes al rey. Las señales visuales eran tan efectivas, que permitían que el rey, que residía en Persépolis, conociera el mismo día lo que sucedía en Asia Menor.



Protégete contra los resfriados de Otoño

Salud y bienestar

Vamos a dar algunos consejos para no tener que sufrir el resfriado común que, con la llegada del frío otoñal, causa muchas bajas laborales. Para evitarlo, procura...



Tomar abundantes líquidos. De este modo mantenemos la hidratación y estimulamos las secreciones de las mucosas, que son la primera línea de defensa contra la infección. Se recomienda especialmente tomar bebidas calientes y con sabor (caldos, infusiones, sopas) que aliviarán las molestias nasales o de garganta.

Descansar. Si queremos que nuestro cuerpo se recupere y no contagiar a los demás, siempre que sea posible debemos quedarnos en casa y guardar reposo.

Inhalar sustancias aromáticas (mentol y eucalipto). Esta práctica alivia los síntomas del resfriado, hace que el organismo expulse más mucosidad, facilita el paso del aire a través de la nariz y consigue además una acción expectorante. Para despejar la nariz y fluidificar la mucosidad también puede ser de gran utilidad realizar lavados nasales con suero fisiológico o agua con sal.

Utilizar humidificadores para el ambiente. Ayudan a expulsar la mucosidad con más facilidad. Además, los productos balsámicos y los vapores alivian la congestión nasal y mejoran la respiración.

Tomar un baño caliente. Favorece la descongestión nasal.

Pasear. Ayuda al sistema inmune a hacer circular los anticuerpos que combaten la infección.

Científicos descubren que la vitamina C no previene el resfriado.

La conocida recomendación de tomar mucho jugo de naranja o vitamina C para prevenir un resfriado, es falsa, según investigaciones recientes.

Los científicos de la Universidad Nacional Australiana y la Universidad de Helsinki, revisaron más de 30 estudios sobre los efectos de una dosis diaria de vitamina C.

Descubrieron que para la mayoría de la gente, tomar dosis de vitamina C diariamente tiene tan pocos efectos, que no vale la pena ni el esfuerzo ni el gasto que ésta requiere.



Hacer gárgaras con agua salada. Alivia la garganta irritada.

Tomar ajo. Ayuda a combatir los gérmenes y parece que también ayuda a atenuar los síntomas.

Mantener un buen estado general de salud. Practicar deporte con regularidad y disfrutar de una dieta equilibrada, rica en frutas y verduras, aumenta la resistencia al contagio y, en el caso de que éste se produjera, disminuye el riesgo de complicaciones asociadas al proceso catarral, ya que fortalece el sistema inmunológico.

Evitar el alcohol y el tabaco. El sistema inmune responde mejor así al tratamiento de los síntomas. También se ha de evitar la cafeína.

Nunca tomar antibióticos sin que hayan sido prescritos por el médico.

Protegerse contra el frío. Pendiente del resfriado, el sistema inmune se centra únicamente en combatirlo y no desplaza energía para evitar el frío, por lo que es importante protegerse de él.



Título: Batalla en Seattle
Director: Stuart Townsend
Reperto: Woody Harrelson, Charlize Theron
Año: 2006, Canadá, USA, Alemania
Género: Drama, Acción



Título: Happy, un Cuento sobre la Felicidad
Director: Mike Leigh
Reperto: Sally Hawkins, Alexis Zegerman
Año: 2008, Reino Unido
Género: Drama



Título: Transsiberian
Director: Brad Anderson
Reperto: Woody Harrelson, Emily Mortimer, Eduardo Noriega
Año: 2007, Alemania, España
Género: Thriller



Título: Tres mujeres y un plan
Director: Callie Khouri
Reperto: Diane Keaton, Katie Holmes, Queen Latifah
Año: 2008, USA
Género: Comedia

Basada en hechos reales, narra los cinco días que hicieron tambalear el mundo en 1999, cuando decenas de miles de manifestantes tomaron por asalto la calle en protesta contra la Organización Mundial del Comercio (OMC). Lo que comenzó como una protesta antiglobalización tranquila, reivindicando el cese de las conferencias de la OMC, se convirtió en un motín que finalmente obligó a proclamar el estado de excepción, lo que desembocó en la adopción de una postura de combate contra el Departamento de Policía de Seattle y la Guardia Nacional por parte de una masa de manifestantes pacíficos sin armas.

Poppy (Sally Hawkins) es profesora de primaria en una escuela en Londres. Es una mujer alegre, divertida, optimista, un espíritu libre que se toma la vida tal como viene. Un día, al salir de una librería descubre que le han robado la bici, pero en lugar de enfadarse reacciona con buen humor y de manera relajada. Decide así no comprarse otra bici y aprovechar para sacarse el carné de conducir. Su instructor se llama Scott y es un neurótico de unos treinta años que no encaja muy bien con el carácter abierto y hablador de Poppy. Más bien contrasta radicalmente con la naturaleza amable de su alumna.

Tras una temporada en Pekín, Roy (Woody Harrelson) y Jessie (Emily Mortimer) deciden viajar hasta Moscú en el mítico Transiberiano, el ferrocarril que une la Rusia europea con las provincias del lejano Oriente ruso, Mongolia y China. La gente que viaja en el gigantesco y algo tétrico tren es bastante extraña, y un viajante les explica que los traficantes suelen usarlo para pasar droga. Al poco de empezar su viaje, la pareja entabla relación con sus compañeros de compartimento Carlos (Eduardo Noriega) y Abby (Kate Mara), que se dedican a viajar por el mundo dando clases de inglés...

Bridget Cardigan (Diane Keaton) es una ama de casa de clase media que aparentemente vive el sueño americano, con una casa en una urbanización, con jardín y criada. Un año y medio después de que su marido, Don Cardigan (Ted Danson), haya perdido su trabajo de director en una gran empresa —y su mujer todavía no lo sabe—, el matrimonio está a punto de perderlo todo, incluida la casa. Cuando Bridget lo descubre, se busca un trabajo en el Banco de la Reserva Federal de conserje, el único puesto para el que está cualificada.

ESTRENOS
EN DVD'S

POZOS DE AMBICIÓN
Dirección: Paul Thomas Anderson
País: USA
Año: 2008
Duración: 158 min.
Género: Drama



EN EL VALLE DE ELAH
Dirección: Paúl Hagis
País: USA
Año: 2008
Duración: 115 min.
Género: Policiaca, Thriller



10.000
Dirección: Ronald Emmerich
País: USA
Año: 2008
Duración: 109 min.
Género: Aventuras históricas, acción



LOS REYES DEL ÁRTICO
Dirección: Sarah Robertson
País: USA
Año: 2006
Duración: 90 min.
Género: Documental

There Will Be Blood (Pozos de ambición) es una historia épica sobre la familia, la fe, el poder y el petróleo que transcurre en la frontera de California a finales del siglo XIX, en pleno boom del petróleo. La película es una crónica de la vida y la época de Daniel Plainview (Daniel Day-Lewis), que pasa de ser un minero miserable que tiene que sacar adelante a un hijo solo, a convertirse en un magnate del petróleo hecho a sí mismo. Un día a Plainview le llega un misterioso soplo sobre una ciudad al oeste donde un mar de petróleo rezuma hacia el exterior, y allí se dirige con su hijo H.W.

Tras haber servido en Irak, Mike Deerfield (Jonathan Tucker) desaparece y es declarado ausente sin permiso. Cuando su padre, Hank Deerfield (Tommy Lee Jones), un policía militar retirado, y su mujer Joan (Susan Sarandon) reciben la llamada telefónica comunicándoles la inquietante noticia, Hank sale en busca de su hijo. Emily Sanders (Charlize Theron), inspectora de policía de la zona en la que se vio a Mike por última vez es la encargada del caso. Aumentan las pruebas sobre el caso que parece tratarse, cada vez más, de un crimen y no de una desaparición. Sanders no tardará en verse enfrentada a los altos mandos militares.

Era una época cuando el Hombre y la Bestia eran salvajes y el gran Mamut recorría la Tierra. Fue una época en la cual nacieron las ideas y las creencias que forjaron a la humanidad para siempre. 10.000 B. C. persigue a un joven cazador en su misión de guiar a un ejército a través de un vasto desierto, luchando contra tigres de dientes de sable y depredadores prehistóricos, mientras descubre una civilización perdida e intenta rescatar a la mujer que ama de un malvado guerrero empeñado en poseerla.

En el mundo salvaje y helado del Ártico, todos los años comienza un ciclo ancestral: un ciclo de nacimiento, muerte y renovación, de amor y de vida, de auto sacrificio y de riesgo extremo. Dos titanes del Polo Norte, el oso polar y la morsa, empiezan su viaje mágico desde la indefensa infancia hacia la madurez. Las madres defenderán a sus retoños con toda la fuerza que les otorgó la Naturaleza.



BLACK ICE
AC / DC
Hard Rock Australiano



CURIOSA LA CARA DE TU PADRE
Melendi
Pop Rock Latino



BREAK UP THE CONCRETE
The Pretenders
Pop Rock Melódico



LIVE IN GDANSK
David Gilmour
Pop-Rock

El grupo de música rock AC/DC publica el 21 de octubre su nuevo disco "Black Ice", un trabajo con el que rompen un silencio de ocho años y que contiene quince temas inéditos, según su compañía discográfica Sony BMG. Su primer sencillo, "Rock 'N' Roll Train", se puede escuchar ya en las emisoras de radio de todo el mundo. Además, los seguidores de esta banda musical australiana podrán disfrutar de una gira mundial que este grupo iniciará a partir del mes de octubre, la primera desde hace siete años, y que durará aproximadamente 18 meses. (¡Un año y medio en la carretera...!).

Cuarto álbum en la carrera del artista asturiano que ya ha conseguido 9 discos de platino en 5 años. Es un trabajo más abierto, picando en el rock de diferentes calibres, en la clásica rumba y en otras músicas que, manteniendo el lenguaje y el pulso de la calle, reflejan a un Melendi con más registros.

"Break up the Concrete" es el disco del grupo de Chrissie Hynde, The Pretenders. Chrissie Hynde grabó el álbum en 10 días, con el bajista Nick Wilkinson, y una banda de acompañamiento formada por los guitarristas James Walbourne y Eric Heywood, y el batería Jim Keltner. La banda norteamericana acaba de presentar este disco en un concierto ofrecido en el "Club Koko" de Londres, y para los que estén interesados en conocerlo antes de adquirirlo, también podrán ir escuchando las canciones a través de la página oficial.

"Live In Gdansk" de David Gilmour es un álbum doble en directo más un DVD del concierto. Es el primer disco en directo en solitario del cantante y guitarrista de Pink Floyd, que captura la magia de este concierto ofrecido ante 50.000 personas en los astilleros de Gdansk, la interpretación final de su gira del 2006 "On An Island tour". También ofrece la primera grabación de clásicos de Pink Floyd interpretados con orquesta.

CRITICAS DE LIBROS



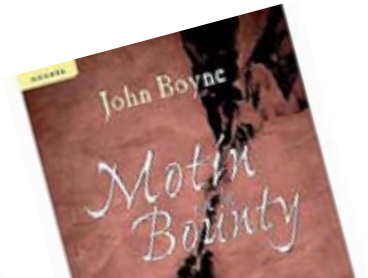
UNIVERSOS PARALELOS
Michio Kaku
Ediciones Atalanta



SANTUARIO
Raimond Khoury
Ediciones B



LA PLAGA
Jeff Carlson
Minotauro



MOTÍN EN LA BOUNTY
John Boyne
Salamandra

En *Mundos paralelos*, "Michio Kaku" hace gala de todo su formidable talento didáctico para enfrentarse a una de las más extrañas y excitantes posibilidades que ha surgido en la Física contemporánea: que nuestro universo puede ser uno entre los muchos, quizá infinitos, que han surgido en el Cosmos. Con un uso habilidoso de la analogía y el humor, Kaku introduce pacientemente al lector en todas las variaciones sobre el tema de los universos paralelos procedentes de la física cuántica, la cosmología y la reciente teoría-M. Leer este libro conducido por un experto guía es un maravilloso recorrido por un cosmos cuya comprensión nos fuerza a alcanzar los últimos límites de la imaginación".

Brian Greene, autor de *El universo elegante*.

La búsqueda de un oscuro secreto escondido entre las páginas de un libro que data del año 1700 llevará a una genetista y a un agente de la CIA a embarcarse en una aventura mortal por Europa, América y Asia, en busca del elixir de la juventud y la vida. Bagdad, 2003. En una misión de rutina, una unidad del ejército realiza un descubrimiento horripilante: un modernísimo laboratorio secreto en el que han muerto decenas de personas, víctimas de espantosos experimentos. El misterioso científico al que persiguen, un hombre que, según se cree, está trabajando en un arma biológica, huye llevándose consigo la sorprendente verdad de su trabajo. Pero deja una pista desconcertante: el Ouroboros, un símbolo que representa una serpiente que se muerde la cola.

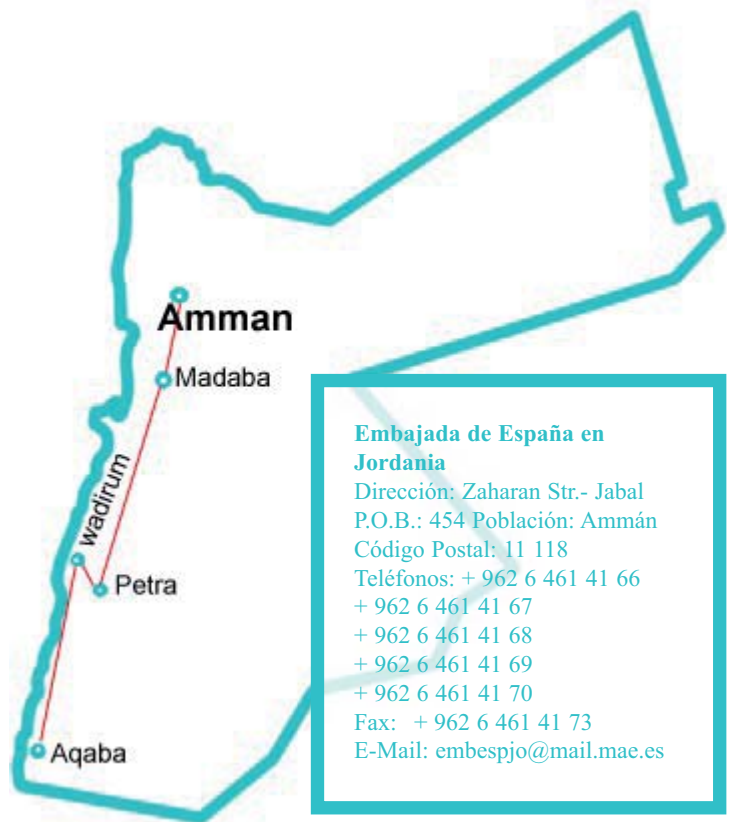
Un laboratorio diseña un producto de nanotecnología para combatir el cáncer. Un fallo de seguridad permite una fuga de estos mecanismos microscópicos cuando aún están en fase de pruebas y lo que debía ser un método curativo se convierte en una plaga tecnológica que acaba con la vida de cinco mil millones de personas y cambia la vida en la Tierra para siempre. Pero el mecanismo nanotecnológico tiene un punto débil: se autodestruye a altitudes superiores a los tres mil metros. Aquellos pocos que han conseguido escapar luchan por sobrevivir en las montañas más altas. La última esperanza de la humanidad son una científica especializada en nanotecnología que se encuentra a bordo de la estación espacial internacional y un pequeño grupo de supervivientes en California...

Instalado en los últimos compases de su vida, el capitán Turnstile rememora los extraordinarios acontecimientos que dieron inicio a su larga y fructífera carrera de marino. A sus catorce años, de padres desconocidos, John Jacob Turnstile es un chico alegre y vivaz que se gana el sustento de forma no muy honrosa por las calles y mercados de Portsmouth. Justo cuando está a punto de dar con sus huesos en la cárcel, surge una última tabla de salvación: embarcar como ayuda de cámara del capitán en un navío destinado a una importantísima y exótica misión. El capitán es William Bligh, la nave es la fragata HMS Bounty y el destino, Tahití. Boyne nos dibuja con encomiable realismo un variopinto retablo de personajes que entretejen un denso entramado de relaciones personales.

Jordania

País del desierto

El Reino Hachemita de Jordania es el largo nombre oficial para este pequeño país. Con una superficie de 77.745 kilómetros cuadrados, limita al norte con Siria, al este y sur con Arabia Saudita, al sudoeste con el mar Rojo y al oeste con Israel. El 90% de su superficie es desértica o semidesértica. Su situación geográfica la convierte en una zona muy rica en restos arqueológicos. A caballo entre los desiertos asiáticos y el mediterráneo, en la antigüedad se convirtió en paso obligado de la ruta de la seda y de las especias, lo que junto al interés que puedan despertar los lugares bíblicos, hoy en día se ha convertido en el principal aliciente turístico.



Embajada de España en Jordania

Dirección: Zaharan Str.- Jabal
P.O.B.: 454 Población: Ammán
Código Postal: 11 118
Teléfonos: +962 6 461 41 66
+962 6 461 41 67
+962 6 461 41 68
+962 6 461 41 69
+962 6 461 41 70
Fax: +962 6 461 41 73
E-Mail: embespio@mail.mae.es



Cómo llegar

El avión llega al aeropuerto Queen Alía a 30 Kms de Amman.

Vacunas

Es necesario la del Tétanos y la de la fiebre tifoidea (esta se puede comprar en cualquier farmacia a modo de pastillas), no obstante os recomendamos acudir al centro de vacunación internacional.

Moneda

Es el dinhar jordano

Tarjetas de Crédito:

Hay cajeros en las principales ciudades. Amman, Petra, Agaba. También se puede sacar dinero del banco con la tarjeta. La mayoría de sitios no turísticos no aceptan dólares.

Clima

El clima de Jordania se puede calificar de mediterráneo semiárido o desértico. Y según las zonas podemos encontrar diferentes variedades climáticas. El verano se caracteriza por las temperaturas extremas, las escasas lluvias, los días soleados y las noches frescas. Por contra la primavera y el otoño son más agradables, con temperaturas más moderadas que hacen que sean las mejores épocas para visitar Jordania. Y el invierno suele ser muy corto, con algunas lluvias que se concentran en la zona norte del país en los meses de febrero a marzo y con temperaturas cercanas a los 7º C, acompañadas de vientos fríos. No obstante, conviene ir bien preparado porque las temperaturas en invierno pueden sorprender y llegar a ser aún más bajas. En la llanura oriental, donde se concentran las principales ciudades, tenemos un clima menos asfíxica que en el desierto o en el Valle del Jordán. En Amán se disfruta de una temperatura media de 23º C durante los meses de mayo a octubre y de 12º C de noviembre a abril, aunque en invierno nos puede sorprender alguna que otra nevada y en verano superar los 35º C. Así que los que sois muy calurosos ya sabéis cuándo no debéis de visitar Jordania y cuándo sí. Las vacaciones de Semana Santa son una buena fecha...

Idioma

El idioma oficial de Jordania es el árabe, pero también el inglés se habla en una proporción muy elevada.

Gastronomía:

Los platos que hay que probar son:

Mensaf, el plato nacional, formado por una cama de arroz cubierta con trozos de cor-

dero guisados en su jugo todo ello regado con una salsa de yogurt caliente. **Sish kebab**, trozos de cordero, casi siempre servidos en pinchos. **Musakhan**, una torta de pan árabe cubierta de pollo con cebolla. **Falafel**, croquetas hechas con garbanzos y algo de especias se sirven generalmente con pan y distintas ensaladas. **Hummus**, un puré hecho con garbanzos y aceite de oliva que se sirve frío. No debemos olvidarnos de la repostería que es un auténtico arte para los jordanos.



Sitios para visitar

PETRA
Sin lugar a dudas, junto a las pirámides de Egipto, es el yacimiento arqueológico más bello de todo Oriente Medio. **Qué ver:** El Siq, desfiladero de 1,2 kilómetros de largo y 100 metros de profundidad, el Tesoro, monumento más famoso de Petra, el teatro romano, las tumbas reales y el monasterio.

Dónde dormir en Petra: Petra Gate Hotel. Lo mejor de este hotel es el precio: 10 dinares por una habitación triple.



A Q A B A

Encajada entre la montaña y el mar, Aqaba es el único puerto marítimo de Jordania, ofrece un mar cristalino, un sol radiante y buen tiempo todo el año, además de una gran oferta de actividades, recordar que las mujeres no pueden bañarse en las playas públicas en bikini.

Dónde dormir en Aqaba: Al-Jaber Hotel, al lado de la mezquita. Hotel limpio, discreto y barato.

M A D A B A

Si os gustan los mosaicos no os perdáis Madaba. Esta ciudad a unos 30 Kms de Amman, fue una verdadera escuela de mosaicistas, en la época bizantina.

Qué ver: Iglesia de San Jorge, en ella podréis admirar el Mapa de Palestina, un mosaico que al principio media 25 m de largo y que estaba destinada para ayudar a los peregrinos que venían a Tierra Santa y el Monte Nebo desde donde podréis disfrutar de la vista de: Mar Muerto, el Jordán, El oasis de Jericó y los Montes de Judea.

Dónde dormir en Madaba: Madaba Hotel. Al lado de la iglesia de San Jorge. Es un hotel bastante acogedor.

W A D I R U M

El desierto de Wadi Rum, es famoso por su marco único: anchos valles arenosos, que van del rojo al amarillo. Dos ciudades facilitan la entrada al desierto: **Rum** y **Diseh**. **Rum** es un pequeño pueblo beduino, que esta formado por chabolas. En el acceso a este pueblo hay que pagar para entrar un dinar con derecho a una taza de té en el Resthouse. Para llegar hay un autobús que sale desde Petra a las 6:30 de la mañana.

Dónde dormir en Wadi Rum: El único sitio para dormir en el pueblo de Rum es el **resthouse**. Allí podréis dormir en un pequeño campamento con tiendas de campaña, o bien en la terraza del propio **resthouse**. Los precios son baratos (5 Jd). Tendréis los baños y duchas del **resthouse** disponibles.

Qué ver: No os debéis perder la puesta de sol y el amanecer. Son asombrosos. El pequeño Siq, garganta muy estrecha con una pequeña sucesión de estanques naturales. El puente de la roca, una arcada natural muy conocida debido a un anuncio de cigarrillos.

Según cuenta la leyenda, Leonardo invirtió diez mil horas en la elaboración de este retrato, que es el más famoso de todos los tiempos. Esta increíble cantidad de tiempo invertido en un solo cuadro puede explicarse porque el autor nunca se separó de él, y estuvo retocándolo y trabajando en sucesivas versiones superpuestas continuamente hasta su muerte. Según las fechas que maneja la Ciencia, sin embargo, Leonardo trabajó en el cuadro sólo desde 1503 a 1506.

La mujer de sonrisa y mirada enigmática es Lisa Gerardini, esposa de Francisco Giocondo (de ahí el sobrenombre de Gioconda), que posó por encargo pero, al final, Leonardo nunca entregó el cuadro a los esposos. Para muchos especialistas la sonrisa del retrato es un enigma sin solución, pero aducen que ello es debido al acompañamiento de la mirada y que, sin ella, esa sonrisa sería vacía. Por tanto, son los ojos de la retratada los que dan un valor incalculable al cuadro. ¿Qué quería expresar Leonardo da Vinci en ellos...? Resumiendo: ¿qué quería realmente comunicar...?

Enigmas y misterios de Mona Lisa

La primera característica que destaca de la mirada es asombrosa. Estemos donde estemos situados frente al cuadro, Mona Lisa no deja de mirarnos fijamente. Su mirada, por decirlo de alguna forma, nos persigue, haciéndonos caer bajo su hechizo. Incluso cuando miramos el paisaje del fondo, donde podemos ver montañas, puentes, ríos y caminos, su mirada nos dice que seguimos pendientes de ella, así como ella del observador. El efecto no es sólo curioso para quien observa, sino podíamos decir "dulcemente intimidador". Según Rafael Sanzio, originalmente el cuadro tenía un fondo con columnas griegas, pero hoy el fondo es distinto. ¿Era otra Gioconda la que vio Rafael? Para Vasari, teórico del arte y contemporáneo de Leonardo, lo mejor del retrato eran las cejas y las pestañas pero hoy no existen. ¿Había dos cuadros del mismo tema? Dos informáticos estadounidenses aseguran que en realidad el rostro de la Gioconda es el de Leonardo, por comparación con un autorretrato del autor. ¿Eso explicaría por qué Leonardo lo tuvo siempre consigo?

El crítico de arte Allesandro Vezzo dice que "su legendaria mirada indirecta provoca una reacción conocida como el Síndrome de la Mona Lisa: el espectador es hechizado por su sonrisa, que se hace cada vez más enig-

El arte de comunicar..., en la mirada de Mona Lisa

Claudio Sanseco Alonso

“Las palabras están llenas de falsedad o de arte; la mirada es el arte del lenguaje del corazón”, decía el dramaturgo británico William Shakespeare.

No hay mejor ejemplo posible en este sutil razonamiento que la contemplación y estudio de la mirada que ha sido más examinada y estudiada del mundo, la que ha dado lugar a la mayor cantidad de versiones y especulaciones sobre su innato significado, por cuanto de misteriosa y enigmática encierra en un lienzo. Hablamos, por supuesto, de la mirada de Mona Lisa, el cuadro más conocido de Leonardo da Vinci

mática e indefinible, transformando el cuadro entero en un espejo misterioso.”

Para desvelar estos enigmas, la Ciencia del Arte confirmó en el año 2005, gracias a una computadora que es utilizada para analizar los rasgos faciales para distinguir las emociones de una persona, que la enigmática Mona Lisa en realidad estaría riendo. Recordemos que aún no se llegaba a un acuerdo si acaso la persona que salía retratada en el cuadro del maestro Leonardo da Vinci esbozaba una sonrisa. Pero ahora, gracias a este computador de la Universidad de Amsterdam, el cual fue diseñado por científicos de la Universidad de Illinois, comprueba lo que muchos consideran el gran misterio de "La Gioconda", sin embargo, la interrogante de por qué está riendo aún no es resuelta del todo, a pesar de que existen variadas hipótesis, nadie tiene una respuesta. «El cuadro fue pintado para conmemorar el nacimiento del segundo hijo de Mona Lisa», explica la profesora Scaillérez, que participó junto con otros 38 especialistas en una radiografía cibernética aplicada al retrato en el año 2004, con avanzadas técnicas radiográficas. «Tenemos delante una mujer que acaba de dar a luz, que se gira hacia nosotros, fija los ojos sin despegarse y sonríe ligeramente, intrigantemente, misterio-

samente..., y que padecía de estrabismo».

El matiz de la mirada ubicua es un truco leonardesco. El maestro engaña nuestras mentes porque los ojos y la cabeza de la Mona Lisa se proyectan desde el cuadro en direcciones opuestas, de modo que la trampa nos hace creer realmente en la sensación de una atención persecutoria.

La decodificación de la técnica del sfumato se relaciona con el conocimiento que Leonardo tenía de la óptica y del ojo humano. Ya lo había explicado con audacia la profesora Margaret Livingstone partiendo de la distinción entre la visión central y la visión periférica. La primera resulta imprescindible para reconocer los detalles. La segunda se desenvuelve mucho mejor entre las sombras. Por eso no vemos la sonrisa de La Gioconda si la miramos de frente y sí cuando empleamos la visión periférica. Es entonces cuando el ojo percibe las sombras que Leonardo había construido con el escrúpulo imperceptible del sfumato.

«El prodigio de este cuadro es el equilibrio entre conocimiento científico y genialidad artística», añadía el doctor Mohen. «Da Vinci utilizaba los pinceles para explicar su propia concepción del mundo. No lo hacía con cifras, con letras o con números, sino con la audacia de los colores». ■

Pensamiento positivo

“Puede ser un héroe lo mismo el que triunfa que el que sucumbe, pero nunca el que abandona el combate.”

Thomas Carlyle
1795-1981 Historiador y ensayista inglés



“Más vale una palabra a tiempo que cien a destiempo.”

Miguel de Cervantes Saavedra
1547-1616 Escritor español



“Exígete mucho a ti mismo y espera poco de los demás. Así te ahorrarás disgustos.”

Confucio
551 AC-478 AC. Filósofo chino



Pensamiento positivo

Me lo contó un pajarito

En Grecia y Roma, sobre todo en la última, se creía que los pájaros, al ser dueños del vuelo, poseían características magníficas de percepción. Como con el tiempo comenzaron a ver que ante una tormenta severa las aves eran las primeras en evacuar la región, los romanos las designaron como portadoras del saber futuro. De hecho el rito de los Augurios, donde se intentaba predecir el futuro, se basaba en observar volar a los pájaros -al igual que lo hicieron Rómulo y Remo esperando ver 12 pájaros para fundar Roma-. De ahí que el dicho “me lo contó un pajarito” signifique que nos enteramos de algo “misteriosamente”.

Poner las manos en el fuego

En los antiguos pueblos paganos de la Germania existía la costumbre de realizar juicios ante los Dioses cuando surgía un litigio entre dos personas. Una de las formas más comunes de ver si ésta persona estaba siendo sincera era ponerle un hierro caliente en sus manos, o alguna otra parte del cuerpo. Si la persona salía corriendo, significaba que era culpable.

Salvarse por un pelo

Este dicho viene porque en la antigüedad los marineros cuando caían al agua generalmente eran agarrados y subidos de los pelos. Por esta razón solían dejarse el cabello lo más largo posible, el cual, al hundirse el cuerpo, quedaba flotando y era un excelente punto de agarre.

Rincón del teleoperador

Telemarketing efectivo

De la Cartera de Clientes a la Llamada Comercial



El telemarketing que se realiza para la captación de potenciales clientes “business to business”, sigue una estrategia bien estructurada. Funciona adecuadamente y es una buena herramienta comercial. Como información general y para aquellos que llevan poco tiempo con nosotros, recordamos algunos pasos básicos para realizar una campaña de Telemarketing con éxito:

- 1. Seleccionar al público objetivo.** No podemos contactar con todo el mundo, por lo que es importante analizar la cartera de clientes y seleccionar aquel segmento de empresas al que nos queremos dirigir. También deberemos definir quién será nuestro interlocutor, es decir, con quién hemos de hablar para conseguir la visita (por ejemplo, el director de compras, el responsable de producción, etc...)
- 2. Buscar la Base de Datos (BBDD).** Hoy en día no encontraremos en el mercado ninguna base de datos perfecta, en todas encontraremos datos obsoletos. Esto es normal, ya que el ritmo que vivimos hace que los cambios en las empresas vayan más de prisa que las bases de datos. Por ello es importante una buena depuración de la base de datos antes de establecer contactos comerciales.
- 3. Elaborar Argumentario de Contacto.** Definiremos cómo nos queremos presentar a las empresas, servicios que ofrecemos, ejemplos de trabajos realizados y el motivo por el cual deberían concedernos una visita o una interlocución.
- 4. Operatividad Telefónica.** La persona que realice las llamadas será una de las claves del éxito. Por ello, no sólo debe conocerse a la perfección el argumentario de contacto, sino que además deberá tener habilidades para poder contrarrestar negativas, largas, excusas, etc.
- 5. Realizar las Llamadas.** Tras las preguntas o test de prueba que valide nuestro argumentario, ya estaremos en condiciones de iniciar los contactos. Si lo anterior se ha realizado correctamente, tan sólo es cuestión de llamar, insistir, y seguir llamando a las horas en las que nos solicitan el contacto.

Manuel Calles Guerrero

Licenciado en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid.
Master Administración de Empresas por la Escuela de Organización Industrial (EOI).
Adjunto a Dirección



Pregunta: Manuel, ¿desde cuándo conoces Bouncopy y cómo entraste a formar parte de la empresa? ¿Hace cuánto tiempo que formas parte del Equipo Directivo?

Respuesta: Llegué a Bouncopy a principios de 2001. Entonces se trabajaba casi únicamente para Vía Digital y además del centro de Alcalá 506 se contaba con los de Mateo Inurria y San Romualdo. Muchas posibilidades de crecimiento en un proyecto nuevo y una persona al frente (Ezequiel Navío, nuestro Presidente) con ideas e ingenio. Entré como Director de Operaciones; hacer, creo que he hecho de todo.

P: ¿Qué te pareció la empresa cuando pasaste a formar parte de ella y que te llamó la atención en relación a otras en las que habías trabajado anteriormente?

R: De aquellos días nos quedan varias cosas: a) el afán por mejorar y por crecer, b) la apuesta por unos recursos tecnológicos avanzados y fiables, c) la vocación de servicio al cliente y de ser una pieza importante en la comercialización de sus productos, d) el deseo de contar con unos recursos humanos, especialmente operadores, coordinadores..., que nos diferenciaron en el sector, ofreciendo ventajas sociales: incentivos, carrera profesional, servicios...

P: De ese tiempo a esta parte, ¿cómo ves la evolución de Bouncopy y hacia dónde crees que se dirige?

R: Bouncopy es una empresa de servicios de valor añadido en la comercialización /

Mi inserción en el mercado laboral se produce en el sector de la investigación comercial y de la comercialización de soportes publicitarios; un breve periodo de tiempo hasta que a principios de 1988 me incorporo al sector del Telemarketing como Director de Madrid en una empresa de reciente creación. Desde entonces... ya he cumplido 20 años en este negocio.

venta de productos para terceras empresas. Vendemos a través del teléfono con el apoyo, cuando es necesario, de nuestras propias fuerzas de ventas presenciales o mediante la gestión de otros medios de distribución. Lo hacemos bien, hoy somos posiblemente la mejor empresa del sector. Cuando me incorporé a Bouncopy sólo queríamos serlo.

Hoy tenemos la mejor cartera de clientes del sector financiero y hemos ampliado nuestra oferta de servicios, a través de Paraguay y de las oficinas comerciales en otros países de Latinoamérica, a importantes entidades extranjeras. Creo que en mis inicios en Bouncopy no alcancé a soñar tanto.

Estos años han sido también tiempo de profesionalización: constitución de nuevos departamentos y nuevas plataformas, incorporación de nuevos profesionales en una gran cantidad de especialidades: calidad, comunicación, asesoría jurídica y económica, recursos humanos... Más personas, más compañeros para un mayor trabajo multidisciplinar y común: el logro de la excelencia.

P: Exactamente, ¿en qué consiste tu labor profesional a día de hoy y en que se centran tus cometidos actuales?

R: Actualmente reparto mi tiempo profesional entre el seguimiento de cuentas actuales y la evaluación de nuevos proyectos; cómo no, lo que el día a día vaya trayendo: dificultades y / o problemas en un sitio concreto, soluciones de siempre o nuevas.

Lo que más me satisface: aportar valoraciones, criterios que ayuden a ganar, mantener e incrementar una cuenta / negocio.

Lo que más me fastidia: equivocarme o simplemente no lograr encontrar soluciones. Sí, también yo me equivoco, y también a mí me gusta poco hablar de ello.

P: ¿Crees que la crisis actual puede afectar al sector de los Call-center, y de ser así, en qué medida nos afectaría a nosotros como empresa?

R: ¿Crisis? Viví la del 73 que duró hasta el 80 y tantos, la del 92 que duró hasta el 97. La de ahora no sé cuánto durará ni cómo nos afectará en nuestras vidas profesionales y personales. En todo caso, estoy convencido de que de esta crisis se saldrá como de las anteriores: con trabajo, haciendo las cosas mejor, agudizando ingenio para aprovechar nuevas oportunidades, apretándonos el cinturón, teniendo confianza en nosotros mismos y haciendo que la vean los demás (sobre todo los clientes).

Bouncopy está haciendo una excelente labor de ventas de los productos de las empresas a sus clientes finales, de una forma eficaz, inmediata y económica. Este tipo de actividades creo que son de especial utilidad en los tiempos de crisis.

P: ¿Puedes contarnos alguna anécdota curiosa o hecho memorable que te haya ocurrido mientras trabajabas en Bouncopy?

R: Vía Postal. Vía Postal fue el primer servicio (mayo 2001) que incorporamos a Bouncopy para realizar una gestión integral de un centro de atención a clientes. Nos encontramos dos empresas nuevas, una del mundo de la distribución, y otra del Call Center. Ellos amparados por grandes corporaciones nacionales, nosotros, una empresa familiar, solos. Vía Postal desapareció a principios de 2002. Bouncopy ha crecido en Madrid y en Jerez, ha cruzado el Atlántico y ha incorporado a un importante grupo de inversión (3i). Seguimos adelante: éste es el mejor acontecimiento para esta empresa y para los que formamos parte de ella. ■

Modelos o tipos culturales básicos

El modo en que una organización (en nuestro caso, el call center) se comunica, está en estrecha relación con el modelo o tipo cultural en el que se desarrolla el capital humano. Existen cinco modelos culturales básicos de comunicación dentro de las empresas, y cada una adopta de forma inconsciente (o por defecto, según los casos) una de ellas que se refleja en el comportamiento organizativo de cada uno de sus miembros. En forma esquemática y simplificada, los 5 modelos son éstos

Modelo Paternalista: La empresa cuida de que sus miembros se sientan bien. Tiene lealtad con la esencia misma de la Compañía, atendiendo a sus principios. Existe alta seguridad de trabajo. El ambiente se hace o se intenta hacer familiar. Es muy común de los call centers de pequeñas y medianas empresas, con muchos años de trayectoria y personal estable.

Integrativo: Existe interés de la empresa por el desempeño individual y grupal. Hay innovación, interconexión y preocupación por el futuro. Se aprende de los errores. Los centros de telemarketing de los ISP y las empresas de vanguardia guardan este estilo.

“Existen cinco modelos culturales básicos de comunicación dentro de las empresas”

Exigente: Se premian los éxitos individuales, hay competencia interna. La seguridad laboral está vinculada al desempeño. Se juzga por la productividad. Se pone énfasis en los resultados. La retribución está vinculada a los resultados.

Apático: Se rige por reglas y procedimientos. Prudencia en la administración. La organización no cambia, ni innova. Muchos organismos estatales se manejan dentro de este esquema.

Anómico: Hay ausencia de objetivos y normas. Incertidumbre y confusión, sensación de deriva. Decisiones irracionales, intrigas, “radio pasillo”. Poca seguridad laboral. Seguramente ya habrá identificado que puede haber convivencia en las característi-



cas de distintos modelos. Así que, resumiendo, lo importante dentro de los modelos adecuados básicos (paternalista, integrativo y exigente) tiene como trasfondo la buena comunicación, la delegación de tareas, la revisión de modelos constante, la obtención del feedback del sistema de gestión, la realización del trabajo desde una perspectiva competitiva, y por último la involucración de todo su personal en el trabajo.

Las tareas en un call center, si no se evitan, con el tiempo pueden volverse reiterativas, esquemáticas y desmotivadoras. Uno de los modos de lograr que cada uno no sólo se sienta parte del negocio, sino que, además, aporte en él su creatividad, talento y buenas ideas, es lograr esa mezcla tan apreciada entre las buenas relaciones interpersonales y la facilidad y cooperación por múltiples vías de comunicación. ■

Arranca en Bouncopy Paraguay el servicio de recepción telefónica de Banco Cetelem



Más de 140 personas trabajan en este servicio, que se convierte en la primera campaña de recepción que se presta desde Bouncopy Paraguay. En la imagen, el equipo de Bouncopy-Cetelem al completo. **PÁGINA 2**



Supervisores de Bouncopy se dan cita en un taller formativo fuera de lo común

El pasado martes 23 de Septiembre, Bouncopy organizó un curso en el que se dieron cita los supervisores de diferentes campañas. Se trata de un Plan de Desarrollo Profesional cuyo objetivo es la mejora de las competencias técnicas y la gestión de equipos.

Durante este taller, los supervisores de Bouncopy se “enfrentaron” a una serie de divertidas pruebas en las

que tuvieron que demostrar sus habilidades.

Una consultora externa, Viálogos CH, se ocupa de diseñar y ejecutar estas pruebas y de evaluar los resultados en base a unos perfiles competenciales.

En función de los resultados, la consultora determinará las posibles áreas de mejora de cada supervisor y pondrá en marcha un plan de acción.

Simulacro de incendio en Alcalá 506



El pasado día 29 de septiembre, a las 16.30 horas se realizó un ejercicio de simulacro de evacuación del edificio de Bouncopy en la Calle Alcalá 506. Este simulacro tiene como objeto la organización, puesta en práctica y entrenamiento de los medios humanos y materiales disponibles para garantizar la correcta evacuación del edificio y la intervención inmediata en casos de emergencia.

Los equipos de emergencia, debidamente formados e instruidos en las prácticas de evacuación, se ocuparon de ayudar y dirigir a los empleados hacia las salidas de emergencia correspondientes, facilitando la correcta evaluación de todas las personas de Bouncopy.

Esta práctica habitual de simulacros de evacuación responde a las necesidades de seguridad y son una parte muy importante de los Planes de Emergencia desarrollados y establecidos en la compañía.

Arranca con gran éxito en Paraguay la campaña de recepción telefónica de Banco Cetelem

Más de 140 personas trabajan en este servicio, que se convierte en la primera campaña de recepción que se presta desde Bouncopy Paraguay



El buen ambiente y el espíritu de equipo se refleja en esta imagen.

El pasado 15 de Septiembre comenzó en Paraguay la campaña de recepción telefónica de Banco Cetelem. En total **136 operadores, 8 coordinado-**

se unió para brindar en un cóctel de apertura por el éxito de la campaña y por el trabajo realizado hasta el momento. “Han sido días muy inten-

Balmaseda, Director de Estrategia y Desarrollo Corporativo de Bouncopy y uno de los responsables de este servicio junto a Miguel Mantero y Karina

Un equipo formado por más de 140 profesionales se ocupará diariamente de atender los servicios de créditos, tarjetas y retención de Banco Cetelem

res y un Director de Cuenta, se ocuparán diariamente de atender los servicios de créditos, tarjetas, retención y servicios back office de Banco Cetelem. Grupo Cetelem, filial de BNP Paribas es el líder europeo del sector del crédito al consumo.

El día previo al lanzamiento del servicio, el equipo de Bouncopy-Cetelem



Coordinadores y supervisores de la campaña junto a Karina del Puerto.

del Puerto, ambos Directores de Grandes Cuentas y al equipo de Cetelem, Alicia Roqué, Marta Fernández y José Ángel Rodríguez.

del Puerto, ambos Directores de Grandes Cuentas y al equipo de Cetelem, Alicia Roqué, Marta Fernández y José Ángel Rodríguez.

Y así fue, el día 15 de septiembre todo estaba preparado para dar servicio y atender de forma rápida y eficiente a los clientes de Banco Cetelem. A las 9 horas, arrancó de forma oficial la campaña de Bouncopy-Cetelem. Los agentes se ocuparon durante todo el día de

El día previo al lanzamiento del servicio, el equipo de Bouncopy-Cetelem se unió para brindar en un cóctel de apertura por el éxito de la campaña y por el trabajo realizado



El equipo Bouncopy-Cetelem en el cóctel del día previo al lanzamiento.

atender las llamadas referentes a tarjetas y créditos de la entidad. Todo salió correctamente, y después de varias semanas, podemos asegurar que este servicio está en proceso de consolidación y lleva visos de ofrecer unos resultados muy positivos.

En la puesta en marcha de este proyecto ha sido muy importante la colaboración de Banco Cetelem para poder elaborar y formar a los 136 gestores que se ocupan de atender el servicio.



El equipo de Créditos al completo.

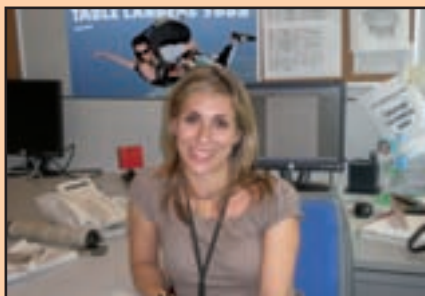
La cuenta de Cetelem es la primera gran cuenta de recepción de Bouncopy Paraguay y esto ha implicado un aprendizaje extra para los operadores y el personal de estructura que lo atienden. Como siempre, la ilusión, las ganas de trabajar y la profesionalidad del personal de Bouncopy, han sido elementos clave para la puesta en marcha de este servicio tan ambicioso. Este proyecto era un gran reto que, por descontado, el gran equipo que forma Bouncopy ha sabido superar.

La valoración del servicio hasta el momento está siendo muy positiva y los resultados están demostrando que tanto a nivel operativo como funcional, el equipo Bouncopy-Cetelem marcha a la perfección. ¡Enhorabuena a todos!



Jose Ángel Rodríguez, Miguel Mantero, Alicia Roqué, Marta Fernández,

Karina del Puerto e Íñigo Ramón Balmaseda.



Nuevas Incorporaciones

EVA MARÍA GARCÍA
DEPARTAMENTO DE SISTEMAS

¿Cuándo te incorporaste a Bouncopy?

En Abril de este año.

¿Cuál es tu función en el departamento de informática? ¿De qué te ocupas?

Actualmente estoy desarrollando una aplicación web para ONO.

¿Cómo te sientes siendo la única integrante femenina de este departamento?

No es la primera vez y siempre me han tratado muy bien. Están las típicas bromas que

se repiten en todos los sitios, pero se llevan bien.

Lo más destacable es que el comportamiento de un grupo de chicos se ve alterado cuando hay una chica de por medio, son más respetuosos (sobre todo con el lenguaje y las bromas...).

Es bastante común que los departamentos de informática estén en su mayoría compuestos por profesionales masculinos... ¿por qué crees que ocurre esto?, ¿en el resto de empresas en las que has trabajado también es así?

La informática es un mundo que siempre ha interesado más a los chicos que a las chicas.

Cuando me matriculé en informática estábamos en clase un 20 %, más o menos, pero en los últimos años observé que se iba incrementando (cosa que me alegra enormemente).

Hace muy poco vi un reportaje que resaltaba el creciente interés de las chicas por los videojuegos. Aparte, se ha incrementado el número de éstos en los que las protagonistas son mujeres.

En la última empresa en la que estuve, antes de entrar en Bouncopy, de cinco programadores, tres éramos chicas (todo un récord).

¿Qué hizo que tomaras la decisión de trabajar en Bouncopy?

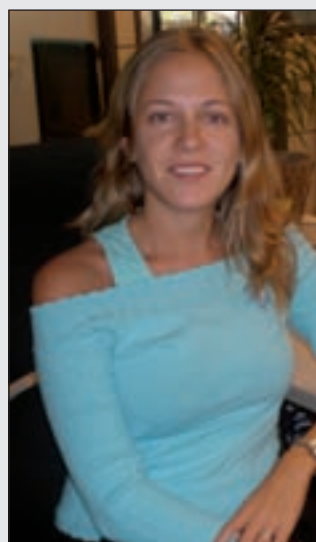
Suponía una mejora profesional, en todos los aspectos y, sobre todo, la facilidad de poder compatibilizar la vida profesional con la personal.

Si tuvieras que definir o destacar algo de nuestra compañía, ¿qué dirías?

Vengo de empresas muy pequeñas, casi familiares, en las que una persona es multitarea. Me ha sorprendido ver que hay personas especializadas para cada función, representantes sindicales, una revista y lo mejor, médico y "fisio".

¿Eres madre de familia? ¿Cómo haces para compatibilizar vida familiar y laboral?

Tengo un niño de 2 años. No es fácil, hay que hacer auténticas maravillas con las 24 horas del día. Para mí es imprescindible poder desarrollarme profesionalmente, tener una conversación distinta de pañales, comida, ropa... y por otro lado tener tiempo para dedicarlo a la familia ya que la responsabilidad de educar a un "enano" es tremenda, nuestras pensiones dependen de ello.



EL TEST DE LAS 10 PREGUNTAS

Yolanda Redondo

Abogada. Departamento de Asesoría Jurídica. Alcalá, 506, 4ª. planta, Madrid

La vida, ¿de qué color la ves?

De muchos, depende de lo que esté mirando...

Elige: ¿El día o la noche?

La noche, por ahora... Aunque en algún momento debería ir pensando en cambiar al día, ¿no?

Tienes vacaciones, ¿qué viaje eliges?

Recorrer alguna costa en "furgo".

Te has quedado con hambre: ¿Un postre?

Prefiero un café y un buen "digestivo".

Ves un paisaje en tu imaginación: ¿Qué cuadro es?

Una puesta de sol en una cala de Ibiza. (No es un cuadro, es un recuerdo.)

Aún no lo has conseguido: ¿Qué ilusión es?

Un mundo sin maldad. (Pero creo que no está en mi mano...)

Si tuvieras que elegir una frase, te quedarías con...

El tiempo pone a cada uno en su sitio.

Te imaginas en un lugar... ¿Dónde se encuentra?

En una playa paradisíaca.

Sientes una melodía: ¿Qué canción es?

"Dream Machine" de Mark Farina, interpretada por Sean Hayes.

¿Cómo ves el vaso, medio lleno o medio vacío?

Depende de la cantidad de líquido que contenga.

Gracias y... ¡Feliz Cumpleaños!

STAFF

Presidente: Ezequiel Navío Tello. **Director General:** Ignacio Cruz. **Adjunto a Dirección:** Manuel Calles. **Secretaria de Dirección:** Nieves Sánchez-Crespo. **Apoderada Departamento Financiero:** Michelle Vasseur. **Director Financiero:** J. M. Meco. **Subdirector Financiero:** Manuel Ares. **Recursos Humanos:** Belén Merino. **Asesoría Jurídica:** Mayte Boillos. **Director Comercial:** J. A. Borralló. **Director de Operaciones:** David Güeto. **Director de Sistemas:** Jaime Fernández. **Director Bouncopy Jerez:** José Pablo Riofrio. **Director Bouncopy Paraguay:** Rolando Díaz. **Director de Estrategia y Desarrollo Corporativo:** Íñigo Ramón Balmaseda

Ruinas Jesuíticas de Paraguay

Descubre cómo son las ciudades en donde viven otras personas que trabajan en la empresa. Sumergirse en el ambiente en el que realizan su labor y se desenvuelven diariamente, compartir sus calles, plazas y monumentos, lugares dónde compran o hacen excursiones, puede valernos de puentes para acercarnos mutuamente aunque habitemos en países y continentes distintos.

En el sur de su territorio y rodeado de exuberante naturaleza, se alzan los restos de varias ciudades que florecieron en los siglos XVII y XVIII, de la mano de indígenas guaraníes y misioneros de la Compañía de Jesús. Las Ruinas Jesuíticas también son conocidas como “Reducciones” ya que en la época se utilizaba este término para definir “comunidad” y significaba reunir o congregar en asentamientos de misión. Muchos afirman que la pervivencia de la cultura guaraní en Paraguay se debe a los modelos de convivencia que existieron entre los misioneros colonizadores y los nativos. En base a la prédica del evangelio, los primeros delinearon una admirable organización socioeconómica. Las principales huellas de las Reducciones Jesuíticas se encuentran en los departamentos de Misiones e Itapúa, entre los ríos Tebicuary y Paraná.

Quizás las Ruinas más representativas sean la de Jesús y la de Trinidad, declaradas Patrimonio Universal de la Humanidad por la UNESCO, en 1993. Trinidad es la mejor conservada y la favorita a la hora de elegir el mejor diseño urbanístico; se divisa en lo alto de una colina, situada a 28 kilómetros de la ciudad de Encarnación, fronteriza con Argentina. Fue fundada en 1706, y llegó a contar con una población de 4.000 indígenas guaraníes. También conforman el conjunto de las Ruinas Jesuíticas: San Ignacio Guasu (a 226 Km. de Asunción), con el museo más importante de las Reducciones; San Cosme y Damián, Santa María de Fé, Santiago y Santa Rosa de Lima. El misticismo que se respira en la zona convive en plena armonía con arroyos, praderas, hiérbales y balnearios naturales.



Las 7 maravillas de Perú

Hace ya unos meses, concretamente el día 25 de marzo de 2008, fueron dadas a conocer las **7 Maravillas del Perú**, escogidas por votación popular por el diario peruano “El Comercio.” Este diario había convocado a sus lectores para que pudiesen elegir siete lugares de excepcional interés entre todos los existentes en el país andino, tarea ardua y difícil, pues esta clase de lugares interesantes pueden contarse por centenares o miles en Perú. Las ruinas incaicas de Machu-Pichu no podían competir puesto que ya habían sido declaradas como una de las “7 maravillas del mundo”, entre participantes de todos los países en el concurso que había inspirado precisamente este del Diario El Comercio, y que tuvo como sede Lisboa. Después de recuentos durante meses y arduas votaciones, quedaron definitivamente establecidas como “7 maravillas” los siguientes lugares que recibieron de más a menos número de votos:

- Los Baños del Inca
- El Bosque de Piedras de Huayllay
- El Gran Pajatén
- Las ruinas de Kuélap
- Los Frailones
- Valle del Alto Mayo
- Valle del Colca



Empowerment, comunicación y cultura dentro del Call Center

La dinámica de las comunicaciones en los call centers marca la estructura de relaciones y las jerarquías entre los recursos humanos. Los problemas con los que se enfrenta un teleoperador en línea son tan complejos, que su supervisor y aún más el gerente del call center no pueden comprender todo lo que está sucediendo. Por lo tanto, se ven obligados a delegar, a dar un poder de decisión que en una dinámica más estable, o en otro sector de la empresa, sería impensable.

Los que están en la base del organigrama saben lo que necesitan para realizar su trabajo eficazmente. La autoridad se les delega, sino porque de otro modo sería imposible realizar el trabajo exitosamente. Las jerarquías, funcionalmente, se aplanan y cambian la estructura de relaciones. La delegación es un punto fundamental en el buen desempeño del personal.

¿Qué es exactamente el empowerment?

El empowerment tiene una inmensa penetración en los call centers, a diferencia de otro tipo de organizaciones que aún no se han adaptado al trabajo en células. Sin embargo, aún existen supervisores que suelen capacitar a sus teleoperadores y ponerlos a trabajar en línea en unas pocas horas; después de todo, ellos piensan ¿qué otra cosa necesita un teleoperador además de un script de telemarketing? Quienes aún piensan así, no han descubierto que la fuerza de una idea es mayor cuando ésta se difunde y se contagia, cuando se contrasta y se confronta con los demás. El trabajo en células, en equipo, agiliza el flujo de información porque todos participan del proceso y lo conocen en detalle de principio a fin. Se logra identificación y compromiso.

Una persona que se siente autónoma puede rendir más, pero necesita desarrollar un "criterio" para tomar decisiones. Para ello es preciso crear oportunidades: una persona a la que no se le permite decidir, jamás logrará crear nada y mucho menos un criterio.

El entrenamiento previo al lanzamiento de una campaña de telemarketing, es ese tiempo de ajustes, pruebas y errores, que permiten "tomarle el pulso" a los criterios con los que serán resueltas todas las situaciones que eventualmente puedan desarrollarse. Pero para asegurarse que el entendimiento de los criterios a seguir sea lógico, no basta con tener buena voluntad o algo de sentido común; se hace necesario un plan de comunicación.

Funciones de la buena comunicación interna

El proceso de comunicación interna del call center, constituye el basamento para el intercambio de información para poder realizar el trabajo. La definición de roles, funciones, responsabilidades y objetivos comunes que generan cohesión, dependen del tipo de comunicación establecida entre los protagonistas de la tarea.

Las comunicaciones internas se entienden como un conjunto de estrategias y herramientas combinadas e integradas, en las que las relaciones interpersonales tienen un papel determinante, con el objetivo de transmitir contenidos coherentes y simplificados.

"El 60 % de los problemas empresariales son consecuencia de la mala comunicación."

Utilice su plan de comunicación para: 1) Favorecer la credibilidad; 2) Dar seguridad; 3) Eliminar la incertidumbre; 4) Alinear a los empleados con la cultura de la empresa; 5) Reducir costos.

Hoy las empresas se ven obligadas a leer las señales del mercado y adaptarse rápido a los cambios, esa es su ventaja competitiva.

El call center es el medio por el cual surgen los primeros contactos con los usuarios del producto o servicio. Un teleoperador, un supervisor, el gerente de un call center, tiene más contacto cotidiano con la "sensación percibida" de los clientes, que un gerente de producto o de marketing. El teleoperador es la cara de la empresa, y para el cliente que está al teléfono para quejarse, consultar o felicitar, la voz del teleoperador es la voz de la empresa. El look and feel de la compañía debe buscarse y retroalimentarse desde su call center. Así, ahora vemos claramente la importancia de contar con un plan de comunicación, diseñado a la medi-

da de las necesidades de cada programa o campaña, y de cada perfil de teleoperador.

El juego del teléfono roto

¿Alguna vez ha jugado al teléfono roto? Es un juego en el que participan unas diez personas más o menos. La primera le dice a la segunda una frase corta, al oído y en secreto, la segunda la repite a la tercera y ésta a la cuarta persona, y así sucesivamente hasta la última. Aunque usted no lo crea, en un pequeño grupo de diez personas, la distorsión entre el mensaje original y la que recibió la última persona en oírlo, es asombroso. Ahora imagine esa situación dentro de su call center, imagine que el último de la cadena es su cliente... ¿Se da cuenta de la importancia de su sistema de comunicaciones y de la excelencia que supone aplicar el empowerment...? ■

Requisitos del Plan de Comunicación

1. El mensaje debe ser significativo, para captar la atención.
2. Siempre se debe transmitir un mensaje acorde con la cultura de la compañía, de otro modo no será creíble.
3. Se deben buscar líderes de opinión entre los miembros del call center como soportes alternativos, que cumplan el rol de referentes en su área para reforzar o apuntalar el mensaje.
4. La información debe llegar en el momento adecuado, con oportunidad.
5. Los teleoperadores o empleados en general, deben comprender y estar informados de qué se trata el negocio, para que puedan transmitirlo a los interlocutores, clientes, compañeros, superiores, etc.
6. Debe sistematizarse la recepción de feedback de todos los involucrados.
7. La comunicación debe servir para preparar el terreno frente a los cambios.
8. Toda comunicación debe mantenerse dentro de parámetros éticos, nunca se deben emplear mensajes manipuladores.

¿Perjudican a la salud las antenas de telefonía móvil?

A día de hoy, existe un amplio debate entre quienes defienden la inocuidad de las antenas de telefonía móvil, y aquellos que advierten de posibles daños a la salud causados por las mismas. Oficialmente, las administraciones sanitarias intentan tranquilizar a la población con informes positivos. Sin embargo, dos recientes estudios científicos de campo, uno de Alemania y otro de Israel, han constatado un aumento de entre un 3,5 % y un 4,15 % en las probabilidades de contraer un cáncer en el radio de acción de 400 metros alrededor de una antena de telefonía móvil. ¿A quién hemos de creer...?

Potencialmente dañinas: Las ondas electromagnéticas producen alteraciones en el ADN

Además de estos dos últimos informes, tenemos el conocido "Proyecto Reflex", un estudio financiado por la Unión Europea en el que han participado 12 países, entre ellos España, cuyo objetivo era el estudio de la influencia de campos electromagnéticos en el cuerpo humano y sus consecuencias para la salud. Este estudio interdisciplinar concluye que "las ondas electromagnéticas de la telefonía móvil producen alteraciones del ADN que transporta la información genética en el núcleo de las células y cambios en éstas." Diversas conferencias internacionales de prestigiosos científicos independientes han dado la voz de alarma y alertado sobre los posibles efectos y riesgos en la salud pública (Declaraciones de Viena 1.998; Salzburgo 2.000; Roccaraso 2.000; Alcalá de Henares 2.002; Catania 2.002; Friburgo 2.002; y Benevento 2.006).



Por otra parte, contamos con investigaciones epidemiológicas publicadas en revistas científicas de prestigio que han señalado los

efectos biosanitarios de las emisiones de la telefonía móvil a niveles de radiación radioeléctrica miles de veces inferiores a los que se han adoptado en la normativa estatal. Parece que, por alguna extraña razón, se silencian cientos de estudios que confirman efectos biológicos importantes en los seres vivos sometidos a radiaciones electromagnéticas.

Pero antes de parecer alarmistas, ¿qué dicen otros expertos sobre esta materia tan sensible y controvertida...?

Inocuas y saludables: La incidencia de antenas de telefonía móvil en la salud es "casi" nula

En el otro polo de opinión, tenemos a importantes físicos especialistas en telefonía móvil, para quienes las antenas y los propios teléfonos móviles que operan en Europa en frecuencias próximas a los 900 MHz y 1800 MHz, frecuencias incluidas en la banda denominada de radiofrecuencias, son prácticamente inofensivas.

Según ellos, otros electrodomésticos de uso corriente emiten energía en bandas de frecuencia próximas a las de los móviles, como el horno microondas, y también las estaciones de Radio y Televisión. La radiación electromagnética en estos casos se denomina no ionizante porque no posee energía suficiente para extraer electrones de los átomos de la materia. En cambio, radiaciones ionizantes que usan rayos X (y a los cuales nos sometemos todos cuando nos hacen una serie de radiografías) sí son realmente perniciosas, ya que pueden extraer electrones y causar importantes daños en los tejidos vivos.

En los teléfonos móviles, esta posibilidad es imposible en absoluto, y el efecto



biológico más visible de la radiación es el calentamiento de los tejidos. Otro tipo de perturbaciones biológicas como ondas sonoras o fuerzas ejercidas en membranas celulares se dan cuando existen niveles de exposición muy elevados, mucho más que los establecidos por las normas autorizadas en Europa y España. Para este grupo de especialistas, actualmente la única amenaza identificada se reduce a un calentamiento excesivo de los tejidos, y la posibilidad de encontrar este problema en el caso del teléfono móvil es casi nula. Por otra parte, desde hace varios años se llevan a cabo gran cantidad de investigaciones sobre la existencia o no de otros efectos biológicos de las radiofrecuencias, aunque sólo una pequeña parte versa sobre los sistemas de impulso modulado con el que trabajan los móviles digitales. Los resultados de los estudios científicos no muestran una evidencia de que exista relación entre exposición a radiofrecuencias y cáncer, aunque tampoco pueden descartarlo. (Algo que no ocurre con la relación entre cáncer / tabaco, precisamente).

Conclusión

Así pues, el debate y la controversia sobre este tema tan importante en nuestra salud sigue estando servida, sin que sepamos todavía a quien hemos de creer y a qué atenernos. En tal caso, lo mejor que podemos hacer es prevenir y procurar mantenernos alejados lo suficiente de las antenas que vemos proliferar en multitud de sitios hasta que tengamos informes totalmente definitivos sobre sus consecuencias en nuestro organismo. ■

Grandes clásicos del cine

Julián Granadino



Trilogía El Padrino

Año: 1972, 1974, 1990
Director: Francis Ford Coppola
Intérpretes: Marlon Brando, Al Pacino, Jams Caan, Diane Keaton, Robert Duvall.
Género: Thriller

Muy buen momento para volver a revisar la adaptación novelada de la familia Corleone. Sigue manteniendo su fuerza como el primer día: visual, interpretativa y musical.

La Trilogía ha sido esta vez remasterizada -también la impresionante banda sonora de Nino Rota- bajo la supervisión de Coppola, y con nuevo doblaje en castellano y gran acopio de extras. La monumental historia de la familia Corleone es considerada como una metáfora, eso sí impactante y dura, sobre el poder y la influencia del "crimen organizado". Magistrales trabajos de Marlon Brando y Al Pacino, muchas escenas memorables y un buen puñado de Oscar.

Uno de los perros más conocidos del cine, enaltece los valores humanos y personales de los protagonistas, así como el valor y la generosidad de Lassie. Muy entretenida, descúbrela y disfruta de la película.

"La perra Lassie de la saga filmica era en realidad un macho, de nombre Pal. En efecto, se trataba de un macho de raza collie. Por lo visto su dueño lo llevó a una escuela de adiestramiento para quitarle la fea costumbre de perseguir coches, y el ejecutivo de cine de turno se prendó del animal, que vio allí a la perfecta Lassie."

El primer film, "La cadena invisible" (1943), cuenta cómo una familia humilde se ve obligada a vender el animal con el que tan encariñado está su pequeño hijo Joe. Lassie, un animal muy inteligente, realizará un largo periplo para volver a casa. El reparto es fantástico, con los padres e hijo de la familia pobre interpretados por Donald Crisp, Elsa Manchester y Roddy MacDowall. Se trató además del segundo film rodado por una jovencita Elizabeth Taylor, que apuntaba maneras de estrella.

Lassie

Año: 1943, 1945, 1946
Directores: Fred M. Wilcox, Silban Simon,
Intérpretes: Elizabeth Taylor, Roddy McDowall, Donald Crisp, Peter Lawford.
Género: Aventuras



Solo ante el peligro

Año: 1952
Director: Fred Zimenan
Intérpretes: Gary Cooper, Grace Nelly, Lloyd Bridges, Otto kruger, Lon Chaney Jr., Thomas Michell.
Género: Western



Editada con gran número de extras, clásico western, donde se combinan fuerza visual e interpretaciones. Nunca pasará de moda, marca una época en su género, Gary Cooper borda su papel.

Will Kane, sheriff de Hadleyville, se casa con Amy, y abandona el puesto. Pero en plena ceremonia nupcial, le informan que Frank Miller, un peligroso criminal que detuvo en el pasado, ha escapado de la cárcel. Al parecer regresa al pueblo para vengarse.

Clásico Western rodado a tiempo real. Su descripción de la insolidaridad de los habitantes del pueblo con el sheriff se puede interpretar como una parábola de la Caza de Brujas. Destaca la canción High Noon compuesta por Dimitri Tiomkin.

El otro

Año: 1972
Directora: Robert Mulligan
Intérpretes: Uta Hagen, Diana Muldaur, Chris Udvankoy, Martin Udvankoy, Norma Connolly.
Género: Terror



Película poco conocida del gran director Robert Mulligan, muy recomendable para descubrir nuevas formas de terror, sin necesidad de tanto fuego de artificio como se ve en la actualidad. Atención al final sorprendente.

Dos gemelos de 9 años, Niles y Holland, viven con su familia en una granja. Ada, su abuela, les ha enseñado un juego, pero uno de los chicos lo interpreta de modo insano, y empiezan a suceder extraños accidentes. Niles cree que Holland tiene la culpa de lo que ocurre.

Robert Mulligan revisita el mundo de la infancia y sus diversiones inaccesibles para los adultos, idea presente en Matar a un Ruiseñor. Se basa en la obra de Tom Tyron, que adapta éste. Buena muestra de Terror psicológico, con tensiones soterradas y una atmósfera muy lograda.

Tu quiosco

GOLDBERG

Categoría: Música antigua y clásica

La revista Goldberg ha sido considerada desde su aparición como la publicación más interesante en el campo de la música antigua. Goldberg destaca por su orientación y dimensión internacional, su cuidada edición y la calidad de sus contenidos. Esta gran revista es "objeto de culto" por parte de los aficionados, que la coleccionan y guardan como un pequeño tesoro más allá de su consideración informativa.



CONNECT

Categoría: Tecnología de las Comunicaciones. Revista veterana —cuenta con 130 números—, en el panorama tecnológico que trata de las innovaciones del mercado en comunicaciones, entre otras áreas periodísticas.



Centrada últimamente en el mercado de los teléfonos móviles, sus páginas exploran también accesorios, PCs, pantallas, tendencias y un largo etcétera. Para aquellos que quieran estar al día en comunicaciones personales.

AQUA

Categoría: Salud y bienestar. Ganadora del prestigioso galardón concedido por ARI (Asociación de Revistas de Información) a la Mejor Revista Nueva del Año 2007, en cada número se abordan temas de actualidad para mantenerse en forma física y psicológicamente, trabajo, amor, familia, nutrición... Aqua se define a sí misma como la "Revista del Bienestar."



TRAVELLER

Categoría: Viajes

La popular revista Condé Nast Traveller es todo un referente para los aficionados a los grandes viajes y al turismo. Sigue una línea práctica para aquellos que hojean y disfrutan de sus reportajes, además de contar con una excelente calidad fotográfica.



Promueve al mismo tiempo los llamados viajes de aventura —aunque programados, eso sí—, y se acerca al centro histórico de las grandes ciudades del mundo.

Arte Culinario

Ingredientes:

Tiempo de preparación: 20 minutos

Dificultad: Media

Comensales: 4 personas

4 lomos de merluza	Ajo
1/4 de kilo de gambas	Harina
200 gramos de guisantes	Aceite
2 huevos duros	Perejil
Caldo de pescado	Sal



Merluza en Salsa Verde

Plato tradicional vasco, donde las "Kokotxas" en rodajas se sumergen en una salsa de perejil y guisantes.

Primero limpiamos la merluza en lomo, quitando la piel y las espinas y la cortamos en trozos más o menos grandes, de unos 200 gramos cada una.

En una cazuela ponemos un poco de aceite con un diente de ajo picado. Una vez el aceite esté caliente añadimos una cucharadita de harina y removemos bien. Cuando veamos que se ha disuelto añadiremos un

par de vasos de caldo de pescado.

En ese caldo ponemos la merluza y las gambas, cocinándolo a fuego lento, removiendo de vez en cuando cuidando que no se pegue.

A media cocción añadimos los guisantes y los huevos duros, y espolvoreamos con perejil muy bien picado. Y ya estaría lista para servir.

Trucos caseros

Tacos en la pared sin problemas

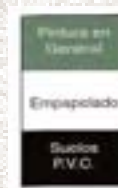
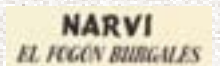
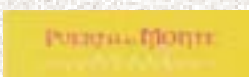
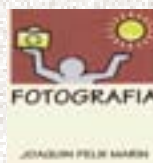
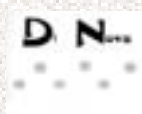
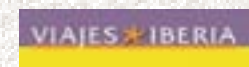


A veces el agujero que se hace en la pared es algo más ancho que el taco que tenemos previsto colocar, y además resulta que no tenemos otro de la medida adecuada. Para que el taco quede firmemente anclado, alrededor del mismo se van introduciendo, con ligeros golpes de martillo, palillos de madera (de los que se utilizan para limpiar los dientes), tantos como sean necesarios. De esta manera la sujeción del taco a la pared queda garantizada. Después introducir con normalidad el tornillo que va a ir dentro del taco de plástico hasta que quede bien anclado dentro del mismo. Veréis que éste queda bien sujeto y afirmado en la pared. ■

Lista de establecimientos



Ésta es la relación de empresas y establecimientos que te ofrecen importantes descuentos al comprar sus productos o utilizar sus servicios usando la tarjeta del CLUB. No desaproveches la oportunidad.



Madrid

Balnearios

Agua y Bien

Tel.: 91 403 31 73

10% de descuento en todos los tratamientos.

Más que Agua

Tel.: 91 185 19 54

10% de descuento en todos los tratamientos.

Thermas de Griñón

Tel.: 91 810 35 26

Carretera de Torrejón de la Calzada a Griñón, Km. 3,200 Griñón.
20% de descuento.

Clínica dental

Garantía Dental

Tel.: 91 406 14 43. 5% de descuento en todos los tratamientos.

Floristería

Relaña

Tel.: 91 324 98 51

7% de descuento en todos los productos incluido envío a domicilio. Días especiales consultar.

Óptica

Óptica Roma

Tel.: 91 309 68 58

30% de descuento en gafas graduadas y lentes de contacto.
10% de descuento en audífonos y accesorios.

Peluquerías

Din

Tel.: 91 375 83 46

Alcalá, 508
15% de descuento.

Pista de hielo

Sport Hielo

Tel.: 91 716 01 59

Silvano, 77
10% de descuento en la entrada.

Reformas en general

Manre

Tel.: 91 655 33 04 / 675 675 258
10% de descuento.

Emilio Fernández Martín

Madrid, 27. 3ºD
28912 Leganés
Tel.: 91686 15 55 / 616 52 22 84
10% de descuento en todos los presupuestos.

Restaurantes

De Cine

Tel.: 91 375 10 89

Alcalá, 496
2x1 en copas para grupos mínimo de 10 personas.

Narvi

Tel.: 91 354 50 84

Alcalá, 508
5% de descuento en todos los productos excepto en desayunos.

Sanpas

Tel.: 91 754 59 79

Alcalá, 508
6% de descuento en todos los productos excepto menús.

Viajes

Viajes Marsans

Tel.: 902 24 12 12

5% de descuento en paquetes vacacionales.

Viajes Iberia

Tel.: 91 532 06 85

5% de descuento en paquetes vacacionales.
8% de descuento con 60 días de antelación.

Zapaterías

Step

Tel.: 91 522 69 21

Almirante, 28 10% de descuento en todos los productos.

Hoteles (BURGOS)

Hotel Puerta del Monte

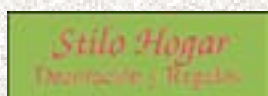
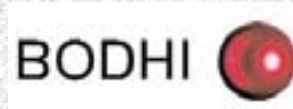
Pº Puerta del Monte, s/n
09110 Castrojeriz - Burgos
Tel.: 650 234 458 / 947 378 647
10% descuento.

Varios

Depilite

Tel: 902636101

Madrid
50% descuento en tratamientos completos de depilación láser
Calle Alcantara, 8
Zona Goya
Calle Doctor Vallejo Nájera, 43
Zona Pirámides



Jerez de la Frontera

Autoescuela

Autoescuela Arenal

- Bda. Los Pinos - Blq. 14, Tel.: 956 32 24 51
- Vallesequillo II, Blq. 15, Tel.: 956 14 17 77
- Paseo de las Delicias (esquina Ronda Viñedos), Tel.: 956 34 30 54
- Bda. San José Obrero, C/ Sta. Antonia, 13, Tel.: 956 30 30 82
- Polg. San Benito, C/ Vidueño, 1, Tel.: 956 31 33 44

Cursos teóricos+examen teórico+15 clases prácticas = 15% descuento.

Calzados

Vicente Valero Calzados, S. L.

C/ Medina, 20. 11402
Tel.: 956 332 605 Larga, 106. 11500, El Puerto de Sta. María.
Tel.: 956 853 573
10% descuento.

Descanso

Descansolandia

Avda. de Arcos,
C/ Eje frente a Zootécnica Jerezana,
Tel.: 956 32 25 17
15% descuento en todos sus productos.

Peluquería

Peluquería Maybe

Medina, 55. 11402
Tel.: 956 335 431
10% descuento.

Artesanía

Kandela

Bizcocheros, 9. 11402
Tel.: 956 343 793
10% descuento.

Hogar

Almacenes Santa Ana

Medina, 40. 11402
Avd/ Cruz Roja, Merca 80. 11407.
Tel.: 956 334 258
10% descuento.

Stilo Hogar

Medina, 4. 11401
5% descuento.

Tu Casa, Textil, Hogar y Lencería

Pío XII, Residencial Sidonia

M^a Antonia de Jesús

Tirado, S/N. Local 11. 11401

Tel.: 956 321 448

10% descuento.

Sta. Ana Hogar

Medina, 30. 11402

Tel.: 956 325 317

10% descuento.

Varios

DTV Telecom

Distribuidor Oficial de Orange
C/ Arcos, 3 y Multicentro Doña Blanca Local 12
Tel.: 956 33 80 30. Dto. 30%

Bodhi

Zaragoza, Edf. Aladro

Local 18. 11405

Tel.: 956 326 892 / 94

10% descuento.

Ramón Valero

Descalzos, 1. 11401

Tel.: 956 339 730.

Dto 10% descuento.

Tartessia

Medina, 33. 11402

Tel.: 956 320 514

10% descuento.

Nell

Cartuja, 10. Local 2. 11401

Tel.: 956 334 881

10% descuento.

Loen

Medina, 30. 11402

Tel.: 956 325 317

10% descuento.

Dermatolaser

Plaza Madre de Dios, 12. Edif.

Sherry, P-1, 3º F

Tel.: 956 320 105

10% descuento en todos los tratamientos.

StockDVD

Polígono Industrial San Benito

C/ Sancho Dávila, nº 2

Tel.: 856 051 866

Fax: 856 052 554

5% en hardware, consumibles y ordenadores.

OCASO, S.A.

C/ Larga, nº 43-45-47, 1ª planta.

Tel.: 956 339 400

Caprichos. Ropa de bebé

C/ Cartuja, 2, 11401, Jerez

Tlf: 956 33 56 03

10% Descuento en sus productos.


Sheraquabell Spa

Polígono Comercial Europa

C/ Platino, Nº 3, Cádiz

Tlf: 956 311 161

20% en todos los tratamientos.



Productivo, experimentado, eficaz, constante.
El servicio de Bouncopy ayuda a las empresas
a evolucionar y transformarse.

Energía y crecimiento

Bouncopy, soluciones contact center y fuerza de ventas.



Bouncopy
El arte de comunicar

www.bouncopy.es

Bouncopy