

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Jana Bradáčová

Jiný květen

Eva Brixl

Odkvetlé jaro
Na píšťalku píská
To je však málo
Koho si tím získá
V březovém háji
Jsou koně v stáji
Bělouš jak princ
Vykročil do světa
Koho je víc
Lásek či rozumu
Netuším a jsem popleta
Jiná už nebude
Květen jde do léta
Z vrásek mi odlétá
Nic
Podzim si v předsíni zametá
Stopy zrzavé
Do vody zrcadlo už ani nespadne
Otevřené ráno
Na prsty hvízdá jak chladné ano
Melodii starší dámy
Něco se nevrátí
Přesto je s námi
Odkvetlé jaro

**Na Cenu kvality
v sociálních službách
jsou její nositelé hrdí**
str. 1, 10-11

rozhovor s MUDr. Janou Bradáčovou, MBA,
ředitelkou společnosti IKARIA CZ a.s.

Pro advokáty, notáře a insolvenční správce

GE Money Bank nově nabízí speciální bankovní služby pro advokáty, notáře a insolvenční správce. Hlavními výhodami na míru šitého balíčku služeb s názvem Juridica Business Program jsou bezplatné vedení Profesionálního účtu, bezplatné vedení neomezeného počtu Účtů úschov a jejich vysoké úročení. Představitelé jmenovaných profesí mohou dále využít vysokých úrokových sazeb na spořicí účtech a termínovaných vkladech nebo nabídky exkluzivního privátního účtu Genius Gold s úrokovou sazbou 2,5 % ročně. Advokáty a notáře mají u GE Money Bank také snazší přístup ke zdrojům financování. Mohou získat až 1,5 milionu korun

neúčelově jen na základě profesního osvědčení, což je nejvíce na trhu. Advokáty, notáře a insolvenční správce v rámci Juridica Business programu získají bezplatné vedení Profesionálního účtu, včetně veškerých elektronických příchozích i ochozích transakcí zdarma, platební kartu Master Card Business zdarma či neomezený počet Účtů úschov, sloužících ke správě prostředků jejich klientů a třetích osob. Tyto Účty úschov jsou včetně veškerých transakcí vedeny bezplatně a v tuto chvíli nabízejí ve své kategorii jedno z nejvyšších úročení na trhu – až 2,2 % ročně.

(tz)

Malibu – namíchejte si dovolenou

Oblíbený nápoj Malibu si nyní můžete koupit v lahvi letní limitované edice, která vás veselými barvami, tropickými motivy, a dokonce přímo v designu zapracovanými koktejlovými recepty přenesne rovnou doprostřed uvolněné letní atmosféry prázdnin v Karibiku. Doma si pak s Malibu můžete vytvořit osvěžující drinky v kombinaci s různými druhy džusů nebo zázvorovou či citronovou limonádou. Koktejly vám přinesou náladu exotiky, letního osvěžení a pohody.

Nová limitovaná edice Island Recipes připomíná, kde Malibu vzniklo: na Barbadosu, jednom z karibských ostrovů. A její lahev vám také

hned nabídne, abyste vyzkoušeli lahodné koktejly, které se bez Malibu neobejdou. Stačí se na ni jen podívat, a už vás ovane atmosféra tropů a bezstarostnosti, vybavíte si vánek zachvívající palmovými listy, azurové moře s vlnami korunovanými bílou pěnou, chuť tropického ovoce, kokosových ořechů a jemného destilátu z cukrové třtiny. Svižná, trendová láhev má styl nabitý osobitostí a hýří jasnou zelení, žlutí, červení a modří, které se kontrastně odrážejí od tradičního bílého podkladu.

Přímo na lahvi se nabízejí čtyři nápady, jak vytvořit z Malibu míchaný nápoj: z limetek, brusinek, pomeranče a z coly. Každý z těchto receptů dotváří originální design lahve a doplňuje

nabídku šesti originálních koktejlů, které můžete najít na webu www.malibu.cz. Škála neuvěřitelných chutových variací, jak si Malibu vychutnat a současně

se osvěžit během teplých letních dní, je opravdu pestrá. Nechte se inspirovat! Malibu je světově nejoblíbenější bílý karibský rum s třtinovým cukrem a přírodní kokosovou příchutí. Díky této kombinaci má jedinečnou, nenapodobitelnou chuť a vzhledem k nízkému obsahu

alkoholu (21 %) se příjemně popíjí.

Malibu se vyrábí pouze na Barbadosu, a to unikátní kombinací moderních a tradičních procesů. Připravuje se už od roku 1895 přímo na jedné z bílých písčinych pláží ostrova a na jeho chuti je to znát. Obliba Malibu v posledních letech prudce stoupá.

(tz)

Malibu Orchid:
barevná kombinace 4 cl Malibu,
8 cl ananasového džusu,
4 cl brusinkového džusu a ledu

Malibu Ginger:
exotická kombinace 4 cl Malibu,
12 cl zázvorové limonády,
limety a ledu

Malibu Pineapple:
osvěžující kombinace 4 cl Malibu,
12 cl ananasového džusu a ledu

Malibu Lemon:
překvapivá kombinace 4 cl Malibu,
12 cl Sprite nebo 7up nebo perlivé
citronové limonády, citronu a ledu

Malibu Orange:
klasická kombinace 4 cl Malibu,
12 cl pomerančového džusu a ledu

Malibu Wave:
supervychytaná kombinace 8 cl Malibu,
2 cl citronové šťávy a zástřiku sody

TomTom usnadňuje život zaneprázdněným maminkám

Maminky jsou přebornice v organizování svých rodinných povinností. Stále v pohybu, jedou na plný plyn, každý den zápasí s nejrůznějšími problémy – hledají nejbližšího lékaře, když jsou



jejich děti nemocné, nebo třeba nejrychlejší cestu na narozeninovou oslavu. Pokud tedy chcete nějaké mamince ulehčit od každodenních starostí, proč ji u příležitosti letošního Dne matek nekoupíte třeba navigaci TomTom? Používání navigace TomTom je doslova hračkou i pro maminky, které téměř neznají volný čas. Žádná instalace po zakoupení není potřeba. To jediné, co musí udělat, je připevnit zařízení na čelní sklo svého auta a zapnout je. Jednoduchý navigační software se postará o zbytek a bez nervů dovezde maminku-řidičku kamkoli. S navigačním zařízením bude mít maminka neustále informace o aktuální dopravní situaci na silnicích. Bude zároveň přesně vědět, kdy dorazí na pracovní schůzku či setkání se svými přáteli, což ji zbaví stresu při cestování.



Během dnů pracovního volna přijde maminkám vhod rozsáhlá databáze bodů

zájmu, která nabízí množství nápadů na odpočinek; bez ohledu na to, zda dávají přednost zdravotnímu pobytu v nejbližších lázních, nakupování v nejlepších obchodech ve městě nebo návštěvě muzea či výtvarné galerie. Díky štitlému provedení přístroje ho dámy před opuštěním vozidla snadno schovají do kabelky. TomTom nabízí řadu navigačních přístrojů včetně bohatého příslušenství, které vyhoví potřebám každé maminky – TomTom ONE IQ Routes Edition, TomTom XL IQ Routes Edition a TomTom GO x30. Do konce května navíc platí nabídka, že ke každé zakoupené navigaci řady GO x30 je předplatné map na dva roky zdarma.

(tz)

Ve škole i na poradě s Herlitz my.pen můžete tvořit...

Každý z nás to během školních let určitě někdy poznal. Hodina fyziky se nekonečně táhne, sešit je namísto vzorečků a veličin zaplněn karikaturami učitele či spolužáka sedícího vedle a zvonek ne a ne toto utrpení „odzvonic“. Aby to naše děti měly o něco snadnější, připravila pro ně značka Herlitz speciální kolekci s názvem my.pen, se kterou jim i nekonečná hodina chemie uteče o něco příjemněji. Totéž by se dalo říci o mnoha špatně řízených firemních poradách, seminářích, konferencích. Když vás nevtáhnou do děje, samovolně si najdete jinou „zábavu“ – kreslíte si a čáráte na vše, co vám přijde pod ruku...

I když v sérii Herlitz my.pen najdete také spirálové bloky, zmižiky či pouzdra, je hlavním produktem v této kolekci speciální inkoustové pero, díky kterému si řada získala také svůj název. „Pero my.pen je především určeno pro kreativní děti školního věku, které baví vynalézat stále něco nového,“ uvedl Ing. Ján Jackanič, marketing manažer značky Herlitz. A dodal: „My.pen je nejen velice atraktivního a moderního vzhledu, ale především bylo vyvinuto s ohledem na psací zvyky školáků. Díky dynamickému tvaru je nenahraditelným pomocníkem, se kterým se i ti nejmenší naučí snadno a rychle psát svá první slova, bez kaněk a pijáků.“ Pero my.pen doprovází také speciální sada dalších školních pomůcek, které mají velice specifický vzhled – na žádné z nich totiž nenajdete barevné potisky a nápisy. Jejich povrch je čistě bílý a je určen k tomu, aby

si samy děti tyto pomůcky dozdobily svým osobitým stylem. Tak se může snadno stát, že se povedená karikatura učitele fyziky stane „ústředním motivem“ jejich pouzdra odloženého na lavici. Ale v tomto případě nemusí jít nejen o děti – určitě i během našich firemních porad a meetingů vznikají vedle důležitých



poznámek také některé „originální kousky“! Pero my.pen je k dostání v šesti barvách a je určeno také pro leváky. Kolekci my.pen včetně pouzdra, spirálových bloků či fixu se zmižikem lze zakoupit v běžné papírenské síti nebo ve značkových prodejnách Herlitz v OD Kotva v Praze, v prodejně Letná v Praze 7 či prodejně ve Zlíně.

(tz)

www.herlitz.cz

V období krize roste zájem o virtuální kanceláře

Finanční krize nutí firmy hledat rezervy a jednou z mnoha významných položek v rozpočtu je i provoz kancelářů. Výrazně tak roste zájem o takzvané virtuální kanceláře, tedy sídlo firmy, které platíte podle toho, jak často je využíváte. „V prvním čtvrtletí jsme zaznamenali nárůst poptávky o 35 %. Největší zájem je o Office Centra v Praze, Brně a Ostravě,“ potvrdil tento trend Josef Jaroš ze Smart Office & Companies. K pronájmu sídla patří také služby sekretářky (přeposílání pošty, faxů, vyřizování telefonních hovorů) či plně vybavená zasedací místnost. Ve virtuální kanceláři máte tedy k dispozici veškerý komfort běžné kanceláře, často i něco navíc, a to za zlomek ceny běžné „kamenné“ kanceláře. Výhodou

je rovněž prestižní umístění v centru významných měst a stálost adresy. Největší zájem je o takzvané eOffice, jenž umožňuje neustálý přístup k dokumentům 24 hodin denně 7 dní v týdnu bez ohledu na to, kde se fyzicky nacházíte. „Službu eOffice využívá zhruba každý druhý klient naší společnosti,“ uvedl J. Jaroš a upřesnil: „Klienti mají na zabezpečené certifikované doméně přístup k poště, hlasovým zprávám, faxům a dalším dokumentům online, kdykoli a odkudkoli.“ Výhody pronájmu sídla využívají především majitelé firem bez vlastních nemovitostí, kteří nechťejí mít z důvodů prestiže sídlo společnosti doma, případně vlastní kancelář a sekretářku po většinu roku ani nepotřebují. Dále jsou to podnikatelé, kteří

nepotřebují fyzicky pevnou adresu. Pokud jde o zaměření, nejčastěji se jedná o podnikatele působící v oblasti služeb a obchodu. SMART Office & Companies, s. r. o. je lídrem trhu v oblasti zakládání, prodeje a následné správy společností po celém světě. Společnost využívá stabilní zázemí investiční skupiny NATLAND Group, jejímž je členem. Toto finanční zázemí se odráží ve vysoké kapitálové vybavenosti společnosti, která tak může mít neustále na skladě ready made společnosti po celém světě. SMART Office & Companies je také průvodcem v podnikání zahraničních osob, nabízí řešení veškeré legislativně-administrativní agendy spojené se zahájením podnikání v ČR.

(tz)

Nenechte si snížit sebevědomí

Podtrženo. Nedejte se a nedopustíte, abyste byly ovlivněny těmi, kteří vás stále jen poučují o tom, jak a co dělat lépe. Kteří špičkují, podrážděně vytýkají, rádi kazí radost druhým. Neklesněte před nimi a nenechte se klamat jejich protivným názorem na cokoli. Samy, milé dámy, víte, kolik věcí jste již dokázaly, co se povedlo a co by bývalo potřebovalo k absolutnímu úspěchu i trochu štěstí. Víím, že my, ženy, jsme od přírody pokorné a učenlivé, mlčky dokážeme přiznat chybu a hlavně se snažíme se ctižádostí nám vlastní ji napravit. Jsme optimistky a přináší nám potěšení, když se věci daří a je z toho všeobecný prospěch.

Nemáme však rády prostředí, v němž se záměrně dokazuje, že všechno je špatné a k ničemu, že není třeba dokonce ani nic zlepšit a že ...

Ale k věci. V poslední době jsem absolvovala několik manažerských jednání denně. Nevím, co to do těch lidí vjelo, ale všechna ta setkání se nesla v duchu vzájemně neklidném, zbytečně cynickém a závistivém, aby snad někdo nepřišel na něco podstatnějšího a zajímavějšího než ten druhý a neměl třeba šanci si vydělat více peněz nebo být dvakrát za sebou pochválen. Vůbec nevím, co se s lidmi v poslední době děje – čím více se hovoří o týmové práci, o významu partnerství, tím více přibývá nevraživosti, podezírání a sobeckosti. Kdoví, co je příčinou – zda krizové nejistoty, platební morálka či nemoci, jež křížují zeměkouli. Jestli jsou to informace o tom, že platy neporostou jako doposud, že se málo investuje nebo že děti nosí ze školy víc pětetek a poznámek.

V posledních dnech jsem si i já častokrát opakovala, že je život čím dál tím více o kompromisech. Sama cítím úskalí tohoto tvrzení. Myslím si však, že kompromisy mají jednu velkou výhodu. Jsou odhodláním k naslouchání, tedy k řešení. A kdo hledá řešení, může být zdravě sebevědomý.

vaše Eva Brixí

Soutěž s Zepter International

Milé čtenářky, ve spolupráci se společností Zepter International, kterou jistě velmi dobře znáte jako reprezentanta špičkové kosmetické značky, jsme pro vás připravili malou jarní soutěž.

Napište nám odpověď na otázku:

Jaká květina je hlavní složkou řady SWISSOLOGICAL?

- 1) mateřídouška
- 2) echinacea
- 3) protěž

Odpovědi zasílejte do konce června na emailovou adresu do naší redakce:

brixí@prosperita.info, kacer@prosperita.info

Ze správných odpovědí bude vylosována jedna.

Výherkyně (výherce) obdrží od společnosti Zepter International balíček atraktivní kosmetiky.

Jaká výhra vás čeká?

BLOSSOM DEODORANT SPRAY

Uvolňující, romantická vůně odhalující svěžest bílých květů jasmínu a pačuli. Zelený vetiver a galbanum se do plné vůně rozvíjí spolu s ženskými, rafinovanými a hřejivými tóny santalového dřeva, broskve a mošusu. Vůně je vhodná i pro citlivou pokožku. Základem je jedinečné složení přírodních přísad, byliny, květiny, a hlavně čerstvé výtažky z echinacey, jež zaručují dlouhotrvající účinek.



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 3, květen 2009

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové

e-mail: brixí@prosperita.info, mobil: 602 618 008

obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609

design: Věra Vinterová a Karel Švihel

zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožničková

tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem



Co děláte, když zjistíte, že víc spěchat už není v lidských silách?

► Ing. Irena Vlčková
tisková mluvčí

SVAZ OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČR

Na tuto otázku bych asi s trochou nadsázky nejraději odpověděla, že nic. V takovou chvíli je asi nejlepší za vším „zabouchnout dveře“ a jít si trochu pročistit hlavu. S malým odstupem se každý problém zdá menší a lépe řešitelný. Z vlastní zkušenosti vím, že většinou to, čeho se nejvíce bojíte, dopadne dobře, a naopak záležitosti, kterým téměř nevěnujete pozornost, mohou pěkně zkomplikovat život.



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

► Tomáš Síkora
ředitel České asociace pojišťoven

Na ženách manažerkách oceňuji především smysl pro intuici. V různých situacích jsem se mnohokrát setkal právě u žen s přesným odhadem situace či osob, ačkoli jim k jejich tvrzení většinou chyběla „tvrdá data“. Jsou více pocitově založené než muži, což je jejich velká výhoda. Bez žen v manažerském týmu nemůže být dostatečně široký a objektivní pohled na řešení problémů. Ženy navíc dokážou řešit v jednom čase více úkolů najeďnou. Myslím si, že kombinace žen a mužů je přínosem v každé produktivní společnosti, a to nejen na manažerských pozicích.

Informace do kabelky

Jak do restaurace s Michelinem

Na základě úspěchu aplikace pro iPhone „MICHELIN guide Restaurants“ uvedené na trh ve Francii a v Evropě oznámil Michelin představení 4 nových aplikací pro Evropu (pro Německo, Španělsko a Portugalsko, Itálii a Spojené království) a dvou pro Spojené státy (pro New York a San Francisco). Budete-li tedy cestovat v těchto místech, může být vaším pomocníkem právě Michelin. Tato aplikace vyvinutá ViaMichelin je schopna zobrazit všechny restaurace, které byly vybrány do průvodce, a to jak restaurace oceněné hvězdičkou, tak restaurace Bib Gourmand, které nabízejí skvělou kvalitu za přijatelnou cenu. Aplikace pro Evropu a Spojené státy jsou na trhu od 30. dubna v 5 jazykových verzích (ve francouzštině, angličtině, němčině, španělštině a italštině). Aplikaci určenou pro iPhone a iPod Touch lze zakoupit v iTunes App Store, kde je lze nalézt pod heslem „Michelin“. Již za několik sekund umožní tato služba uživateli iPhone nalézt v okolí restauraci a udělat rezervaci. Každý seznam obsahuje detailní informace, včetně adresy, telefonního čísla, otevírací doby, získaných ocenění a poznámek z průvodce MICHELIN. Ceny se pohybují v Evropě v rozmezí od € 7.99 za jednotlivou aplikaci až po € 14.99 za komplexní seznam všech vybraných evropských restaurací.

(tz)





Evropské fondy pomohly

Za podpory ERDF /Evropského fondu pro regionální rozvoj/Regionálního operačního programu Severozápad/ dokončila v těchto dnech lázeňská společnost Imperial Karlovy Vary svůj projekt „Spa Resort Sanssouci – Zahrady zdraví“. Výsledkem čtyřměsíční

rekonstrukce a modernizace za 190 milionů korun je přesně podle vymezení oblasti podpory 4.2. ERDF výrazné zlepšení kvality ubytovacích a stravovacích zařízení Spa Resortu Sanssouci. Tuto skutečnost provází řada synergií díky koncentraci velmi kvalitní 650lůžkové

kapacity v Karlových Varech, jako je zvýšení zaměstnanosti, podpora místních podnikatelských subjektů v oblasti cestovního ruchu a v neposlední řadě i zvýšení příjmů města a renomé společnosti Imperial Karlovy Vary.

(tz)

Benefity Café – nový a moderní způsob jak motivovat zaměstnance

Každá fungující společnost si velmi dobře uvědomuje, jak cenným přínosem jsou pro ni kvalifikovaní a loajální zaměstnanci. Proto jsou seznamy zaměstnaneckých benefitů čím dál atraktivnější, a to i navzdory stávající krizi. Na základě nejrůznějších, na sobě nezávislých, průzkumů bylo zjištěno, že zaměstnanci nejvíce oceňují při čerpání benefitů volnost při jejich výběru. To je také důvodem velké oblíbenosti nejrůznějších poukázkových systémů. Výzkum společnosti Factum Invenio na téma zaměstnaneckých benefitů ukazuje, že téměř ¾ z dotazovaných osob (71 %) měly zájem o výhody v podobě poukázek. S cílem co nejlépe reagovat na neustále se rozvíjející poptávku trhu zaměstnaneckých benefitů a nabídnout klientům nové moderní řešení přišla společnost Accor Services – má nový systém Benefit Café. Benefit Café představuje ve své kategorii jeden z nejlepších nástrojů řízení zaměstnaneckých benefitů. Umožňuje nejen efektivně řídit nabízené zaměstnanecké benefity, jako jsou penzijní fondy, životní pojištění, vzdělávací kurzy, monobrandové nebo multibrandové poukázky, ale zároveň se může stát i nepostradatelným komunikačním nástrojem pro HR manažery.

Systém Benefit Café byl vytvořen exkluzivně pro Accor Services a pokrývá rozsáhlou oblast péče o zaměstnance:

- Zaměstnanec uvítá flexibilitu a jednoduchost systému se širokou nabídkou benefitů, jakož i pravidelné informace o nových nabídkách a stavu svého účtu.
- Zaměstnavatel ocení širokou škálu možností personalizace systému na míru společnosti, od úpravy designu až po individuální přístup ke každému zaměstnanci nebo skupinám. To vše jedním kliknutím.

„Náš nový cafeteria systém Benefit Café si klade za cíl plně uspokojit zaměstnavatele stejně jako zaměstnance. Každá společnost používající Benefit Café specifikuje svá očekávání, kolik a jaké benefity poskytne svým zaměstnancům a... to je vše. Accor Services zajistí všechny procesy bez zásahu do stávajících podnikových systémů,“ vysvětlil Martin Bulíř, obchodní ředitel Accor Services CZ, a dodal: „Benefit Café navíc umožní díky e-mailu a sms cílenou, a především personalizovanou komunikaci se samotnými zaměstnanci. HR manažeři jsou schopni

posílat individuální sdělení k definované skupině zaměstnanců a poskytují jim relevantní informace. Tento osobní přístup a vytvoření pocitu solidarity s firmou představuje jeden ze základních stavebních kamenů zaměstnanecké loajality, tak důležité pro dobře fungující podnikání.“

Benefit Café se skládá z pěti klíčových součástí, které jsou důležité pro efektivní řízení benefitního programu:

- Account management – správa profilů a účtů všech zaměstnanců.
- Communication Management – vedení veškeré osobní komunikace, speciální promotion aktivity dle definovaných kritérií.
- Benefit Management – řízení benefitních nabídek, Accor Services uzavírá smlouvy přímo s dodavateli benefitů.
- Logistika – řízení dodávky a distribuce benefitů dle definovaných kritérií.
- Reporting – možnost zpracovat jakýkoliv report a analýzu z dat, které se nacházejí v systému.

(tz)

www.benefit-cafe.cz

s Alicí Dokoupilovou

Do Mexika za obchodem

Mohlo by se zdát, že Mexiko je pro nás země cizí a příliš vzdálená. Vůbec to však nemusí být pravda, ať se jedná o turistický výlet za kulturními památkami Aztéků, nebo o uzavření dobrého businessu. Za nejlepší příklad může posloužit Alice Dokoupilová, ředitelka zahraniční kanceláře CzechTrade v Mexico City. Hovořili jsme s ní nejen o příležitostech, které se v Mexiku českým podnikatelům nabízejí.

Pokud Češi navštěvují Mexiko, bývají nejčastěji cílem jejich cesty přímořská letoviska a kulturní památky. Vy však patříte k hrstce těch, kteří tam dlouhodobě žijí a pracují. Co vás do této země přivedlo a co vás k ní poutá?

Do Mexika mě přivedlo studium španělštiny a při něm samozřejmě i návštěva kulturních památek. I když jsem měla zpáteční letenku, která „vymezovala“ můj pobyt na tři měsíce, v polovině pobytu mi už bylo jasné, že Mexiko zatím neopustím a že raději opustím své tehdejší zaměstnání v Praze. V Mexiku jsem se tzv. „našla“. Pohltila mě španělština, pověstná latinsko-americká spontánnost, hudba a taky pro mě správná míra chaosu. Mám ráda fungující věci, ale ne neměnná pravidla, a už vůbec ne dogmatické vyžadování jejich plnění. Ráda dělám věci po svém, aniž by však za mnou sto let tráva nerostla. Mexiko mi dalo prostor objevit v sobě jistou dávku této nekonvenčnosti a později i možnost ji rozvinout a pochopit, že se na ni mohu spolehnout. Tady jsem ji objevila a tady ji chci v pracovním i soukromém životě v této chvíli využít. I přes mnohé „ale“ jsem tu ráda. Ještě se zde zjevně pro mě neuzavřel onen pověstný kruh.

V čem může být mexický trh atraktivní zvláště pro střední a malé podnikatele? Vyplatí se jim překonat ohromnou vzdálenost zámořského teritoria, vyrovnat se s cizojazyčným prostředím, odlišnými kulturními zvyky a dalšími specifiky Střední Ameriky?

Mexiko může být obchodně zajímavé prakticky pro kohokoliv. Je to obrovský trh se 105 mil. obyvatel, takže logicky je tu poptávka po všem. Nezastírám přitom, že se nejedná o trh značně

saturovaný a velmi cenově sensitivní, tedy žádná „černá díra“, do které prodáte cokoliv. Jsou firmy, které do Mexika chtějí, anebo doslova musejí, a to kvůli svému největšímu odběrateli. Pak jsou firmy, které Mexiko jen tak zkoušejí anebo nově ty, jež ekonomická krize dohnala k nutnosti hledat odbyt skoro kdekoliv. Velikostně se paradoxně jedná o společnosti velké, střední i malé. CzechTrade je tu mj. od toho, aby jim poradil či pomohl objektivně podložit, jestli se jim budoucí úsilí spíše vyplatí, nebo ne. Standardně firmám doporučuji, aby si nejprve nechaly zpracovat tržní studii. Až když o trhu v daném oboru něco víte, můžete se daleko kvalifikovaněji rozhodnout, jestli i dle vašich hodnotících měřítek stojí za to do toho jít. Investovat pár tisíc korun se vyplatí i tehdy, když víte, že jste neudělali špatné rozhodnutí. Navíc dobře zpracovaná tržní studie může přinést i mnohé nové nápady.

Říká ještě něco Mexičanům značka Made in Czechoslovakia? Jak obchodníci vnímají nabídku z České republiky?

Název Czechoslovakia tu uslyšíte stále daleko častěji než Republika čeca. Mezi obchodníky i neobchodníky. Obchodníci ji znají zpravidla díky značkám kovoobráběcích strojů, skla, bi-



Alice Dokoupilová

žuterie, textilních strojů a turbín. Neobchodníci hlavně díky fotbalu a kráse našich žen. Skoro všichni ale umějí zareagovat na slovo „Praga“. Do jednoho se začnou rozplývat nad krásou naší metropole a nemálo z nich vám řekne, že je to nejkrásnější město v Evropě. Nabídku českých výrobků je proto vhodné doplnit alespoň o poznámku, že jsme součástí Evropské unie, anebo na „ztracený“ pohled Mexičana pružně zareagovat právě zmínkou o Czechoslovakia. Prolomí to ledy, dostanete se v hovoru rázem ke kráse Prahy, kdy tam dotýčný byl, případně jeho příbuzní a známí, jak a co se jim líbilo atd. Mexické obchodování je o vztahu, o důvěře, o tom, že se ti dva znají. A pak samozřejmě o ceně anebo také o úplatcích.

O jaké obory a výrobky projevuje Mexiko největší zájem?

V době současného poklesu ekonomiky klesá poptávka ze soukromého sektoru a naopak, v rámci anticyklických balíčků roste objem vládních výdajů. Slibné jsou v této chvíli zejména obory jako energetika





► (tradiční i zelená), vodohospodářství, zpracování odpadu, petrochemie, elektrotechnika, letecký průmysl, léky a zdravotnický materiál. Vzhledem ke zvýšené nutnosti firem hlídat náklady a také k nedávnému zavedení cel na některé výrobky importované z USA, má v Mexiku šanci jakékoliv zboží s dobrou cenou nebo technologií, která zajistí úspory.

Pokládáte mexické firmy za seriózního partnera? Na co by si měli dát podnikatelé při jednání s nimi největší pozor?

Všeobecně ano, i když jako všude na světě existují výjimky. Našinci by se ovšem mohlo zdát neseriózní již nedodržení stanoveného termínu (schůzky, práce, zaslání informace...). To je ale jeden z typických rysů místní kultury, takže je třeba umět roviny kultury – neserióznost odlišovat. V Mexiku je velmi zavádějící na jednání jen „slyšet“. Platí zde dvojnásob, že je

třeba umět „poslouchat“, a já dodávám, že i umět „vycítit“. Mexická kultura neumí být tzv. jasná, stručná a výstižná. V množství pozitivních slov, úsměvů a pozvání se mnohdy skrývá „ne“. Doslova tabu je v jednáních kritizovat. Ani konstruktivní kritika není zpravidla akceptována, stejně jako arogance. Rozhodně se vyplatí si nechat dopředu poradit anebo se nechat doprovázet člověkem znalým.

V čem mohou firmy při „dobývání“ Mexika počítat s pomocí agentury CzechTrade?

S již zmíněným průzkumem trhu, se zajištěním obchodních kontaktů, se službou týkající se ověření zájmu o český výrobek, se zjištěním technických, obchodních, finančních, logistických i právních překážek, s asistencí při jednáních, včetně tlumočení, se zajištěním účasti firem na veletrzích, asistencí při zakládání podniku,

ověření bonity mexického partnera, atp. Dvěma slovy – s pružností a profesionalitou.

Dokáží se na vstup do tohoto teritoria dostatečně připravit, jazykově, znalostmi, propagací, reklamou?

To je zatím spíše problém. Většina českých firem chce Mexiko oslovit s anglickými prospekty, na jednáních mluvit anglicky, v komunikaci dává přednost e-mailu před telefonem a telefonem před osobní návštěvou, rychlému postupu typu ano/ne před vytrvalostí a taktizováním přesvědčeného bojovníka. Přitom Mexiko je země, kde čas je na naše poměry relativní pojem, kde rodina je v žebříčku hodnot nad prací, kde umět španělsky znamená mít dveře již napůl otevřené, kde přijít osobně je výrazem zájmu a přinést dárek společenskou nutností a hodnotný dárek pak momentem vyčlenění se z řady... Nemáte-li tudíž v Mexiku kontakty, musíte si je nejprve udělat. Je to jako přátelství, je třeba nejprve investovat, aby přátelství neslo své sladké ovoce.

Pomohou exportérům do Mexika i státní instrumenty na podporu vývozu, například úvěry, garance a podobně?

Samozřejmě. Kdo umí dostupných nástrojů využít, má výhodu. Obzvláště těch, které se týkají profinancování anebo zajištění celého obchodního případu. Mexický partner čeká na dodavatelské úvěrování.

ptal se Pavel Kačer



Dámský investiční klub

má za první rok existence více než 1500 členek

Dámský investiční klub České spořitelny v únoru oslavil již rok svého trvání. Za tu dobu se jeho členkami stalo více než 1500 žen se zájmem o investování. Téměř 800 z nich navštívilo odborně společenská setkání klubu, na kterých se dozvěděly informace důležité pro investování a lepší orientaci ve finančním světě.



V centru dění: ŽENY

- **Ženy mají velkou kupní sílu** – zodpovídají za 80 % nákupních rozhodnutí! (*The Economist, Zpravodaj Gender Studies, 30. 11. 2007*)
- „Ženy dlouho nebyly jako zvláštní cílová skupina bankami a investičními společnostmi brány vážně. Dnes se ale situace začíná měnit. Studie Investmentbarometr agentury GfK potvrzuje silící pozici žen“. (*Lucie Tóthová, server Penize.cz, článek Jaké jsou ženy investorky, 1. 4. 2008*)
- Další otázkou je **demografický vývoj společnosti** (stárnoucí populace, narůstající náklady na zdravotní péči, nové formy soužití, rostoucí role ženy jako partnera pro život – nutnost vzdělávání investorek v otázkách využívání příležitostí čs. kapitálového trhu → prospěch pro celou společnost)

Dámský investiční klub
Česká spořitelna

ČESKÁ
SPŮRITELNA
1869–2018

Dámský investiční klub: členky klubu

Zastoupení podle věku:

✓ cca 80 % v produktivním věku

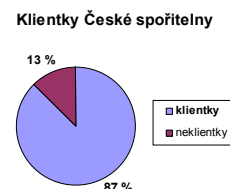
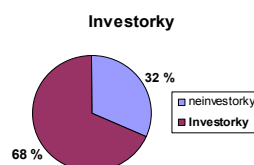
věková hranice	počet	poznámka	%
70 a více	4	ročník 1938 a méně	0,3
60 –69	94	ročník 1939–1948	6,2
50 –59	424	ročník 1949–1958	28,1
40 –49	437	ročník 1959–1968	28,9
30 –39	359	ročník 1969–1978	23,8
30 a méně	189	ročník 1979 a více	12,5

Dámský investiční klub
Česká spořitelna

ČESKÁ
SPŮRITELNA
1869–2018

Dámský investiční klub: členky klubu

- 1330 klientky, 192 nekliečky
- 1038 investorky, 484 neinvestorky
- cca 1200 z Čech, 300 z Moravy (20 %)

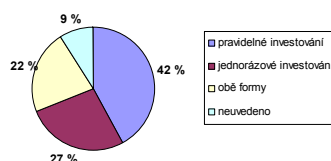


Dámský investiční klub
Česká spořitelna

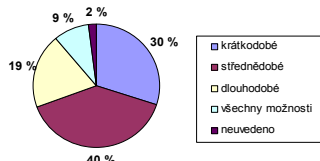
ČESKÁ
SPŮRITELNA
1869–2018

Dámský investiční klub: členky klubu

Frekvence investic



Časový horizont investic



Dámský investiční klub
Česká spořitelna

ČESKÁ
SPŮRITELNA
1869–2018

Dámský investiční klub: ptáme se...

1) Zaujala Vás myšlenka Dámského investičního klubu České spořitelny?

- 31 % členáček je jí nadšeno
- 59 % se v tu dobu registrovalo

2) Zajímáte se o investování do starožitností, zlata, umění či luxusního zboží?

- 21 % členáček již investovalo
- 44 % členáček se zajímá, ale nemá zdroje informací

3) Vyhovuje Vám stávající úroveň odborných informací prezentovaných na webových stránkách klubu?

- 48 % úroveň vyhovuje
- 40 % by dalo přednost větší odbornosti
- 12 % upřednostňuje menší odbornost

Dámský investiční klub
Česká spořitelna

ČESKÁ
SPŮRITELNA
1869–2018

► „Dámy oceňují zajímavé náměty klubových setkání, které jim pomáhají lépe se vyznat ve světě financí a investic. Díky tématům, jako jsou například důchodová reforma či současná ekonomická situace, si rozšiřují své znalosti a získávají tak potřebný rozhled pro vlastní investiční rozhodování,“ uvedla Romana Vlková, manažerka Dámského investičního klubu České spořitelny. „Klubové akce jsou přínosné pro možnost setkat se s úspěšnými ženami-odbornicemi a navázat zajímavé osobní či pracovní kontakty,“ dodala Romana Vlková. Mezi členky klubu patří manažerky, podnikatelky, političky či novinářky z Čech i Moravy. Více než 80 % z nich je v produktivním věku – mezi 30 až 60 lety. Téměř 70 % členek má zkušenosti s investováním a většina je klientkami České spořitelny. Dámský investiční klub České spořitelny vznikl 15. února 2008. Jeho založením banka navázala na tradici Erste Group, která podporuje skutečnost, že investování není jen mužskou záležitostí. Zároveň inspirovala další členy ve skupině a svůj dámský investiční klub již mají na Slovensku, v Maďarsku a připravují ho i v Chorvatsku.

Rozdíly v investičním chování mužů a žen

Jaké jsou ženy investorky?

- dávají přednost **opatrnějším formám** zhodnocování peněz (stavební spoření, fondy, vkladní knížky) – větší **orientace na jistotu** než výnos
- kladou větší **důraz na flexibilitu** zhodnocování úspor a majetku (možnost měnit úložné částky, přerušení spoření během mateřské dovolené atd.)
- mají větší **sklon k eticky správným** investicím (ekologické fondy, eko-průmysl, péče o zdraví – ne: energie, ropa, těžba uhlí)
- **ochotněji investují do hmotných produktů** (nemovitosti, podíly ve firmách s akciemi luxusních výrobků a toho, co znají a mohou si „šáhnout“)
- využívají **více rad** poradců, očekávají více a důkladnější informace

Dámský investiční klub
České spořitelny

ČESKÁ
SPORITELNA
Jana Kříž 188.

Výhodou členství jsou přednostní pozvánky na klubové i partnerské akce. V tomto roce plánuje Dámský investiční klub dvě velká odborně-společenská setkání, vydání

čtyř čísel časopisu Lady In a partnerskou spolupráci s dalšími subjekty – především v oblasti odborně-společenských setkání.

(tz)

Chytré nákupy...

Šetrní spotřebitelé utratí za potraviny méně peněz tím, že nakupují chytře – to prokázal nový průzkum společnosti Whirlpool Europe. Na 74 % Evropanů změnilo kvůli horší ekonomické situaci způsob nakupování potravin. Celkem 31 % z nich se snaží šetřit, a proto nakupuje nejběžnější potraviny v diskontech nebo na tržnicích, přičemž asi třetina spotřebitelů snížila četnost návštěv v obchodech. Plných 28 % Evropanů nyní nakupuje potraviny dokonce méně než jednou týdně.

Když už se evropští spotřebitelé do supermarketu přece jen vydají, ti šetrnější maximálně využívají slev a nakupují ve větším balení. Na 61 % evropských spotřebitelů přiznává, že kupuje ve velkém a nakupovat chodí méně často, přičemž se ve snaze ušetřit nechá ochotně lákat speciálními akcemi. Léto se blíží, nakupovat chodíme méně často a objem nákupu se přitom zvětšuje – je tedy stále důležitější uchovat potraviny čerstvé po delší dobu. Přestože 60 % Evropanů podle

průzkumu dbá, aby v odpadkovém koši skončilo co nejméně zkažených potravin, například průměrný Ital každoročně vyhodí potraviny v hodnotě neuvěřitelných 15 tisíc korun. Pro skladování potravin je tedy ideální využít chytrých spotřebičů – chladničky a mrazničky. Ty ochrání nejen před vyhařováním peněz za zkažené potraviny, ale díky energetickým třídám A+ a A++ také ušetří nemalou částku za spotřebu energie.

(tz)

Prosperita

Prosperita? Především!
Nic jiného neřeším.

Váš webdesign

Dotkněte se
reality

Internet a design

Vyrobíme webové stránky nejlépe vyhovující vašemu podnikání nebo činnosti. Našími hlavními přednostmi jsou: kreativní design a rychlost samotné výroby i provádění aktualizací. Dbáme na precizní naprogramování, které mimo jiné zaručuje také rychlé načítání v prohlížečích.

Zabýváme se rovněž tvorbou interaktivních řešení. Do nových stránek například zabudujeme poptávkové a objednávkové formuláře nebo systém pro fungování newsletteru. Kontaktujte nás kdykoli. Poskytujeme komplexní řešení, dovedeme vás k úspěšné prezentaci.

Poskytovatel RIX, s.r.o.
Ocelářská 2274 /1, 190 00 Praha 9
Telefon: +420 606 615 609
Fax: +420 284 689 063
info@prosperita.info
www.prosperita.info

Na Cenu kvality v sociálních službách jsou její nositelé hrdí

Vysoká úroveň sociálních služeb byla a je vždy ve světě vizitkou státu a vyspělosti národa. Cena kvality v sociální péči je projekt, který hledá a oceňuje nejkvalitnější poskytovatele sociálních služeb: domovy důchodců, pečovatelská centra, ústavy sociální péče, tedy služby, které se nás všech bezprostředně dotýkají a my nebo naše rodina je dříve nebo později také využijeme. Na toto téma jsme hovořili s MUDr. Janou Bradáčovou, MBA, ředitelkou společnosti IKARIA CZ a.s.

Blíží se finále Ceny kvality v sociální péči. Těšíte se na slavnostní večer? Kolik práce se skrývá za přípravou tak velké akce?

Finálový večer je malou třešničkou na dortu. Projekt od vyhlášení do ukončení hodnocení trvá více než šest měsíců v roce a úměrně s časem vzrůstá i nervozita nominovaných. Je tedy jasné, že když už oceňujeme, tak formou elegantního a velmi příjemného večera s milým programem. Pokud to kapacita a finance umožní, zveme co nejvíce nominovaných zařízení, u vítězů i rodinné příslušníky, hodnotitele, vedoucí sociálních odborů. Snažíme se, aby to byl výjimečný den a svátek pro celou oblast sociálních služeb.

Zavzpomínáte, jak a proč se zrodil projekt Ceny kvality?

Čtenářky Madam Business vědí jistě hodně o tom, jak je pravdivé rčení „za vším hledí ženu“. U Ceny kvality v sociální

péči za tím stály hned dvě ženy. Na mé straně bylo přání, abychom pro čtenáře časopisu Sociální péče, který vydáváme, měli také projekt soutěžního typu a udělovali ocenění, kterým nějakým způsobem oceníme pracovníky těchto služeb. Konkrétní rysy projektu mi velmi významně pomohla dotvořit paní doktorka Běla Hejná, velmi uznávaná odbornice, která již roky bojuje za změnu postoje veřejnosti k sociálním službám a byla také jednou z autorek nového zákona o sociálních službách. Hodně dobré bylo i načasování. Před spuštěním tohoto projektu totiž vrcholily přípravy na zavedení standardů kvality sociálních služeb a bylo přínosné, že kvalitu zařízení a profesionalitu jejich pracovníků někdo oceňuje.

Projekt už čtyřikrát prošel zkouškou ohněm a obstál. Co na něm bylo nejtěžší a co vás nejvíc překvapilo?

Nejtěžší asi bylo zprísnění podmínek zařazení a úplná rekonstrukce systému hodnocení projektu mezi pilotním a prvním ročníkem. To, abychom se přiblížili metodice hodnocení podle EFQM modelu, stálo celý organizační tým i hodnotitele hodně práce. Velkou zkouškou funkčnosti bylo rozšíření hodnocení o posuzování všech druhů sociálních služeb. To, co mě překvapí vždy znovu a znovu, a také to, co dává projektu hluboký smysl, je otevřenost, sdílnost a pozitivní přístup, který u bezmála všech pracovníků sociálních služeb najdete. Když navštívíte třeba domov důchodců nebo ústav sociální péče, od vstupu až po kuchyň potkáte usměvavé, ochotné a vnímavé pracovníky, kteří zcela přirozeně spojili pomoc potřebným se svými profesními ambicemi a kteří tuto náročnou a vyčerpávající práci vnímají jako své poslání.



MUDr. Jana Bradáčová, MBA

Vystudovala Lékařskou fakultu UK v Bratislavě, v roce 1998 založila vydavatelství a PR agenturu. V záchrannářství a v oblasti sociálních služeb vydává celostátní periodika a je garantkou významných projektů, mezi které patří i Cena kvality v sociální péči, která je již od doby svého vzniku zařazena mezi strategické projekty Rady kvality ČR v rámci aktivit Národní politiky kvality.

Cena kvality se stala stěžejní akcí Rady kvality ČR a spadá do aktivit Národní politiky kvality. Cítíte podporu státu?

Ano, u projektu cítím ochotu již od pilotního ročníku, nejen morální a finanční, ale i faktickou podporu a zájem členů Rady kvality o celý proces hodnocení, pomoc s propagací a medializací oceněných zařízení. Ale je to taky naopak, i na členech Rady kvality ČR i odbornících realizujících v praxi Národní politiku kvality je patrný značný posun v zájmu o tuto problematiku.

Těm, kteří dělají pro potřebné víc, než by bylo jejich povinností, se už několikrát dostalo veřejného ocenění. Nenarážíte na problém, že se jména lidí a názvy institucí opakují? Bude i napříště z čeho vybírat?

V sociální péči je velmi silná solidarita a sdílnost. Proto se také stává, že ocenění nebo vítězové v jednom ročníku doporučí své sesterské zařízení nebo zařízení v blízkém okolí do dalšího ročníku. Také je velkým kladem, že ocenění je vnímáno samotnými soutěžícími natolik vážně, že pokud nevyhrají jeden rok, snaží se opakovaně přihlásit do soutěže i v dalším ročníku. Bereme to jako signál vážného zájmu být jako kvalitní poskytovatel vní- ▶



Z nedávné historie – Ing. Pavel Ryšánek za Radu kvality ČR se přidává ke gratulacím vítězům jedné z kategorií...

► mán. Cenu kvality není jednoduché získat, proto nedostatek nominací zatím nehrozí.

Počítáte s aktivní spoluúčastí místních a regionálních samospráv? Cena by se neobešla ani bez zájmu sponzorů. Kdo vám nejvíc vychází vstříc, s kým jste udělali nejlepší zkušenosti?

Zařízení se do projektu většinou nepřihlašují sama, ale někdo jiný je doporučí. Dost často jsou to zřizovatelé – tedy starostové nebo vedoucí sociálních odborů obcí, měst a krajů. Když je v obci fungující samospráva, dost často to poznáme i na podpoře a zájmu o získání tohoto ocenění právě pro zařízení v dané obci. Reklamní partneři projektu jsou dlouholetí a kromě pomoci s náklady večera darují vítězným institucím hodnotné dary. Spojení dodavatelů pro sociální služby s nejkvalitnějšími poskytovateli je jistě uváženou dlouhodobou marketingovou strategií i pro ně.

Smyslem vašeho snažení je dostat sociální péči na vyšší úroveň. Přesvědčila jste se, že každoročně udělovaná cena tomu skutečně napomohla?

Ano, viděla jsem, jak silný nástroj motivace může toto ocenění být. Viděla jsem mnohokrát upřímné emoce, slzy dojetí i velkou skromnost až rozpaky, se kterými vítězové trofej přebírají. Mají častokrát pocit, že si to snad ani nezaslouží, že přece babičky a dědečkové v jejich domově, nebo holky a kluci z jejich zařízení jsou pro ně nejlepší motivací... ale to, co je vidět a cítit ještě dlouho po skončení finálového večera, je především velká hrdost na sebe a na svůj pracovní kolektiv. To, o co se ještě snažíme, je pozvat na finálový večer co nejvíce nominovaných zařízení, i když tento rok třeba nevyhrála. Jsem přesvědčená, že je to pro ně pocta a také zdroj energie pro další práci.

V médiích se objevují případy šokujícího zacházení s lidmi odkázanými na sociální pomoc. Ukazují nám věrný obraz toho, jak se u nás s bezmocnými lidmi zachází?

Toto je bohužel velké klišé a uměle vytvořená mediální bublina kolem tzv. „klecových lůžek“, která ve skutečnosti vůbec neodpovídá současnému stavu péče o psychicky narušené nebo jinak zdravotně znevýhodněné spoluobčany v našich zařízeních. Na mnoha konferencích odborná veřejnost diskutovala a odsoudila takhle zkreslený až zinscenovaný pohled na respektování práv klientů sociálních služeb. Nutno



Jana Bradáčová a zástupce sponzorské společnosti čekají na oceněného...

ale říci, že agresivita v zařízeních sociálních služeb je fenoménem, se kterým se musí pracovníci vyrovnávat. Touto kauzou se alespoň odtabuizovalo citlivé téma. Začali jsme mluvit například o úplném protikladu, o agresivitě klientů vůči pracovníkům zařízení.

Mění se tedy obraz sociálních služeb? Jak?

Od doby, co vznikl projekt, se především upravily zákonné podmínky pro poskytování služeb. Ty změnily úplně od základu pohled na celou oblast. Pak se zařízení začala rychleji nebo pomaleji přizpůsobovat změnám podmínek, renovovat, ohromně narostla odborná příprava a profesionalita pracovníků, obce a města renovovaly nebo nově doinvestovaly do zařízení, začaly plánovat a kombinovat sociální služby. Prioritou je nyní co nejdříve udržet seniora nebo zdravotně znevýhodněného občana v přirozeném prostředí, doma, v rodině. K tomu se tvoří síť terénních služeb, denních stacionářů a samozřejmě i síť pobytových zařízení. Rozhodnutí o využití služeb je nyní ponecháno na uživateli samotném.

Založila jste PR agenturu a vydavatelství IKARIA CZ, vydáváte časopis Sociální péče, vytvořila jste Cenu kvality v sociálních službách... za tím vším se jistě nacházejí hlubší příčiny. Co utvářelo váš vztah k starým, nemocným a sociálně vyloučeným občanům?

Vztah k lidem nemůžeme předstírat, minimálně ne dlouho. Máme jej v povaze nebo ne, podle vztahu k lidem si také vybíráme profesi. U mě vztah k seniorům a zdravotně znevýhodněným občanům asi formovalo lékařské vzdělání, pak léta praxe, osobní zkušenost se zdravotně postiženým rodičem a v neposlední míře přímý osobní kontakt s pečovateli a klienty zařízení. Někde uvnitř vím, že dělám dobrou věc pro výjimečné lidi, se kterými se výborně cítím. Tak to asi vnímá každá z nás, nemyslíte?

A závěrem: máte nějaké poselství, které byste čtenářkám Madam Business vzkázala?

Přála bych manažerkám a podnikatelkám, aby měly možnost strávit pár hodin jako host v některém z domovů důchodců nebo ústavů sociální péče. Báječně se vám tam srovnají životní hodnoty, dobijete si baterky. Mnohé z nás totiž v životě zastávají hned několik rolí, mnohokrát ani neví proč. Když pak vidí, jak si nikdo na nic nehraje, jak mile a rovnocenně a čistě někdo žije pro to, aby pomohl jinému, a raduje se z pokroku jiného, pak taky naše priority nám najednou připadnou směšné a malicherné. Proto, milé dámy, místo okázalých charitativních akcí a benefičních večerů zkuste třeba pracovat pár hodin jako dobrovolnice v zařízeních sociálních služeb. Efekt ve vaší psychice zcela jistě předčí veškerá očekávání...

připravil Pavel Kačer



Tak tomu říkáme propagace inkontinenčních pomůcek...

GM plodiny jsou nejrychleji se rozšiřující zemědělskou technologií

Zemědělství ve světě prochází revolučními změnami, které nemusejí být na první pohled vidět na polích, ve stájích a na našich stolech. To nejdůležitější se odehrává uvnitř organismů, v jejich genech. Díky biotechnologiím dostáváme nové plodiny s novými vlastnostmi. S využíváním geneticky modifikovaných organismů GMO se však nabízí otázka, jestli nezasahujeme příliš do přírody a zda se takové manipulace nemohou obrátit proti nám. A protože je to téma, o němž většina z nás více mluví, než o něm ví, předali jsme slovo ředitelce pro vnější vztahy společnosti Monsanto International Sárle Miluši Dvoržákové:

Máme se bát geneticky modifikovaných GM rostlin?

Pokud hovoříme o plodinách, jež prošly přísným schvalovacím řízením, ve kterém se zkoumá jejich bezpečnost a vliv na

zdraví lidí, zvířat i životní prostředí, tam se rozhodně bát nemusíme. Vývoj a schvalování biotechnologických plodin lze přirovnat k vývoji léčiv. Nejdříve se hledá tzv. funkční gen, který po vnesení do rostliny

jí přidá nějakou novou, námi požadovanou vlastnost, jako např. odolnost k hmyzím škůdcům, toleranci k suchu nebo změnu nutriční hodnoty. Předem jsou z tohoto procesu vyloučeny geny z organismů, které mohou způsobovat alergie, jako např. ryby, korýši, ořechy atd. Pouze v tom případě, že regulační instituce shledá plodinu stej-

ně bezpečnou jako její nemodifikovanou verzi, je povolena pro uvolnění na trh. Evropská unie má pravděpodobně nejprísnejší schvalovací kritéria na světě a reguluje průchod GM plodin celým potravinovým řetězcem. Monsanto používá pouze geny z rostlin a bakterií, např. z běžné půdní bakterie *Bacillus thuringiensis*, jež je využívána i v ekologickém zemědělství, nebo z petúnie, kterou známe z truhlíků na balkonech.

Kdo a proč vyvolává strach z GM organismů? A k jakým důsledkům to vede?

V principu umím pochopit, že každá novinka v lidech vyvolává obavy. Vzpomeňme jen na negativní reakce na první očkování, zděšení lidí, když viděli první parní lokomotivu nebo na těžko představitelnou podmínku, aby před každým automobilem běžel člověk s praporkem. Když dnes budu zemědělcům vyprávět, jak v roce 1932 lidé vytrhávali z polí první hybridní kukuřici, budou se mi smát, protože dneska už jinou než hybridní nepěstují. Ani geneticky modifikované plodiny již nejsou žádnou novinkou, vždyť v loňském roce byly pěstovány na 125 milionech hektarů a více ►

Miluše Dvoržáková



Za 12 let pěstování zvýšily biotechnologie produkci plodin o 141 milionů tun, na jejichž produkci by bylo potřeba dodatečných 43 milionů hektarů půdy. Nelze opomenout ani přínosy pro životní prostředí, jako je snížení použití pesticidů. Jen v roce 2007 představovaly úspory oxidu uhličitého, které jsou spojeny s pěstováním biotechnologických plodin, 14,2 miliard kg, což je ekvivalent odstranění 6,3 milionů automobilů z provozu na silnicích na celý rok.



Kukuřice po napadení zavíječem



Geneticky upravená Bt kukuřice MON 810 je odolná vůči zavíječí kukuřičnému. Průřez stonkem nevykazuje známky poškození larvami.

► než polovina lidstva žije v zemích, které je buď pěstují, nebo dovážejí a používají. Často je mi velmi smutno z toho, jak některé nátlakové organizace využívají nevědomosti lidí a za použití naprosto nesmyslných argumentů vedou proti GM technologii kampaň. Určitě každý už alespoň jednou slyšel, že GM kukuřice se může nakřížit na divoce rostoucí příbuzné druhy a potom u nás dojde ke vzniku „superplevelů“. Zní to opravdu věrohodně. Má to ovšem jednu velkou vadu, a to že nejbližší divoce rostoucí příbuzný druh kukuřice je v Mexiku. A tak bych mohla vyjmenovávat všechny ty nesmyslné argumenty, které se tak dlouho opakují, až se z nich stane „pravda“. Velkou práci při vysvětlování těchto omylů konají vědci, kterým ovšem ne vždy je věnována dostatečná pozornost. Myslím, že je nejvyšší čas, aby Evropa ukončila tento „hon na čarodějnice“ a tuto, dnes již v zemědělství široce používanou technologii, začala brát vážně. Považuji za velmi nerozumné a pro evropský výzkum přímo likvidační, aby schvalování nové GM plodiny trvalo léta, ve srovnání s USA, kdy tento proces v průměru trvá asi 1,5 roku. Evropská unie pro pěstování dosud povolila jen jedno GM kukuřiči odolnou na zavíječe kukuřičného, některé členské státy dokonce protiprávně vyhlásily zákaz pěstování i pro tuto kukuřici. A výsledek? Vývoj GM plodin ve světě rapidně postupuje, ať se to Evropě líbí, nebo ne. Evropská zemědělci nemají přístup k nejmodernějším technologiím, které nejen zvyšují efektivitu rostlinné výroby, ale jsou i šetrnější k životnímu prostředí. Evropa bohužel nevyužívá vlastního potenciálu ve vědě a výzkumu, ne-

umožňuje zemědělcům být konkurenceschopnými a to, co nepovoluje pro pěstování, paradoxně povoluje pro import a jen platí a doplácí...

Z mého pohledu je velmi důležité, že naše legislativní pravidla jsou jasná, dávají státním orgánům možnost kontroly a na druhou stranu jsou pro zemědělce proveditelná.

Ve světě se pěstování GM plodin velmi rychle rozšiřuje. Čím zemědělce přitahují nové GM odrůdy a jak mohou pozitivně ovlivnit ekonomiku, ekologii?

GM plodiny jsou nejrychleji přijímanou technologií v zemědělství vůbec, loňský meziroční nárůst ploch představuje 10,7 milionu hektarů. Ve světě jsou biotechnologické plodiny využívány v 55 zemích. A 25 zemí již schválilo jejich pěstování a dalších 30 zemí schválilo jejich použití do potravin a krmiv a průmyslové zpracování. GM plodiny za dobu svého používání přinesly pro zemědělce naprosto neodiskutovatelné výhody ve formě: zvýšení efektivity hospodaření, zjednodušení agrotechnických operací, snížení utužení půdy a půdní eroze a zvýšení výnosu na hektar. Za 12 let pěstování zvýšily biotechnologie produkci plodin o 141 milionů tun, na jejichž produkci by bylo potřeba dodatečných 43 milionů hektarů půdy. Nelze opomenout ani přínosy pro životní prostředí, jako je snížení použití pesticidů. Jen v roce 2007 představova-

ly úspory oxidu uhličitého, které jsou spojeny s pěstováním biotechnologických plodin, 14,2 miliard kg, což je ekvivalent odstranění 6,3 milionů automobilů z provozu na silnicích na celý rok.

Kam směřuje další vývoj GMO?

V dalších letech se očekává postupný rozvoj ploch i zemí, které budou GM plodiny využívat. Velký nástup těchto plodin se připravuje v Asii a Africe. Předpokládá se, že rýže jako plodina a odolnost vůči suchu jako charakteristická vlastnost, budou pro budoucí růst rozhodující. Důležitý je i vývoj plodin se změněnými nutričními charakteristikami, které budou představovat přímou výhodu pro spotřebitele, např. sójový nebo řepkový olej s dietetickými vlastnostmi olivového oleje, rostlinné oleje se zvýšeným obsahem omega-3 nenasycených mastných kyselin atd. V zemích, které mají s GM plodinami letité zkušenosti, dochází ke snižování podílu GM plodin pouze s jednou vnesenou vlastností ve prospěch kombinací 2–3 vlastností. Připraveny jsou plodiny až s 8 vnesenými vlastnostmi.

Jak se staví k pěstování GM plodin čeští zemědělci? Zvítězí u nás GMO, nebo regulace?

Česká republika se na rozvoj genetiky modifikovaných připravila s předstihem a velmi pečlivě. Státní správa zharmonizovala legislativní pravidla pro GMO ještě před naším vstupem do EU, vědecká komunita prováděla a provádí výzkum GM plodin a vědci se také věnovali budování povědomí o GM plodinách pro širokou veřejnost. Z mého pohledu je velmi důleži-

► té, že naše legislativní pravidla jsou jasná, dávají státním orgánům možnost kontroly a na druhou stranu jsou pro zemědělce proveditelná. Naši zemědělci naprosto jasně znají pravidla pro pěstování a mají možnost zhodnotit, zda jim insekt rezistentní Bt kukuřice, která je odolná na zavíječe kukuřičného, v jejich regionu přinese užitek, či nikoliv. Od roku 2005 dochází ke každoročnímu postupnému rozšiřování ploch s Bt kukuřicí a stále více pěstitelů má možnost se s tímto produktem setkat. Z našich zkušeností víme, že v oblastech, kde napadení zavíječem působí ekonomické škody, dojde při pěstování Bt kukuřice o navýšení výnosu asi o 1 tunu na hektar. Zemědělec také uspoří na nákupu insekticidů. Celkově je rozdíl v zisku mezi Bt kukuřicí a konvenční kukuřicí zhruba o 3000 Kč/ha ve prospěch Bt kukuřice. Věřím, že v dohledné době dojde k regis-

traci dalších GM plodin, které budou naši zemědělci moci na svých polích využívat.

**GM plodiny jsou již 10 let
mým každodenním
„modifikovaným“ chlebem.
Ani má cestovatelská vášeň
však nepřišla zkrátka, znám
„GM pole“ po celém světě.**

Můžete říci, co formovalo váš vztah ke genetickému inženýrství? Kudy vedla vaše cesta do společnosti Monsanto?
Vystudovala jsem obchodní fakultu na VŠE Praha, a dokonce ani na gymnáziu jsem k biologii jako takové příliš netíhla, nicméně technické obory mi byly vždy blízké. Dones si vybavuji, jak jsem nad zaujatým výkladem o objevu dvoušroubovice DNA pana profesora Beránka kroutila hlavou a říkala

jsem si, k čemu mi to bude. Kdybych tenkrát věděla to co dnes, určitě bych si pro další studium zvolila některý z přírodovědných oborů. Věřím, že století páry je již dávno za námi a před námi je doba elegantních řešení pro zemědělství, medicínu a průmysl v podobě biotechnologických produktů. Před nástupem do Monsanto jsem pracovala v PR agentuře a Monsanto bylo mým klientem, tak jsem s GM plodinami přišla před 12 lety poprvé do styku. Z agentury jsem potom odešla a naplánovala jsem si, že se budu alespoň půl roku věnovat své vášni, kterou je cestování. To mi bohužel vydrželo jen pár týdnů. Poté jsem dostala nabídku z Monsanto, kterou jsem ráda přijala, a GM plodiny jsou již 10 let mým každodenním „modifikovaným“ chlebem. Ani má cestovatelská vášeň však nepřišla zkrátka, znám „GM pole“ po celém světě.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Křeslo Vegetal – inspirace ze světa rostlin

Absolutní novinkou, která je výsledkem spolupráce designérů Ronana a Erwana Bouroulleca s renomovaným švýcarským výrobcem nábytku Vitra, je organicky koncipované křeslo s názvem Vegetal určené jak pro interiéry, tak pro exteriéry. Celé křeslo je vyrobené z plastu Miramid® od společnosti BASF tzv. metodou GIT, což je speciální technika vstřikování plastů. Křeslo bylo uvedeno na trh koncem roku 2008. Společnost Vitra představila tuto novinku široké veřejnosti na nábytkářském veletrhu „Salone Internazionale del Mobile“, který právě proběhl ve dnech 22. až 27. dubna 2009 v italském Miláně. Při návrhu nového křesla se bratři Bouroullecovi nechali inspirovat módou začátku 20. století: v Severní Americe dorůstaly stromy ve tvarech podobných konstrukci židlí díky systematickému prořezávání a intenzivní péči. Ústředním prvkem křesla Vegetal je tedy sedací plocha, která připomíná vzájemně propletené větve různých tloušťky. Křeslo Vegetal vyrobené z velmi odolného plastu Miramid® je vhodné jak pro venkovní, tak interiérové použití. Od poloviny

roku 2009 bude dostupné v šesti různých barvách. Design znamená daleko více než pouhý povrch a barvu. Je to i pocit a vzhled: dobrý design pomáhá výrobcům odlišit své produkty od konkurence, a právě proto se zákazníci společnosti BASF stále více zaměřují na aspekty designu. Prostřednictvím designfabrik™ (design factory), platformy služeb pro průmyslové designéry, chce společnost BASF pomoci designérům svých zákazníků k ještě většímu úspěchu. Designfabrik umožňuje rychlejší realizaci nápadů. V odvětví plastů je to vůbec poprvé, kdy výrobce surových plastů nabízí svoji vlastní platformu cílové skupině průmyslových designérů. V rámci této platformy nabízí BASF poradenství v oblasti aplikačních technologií, od výběru vhodné metody zpracování přes návrh, založený na použití plastu, až po výběr konkrétního materiálu. Katalog barev obsahující přibližně 20 000 vzorků

barev poskytuje



designérům inspiraci nejen z hlediska výběru barvy, ale také z hlediska textury jejich nových návrhů. Společnost BASF asistuje designérům v různých fázích vývoje výrobku. Ve fázi nápadu jim napomáhá prostřednictvím inspirace barvou a povrchem dospět k rychlejšímu a spolehlivějšímu rozhodnutí. Během fáze konceptu, technické know-how z oblasti plastů a znalosti materiálů zvyšují jistotu v probíhajících diskuzích, a následně ve fázi realizace technická odbornost v oblasti barev zabezpečuje vysokou kvalitu a stálost barev.

(tz)

www.miramid.com

www.designfabrik.basf.com



Pro ty, kteří mají úspory

GE Money Bank odpouští měsíční poplatek 499 korun za vedení exkluzivního konta Genius Gold všem klientům, jejichž vklady u banky dosahují průměrného měsíčního zůstatku 1 milion korun. Lidé tak mohou ročně ušetřit téměř 6 tisíc korun bez ohledu na to, v jaké formě své vklady u GE Money Bank mají. Do požadovaného zůstatku se započítávají finanční prostředky uložené jak na běžných účtech, tak na depozitních produktech, tedy i na termínovaných vkladech nebo na spořicímu účtu Genius Plus s nejvyšší úrokovou sazbou na trhu 3,6 % ročně.

Konto Genius Gold zahrnuje řadu nadstandardních služeb včetně vedení exkluzivní platební karty MasterCard Gold, která co do rozsahu služeb a odměn patří mezi nejlepší na trhu. Klienti tak mimo jiné získávají vysoké finanční odměny za platby kartou ve výši půl procenta z hodnoty nákupů a komplexní cestovní a úrazové pojištění pro celou rodinu. „Nabídkou bezplatného vedení konta Genius Gold odměňujeme ty klienty, kteří nám důvěřují a své úspory u nás nechávají zhodnocovat. Pokud například vloží svých milion korun na spořicí účet Genius Plus s nejvyšší úrokovou sazbou na trhu 3,6 %, dosáhne jejich roční výnos více než 36 tisíc korun,“ řekl Ondřej Lokvenc, manažer běžných účtů a platebních karet GE Money Bank a dodal: „Po započítání měsíční úspory 499 korun za vedení konta Genius Gold se tato částka bude pohybovat dokonce kolem 42 tisíc korun ročně, což je na trhu bezkonkurenční nabídka. K vysokým výnosům a úsporám klienti ještě navíc získávají Genius Gold, exkluzivní nástroj na správu svých financí.“ Exkluzivní konto Genius Gold nabízí majitelům řadu nadstandardních služeb. Jednou z nich

je nejvyšší úročení na běžném účtu se sazbou 2,5 % ročně. Majitelé konta mohou navíc využívat službu Odměna za platby kartou, v rámci které banka klientům připisuje půl procenta z hodnoty jejich nákupů platební kartou v obchodech nebo na internetu. Dále mohou využívat službu SMS servis, a získávat tak informace o pohybech a zůstatcích na účtu přímo na mobilní telefon. Klient tak má k dispozici exkluzivní služby, zajímavé produkty a vysoké

úročení na jednom místě s neustálým přístupem a kontrolou. Nemusí nic dalšího řešit. Součástí konta Genius Gold je také prestižní mezinárodní embosovaná platební karta MasterCard Gold, která slouží jak k platbě zboží a služeb, tak k výběru hotovosti. Rozsah služeb a odměn patří mezi nejlepší na trhu. Tato platební karta nabízí individuální nastavení denních limitů dle potřeb klienta s vysokou maximální hranicí. MasterCard Gold také umožňuje klientům využít službu Cash Back, tedy výběr hotovosti přímo u obchodníka. V ceně je navíc široká paleta nadstandardních doplňkových služeb:

- **komplexní cestovní a úrazové pojištění při pobytech v zahraničí, které se vztahuje i na rodinné příslušníky držitele karty a zavazadla**
- **službu MasterCard Global Service**
- **pojištění právní ochrany D.A.S.**
- **asistenční službu Žlutý anděl od ÚAMK pro motoristy**
- **členskou kartu IAPA**
- **program Priority Pass**

K platební kartě MasterCard Gold si může klient dokoupit ještě další doplňkové služby, jako je pojištění zneužití karty a pojištění výdajů.

(tz)

Genius Gold v rámci jednoho měsíčního paušálu nabízí řadu služeb v ceně, především pak:

- exkluzivní zlatou platební kartu MasterCard Gold
- platební kartu Maestro nebo MasterCard
- kartu určenou pro nákupy na internetu
- všechny příchozí platby
- všechny odchozí transakce zadané elektronicky
- 1 vklad hotovosti měsíčně na pobočku banky
- všechny výběry z bankomatů GE Money Bank
- služby přímého bankovníctví – Internet Banka, Mobil Banka, Telefon Banka
- 50 SMS zdarma v rámci SMS servisu
- měsíční výpisy předávané poštou nebo elektronicky e-Výpis
- založení a vedení Flexikreditu – kontokorentního úvěru umožňujícího čerpat účet do minusu
- možnost úspory 0,25 % na úrocích z hypotečního úvěru
- VIP telefonní linka
- pomoc s převodem účtu



Pracovní oděv vhodný pro všechny obory

Být také v zaměstnání šik a upravený – toto přání vám splní společnost MEWA, která patří k předním textilním servisním podnikům v Evropě a již dlouho se specializuje v této sféře. O způsobilosti pro praxi pracovního oděvu firmy MEWA, který musí odpovídat prováděné činnosti, není už dlouhé roky pochyb – hygienicky optimalizované střihy pro potravinářský průmysl a gastronomii, bundy a kalhoty resp. overaly s mnoha kapsami, ve kterých si řemeslníci uloží své pracovní pomůcky. Nářadí, tužka a mobilní telefon jsou na tak odkládacích

místech, integrovaných v oblečení, vždy po ruce. Vhodné ochranné pracovní pomůcky jako bezpečnostní obuv, ochrana hlavy, očí a sluchu nebo bezpečnostní rukavice nabízí MEWA také. Požadavky na design a funkci pracovního oděvu se v posledních letech výrazně zvýšily. Podniky kladou velký důraz nejen na kvalifikaci svých zaměstnanců, ale také na jejich oblečení. Pracovní oděv proto získává více z módního designu, aniž by přišla zkrátka nadále platná kritéria maximálně volného pohybu a co nejvyššího měřítka komfortu nošení. Používají se lehké, prodyšné tkaniny, ve kterých lze dobře pracovat.

Pro společnost MEWA je již dlouhou dobu standardem, vyrábět takové oblečení, které zaměstnancům dobře padne a cítí se v něm lépe než v běžných pracovních „mundúrech“. Perfektně střihu pracovní oděv šitý na míru jednotlivého odvětví nebo okruhu činnosti prezentuje zároveň podnikovou kulturu navenek a je možné jej na přání opatřit také firemním logem. Nabídka výrobků je vám navíc k dispozici v rámci komplexního systému služeb. To znamená, že společnost MEWA textilie přiveze, při zašpinění odveze, vypere šetrnou metodou k životnímu prostředí a v případě potřeby celkové obnovy vymění. (tz)

Pomáhá dětským traumacentrům

Raiffeisen stavební spořitelna (RSTS) věnuje prostřednictvím Nadačního fondu Kolečko dětským traumacentrům v Hradci Králové, Ústí nad Labem a Českých Budějovicích finanční podporu v celkové výši 657 800 Kč. Je to vcelku jednoduché – RSTS Nadačnímu fondu Kolečko věnuje 50 korun za každý obchod, který uzavřela se svými klienty v posledních dvou měsících roku 2008.

Každý klient, který uzavřel novou smlouvu o stavebním spoření, o překlenovacím úvěru, o úvěru ze stavebního spoření nebo smlouvu o zvýšení cílové částky stávající smlouvy o stavebním spoření a uhradil vstupní poplatek za uzavření smlouvy, tak pomohl zvýšit celkový objem pomoci zraněným a traumatizovaným dětem po vážném úrazu. Dětské traumacentrum FN Hradec Králové použije finanční dar od NF Kolečko na nákup sady infúzních pump od firmy Braun a ovládací sady k perfuzoru pro Oddělení dětské chirurgie a traumatologie CDT FN Hradec Králové. Dětské traumacentrum Masarykovy nemocnice v Ústí nad Labem pořídí monitory vitálních funkcí s příslušenstvím pro Dětskou chirurgii – dětské úrazové centrum MN. Dětské traumacentrum Nemocnice České Budějovice, a.s. zakoupí mikrovrtáčku od firmy Synthes AG s příslušenstvím pro Oddělení úrazové a plastické chirurgie CDT. Spolupráce RSTS s NF Kolečko ve věci finanční podpory pro uvedená traumacentra je „druhou vlnou“ projektu „Rozsviňte raději dětské oči“, v rámci kterého byla na jaře roku 2008 částkou 1 milion Kč finančně podpořena dětská traumacentra v Praze-Motole, Brně, Ostravě a Plzni. „Jsme velmi rádi, že jsme i letos mohli přispět na dobrou věc a finančně podpořit dětská traumacentra, která pomáhají zraněným dětem k úspěšnému uzdravení a návratu do normálního života,“ řekl Ing. Jan Jeníček, předseda představenstva RSTS.

V souvislosti s jmenovanými aktivitami jsem položila dvěma osobnostem, Tomáši Vašárymu, reprezentantu Raiffeisen stavební spořitelny, a Lindě Jandové, zástupkyni Nadačního fondu Kolečko, několik otázek:

Odpovídá Tomáš Vašáry

Jak vlastně v praxi probíhá spolupráce Raiffeisen stavební spořitelny, Kolečka a traumacenter?

Bereme jako „povinnost“ pomáhat slabším, těm, kteří nemají tolik štěstí, tam, kde je nezaviněná bolest. Altruismus je pro filozofii značky Raiffeisen logickou součástí, vznikli jsme v polovině 19. století v Německu jako družstevní společnost, která měla pomáhat rozvoji obcí a jejich infrastrukturu. Kolečko jsme „si našli“ zhruba před dvěma lety, spojili jsme marketing s podporou – veřejně jsme slíbili, že z každé uzavřené smlouvy dáme 50 Kč na Kolečko a správní rada Kolečka to potom celé rozdělí mezi Traumacentra v ČR. Při první vlně jsme shromáždili na 1 milion Kč, potom jsme organizovali šňůru velmi úspěšných koncertů po hlavních městech ČR, kde jsme Kolečko také propagovali. Ve druhé vlně na konci minulého roku přibyla další suma, kolem 600 tisíc Kč. Kolečko k tomu přidalo další peníze a znovu to kompletně šlo do dalších dětských traumacenter. Takovýchto peněz není nikdy dost.

Proč jste se dali právě tímto směrem? Má to vztah k rodině, ke snaze o harmonický a šťastný život dětí?

Nabízíme produkty pro celou rodinu, plníme představy a sny lidí

o kvalitním bydlení, snažíme se skutečně přispívat k harmonii a šťastnému životu. Děti jsou to nejdůležitější a bohužel i bolest dětí po nehodách je asi ta nejstrašnější. Proto nás hřeje, že můžeme aspoň trochu prostřednictvím nákupů špičkových technologií do těchto traumatologií přispět ke zmírnění bolesti a rychlému návratu do plnohodnotného života.

Mohl byste zmínit, jaké další charitativní aktivity RSTS plánuje v letošním roce?

Vždy se snažíme na určité období vybrat jednoho partnera, kterému potom přineseme signifikantní sumu peněz – tak, aby se s tím i reálně dalo něco udělat a pomoci. K tomu samozřejmě podporujeme trvale mnoho menších projektů, ať už je to Integrační centrum Zahradka, nebo Jedličkův ústav atd. Nepotřebujeme vyjmenovat všechny projekty, důležité je, že chceme a snad i reálně pomáháme.



Fotografie ze setkání ve Fakultní Nemocnici Hradec Králové; zleva Ing. Eduard Kolář, regionální ředitel RSTS, Linda Rybová, patronka NF Kolečko, a MUDr. Jindřich Preis, Ph.D., vedoucí lékař Centra dětské traumatologie při předání nového přístroje

► Odpovídá Linda Jandová

Mohla byste nám blíže představit Nadační fond Kolečko a jeho spolupráci s RSTS ve věci finanční podpory dětských traumacentrů?

Nadační fond Kolečko vznikl v roce 2004 s cílem pomáhat dětem, které se léčí po úrazech jakéhokoli druhu na specializovaných pracovištích, tzv. centrech dětské traumatologie. Těch je v České republice celkem 8: v Praze v Krči a Motole, v Plzni, Českých Budějovicích, Hradci Králové, Ústí nad Labem, v Brně a Ostravě. Od počátku úzce spolupracujeme především s traumatologií při Fakultní Thomayerově nemocnici v Krči a jejím přednostou, Prof. MUDr. Petrem Havránkem, CSc. Tamní oddělení fond podpořil finančně i materiálně více než 1,5 mil. Kč. Díky



projektu s RSTS bylo možné pomoci i dalším traumacentrům, mezi která byly rozděleny více než 2 mil. Kč. Těch, kteří potřebují pomoc, je mnoho, ale bez silného partnera je to nemožné.

Co získají samotné děti pod tímto zorným úhlem spolupráce?

Jednotlivá pracoviště použila finanční prostředky k nákupu nejrůznějších přístrojů a léčebných pomůcek: od infuzních pump, které patří nebo by měly patřit k běžnému vybavení, až po nejmodernější implantáty ze slitiny titanu, určené pro léčbu komplikovaných zlomenin pánve. Cílem všech je maximálně usnadnit a urychlit léčbu poraněných dětí, aby se mohly co nejdříve vrátit domů k rodině a kamarádům, pokud možno s minimálními následky.

Dostává Kolečko i děkovné dopisy? Třeba od rodičů, lékařů, samotných dětí?

Nejčastěji jsme v kontaktu s lékaři a zdravotnickým personálem, takže milé reakce máme především od nich.

připravila Eva Brixl



MUDr. Zdeněk Tušl, náměstek ředitele nemocnice, a Ing. Eduard Kolář, tentokrát ještě nad starým přístrojem



MUDr. Jindřich Preis, Ph.D., vedoucí lékař Centra dětské traumatologie, vysvětluje přednosti nové techniky

Poetické šperky z Kolekce Design.rooya léto 2009



V nejnovější kolekci šperků nazvané Poetické léto převládají přírodní materiály (především korál a drahé kameny) v kombinaci se stříbrem. Stříbro vytváří perfektní platformu, na které se rozvíjí variace originálních motivů. Inspirací jsou jako obvykle přírodní proměny, tentokrát v rozvernější podobě. Růžový korál představuje v tvorbě designérky nový prvek.

Šárku Rooyu zaujal svou jemností, která jí evokovala fascinující hru slunce zapadajícího do jemných obláček nad mořem. Láska k tyrkysovým valounkům ji neopouští ani letos. Jak sama řekla: „Nacházím v jejich kresbě cesty nekonečných náznaků a nadějí vinoucí se mezi mořskými proudy.“ Detaily a akcenty dokresluje

sklo, exotické dřevo, kožené prvky a smalt. Šperky v provedení Design.rooya získávají nový nečekaný rozměr. I ten nejednodušší outfit se s nimi stává výjimečnou záležitostí. Autorka unikátních šperků Šárka Rooya kromě vlastní tvorby provozuje několik korálových obchodů a e-shop na www.rooya.cz, vydává časopis Korálík a je pravidelným hostem pořadu Sama doma na ČT 1 a výhledově zavítá i do Rad ptáka Loskutáka na Nově.

(tz)



Jak efektivně využít čas v práci, domácnosti a při odpočinku?

Prim. MUDr. Monika Golková, primářka, klinika A2C, Praha

Pro naše tělo je velice důležité umět pracovat i odpočívat. Abychom mohli být aktivní a nesmírně efektivní, musíme proto našemu organismu vytvořit podmínky. Základním předpokladem je výživa. Anti-Aging medicína, která se zabývá zpomalováním stárnutí a regenerací organismu, doporučuje protizánětlivou dietu. To znamená dostatek proteinů v podobě ryb a masa, zeleninu, ovoce – hlavně bobulovité plody plné antioxidantů, olivový olej a kvalitní mléčné výrobky. Doporučujeme omezit konzumaci bílé mouky a cukru, které působí prozánětlivě a omezují naši efektivitu.

Pokud jsme v práci, je ideální pracovat a využít veškerý čas pro tyto aktivity, nyní v létě si otevřete okno a při práci s počítačem mrkejte – zvlhčíte si tak více oči a nebudou vás bolet. Práci si ale nenoste domů! Doma se snažte odpočívat

a nejlépe aktivně. Důležitý je zdravý spánek, protože v období spánku naše tělo produkuje řadu hormonů zpomalujících stárnutí a také relaxační a regenerační látky pro náš organismus. Například GABA – neurotransmiter, který je něco jako lázně pro mozek a tělo. Pokud je jeho produkce dostatečná, umíme si odpočinout a potom jsme druhý den výkonní, efektivní a perfektně zvládáme všechny úkoly. Asociace medicíny proti stárnutí (AMPS ČR) vyhlásila 21. květen 2009 jako první národní den Anti-Aging medicíny, proto také vy udělejte něco pro sebe a zapojte se do Anti-Aging desatera. Více informací na www.amps.cz.



Neodolatelná přitažlivost mládí

fejeton

Když mi bylo dvacet a měl jsem, jak mi tehdy říkali, ještě celý život před sebou, připadali mi lidé z generace mých rodičů staří. Bylo jim čtyřicet, padesát let... Teď bych ty padesátníky a padesátnice považoval za mladíky a mladice. Uteklo něco vody, co jsem viděl „Abraháma“ a dneska se už mohu na padesátileté spoluobčany dívat jaksi „z patra“. Přibýla mi léta, dozrál jsem. Čas naštestí měří všem stejně a ani na chvíli se nezastaví. Dodnes mám v paměti babiččina slova, která mi kladla na srdce: „Nic netrvá věčně. I ten nejhezčí Žid zežere.“ Bral jsem to jako bonmot, víc vtipný než pravdivý. Teď už taky vím, co jsem dřív nevěděl. Stáří je stav ducha a není přímo závislé na počtu a hloubce vrásek nebo na fungování tělesných orgánů. Mozek může trpět výpadky paměti, může si pomaleji dávat dohromady dvě a dvě, může vyžadovat silnější startovací dávku kávy, aby se probudil, ale člověk se přesto může cítit v lepší kondici než krátce po pubertě. Můj případ! Ale proč ten mnohomluvný úvod? Rád bych se s vámi rozdělil o čerstvý zážitek z autobusového nádraží. Každý den chodím okolo cestou do práce. Z jednoho stání odvázejí zaměstnance do nedalekého business parku, hned vedle stojí lidé, kteří budou o pár minut později nakupovat v hypermarketu.

To pondělní ráno se lišilo od ostatních všedních dní jen počtem účastníků. Ale o kvantitu skutečně nešlo. Do jednoho autobusu nastupovala mládež, u druhých dveří se seskupili senioři. Zaměstnancům firem, z nichž každá se pyšní světovou image, nebylo víc než dvacet pět až dvacet sedm let. Být to v jiné době, řekl bych si: Kluci a holky z devátého semestru vyrazí na chmelovou brigádu nebo na exkurzi do patronátního závodu. Do jednoho vozu senioři nad sedmdesát, do druhého mladí hluboko pod třicet. Kdyby to nebylo tak do očí bijící, věnoval bych se spíš bezpečnému přecházení vozovky. Tentokrát jsem se však ohlédl a snažil se mezi omladinou najít alespoň jednoho vrstevníka. Nepodařilo se mi to. Pokud v pražské filiálce některé světové společnosti pracuje padesátník, a jsem si jist, že ano, používá k dopravě na pracoviště služební limuzínu. Nelámu si hlavu tím, proč důchodci věnují dopoledne shánění nejlevnějších potravin. Dává jim snad státní peníze jinou možnost? Ne, přemyslím nad tím, proč úspěšné firmy mají tak v oblíbě mladé kolektivy a proč uchazeče středního věku odmítají. Že se má generace nedokázala zbavit stereotypů z totality? Že pokulhává v jazykových znalostech? Že jí chybí pružnost a adaptabilita? Výmluvy na staré myšlenky i dvacet let po sametové revoluci prostě neberu.

Sám vím nejlíp, jak jsem se musel snažit, abych zvládl přechod na počítačové technologie, celkovou změnu pracovního a životního stylu. Musel jsem se přizpůsobit požadavkům zaměstnavatele, pokud jsem si chtěl udržet oblíbenou práci a přiměřenou životní úroveň. Pravda, dodnes mám jazykový hendikep, protože jsem jako nikdo z generace dříve narozených nedostal šanci vycestovat na výměnné studijní pobyty, jako au-pair nebo jen tak na prázdninové vandrování do anglicky mluvících zemí. Zato s mateřštinou žádné problémy nemívám. Rozhodně nechci na tomto místě podněcovat k diskuzi o tom, která generace je na tom lépe v takové nebo makové dovednosti. Ostatně, pokud jsme své děti špatně připravili na dospělost, je to jen naše chyba. Přemyslím nad něčím jiným. V čem pro zaměstnavatele spočívá ta neodolatelná přitažlivost mládí? Myslím se, když předpokládám, že nejvýkonnější pracovní tým má být složený z různých věkových skupin právě tak jako celá naše společnost? Tak se nejlépe doplňují přednosti různých generací a vytěšňují jejich slabá místa. Že by to světové firmy s pomocí světových personálních agentur nedokázaly pochopit? Ať tak či tak, autobus odvezl mládežníky, aby v moderních kancelářích zahájili nový pracovní týden. Za deset, za dvacet let už bude odjíždět poloprázdný. Zato linka do hypermarketů bude muset být pro seniory posílena. Váš to znáte, společnost stárne a bude stárnout víc a víc. Kde budou brát firmy stále nové absolventy škol, opravdu nevím.

Pavel Kačer



Nosíte v kabelce Ibalgin?

Tak to je průsvih – ten zub zase začíná! Je vám jasné, že dnešek bude krutý, že nic pořádného neuděláte, ani na chvíli neusnete, natož abyste se třeba něčemu s chutí zasmáli. Ta šestka vlevo nahoře se rozhodla řídit jako ďábel. Zánět nabral na síle a konečně vás vyzval, abyste s tím něco provedli. Kdo by takové chvíle neznal?

Bolest hlavy, migréna, bolest zubů, zad, kloubů, menstruační bolest. Všechny tyto nepříjemné stavy, které občas postihnou každého z nás, jsou v ČR léčeny především Ibalginem (zdroj data IMS) – s účinnou látkou ibuprofen. Růžové tablety jsou na trhu od roku 1979. Účinnost a bezpečnost Ibalginu jsou léty ověřeny. Stal se jedním z nejoblíbenějších přípravků na bolest jak v Čechách, tak na Slovensku. Jeho popularitu demonstruje každý rok miliony prodaných balení, vysoké povědomí o značce (63 %) i vysoký tržní podíl (28 % v ČR, 49 % v SR). Ibalgin je monokomponentní léčivý přípravek, to znamená, že obsahuje jednu účinnou látku – ibuprofen. Výhodou je rychlý nástup tlumení bolesti – do 30 minut. Trvání účinku Ibalginu je 4–6 hodin. A není návykový. Ibalgin je díky své typicky růžové barvě nezaměnitelný s jinými tabletami a jasně rozpoznatelný. Růžová tableta hraje navíc důležitou roli při vnímání uživatelem – růžová barva vytváří i emoční vztah mezi pacientem a značkou Ibalgin. Nejenže tlumí bolest, ale Ibalgin má i protizánětlivý účinek (ve 400 mg formě), který je důležitý nejen pro léčbu bolesti zubů a menstruačních bolestí, ale i chronickou revmatitidu. Ibalgin pomáhá také při horečce. Pro bolesti zad, kloubů a svalů jsou dostupné dva přípravky – Ibalgin gel a Ibalgin krém. Pro úlevu od horečky a bolesti u dětí nabízí Ibalgin suspenzi Baby. Dětská suspenze je antialergenní, s příchutí malin a obsahuje pipetku pro přesné dávkování. Ibalgin 200 mg tablety mohou používat děti již od šesti let.

Co přinese rok 2009?

Ibalgin přichází v roce 2009 s novým designem obalů a novou mediální komunikací. Jako první naleznete na jaře v lékárnách v nových obalech Ibalgin tablety. Na podzim budou následovat topické formy a dětská suspenze. Nová podoba obalů je navržena citlivě, tak, aby respektovala tradici Ibalginu – modrá barva, terč (symbol účinku) a celkový medicínský vzhled, a zároveň aby byla atraktivnější – dynamika, moderní stříbrné linie, dynamický terč, větší branding a přehlednější indikace. Barevná okna na jednotlivých produktech slouží k lepší orientaci v portfoliu.

Odlisň přístup k bolesti

Ženy i muži mají podle Výzkumu Simly5 Focus Groups z roku 2008 kompletně odlišný přístup k bolesti. Ženy berou bolest jako přirozenou součást života, zatímco muži chápou bolest jako osobní „selhání“.

- Celý život ženy je spojen s bolestí (narození dítěte, menstruace, migréna). Ženy tak dokáží mnohem lépe různým bolestem čelit.
- Ženy jsou všeobecně více zvyklé s bolestí žít a považují to za nepříjemnou, ale přirozenou součást života.
- Ženy mají většinou vlastní tipy, jak se bolestem bránit či jim předjít. (tableta+topická forma, pravý čas pro aplikaci tablety, mít tabletku vždy u sebe atd.)
- Naopak muži nejsou od přírody zvyklí na bolest. Každá bolest, která se v jejich životě objeví, je spojena s určitým důvodem. Často trpí bolestí, kterou si sami způsobí – bolest způsobená sportem, těžkou fyzickou prací atd.
- Muži jsou proto bolesti zaskočení a cítí se zahanbeně, když je něco bolí.

Ibalgin je všeobecně znám pro svou rychlou a efektivní úlevu od bolesti hlavy, menstruačních bolestí, bolesti kloubů, svalů, zubů.

- Pacienti si k Ibalginu, růžové tablety, vybudovali, během doby, co je na trhu, vřelý vztah. Dávají mu různé přezdívky jako „Ibáček“ nebo „růžovka“. Především ženy se naučily nosit ho stále při sobě.

- Spotřebitelé Ibalgin spojují s růžovou barvou, stala se synonymem pro rychlou a spolehlivou úlevu. V emoční rovině pak růžová barva představuje optimizmus, štěstí a radost ze života.

Definice bolesti

Bolest je nepříjemná senzorická a emocionální zkušenost, která je primárně spojená se skutečným nebo hrozícím poškozením tkáně a/nebo která je popisovaná v termínech takového poškození.

Odborníci považují Ibalgin za univerzální lék

Podle výzkumu agentury Median ze září roku 2004 vyplývá, že populace České republiky se potýká nejčastěji s bolestí hlavy (67 %), zad (40 %), zubů (33 %), menstruační bolesti (21 %) a bolestí kloubů nebo končetin (22 %). Zajímavé bylo zjištění ze stejného výzkumu, které potvrdilo význam samoléčby bolesti. Podíl samoléčby při řešení jednotlivých druhů bolesti neklesl pod 47 % a kromě bolesti zubů, kde spotřebitelé dali téměř stejnou váhu návštěvě lékaře, byla samoléčba vždy první volbou, jak řešit vzniklý problém. Stejná společnost (Median) dotazovala také odborníky (lékaře a lékárníky), kteří měli odpovédět na otázku „Jaké volné prodejné analgetikum považujete vy osobně za univerzální, tedy mající široké spektrum působení?“. Odborníci – 50 % lékařů a více než 60 % lékárníků – jmenovali na prvním místě Ibalgin®.

Účinná látka ibuprofen

Ibuprofen je účinnou látkou, která byla poprvé představena široké veřejnosti ve Velké Británii v roce 1969. Ibuprofen se vyznačuje vysokou účinností, ale také bezpečností (z dostupných molekul, užívaných v samoléčbě bolesti, má nejmenší množství vedlejších účinků). Z farmakologických vlastností jmenujme alespoň to, že se velice rychle vstřebává v zažívacím traktu. Nástup analgetického účinku přichází do 30 minut a pro každého, koho něco bolí, je podstatné také to, že analgetický účinek trvá 4–6 hodin.

(tz)



Diamanty – investice do krásy

Drahé kameny jsou symbolem bohatství a moci. Přitahují nejen svou podmanivou krásou, ale i tajemným kouzlem. Proto po nich muži toužili a ženy se jimi zdobily. Nejceněnější a nejžádanější z drahokamů jsou přírodní diamanty, které tvoří pomyslný vrchol koruny.

Když vyslovíte slovo diamant, představí si zástupkyně něžného pohlaví brilantový šperk, který by zkrášlil partie jejího těla. Racionálněji uvažující muže spíše napadnou průmyslové diamanty, které se pro svou tvrdost používají k řezání a vrtání nejrůznějších materiálů. Diamanty však mohou výborně posloužit jako nejvýhodnější investice. Mají k tomu nejlepší předpoklady. V malém broušeném kameni se ukrývá obrovský majetek, který je snadno přenosný, nemusí se vystavovat na odívání závistivým očím a neztrácí časem nebo hospodářskými krizemi svou hodnotu. Právě naopak, čím déle diamant vlastníte, tím víc získává na ceně. Každé investování však má svá pravidla a o diamantech to platí

dvojnásob. Ne každý diamant je „čistý“ a ne každý obchodník s drahými kameny budí důvěru. Češi, na rozdíl od Američanů nebo západoevropanů také zatím nepovažují drahé kameny za vhodnou investiční příležitost. Na důvěryhodnosti jim nepřidaly ani bankovní podvody v 90. letech, v nichž hrály hlavní roli. Proto je tak důležité, aby diamanty nabízel seriózní firma, která by obavy případného investora předem rozptýlila.

O české nadnárodní společnosti Diamonds International Corporation (D.I.C.), a.s., nejvíce vypovídá skutečnost, že se jako jediná tuzemská firma stala členem Antverpské diamantové burzy Burs voor Diamanthandel. Obchoduje nejen v České a Slovenské republice, ale také v Chorvatsku, Srbsku, Polsku, Rumunsku, na Ukrajině, a dokonce i v Číně.

A rovněž platí, že není drahokam jako dra-

hokam. Vybrúšené diamanty D.I.C. jsou chráněny ochrannou známkou s registrací v Evropské unii, mají výrobní značku D.I.C. a puncovní značky podle platné legislativy. Každý je opatřen mezinárodně platným certifikátem přední gemologické laboratoře. Certifikáty udělí soudní znalec i nejmenším kamenům o velikosti 0,1 karátu zasazeným do šperků, což je naprostý unikát. „Reagujeme tak na potřeby a přání zákazníků. Šperky podle návrhů předních českých a světových návrhářů se zhotovují v plzeňských a pražských dílnách,“ uvedl prezident a předseda představenstva společnosti D.I.C. MUDr. Luboš Říha. Diamanty D.I.C., v nichž se snoubí vysoká



peněžní hodnota, ušlechtilost a kráska, podněcují kreativitu. Módní návrhářka Blanka Matragi z nich například vytvořila exkluzivní kolekci brilantových šperků, kterým žádná žena neodolá. Ale přes to všechno nejsou dnes diamanty jen ozdobou a privilegiem hrstky vyvolených. Jsou dostupné mnoha lidem, kteří si přejí mít uložený svůj majetek v esteticky dokonalé a protiinflačně jištěné investici.

Pavel Kačer

