

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

březen 2014

Jsi moje ozvěna

Eva Brixl

Nebe se svírá v křeči
Já pořád ještě vítězím
Nedám na vykřičené řeči
Svou víru v dobro nabízím
Bouřka se nese vesmírem
Jak ornamenty pekla
Děšť sváží všední radosti
Po krůpějích potu
A já jsem dnes nebezpečně vztekla
Popíjím v křesle vůně bylin z domácího plotu
Nemyslím na nic
Myslím na víc
Jen nevím
Jak bych ti to všechno řekla
Opatruj můj smích
Jsi moje ozvěna
A zůstaň i můj hřích
Co na tom
Že jsem věrná láska bez věna

Andrea Wolfová

**Pro ženy z businessu
je ve VZP mnoho novinek**

rozhovor na stranách 10–11

Snížení odpočtu úroků se běžných hypoték nedotkne

gepard
finance pro život

V aktuálním daňovém přiznání si lidé ještě mohou za rok 2013 odečíst z daní až 300 000 korun za zaplacené úroky z úvěrů na bydlení. Za rok se má tento limit snížit na 80 000 korun. I tak se však tato změna běžně vysokých hypoték nedotkne.

Možnost odečíst si od základu daně až 300 000 korun za zaplacené úroky dává příležitost získat od státu zpět až 45 000 korun za rok. To je aktuální stav pro zdaňovací období 2013. Při zamýšleném snížení limitu pro odpočet úroků z hypotéky za rok 2014 na 80 000 korun by to pak bylo „pouhých“ 12 000 korun. Ve výsledku by tedy lidé splácející hypotéku mohli teoreticky přijít až o 33 000 korun. Taková čísla se v poslední době často sčítají velmi často, přičemž diskuze mohou vyvolávat dojem, že lidé s hypotékami v budoucnu prodělají.

Takové informace jsou ale do jisté míry zavádějící. „Snížení limitu pro odpočet úroků se při aktuální průměrné sazbě okolo 3 % dotkne hypoték zhruba až nad 2,5 milionu korun. Naše statistiky za rok 2013 ukazují, že průměrná výše hypotéky klesla o 80 000 korun na 1,706 milionu Kč.

Zmíněný údaj jasně dokumentuje, že se klienti nemusejí obávat nemožnosti odpočtu celé sumy zaplacených úroků ze základu daně,“ uvedl Jan Kruntorád, předseda představenstva společnosti Gepard Finance. „Klienti by se ale neměli bát, protože tato změna se standardně vysokých hypoték v praxi nedotkne a žádné velké ztráty se tedy nekonají,“ upozornil Jan Kruntorád.

GEpard FINANCE je specializovaná makléřská firma, jejímž hlavním oborem činnosti je poradenství v oblasti hypotečních úvěrů a kompletní zpracování úvěrových a pojišťovacích produktů.

V současné době disponuje franšizová síť **GEpard FINANCE** 110 funkčními obchodními místy, čímž je zajištěna snadná dostupnost a obsluha klientů po celé České republice i Slovensku.

GEpard FINANCE se v roce 2011 stala největší hypotečně-makléřskou firmou v ČR.

(tz)

Tradice



Jana Malá

ku 2010 držet na potřebné úrovni. Výkyvy v jednotlivých zemích, ovlivněné jednak podnikatelskou úspěšností našich obchodních partnerů, ale i celosvětovou hospodářskou krizí, se nám daří eliminovat právě naším širokým záběrem.

Myslíte, že letos zamíříte do dalších teritorií?

Jak jsem již uvedla, teritoriální rozsah našeho exportu je velký. Proto se zaměřujeme především na zvýšení objemu vývozu do zemí, kde cítíme potenciál pro naše výrobky. Hledat nové zákazníky a nová teritoria je pro nás úkol trvalý. Ze zkušeností opět všichni víme, že je to někdy běh na dlouhou trať.

O jaké hračky je dnes zájem v České republice a o jaké v zahraničí?

Z letitých zkušeností víme, že v naší republice jde především o známé postavičky českých pohádek v provedení plyšová textilní figurka. Při vývozu do zahraničí dominuje sortiment maňásků, a to licenčních i nelicenčních. Číslo nás stále utvrzuje v názoru, že se dětem v zahraničí více věnují. Dítě si samo asi nebude hrát, pokud mu někdo neukáže jak na to

je pro mne silnou motivací

Ne každý možná ví, že je Moravská ústředna Brno, družstvo umělecké výroby, nejstarším výrobním družstvem u nás. A že je to právě ono, které přináší dětem radost a pohodu při objevování světa s plyšáky, pohádkovými postavičkami, maňásky. A i když ekonomická pravidla platí tvrdě i pro tuto formu podnikání, je pravdou, že krtek, pejsek, kočička nebo koza musí promlouvat zcela jinou řečí, než je výsledovka nebo formulář o DPH. Musí v sobě nést rozvernost, laskavost i tušení dobrého pohádkového konce. Předsedkyně družstva Jana Malá to ví moc dobře.

Jaký byl rok 2013 pro Moravskou ústřednu Brno?

Mohu konstatovat, že loňský rok byl pro naše družstvo ve svých výsledcích stejně úspěšný jako ty předcházející. Tím však nechci říci, že to bylo samo sebou nebo jednoduché. Tak jako v každém podnikání je třeba být stále ve střehu, sledovat konkurenci, a hlavně přicházet s novými nápady. Vedle ekonomických výsledků je pro nás důležitá a povzbuzující spokojenost našich zákazníků, jak doma, tak v zahraničí, ale také spokojenost našich pracovníků. Tu nám dokazuje minimální fluktuace, i když mzdové podmínky při textilní výrobě jsou pod průměrem ve srovnání s jinými obory.

V prvé řadě jsem stálá optimistka, mám chuť a odvahu jít stále dál i v nových podmínkách, a to vše chci, aby bylo promítnuto v businessu firmy. Věřím, že takový přístup je i nakažlivý v dobrém slova smyslu.

Jste významný exportér hraček. Čím se pochlubíte?

V sortimentu hraček se opravdu považujeme za významného exportéra. Je to dáno především naší letitou tradicí ve výrobě hraček a jejich prodejem do zahraničí od roku 1969. Právě letos jsme obdrželi uznání a poděkování za 45 let partnerství a věrnou spolupráci od výstaviště v Norimberku. Jde o nejprestižnější světový veletrh v oboru hraček, který

považujeme pro naše podnikání za nezbytný. Nyní k vlastní otázce. Tím, že vyvážíme zhruba do 30 zemí světa, máme možnost pozorovat vývoj v jednotlivých regionech. Celkový objem našeho vývozu se nám daří od ro-



Letos jsme obdrželi uznání a poděkování za 45 let partnerství a věrnou spolupráci od výstaviště v Norimberku. Jde o nejprestižnější světový veletrh v oboru hraček, který považujeme pro naše podnikání za nezbytný.

Stali jste se také zajímavým hráčem ve výrobě propagačních předmětů, firemních maskotů. Bude v tom pokračovat?

Nejen pokračovat. Objemy zakázkové výroby se nám každý rok zvyšují. Převážná část jde do zahraničí, kde je preferována kvalita produkce, ale i skutečnost, že je výroba realizována v Evropě, a navíc odpovídá všem evropským předpisům. Požadavky potenciálních zákazníků v České republice jsou v prvé řadě na co nejnižší cenu, což v porovnání s výrobními náklady v Asii je nesrovnatelné. Přesto nás těší, že i za těchto podmínek jsme byli výrobcem např. plyšových figurek pro zajímavou propagační kampaň na Vodňanské kuře nebo maskota pro úspěšnou českou exportní firmu v oblasti zdravotnických zařízení.

Krásné jsou vaše tužky se zvířátky. Jednoduchá věc se značnou přidanou hodnotou. Kdo nejvíce kupuje? Rodiče dětem, nebo firmy jako prezent?

Tento výrobek je určen zejména do sortimentu dárků a suvenýrů. Využívá jej okrajově i firemní klientela.

V nabídce máte také užitečnou pomůcku pro děti cestující autem – opěrku na pás. Čí to byl nápad a jak jde tento výrobek na odby?

První inspirace přišla od partnerů zabývajících se distribucí dětských autosedaček a autodoplňků. Jedná se o doplňkový sortiment, který v letošním roce inovujeme a rozšiřujeme o nová provedení s Krtečkem a Rákosníčkem.

Podnikání zdaleka není hra, ale tvrdé počty, snižování nákladů, efektivita. Není to jen o nápadech, ale o možnosti je uskutečnit. Co je pro zařazení do výroby nejdůležitější?

Vaše konstatování v úvodu této otázky bych ještě rozšířila. Nejde jen o to, za současné konkurence, umět nabídnout a prodat. V našem případě následuje další krok, kterým je zajištění výroby v požadované kvalitě, ale s evropskými náklady. Musíme proto prodejem zabezpečit vyváženost jednotlivých sortimentů tak, aby nám garantovala i potřebné ekonomické výsledky při výrobě.

Dokážete nastínit, co vás motivuje k tomu, abyste vítězila nad problémy? Věčné nadšení, zkušenosti, tradice?

Každodenní problémy považuji za výzvy, a jde o to, jakým způsobem je budeme řešit. Dnes již vím, že nemůžeme stále dělat to, co se jednou osvědčilo. Důvod je jasný, vše kolem nás se velmi rychle mění. Proto se snažíme, abychom spolu s nejbližšími vedoucími úseků byli neustále v předstihu, předvíдали změny – a pak můžeme i uspět. Zjednodušeně ještě říkám, nikdo nám nepomůže, musíme si pomoci sami! Dále jsou to dlouholeté zkušenosti v oboru podnikání, které, když se podaří kloubit s inovativními námety mladší generace, mohou být jen ku prospěchu. A ještě něco – tradice. Ta je pro mne, a jsem přesvědčená že i pro celé vedení družstva, silnou motivací a velmi zavazující. Když si uvědomíte, že naše družstvo je tu od roku 1909 a nikdy, ani za těžkých časů, nepřerušilo svoji činnost, tak to něco znamená! V současné době jsme nejstarším výrobním družstvem v ČR, letos slavíme výročí 105 let trvání. Všichni cítíme obrovskou odpovědnost vůči značce a našim zaměstnancům. Já osobně jsem v družstvu již více než 30 let. Pro někoho to zní v dnešní době poněkud nemoderně, ale my družstevníci máme v sobě i sociální citění,

které ve svém důsledku může být v podnikání i velkou podporou.

Říká se, že business je o odvaze a optimismu. Čeho máte vy sama více?

V prvé řadě jsem stálá optimistka, mám chuť a odvahu jít stále dál i v nových podmínkách, a to vše chci, aby bylo promítnuto v businessu firmy. Věřím, že takový přístup je i nakažlivý v dobrém slova smyslu. Pokud se daří takto nakazit i většinu pracovníků v družstvu, potom se o výsledek není nutné obávat.

Myslíte si, že by si děti měly více hrát? A s nimi vlastně i dospělí?

Částečně jsem na tuto otázku odpověděla na samém začátku, kdy jsem uváděla, jaký je rozdíl v zájmu o naše výrobky v ČR a zahraničí. Jsem názoru, že by děti měly mít časový prostor na to si pohrát. Je však otázkou, co si kdo pod tímto pojmem představuje. Zda tento čas dítě stráví bez aktivního zapojení se do hry, nebo mu vlastní hra třeba s plyšovou hračkou přináší nejen radost, ale i pomáhá rozvíjet kladné vlastnosti, potřebné pro život.

**otázky připravila
Eva Brix**



www.mubrno.cz

Dorty a butiky

Zajímalo by mne, čím se řídí odhodlání ženy k návštěvě butiku a cukrárny, jak se rodí rozhodnutí, jež zpravidla postrádá rozumový základ a představuje vzepětí emocí těžko kontrolovatelných. Kdy je milejší to, kdy zase ono. Kdy vítězí dorty v jakémkoli množství a kdy zase jednoznačně nové lodičky, jarní kostýmek nebo výstřední šortky a tričko podle posledního diktátu módy. Jaká nálada a rozpoložení mysli vede k tomu či onomu směru, někdy až extrému. Kdy žena zatouží po uspokojení chuťových buněk a kdy ji nasytí radost z báječně padnoucího klobouku. A jestli se to dá předpovědět, aby i ona dokázala urdit své touhy, nebo jestli je to předem ztraceno a logika jakožto fenomén ženám prý cizí nemá nárok prosadit své. Nevím také, jak se rodí okamžik pravdy, skutečnost, když se žena rozlítí před zrcadlem zkušební kabinky nákupního centra a neznaje bratra řítí se do kavárny na zmrzlinový pohár, anebo naopak, co je příčinou toho, že nechá na talířku polovinu větrníku a mílovými kroky spěchá do prodejny značkových kabelek. Jedno je však jisté. Počinání našemu, ryze ženskému, ještě nikdo neudělal přítrž. Nejde to, nebo si netroufnul?

Eva Brixi



Tip Grady

Emoce v marketingu Jak oslovit srdce zákazníka



Emoce hrají v marketingu důležitou, ne-li hlavní roli. Jak můžeme emoce v marketingu, a především v marketingové komunikaci využít? Jak pomocí emocionální komunikace vzbudit zájem zákazníků a vybudovat s nimi pozitivní a trvalé vztahy? Jak vytvořit pozitivní emocionální vztah ke značce, produktu, místu prodeje? V této publikaci, která je ojedinelá na našem trhu, najdete nejen odpovědi na tyto a další otázky, ale také mnoho příkladů využití pozitivních i negativních emocí v marketingu u nás i v zahraničí.

partneři www.madambusiness.cz

generální partner:

design4net

www.design4net.cz

hlavní partneři:

Amway

www.amway.cz



www.ovus.cz

partneři:

your chance

www.yourchance.cz

svatebni-dorty

www.svatebni-dorty.cz

To To

www.pardubickypernik.cz

UniCredit

www.unicreditleasing.cz

T-soft

www.tsoft.cz

COOP CENTRUM

www.coop.cz

konopnýshop.cz

www.konopnyshop.cz

RESVINIA

www.vinobobule.cz

ng

www.ngprague.cz

Model

www.modelpraha.cz

211

www.zpmvcr.cz

zts

www.zts.cz

JACHYMOV

www.laznejachymov.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 8, březen 2014

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: brixi@prosperita.info, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Grafický design: Michal Schneidewind, Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: CTP tisk, spol. s r. o., Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o. Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Šéfredaktor: Martin Šimek, Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.cz

Doručujeme vám
kosmetickou poradnu GERnétic
na www.madambusiness.cz



Co by podle vás nemělo chybět v moderním marketingu?

Ing. Martina Studnička Malcová
vedoucí oddělení marketingu
SPAR Česká obchodní
společnost s. r. o.

Současný moderní marketing se musí zaměřovat na komunikaci k zákazníkům za použití vícero kanálů. Je velmi důležité být zákazníkům tzv. na blízku a neustále je přesvědčovat o tom, že daná společnost je vždy k dispozici splnit jeho přání a potřeby. A však nikoliv jednoduchou formou cenových nabídek, to je velmi krátkodobé. Ale konstantní komunikací, která zákazníka baví, najde si v ní svou identitu a smysl, proč být k danému produktu či značce loajální. K tomu slouží v současné době především on-line komunikační kanály. Ale nesmí se zapomínat na základní 4P standardního marketingu, protože samotný produkt, a hlavně služby či servis v místě prodeje jsou nenahraditelnou konstantou.



Mají to podnikatelky a manažerky v životě složitější než jejich mužské protějšky?

Ing. Rudolf Skuhra, CSc.
majitel společnosti
Investa-Travel, s. r. o.

Mají i nemají, jak se to vezme. Záleží asi na tom, jakou zátěž si na sebe dovolí naložit. Co je pro ně únosné, co posilující, co chtějí a co ne, jak své možnosti odhadnou. Nač si trůnou a jak si dokáží uspořádat soukromý i profesní život. O mnohém si dnes ženy rozhodují samy, jsou samostatnější než před sto lety, jsou nezávislejší, tím však možná zranitelnější, protože více cítí tíži svých rozhodnutí, toho, že se naučily spoléhat samy na sebe. Pravdou je, že často musí být oporou samy sobě, protože dnešní svět nezná tak kategorické dělení lidstva na muže a ženy. Nezávislost ženy na muži vytváří velký prostor k seberealizaci a využití potenciálu žen, ale na druhé straně klade na ženy jiné nároky než v minulosti. Na otázku se tudíž těžko hledá odpověď. Co žena, to určitě jiný příběh.



Informace do kabelky

Optika zlatého tónu

Jarní oživení vaší pleti je tady. Docílíte je novým pudrem od Estée Lauder Perfecting Loose Powder. Lehký, jemný, syplek, hedvábný – to jsou jeho perfektní vlastnosti. Potlačuje nedokonalosti pleti a krásně ji vyhlazuje. Póry se uzavírají, tón pleti se stává vyrovnanější, obličej vyhlíží jako jemný samet. Je to dílo směsi unikátních tvarovaných částic oxidu křemičitého. Neutralizují přirozený podtón pleti a působí doslova jako malý kouzelník. Vysoká koncentrace oxidu křemičitého zajišťuje trvalou a optimální kontrolu mastné složky povrchu pokožky. K dostání bude od dubna ve třech univerzálních odstínech. Aplikovat lze samostatně, ale může se také nanášet přes oblíbený makeup. (tz)



www.madambusiness.cz

Když je kvalita profesí



ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST

Každý je poznamenán tím, co dělá, na čem mu záleží, co se ho i citově dotýká, aniž si to často dokáže uvědomit. Ing. Jarmila Havlíková je už řadu let spjata s občanským sdružením Česká společnost pro jakost, působí zde jako členka dozorčí rady a má na starost také odbornou skupinu Klub manažerek. A kvalita, jak jinak, je i tématem rozhovoru, který jsme s ní připravili.

Co se vám i po těch letech vybaví pod pojmem jakost nebo kvalita? Nemáte již profesní slepotu?

S pojmy kvalita nebo jakost jsem profesně spjata více než 15 let právě jako členka České společnosti pro jakost. Takže na otázku, co se mi vybaví pod pojmem jakost nebo kvalita, mohu i bez přemýšlení odpovědět, že ČSJ a vše, co mě působení v tomto občanském sdružení provázelo a provází. Na druhé straně jsem jako každý v roli spotřebitele. To vidím kvalitu tak, že mne na zakoupeném výrobku nebo poskytnuté službě nic negativně nepřekvapí, naopak předpokládám, že za své peníze dostanu očekávané a ocením, když i třeba ještě něco navíc.

O ženském vnímání víme, že se liší od pohledu mužů na svět. Myslíte, že i kvalita v ženském pojetí znamená něco trochu jiného?

Netroufám si generalizovat. Jen velmi obecně můžeme očekávat, že kvalita v ženském pojetí může být vnímána více všestranně – na základě obecné znalosti rozdílnosti přístupu mužů a žen k řešení problémů. V profesním vnímání bych ale nerozlišovala.

Čím jste chtěla přispět do činnosti a výsledků České společnosti pro jakost?

Jak už jsem uvedla, jsem členkou ČSJ již řadu let. Pracovala jsem v Národním informačním středisku kvality, po dvě volební období jsem byla členkou předsednictva ČSJ, v současné době jsem členkou dozorčí rady ČSJ. Od roku 2007 jsem předsedkyní odborné skupiny Klub manažerek ČSJ. Když se takto ohlédnu, je toho poměrně dost. Mohu však především říci, že v zásadě je ČSJ mojí srdeční záležitostí. Jde mi o dobré jméno ČSJ a o to, aby stále plnila svoje poslání. Myslím, že to se dosud víceméně daří. Moje „parketa“ jsou aktivity spojené s ženami, a ani nevíte, jak nás těší, že náš klub je posuzován jako jedna z neaktivnějších odborných skupin ČSJ. V průběhu let se nám podařilo nastavit formát, který se zdá být



atraktivní nejen pro členky, ale i pro partnery, s nimiž pořádáme rozmanité akce. Témata jsou pestrá: Společenský život, Komunikace a motivace, Naše zdraví atd. V tomto roce je hlavním bodem bezpečnost (v životě obecně, sebeobrana, bezpečnost státu).

Jak vám udělat radost v práci a doma v rodině?

V práci mne potěší profesionalita, v osobním životě pohoda.

Výchova dětí a mládeže leží především na bedrech žen – matek a učitelek. Dá se v Česku označit za kvalitní, co ji nejvíc šlechtí a co chybí?

V mém blízkém okolí jsou učitelé, ať již příbuzní, nebo přátelé, tedy mohu říci, že tuto problematiku znám z více stran. Vím zcela bezpečně, že tato profese je posláním, musí



na to být nadáný a člověk ji musí dělat rád, jinak nemůže být dobrým učitelem. Je to jedno z nejnarůčnějších zaměstnání s velkou odpovědností, a jak uvádíte, je v České republice víceméně na bedrech žen. Co lze označit za kvalitní? Myslím, že každého dobrého učitele nebo učitelku, který/á to s dětmi umí, hodně naučí a je respektován/a dětmi i rodiči. To je vždy pro ně výhra! Co v České republice naopak chybí? Ano, máme v řadách učitelů převážnou většinu žen a důvod je všeobecně známý – ocenění a prestiž ve společnosti. Až se toto dostane v České republice do relací, které jsou běžné od nás na západ, situace by se mohla změnit.

Největší přání?

Mám, ale neřeknu.

za rozhovor
poděkoval
Pavel Kačer

Ing. Jarmila Havlíková

Že v dnešní uspěchané době lidé najdou čas



Michal Vaněček a Jana Merunková spolupracují vždy s úsměvem

„Tolik profesorů připadajících na jeden metr čtvereční jsem pohromadě ještě nikdy neviděl,“ řekl profesor Pavel Pafko, přední český chirurg a přednosta III. chirurgické kliniky FN v pražském Motole, když ovínil jednu z publikací, hrdinku toho večera 12. února 2014 v Praze v Domově sv. Karla Boromejského. Tam se totiž slavily čtvrté narozeniny Nadace T-SOFT ETERNITY, kterou založila společnost T-SOFT včele s Michalem Vaněčkem. Nadace má se zdravím lidí hodně společného, proto přišel i Pavel Pafko, ale také proto, že k nadaci tak nějak patří díky přátelství, která se na její půdě vytvářejí.

Při této příležitosti se křtila dvě díla, o jejichž vznik se nadace zasloužila. Knížka pohádek Hejkalov (autoři Renata Petříčková a Michal Vaněček) a knížka Hejno bílých vrán aneb Když opustíte děčák (autoři Josef Hympl a Pavel Cechl, tuto publikaci letos nadace ocenila). Kmotry byli právě Pavel Pafko a houslový virtuóz Jaroslav Svěcený. Večer byl zakončen úchvatným koncertem Jaroslava Svěceného a Miloš Klause v kostele Svaté Rodiny. Jaroslav Svěcený hrál například i na opravdové stradivárky, které měl zapůjčeny z Itálie, a to bylo něco pro uši i pro duši všech. Pavel Pafko mi zase, aniž to tušil, připomenul osud jedné jeho pacientky, mé přítelkyně novinářky, moudrými a pokornými slovy, které my, lidi, slychat nechceme, a někdy ani neumíme. Únorové setkání partnerů, přátel a příznivců nadace T-SOFT ETERNITY bylo natolik přátelské a povzbuzující svou vnitřní energií, že mne vyprovokovalo položit ještě pár dodatečných otázek:

Čeho si nejvíce ceníte na společnosti, která se u příležitost čtvrtého výročí vzniku nadace sešla?

Michal Vaněček, předseda správní rady nadace:

Já si nejvíc cením toho, že se taková společnost vůbec sešla. Že se nadaci podařilo shromáždit kolem sebe skupinu lidí – dárců, partnerů, těch, kteří o obě předtím třeba vůbec nevěděli, kteří se potkali s námi na řadě

Odpovídá Michal Vaněček

Co letos v nadaci určitě stihnete, a co naopak nezvládnete, i když byste si to moc přál?



Já se snažím být v plánování pragmatik. Takže se snažím plánovat věci tak, aby se stihly tak, jak byly naplánovány. Počítáme tedy, že v letošním roce dokončíme následující projekty:

1. Knihu o podnikatelích meziválečného období, kterou realizujeme s týmem historiků z Karlovy univerzity.
2. V návaznosti na tuto publikaci plánujeme vytvořit sérii dětských publikací, které budou navazovat na podnikatelské obory z knihy „pro dospělé“. Tady nevím, zda se to podaří celé letos stihnout, ale to nezávisí až tak na mně, jako na autorech textů a ilustrátorovi.

3. Máme rozpracované audio pohádky „S Blbounem do říše pohádek“, které nám překrásně namluvil pan Jiří Lábus. V letošním roce bychom rádi, aby to spatřilo světlo světa.

4. Ve spolupráci s nakladatelstvím Alter vzniká softwarová podoba Žáčkova slabikáře. Software jsme vyvinuli ve firmě T-SOFT, a. s., jmenuje se Optibook a umožňuje simultánní čtení a poslech textu. Naprosto ojedinělá pomůcka pro výuku čtení!

5. V loňském roce vyšla knížka patientských příběhů „Budu živ tři sta let“. Společnost České ILCO (sdružení stomiků), která byla při tvorbě knihy neaktivnější, nás požádala, abychom pro ně udělali pokračování ve formě samostatných příběhů stomiků. Tak teď nám postupně posílají příběhy a skládáme to dohromady.

6. Se sdružením Brontosauri v Himalájích chystáme knížku Tibetkých pohádek. Naše

nadace zajistí výrobu česko-anglické knížky, kterou tam v létě ve vesnici Mulbekh, (Malý Tibet, severní Indie) pracovníci sdružení s tibetskými dětmi vytvoří. Smyslem je jednak vytvořit knížku pro tibetské děti, aby měly svou knihu pohádek, a současně přiblížit tibetskou kulturu českému dětskému čtenáři.

7. S Danielelem Landou jsme učinili určitý pokus aplikovat mentální koučink, který on užívá u vrcholových sportovců, u onkologických pacientů. Tady možná bude další rozpracování a realizace záviset na časových možnostech pana Landy. Tak to je možná jediná záležitost, u níž bych si přál, aby se dařila rychleji, ale ona každá věc chce svůj správný čas.

Já myslím, že je toho na jeden rok docela hodně. Kromě toho již tradičně budeme finančně podporovat Domov sv. Karla Boromejského a Honzu Tománka.



Mirek Firman a Jana Vaněčková,
autoři fotografií v knize *Hejno bílých vran*

nadačních projektů. Vážím si toho, že se v dnešní uspěchané době lidé najdou čas se na chvíli zastavit a přijít na akci, jako byla ta naše, vlastně ten náš nadační dvojkřest knížek.

Mirek Firman,
spoluautor fotografií v knize *Hejno bílých vran*,
člen dozorčí rady nadace:

Obecně – mám radost z nadace takové, jaká je, protože se v ní i kolem ní soustředili fajn lidé a dělají se smysluplné projekty, aniž by se suploval stát... Společnost se sešla mimo jiné i kvůli křtu knihy *Hejno bílých vran*, na níž jsem se podílel jako autor většiny fotografií. Tato knížka vznikla mimo jiné i díky „naší“ nadaci... a dle mého soudu i soudu ostatních se realizace knihy fakt povedla... Takže z mé strany nadšení! Velké nadšení!

Soňa Pauerová,
předsedkyně dozorčí rady nadace:

Nejvíce si cením toho, že všichni „táhnou za jeden provaz“ a jdou do našich projektů s nadšením a velkým množstvím energie. Každý při-

spěje svým kouskem a na konci je společné dílo, na které můžeme být pyšní.

Monika Urbanová,
místopředsedkyně dozorčí rady nadace:

Osobně si vážím zejména zakladatele nadace Michala Vaněčka, který umí lidi kolem sebe nadchnout pro dobrou věc. Je to dar a on ho dokáže využít. Vážím si jeho pracovitosti. Řídí práci „dobrovolníků“ spolupracovníků, zajišťuje kontakt s odbornou veřejností a propojuje tyto osobnosti, aby mohly vzniknout zajímavé projekty. Nadace T-SOFT ETERNITY vstupuje do pátého roku své existence a lze si jen přát, aby mohla v těchto zajímavých projektech pokračovat.

připravila Eva Brixl ■■■

(z knihy *Hejkalov*, str. 13–14)

„Tou dobrou seděl profesor Arnošt Hejhula z přírodovědeckého institutu ve vlaku, který drkotal a funěl do kopců. Cestující pan profesor nevypadal příliš nadšeně. Mračil se a špičkou bot zamyšleně třel notně odřený a k prasknutí naditý ruksak. Přišijí-li vám v práci výzkum lišících housenek vyskytujících se na borůvci, asi nebudete příliš rádi. Pan profesor rozhodně nebyl. Housenky on nerad. on rád výzkum ranního zpěvu kosa nebo nočního zpěvu slavíka, ale housenky? Těžko říct, jestli by vůbec takové zkoumání někoho bavilo.“



Odpovídá Ivana Vaněčková, 2. místopředsedkyně správní rady nadace

Váš choť Michal Vaněček založil nadaci brzy poté, co skončily jeho zdravotní trable. Podporovala jste ho od počátku v jeho aktivitách?



Přiznám se, že je těžké odpovědět na takto položenou otázku, protože už před založením nadace existovaly projekty, na jejichž realizaci se manžel podílel. Takže

určitě ano, ale myslím si, že ta podpora byla dlouhodobější a nelze ji asi zúžit jen na dobu existence nadace.

Jednou z hlavních činností je vydávání knih – pro děti i dospělé. Autorem či spoluautorem je právě čínorodý Michal Vaněček. Myslíte si, že je to krásná a užitečná posedlost, předávat myšlenky dál a chtít potěšit, povzbudit, rozveselit?

Psaní (i vydávání) knížek pro děti mi vždycky přišlo jako velice smysluplná a radostná činnost, protože vidět ty dětské tváře, jak poslouchají pohádky a jsou zvědavé, co se

stane, to je nezapomenutelný zážitek. Pamatuji se, že první pohádky manžel psal na naší dovolené, kterou jsme trávili chozením po rakouských horách. Každý den přitom vymýšlel další pokračování, které pak odpoledne napsal. A já jsem ho navečer četla našim dětem. Myslím, že i pro něj to byly moc hezké okamžiky.

Pro manžela bylo psaní pohádek a povídek vždy příjemným oddechem od jeho běžné aktivity, kterou se odraňoval od každodenních stresů. A myslím si, že i řada knížek s patientskou tematikou, které nadace vydala, zase pomohla dospělým čtenářům, a do-
uším, že je i povzbudila.

Odpovídá Jana Merunková, společnost Yourchance

S nadací T-SOFT ETERNITY komunikujete trvale. V čem je kouzlo?



„Kouzelnými“ bych nazvala hlavně naše vztahy s Michalem Vaněčkem a Jardou Pejčochem, spoluvlastníky firmy T-SOFT, která nadaci založila. Když si na nic nehrajete, dané slovo

platí, když víte, že spolu dokážete seriózně pracovat i se smát, nebo filozofovat, rozčilovat se nad nespravedlnostmi světa a chtít některé z nich po milimetrech měnit, tak nepotřebujete žádná kouzla. V první řadě jsme lidi, kteří věří věcem, které dělají, a baví nás dělat to spolu. Každý máme své silné i slabé stránky, každý umí něco, skvěle se doplňujeme.

Na čem nyní společně pracujete?

Jak říká Michal Vaněček, pácháme spolu dobro už řadu let. V posledních letech nás

nadace podporuje v realizaci projektu Začni správně. Myslím, že tenhle projekt a jeho dílčí aktivity budou středobodem naší spolupráce i nadále.

Pomoc mladým lidem, kteří opouštějí dětské domovy, je bohužel příběhem bez dohledného konce. Ale věříme, že díky partnerům, jako je nadace, budeme mít šanci nabídnout nejen konkrétní pomoc konkrétním lidem, ale hlavně zasadit se o určité systémové změny, které budou mít dopad dlouhodobý. Každopádně spolupráce s nadací si velice vážíme.

Pro 89 % žen je kariérní růst v práci rozhodující

Až 89 % žen věří, že možnost rozvoje kariéry je klíčem k úspěchu na pracovišti. Průzkum společnosti Accenture „Career Capital“ také potvrzuje, že stejně jako muži, jsou i ženy ve svém pracovním životě připraveny na změny. Studie byla realizována v 32 zemích světa a zúčastnilo se jí 4100 odborníků ze středních a velkých společností.

Společnost Accenture při příležitosti Mezinárodního dne žen vydala studii „Career Capital“, která je zaměřena na globální průzkum trendů týkajících se žen pracujících na vyšších manažerských pozicích. Na „84 % žen i mužů tvrdí, že pracují na své kariéře ve snaze dosáhnout větší příležitosti k růstu, chtějí také zvýšit svou kredibilitu mezi kolegy a zároveň je láká možnost ovlivňovat a rozhodovat o dění ve firmě,“ řekla Alena Sochorová, výkonná ředitelka Accenture pro telekomunikace v ČR a vedoucí společenské odpovědnosti. Dva ze tří dotázaných si myslí, že znalosti a kompetence v dané oblasti jsou hlavními faktory, které přispívají ke kariérnímu růstu. Zároveň drtivá většina respondentů (91 %) souhlasí s tím, že neúspěšnějšími zaměstnanci budou ti, kteří se přizpůsobí měnícímu se pracovnímu prostředí.

Studie poukázala také na trendy a predikce, které se týkají žen pracujících na vyšších pracovních pozicích:

- 74 % respondentů si myslí, že počet žen ve správních radách se do roku 2020 zvýší.
- Téměř polovina potvrdila, že jejich společnost plánuje zaměstnat více žen ve vedoucích manažerských pozicích.

Výsledky průzkumu se dotýkaly i mnoha dalších témat souvisejících s prací:

- Více než polovina všech respondentů někdy požádala nebo vyjednávala o zvýšení svého platu. Tři ze čtyř, kteří to udělali, svého cíle dosáhli. Zároveň 44 % dotázaných žádalo povýšení, přičemž jej dosáhli až dvě třetiny z nich.
- Více než čtyři z deseti pracujících rodičů (44 % žen a 42 % mužů) by se raději vrátili do práce, než by zůstali doma, přičemž peníze k tomu nejsou hlavním důvodem.
- Pro 72 % respondentů jsou zkušenosti cennější než vzdělání.
- Nejceněnějšími schopnostmi do budoucna jsou: multitasking, ovládání více než jednoho jazyka, schopnost práce v týmech a ovládání většiny počítačových aplikací.
- Téměř polovina dotázaných je se současnou prací spokojena. Ti, kdo vyjádřili nespokojenost, uvedli jako hlavní důvody nízký plat a nedostatek příležitosti k rozvoji.

„V současném rychle se rozvíjejícím podnikatelském prostředí budou lídři trhu i nadále rozvíjet schopnosti svých lidí prostřednictvím inovativních vzdělávacích programů,



Alena Sochorová

které je připraví na výzvy nadcházejícího období,“ řekl Adrian Lajtha, Chief Leadership Officer, Accenture. „Možnost budování kariéry pomáhá zapojit a motivovat zaměstnance, kteří budou na své cestě za osobním růstem udržovat konkurenční výhodu své společnosti.“

Metodologie průzkumu

Průzkum byl realizován v listopadu 2013. Zúčastnilo se ho 4100 odborníků ze středních a velkých společností 32 zemí světa: Anglie, Argentina, Austrálie, Belgie, Brazílie, Čína, Dánsko, Filipíny, Finsko, Francie, Holandsko, Irsko, Indie, Indonésie, Japonsko, Jižní Afrika, Jižní Korea, Kanada, Německo, Norsko, Malajsie, Mexiko, Rakousko, Saúdská Arábie, Singapur, Spojené Arabské Emiráty, Španělsko, Švýcarsko, Švédsko, Itálie, Thajsko, USA. Respondenti byli rovnoměrně rozděleni podle pohlaví, věku a pozic, které zastávali ve společnostech. Celý průzkum, včetně infografiky a analýzy regionálních trendů, najdete na stránce www.accenture.com/IWD2014.

(tz)

Jak je to s autorskými honoráři od roku 2014

U autorských honorářů údajně došlo ke změnám ohledně daní i placení pojištění. V čem změny spočívají?

Autorské honoráře podléhají dani z příjmů ze závislé činnosti a také odvodům zdravotního i sociálního pojištění. Výjimkou jsou příjmy nepřesahující stanovený měsíční limit, které zdaní konečnou srážkovou daní rovnou plátce, např. redakce, nakladatelství apod. Autor pak nemá povinnost je zahrnovat do daňového přiznání a neplatí z nich pojištění. A právě výše tohoto limitu se od začátku roku 2014 změnila. Autorské honoráře plynoucí z tuzemských zdrojů jsou nyní podle zákona o daních z příjmů samostatným základem daně pro zdanění zvláštní sazbou daně za předpokladu, že úhrn těchto příjmů od téhož plátce nepřesáhne v kalendářním měsíci 10 000 korun. Do konce roku 2013 byl limit 7000 korun. Podstatné je,

že jde o příjmy vyplacené jedním plátcem (tedy jedním nakladatelstvím, redakcí apod.) stejnému autorovi v úhrnu za kalendářní měsíc. Honorářů do 10 000 korun měsíčně od různých plátců může mít autor více a všechny budou zdaněny konečnou srážkovou daní a pak nepodléhají odvodu pojistného. Pokud je měsíční honorář od jednoho plátce vyšší než 10 000 korun (tedy 10 001 a více), stává se tento příjem samostatnou výdělečnou činností se všemi odvodovými povinnostmi. Autor sice nepotřebuje živnostenské oprávnění, jelikož jde o činnost podle autorského zákona, ale musí se zaregistrovat k dani z příjmů ze závislé činnosti na živnostenském úřadu a jako osoba samostatně výdělečně činná u své zdravotní pojišťovny i u správy sociálního zabezpečení. Honorář přesahující 10 000 Kč za měsíc vyplatí jeho plátce autorovi v plné výši, bez srážky daně. Autor pak musí po skončení zdaňovací-

ho období podat daňové přiznání, ve kterém tyto příjmy z autorské činnosti uvede. Rovněž musí podat přehled o příjmech a výdajích své zdravotní pojišťovně (a správě sociálního zabezpečení) a platit pojistné za stejných podmínek jako jiné OSVČ. U zdravotního pojištění je třeba si dát pozor na případnou povinnost platby záloh a jejich výši či dodržení minimálního vyměřovacího základu atd. Od začátku roku 2014 se také rozšířil okruh autorských honorářů, které mohou být zdaňovány srážkovou daní při výplatě a u nichž pak autor nemá ve vztahu ke zdravotnímu pojištění povinnosti. Za tyto autorské honoráře byly dosud považovány jen příspěvky médiím, tj. do novin, časopisů, televize, rozhlasu, na internetové servery atd. Od roku 2014 se může jednat i o další honoráře za užití autorských děl, např. honoráře za knihy a další neperi-odické publikace.

(tz)

Nejpřívětivější k ženám jsou skandinávské země

Britští ekonomičtí analytici PwC opět sestavili žebříček Indexu žen na trhu práce (WILM). Nejlepší pěťici tvoří již tradičně skandinávské země a Nový Zéland. Česká republika obsadila stejně jako loni 20. místo. Skok kupředu zaznamenaly Irsko (2011: 22., 2012: 17.) a Nizozemsko (2011: 17., 2012: 12.), zejména vlivem snížení mzdových rozdílů. Žebříček WILM hodnotí zejména rozdíly v platech mužů a žen, zapojení žen na trhu práce a jejich podíl na pozicích na plný úvazek.



Ilustrační foto SXC

„Postavení žen na českém trhu práce se vyvíjí příznivě. Rozdíl mezi platy mužů a žen klesl o procentní bod na 15 %, podíl žen na trhu práce meziročně vzrostl z 62 % na 64 % a nezaměstnanost žen nenarůstá. Změny ale ve srovnání s těmi úspěšnějšími státy přicházejí příliš pomalu,“ řekl Libor Stodola, odborník na řízení lidských zdrojů, PwC Česká republika.

„Zásadním tématem jsou v současné době především flexibilní pracovní úvazky, které by ženám umožnily lépe sladit kariéru s rodinou. Jejich nabídka je na českém trhu stále omezená,“ dodal. (tz)

	2000		2007		2011		2012	
	index	pořadí	index	pořadí	index	pořadí	index	pořadí
Norsko	76,3	1	79,2	1	81,4	1	82,9	1
Dánsko	74,0	3	78,4	2	75,7	2	76,3	2
Švédsko	74,5	2	73,7	3	74,3	3	73,8	3
Nový Zéland	63,0	6	70,4	4	69,8	4	70,4	4
Finsko	63,3	5	68,2	5	68,5	5	69,8	5
Kanada	55,7	8	64,8	6	65,8	6	66,2	6
Švýcarsko	53,6	9	60,4	12	63,3	7	64,4	7
Německo	47,4	18	55,6	15	62,3	9	63,0	8
Austrálie	50,9	13	60,5	11	62,5	8	62,9	9
Belgie	46,7	19	56,0	14	61,5	11	62,6	10
Rakousko	48,1	17	54,7	19	60,3	13	61,6	11
Nizozemsko	48,5	15	55,4	16	57,6	17	60,8	12
Francie	51,7	12	60,6	10	61,0	12	60,4	13

Potvrzeno: kdo vládne českým rodinám

Svět je naruby! Nebo je naopak nastaven správně, jen si na to někteří doposud nezvykli? Ačkoliv je za hlavu rodiny stále ještě považován muž, ukázalo se, že o tom, jak se zařídí obývací, kolik se utratí za jídlo nebo kam se pojedí na dovolenou, rozhodují ženy. Ty také nejvíce utrácí. Odhalil to průzkum Hypoteční banky, který zjišťoval, jak moc se posunuly role jednotlivých členů domácnosti.

„Je zajímavé sledovat, jak se v posledních dekádách mění česká společnost, její hodnoty a principy. Ještě před nějakými padesáti lety vládli rodině pevnou rukou muži. Ten dnes sice také zatím třímá v ruce pomyslné žezlo, ale už víceméně symbolicky. A ani jeho převaha na téhle pozici není nijak výrazná. Na 45 % respondentů našeho průzkumu totiž označilo za hlavu rodiny ženu,“ podotkla s úsměvem Jana Wolfová, ředitelka marketingové komunikace Hypoteční banky. Hypoteční banka spustila začátkem února kampaň na Australskou hypotéku, která obrací splátky vzhůru nohama. Souběžně s tím provedla banka průzkum u 525 respondentů ve věku 18–65 let,

ve kterém zjišťovala, jestli se něco obrátilo vzhůru nohama také u běžných rodinných záležitostí. Výsledek? „Úklid, vaření nebo nákup potravin ovládají podle očekávání z velké části ženy. Muži naopak zajišťují nejrůznější opravy, shánějí řemeslníky a vybírají spotřebiče a elektroniku,“ komentovala Jana Wolfová a dodala: „I tady je ale znát jistý posun. Například téměř 18 % mužů má na starosti vaření a 27 % mužů běžně nakupuje potraviny. Třetina žen zase rozhoduje o tom, jakou televizi nebo lednici si rodina pořídí.“ Zjednodušeně se dá říci, že ženy ovládají všechny rodinné smysly – chutě, vůně, zrakové vjemy, protože jsou to právě ony, kdo vaří, uklízí a vybí-

rá nábytek či doplňky do domácnosti. Muži naopak po staletí pečují o praktické věci. Tady ale zbystřete: i část oněch praktických záležitostí už přešla do rukou žen. Více než 50 % z nich rozhoduje o tom, jak moc a za co bude rodina utrácet. Přes 50 % žen také utrácí více než muži, ačkoliv tady může být výsledek trochu diskutabilní: potraviny nebo hypotéku přece platí za všechny rodinné příslušníky. Téměř 60 % žen také vybírá, kam rodina pojedí na dovolenou, a tři čtvrtiny žen rozhodují o tom, koho pozvou na návštěvu. „Coby matka dvou dětí mohu potvrdit, že žena zná potřeby rodiny mnohem lépe než muž. Snaží se, aby její nejbližší vedli zdravý životní styl a aby se doma i ve společnosti cítili dobře a bezpečně. Také většinou vybírá a nakupuje oblečení a dárky pro ostatní rodinné příslušníky, přemýšlí, co bude rodina dělat o víkend, a je logické, že s ohledem na věk a zájmy svých dětí zároveň vybírá dovolenou,“ potvrdila Jana Wolfová. (tz)

Ženy podnikatelky

ocenění ve VZP nadstandardní servis

Ve Všeobecné zdravotní pojišťovně pracuje devětatřicetiletá Andrea Wolfová necelý rok. Přesto ale dokáže o výhodách, které tato nejsilnější zdravotní pojišťovna v zemi nabízí svým klientkám, hovořit bez přípravy klidně hodinu či dvě. Při bližším pohledu na její kariéru to ale není zas až tak překvapivé. Ve VZP začínala jako specialistka na tiskovém oddělení, teď pracuje jako vedoucí oddělení marketingové komunikace v Úseku služeb klientům. Tentokrát hovořila jak o tom, co všechno VZP svým klientkám oproti konkurenci nabízí, tak o svých zkušenostech s prevencí a s vážnou nemocí v rodině.



Snad k její charakteristice ještě to, že několik let ve volném čase cvičí jógu, kterou považuje za nejlepší fyzickou i duševní relaxaci. Jako maminka tří dětí si to „zaslouží“ stejně tak jako člověk, který prošel reklamní agenturou coby produkční nebo v Českém rozhlasu pozici šéfký dopravního zpravodajství. Před nástupem do VZP byla čtyři roky vedoucí oddělení informací a styku s veřejností MČ Praha 11.

Vzpomenete si, kdy jste měla strach z nějaké vlastní nemoci, která vás potkala? Je normální, že se člověk podvědomě začne bát, když onemocní?

Mám veliké štěstí, že jsem se ještě osobně s nějakou zásadní těžkou nemocí nemusela potýkat, ale v živé paměti mám onemocnění svého otce, který dva roky bojoval s rakovinou tlustého střeva. Díky bohu úspěšně. Tyhle dva roky byly zatěžkávací zkouškou nejen pro něj, ale pro celou rodinu. V tu chvíli si uvědomíte, jak je zdraví důležité, a přestanete ho brát jako samozřejmost. Člověk často přehlíží počáteční příznaky a to, že se mu tělo snažilo už dlouho naznačit, že s ním není něco v pořádku, si uvědomí většinou, když už je pozdě. Rakovina tlustého střeva přichází většinou dlouho, plíživě a typické příznaky jsou obvykle až v té poslední fázi, kdy už je obtížné s touto nemocí bojovat.

O prevenci v takových okamžicích přemýšlíme daleko rozumněji než v době, kdy nás nic netrápí, je to tak?

Přesně, s tím nejde nesouhlasit. A je opravdu ostuda, když nad tím člověk začne přemýšlet až v době, kdy se něco podobného stane jemu nebo jeho blízkým. U většiny nemocí přitom máme dost času na to, abychom jim předešli. Jen si pořádkem myslíme, že nám se přeci tohle nemůže stát, nebo se vymlouváme na čas, který nemůžeme „zbytečně marnit“ na nějakých preventivních

prohlídkách. Často se také setkáváme s tím, že mají lidé z prohlídek strach – konkrétně kolem preventivních prohlídek kolorektálního karcinomu koluje snad nejvíce mýtů. Asi nejrozšířenější je mylná představa, že jde automaticky o kolonoskopii. To ale není pravda, základem je vyšetření malého vzorku stolice, zda neobsahuje krev. Výsledkem takového neopodstatněného strachu nebo nezájmu je pak alarmující číslo – více než 4000 lidí v Česku umírá ročně na rakovinu tlustého střeva.

Ostatně – i vaše pojišťovna sází na prevenci stále důsledněji. Jaká je dnes vaše strategie? Co ve vaší filozofii prevence chystáte na letošní rok?

Všeobecná zdravotní pojišťovna se vždy prevencí intenzivně věnovala, jen to možná nebylo vždy dostatečně nebo dobře komunikováno veřejnosti. Vedle programů prevence civilizačních

chorob – obezita, diabetes, kardiovaskulární onemocnění, oční vady aj., jsme se letos zapojili do projektu, který iniciovalo ministerstvo zdravotnictví. Tento projekt takzvaného adresného zvaní je zaměřen na prevenci vybraných nádorových onemocnění – konkrétně se

jedná o rakovinu prsu, děložního hrdla a kolorekta. Jsou to choroby, které jsou v Česku ve srovnání s jinými zeměmi velmi rozšířené a jejich počet, bohužel, dlouhodobě neklesá. Od ledna letošního roku až do června 2015 oslovujeme ty klienty, kteří neabsolvovali preventivní vyšetření těchto diagnóz, přestože na ně mají ze zákona nárok.

O kolik lidí celkem půjde?

VZP pošle letos osobní dopis zhruba 1,2 milionu klientů. A příští rok chceme znovu pozvat ty, kteří na letošní první výzvu nezaberou. V případě vyšetření karcinomu prsu jde o ženy ve věku 45 do 70 let. Na preventivní prohlídku dělo-

V tu chvíli si uvědomíte, jak je zdraví důležité, a přestanete ho brát jako samozřejmost. Člověk často přehlíží počáteční příznaky a to, že se mu tělo snažilo už dlouho naznačit, že s ním není něco v pořádku, si uvědomí většinou, když už je pozdě.



Andrea Wolfová

žního hrdla dostanou do schránek pozvánku ženy od 25 do 70 let a v případě vyšetření na karcinom kolorekta jsou to muži i ženy ve věku od 50 do 70 let. Program bude doprovázet i velmi poutavá kampaň, do které se zapojí známé osobnosti z televizních obrazovek, třeba Jan Čenský či Chantal Poullain.

Mám pocit, jako by ženy právě v preventivních krocích byly důslednější než muži. Je to jen dojem, nebo to potvrzují i nějaké vaše statistiky, výzkumy či zkušenosti?

Ano, obecně platí, že jsou ženy v rámci prevence důslednější. Například u již zmíněných preventivních prohlídek na rakovinu prsu či děložního hrdla je účast žen kolem 45 %. U kolorektálního karcinomu, který už je ale jak ženskou, tak mužskou záležitostí, je účast na prevenci zhruba 10 %. Je to dáno asi naší genetickou dispozicí, přirozeností. Jsme pečovatelnými, a abychom se mohly starat o děti, partnery, rodiče, musíme být zdravé. Zároveň jsou to také zejména ženy, které v rodině řeší záležitosti ohledně zdraví, působí na rodinu, dohlédávají si informace o možnostech zdravotní péče, nabídkách pojištění a zdravotnických zařízení. Mimo jiné o tom svědčí i fakt, že v našem Klubu pevného zdraví máme zatím z téměř půl milionu členů zaregistrovány právě dvě třetiny žen.

Jaké programy loni mohly ženy využít a jak se osvědčily?

Opravdu nebyvalý zájem u žen jsme zaznamenali o mimořádný preventivní program, ve kterém jsme nabídli našim klientkám možnost mamografického či sonografického vyšetření zdarma. Ženy od 40 do 45 let si díky příspěvku od pojišťovny mohly zaplatit mamografii, mladší sonografii prsu, ženy nad 45 let si mohly zkrátit interval vyšetření na jeden rok. Z veřejného zdravotního pojištění totiž pojišťovny hradí preventivní mamografii jednou za dva roky, a to až ženám od 45 let. Tento náš program využilo bezmála 27 000 žen. Větší zájem jsme v loňském roce zaznamenali už jen u příspěvku na dentální hygienu, který využilo více než 47 000 klientů,

a u očkování proti chřipce zdarma. Poslední dva zmíněné programy se netýkaly pouze žen, nicméně i tak mezi zájemci převažovaly. Naše klientky také využívají další příspěvky na pohybové aktivity, wellness a mnoho dalších možností spojených se zdravým životním stylem.

Co ve vaší filozofii prevence chystáte na letošní rok?

Kromě už zmíněných aktivit máme letos několik novinek. Zmínila bych například možnost proplacení vyšetření kožních znamének jako prevence proti zhoubnému melanomu nebo příspěvek na odběr pupečnickové krve. Navíc jsme zřídili speciální nabídku pro těhotné, kterým přispějeme na plavání či cvičení pro těhotné, nebo třeba na přítomnost partnera u porodu.

Pokud se ptáte ale na „filozofii“, tak se snažíme hlavně o zjednodušení celého systému čerpání výhod. Ještě v minulém roce jsme nabízeli několik programů, kde bylo například čerpání výhod vázáno na sběr bodů za různé aktivity. Klienti se někdy v těchto našich programech hůře orientovali a systém nebyl pro každého jednoduše uchopitelný.

A nově je to tedy jak?

Od letošního roku stačí, aby se klienti VZP přihlásili do Klubu pevného zdraví, a automaticky mají nárok na čerpání bonusů i finančních výhod. Pro ještě větší přehlednost jsou příspěvky rozděleny do čtyř kategorií – děti, dospělí, maminka a dárci krve. V letošním roce také opět nabízíme slevy na cestovní pojištění pro všechny klienty VZP, s tím, že ještě větší výhody mají právě členové klubu, dárci krve či studenti.

Osvěta je důležitá, ale chce svůj čas a hodně energie – co se z investic VZP již vrací?

Obecně je známo, že prostředky vložené do prevence se několikanásobně vrací. Včas odhalená

nemoc či jakýkoliv zdravotní problém se léčí snáze a je lepší šance na vyléčení než při odhalení v pozdější fázi. Léčení včas zjištěného onemocnění je pak nejen snazší a pro pacienty nadějnější, ale také výrazně levnější, a tím samozřejmě výhodnější pro celý zdravotní i sociální systém.

Čím byste rádi zaujali časově vytíženou klientelu, tedy ženy v businessu? U nich je na prvním místě čas...

V první řadě se snažíme naše klienty co nejlépe informovat o novinkách, které jim přináší i komfort v poskytovaných službách. Hledáme nejlepší komunikační kanály pro konkrétní cílové skupiny. Od již zmíněného adresného zvaní, direct mailů, servisu

na pobočkách, informačních SMS, využití médií... Myslím si ale, že sebelepší kampaň nikdy nemůže suplovat dobrý proklientský servis a přístup. Proto se VZP snaží svým klientům vycházet vstříc právě vylepšováním služeb. Časově vytížení klienti například mohou využít elektronického objednávání na pobočky. Systém jsme začali zavádět v polovině loňského roku, na devatenácti pobočkách už funguje, v dalších třídvaceti bude zprovozněn v tomto pololetí. Žádná jiná zdravotní pojišťovna nenabízí tuto službu ve srovnatelném rozsahu. Na desítkách poboček máme také dětské koutky či přebalovací pulty.

A konkrétně pro ženy podnikatelky?

V pilotním provozu jsme teď například odstartovali novou službu pro časově vytížené klienty, kteří v návalu jiné práce zapomenou zaplatit pojistné. Prostřednictvím SMS či e-mailů je na to upozorňujeme dříve, než jim naběhne penále a dlužná částka naroste. Zatím jde o službu pro samoplátce (OSVČ a osoby bez zdanitelných příjmů), v dalších etapách ale budou oslovení zaměstnavatelé. První zkušenosti ukazují, že klientky si novinku pochvalují, přesto že se netýká zrovna přímé záležitosti. Úsporu času a lepší servis mohou získat také jak pacienti, tak lékaři zapojením do systému AKORD. Ve výčtu služeb pro časově vytíženou klientelu bych mohla ještě dlouze pokračovat. Rozhodně by ale ještě bylo dobré zmínit, že na našich webových stránkách najdou plátcí pojistného také poradnu, ve které se dozví mnoho užitečného pro různé životní situace. Bez zbytečné skromnosti – jsme prostě jedničkou mezi zdravotními pojišťovnami.

Jak mohou motivovat ženy své drahé polovičky, aby dbaly více na své zdraví?

Jestli si mohou dovolit odlehčení na závěr, doporučovala bych větu: Když o sebe nebudeš dbát, najdu si někoho jiného. Jinak samozřejmě doporučujeme, vysvětlujeme, motivujeme. Je to z velké části na nás.

ptala se Eva Brix

Cílem For You není prodat pojistku

Kde se zastavila historie? Všichni pádíme, abychom si koupili věci, které stejně nepotřebujeme. Dostala se i u nás otázka spotřeby do tužeb? Určitě ano. Místo toho, abychom měli radost, že si to a to pořídíme, zjišťujeme, že nepřichází štěstí, ale nemoci.

přenášel, potřebuje prostor. Ale nejen to – i motivaci k péči o zdraví, jež je tak důležité na cestě ke štěstí.

Jaký má strach vrcholová manažerka z nemoci? Co vás napadne jako první, když se přiblíží třeba viróza?

Moc to nevnímám. V hlavě mám dvě malé děti, šestiletou a desetiletou dceru, vesmír mého života. Zvládám to.

Možná proto, že se náš pojišťovnícký business prolíná s takovými slovy, jako je život, smrt, úraz, jsou výrazy jako kašel a rýma pro mne podřadnými pojmy. Jak v manažerské profesi, tak v pozici matky cítím vždy velkou zodpovědnost za to, co dělám, takže pragmaticky směřuji k tomu, abych jakékoli situace zvládala. Už prostě taková jsem. Na druhé straně vím, že svět neřídíme, věci se prostě dějí. Takže, když viróza, tak prostě viróza. Ženy reagují jinak než muži. Některé situace prostě zvládáme po svém. Takže nějaké nachlazení – je to prostě součást našeho života, není to nic výjimečného. Jinými slovy – jen tak se nedám, nedovolím okolnostem, aby mne zlomily. Když mám rýmu, funguji dál. Určitě však víte, co tím chci naznačit. Jde o přístup. Neděsí mne, že přestanu fungovat, jsem naučená takové situace zvládat.

Jak to souvisí s vámi proklamovanou prevencí nemocí? Dbáte na ni? Anebo odsouíváte návštěvy ordinací, prohlídky, měření, očkování jen proto, že nemáte čas?

Samozřejmě něco jiného je kašel a něco jiného žloutenka. Svoji předchozí odpovědi jsem jen chtěla naznačit kousek své životní filozofie. Možná mi nebudete věřit, ale jsem extrémně zodpovědná. Mám to v povaze – ostatně jsem ve znamení panny, a to mi zůstane. Ta zodpovědnost, to není o tom, že působím v pojišťovně, to není moje profesní úchylnka, tedy nabádat lidi, aby se pojistili pro případ smrti. Ani to není moje falešná image, je to výbava, kterou jsem si přinesla do života.

Zdravotním malérům se snažím předcházet prevencí. Prostě musím mít vše v pořádku, vše saturované, vše pod kontrolou. Musím mít přehled o tom, co za prohlídky jsme absolvovali, co nás čeká, jaké odběry, očkování. Vzpomínám si, jak jsem k nepřítelnosti dovedla svého zubaře, s nímž jsem se dohadovala, kdy že jsem u něj byla na kontrole – měla jsem pravdu já, jeho záznamy nebyly úplné, jak posléze zjistil. Takže to, co se má udělat, zásadně neodsouívám, nesnesla bych mít v hlavě nejistotu. Vedu děti ke zdravému životnímu stylu, aby měly holky rády zeleni-

Chceme o věcech mluvit, chceme, aby se o nich mluvilo, chceme, aby o tom mluvili také muži. Přáli bychom si, aby si ženy vážily samy sebe, aby pečovaly o své zdraví, aby zabránily komplikacím svého života i života svých blízkých včasnou prevencí. Tak nějak na mne působily výzvy, k nimž ING Životní pojišťovna uspořádala již dvě tiskové konference. Vzala si tedy téma, které si zaslouží komunikaci, protože hrozba rakoviny prsu a děložního čípku je v České republice do nebe volající. Každá čtvrtá Češka, které je diagnostikována rakovina prsu, na ni zemře. Jak vyplynulo z nedávného průzkumu, ženy prostě nějak nemají zájem o své zdraví. Ve století informační exploze chybí osvěta i chuť žen využít možnosti nebýt nemocné. Chybí zodpovědnost k sobě samotným, a nejen to. Proč? Cožpak je rakovina stále tabu?

Ženská otázka v celistvém pojetí Renatu Mrázovou, generální ředitelku ING Životní pojišťovny, zajímá již delší dobu. Často a s plným nasazením hovoří o společenském postavení žen, o brzdách jejich seberealizace, o tom, jak usnadnit návrat maminek do zaměstnání i podnikání po porodu, o podmínkách, které je třeba k tomu ze strany zaměstnavatelů,

institucí, infrastruktury vytvořit. Souvisí s tím i zdraví něžné poloviny lidstva a péče o ně. Domnívá se, že je u nás ještě mnoho nedostatečných, které lze změnit na výborné, nebo alespoň chvalitebné. Ví, o čem je potřeba rozpoutat celospolečenskou diskuzi, co tomu brání, co škodí. Ví, že je přesvědčena o velké síle ženského potenciálu, který, aby hory

Renata Mrázová

nu. Když to nešlo jednoduše, muselo to jít složitěji – zryly jsme půdu, zasely, pletly, vyrostlo, bylo k snědku... A naučily se.

Jak to stíháte? Mít vše pod kontrolou... A je mezi výkonnými a zaneprázdněnými lidmi opravdu takový nedostatek času, že se z toho rodí firemní syndrom úprku?

Bezesporu žijeme ve složité době, díky novým technologiím se na nás valí nesmírně mnoho podnětů, psychika je manipulována, lidé jsou ve stresu, je dokonce módní v něm jaksi být. V České republice jsou tyto okolnosti velmi vyhraněné. Na jedné straně se všichni někam ženeme a zároveň si uvědomujeme, že ten shon není dobrý, že si tím strašně ubližujeme. Na straně druhé víme, že je potřeba řadu věcí udělat, stihnout, zařídit, splnit, tlak na manažery je ohromný. Obecně víme, že když to neovládáme, je ohrožena naše životní úroveň, naše společenské postavení, naše možnosti. Lidé se tak dostávají do začarovaného kruhu, z kterého není úniku.

Kde se zastavila historie? Všichni pádíme, abychom si koupili věci, které stejně nepotřebujeme. Dostala se i u nás otázka spotřeby do tužeb? Určitě ano. Místo toho, abychom měli radost, že si to a to pořídíme, zjišťujeme, že nepřichází štěstí, ale nemoci. Je to o tom, že spousta lidí nepoznaly své poslání, svou identitu, nevědí, proč tu jsou, nepochopili podstatu svou ani toho štěstí.

Přitom je už dostatečně známé, že ten, kdo je ve stresu, na sebe hrne více chorob než ten, který je v pohodě. Máte vy sama nějakou metodu, jak zvládat všední dny bez hektiky a utíkání z jednoho jednání na druhé?

Ríká se, že stres vzniká z toho, že nejsme schopni nic dokončit. Neumíme se zastavit a říci, co je a co není důležité. Z toho pramení frustrace, nespokojenost se sebou samým. To zrcadlí i fyzickou kondici, choroby. Zdravotní stav je o vnitřním nastavení člověka, o duševní pohodě či nepohodě. Já to řeším důslednou organizací práce a delegováním.

Nedávno vaše pojišťovna zveřejnila výzkum, který naznačil, jak české ženy vnímají hrozbu rakoviny prsu a děložního čípku. Výsledky jsou dost zářející. Jaká čísla vás nejvíce překvapila?

Čísla získaná z výzkumu byla hodně varovná. Netušila jsem, kolik žen opomíjí preventivní gynekologické prohlídky. Zaskočil mne nedostatek osobní odpovědnosti žen. Myslím si, že české zdravotnictví je přece jen kvalitní a stále

ne tak drahé jako například v USA, kde se vše musí drazé zaplatit. Český systém nabízí v prevenci velké benefity. Spousta žen to pořád netuší. Příjemně mne naopak překvapilo, co charakterizovalo názory mužů – že téma rakovina prsu nebo děložního čípku není pro ně tabu, nevidí bariéry, proč by se o tom s ženami neměli bavit, proč o tom nediskutovat veřejně.

Co s tím?

Sázet na osvětu a zase na osvětu, nic účinnějšího asi není.

Zhruba před rokem jste spustili webové stránky foryou.cz a dali podnět k diskusi, zejména žen, právě na toto téma. Jak projekt vstoupil do povědomí veřejnosti?

Myslím, že velice pěkně. Ohlasů přibývá, množina žen, které zaujaly, narůstá. A v tom je smysl naší práce. Někdo by mohl namítat, že strašit lidi úmrtím a následky nemoci je náš business, ale tak to není. Cílem je právě zmiňovaná osvěta, snaha vyburcovat ženy k tomu, aby pečovaly o své zdraví. Aby se nebály prohlídek, aby k tomu vedly i své dcery. Civilizační nemoci jsou strašákem, ale hodně lidí si to pořád nechce uvědomit. A my jsme velká pojišťovna a máme ohromnou možnost zasáhnout velkou část populace správnými informacemi.

A kudy povede cesta osvěty dál? Co byste rádi ještě nabídli?

Nyní se podílíme na projektu, který míří do základních a středních škol, cílem je, aby i malé slečny získaly k prevenci ženských nádorových onemocnění vztah, aby pochopily, proč je prevence správná.

Na nedávné tiskové konferenci jste hovořila o tom, že je tabu v české společnosti o tomto problému hovořit a že byste ráda, aby se to změnilo. Tak, že komunikace o zákeřných nemocech žen nebude něco, o „čem se nemluví“. Myslíte, že se to podaří?

Určitě ano, věřím tomu. Fakt, že rakovina prsu je ročně u nás diagnostikována 6500 ženám, je šílený údaj. Také si myslím, že by se i stát měl v této problematice více angažovat, protože vzato čistě ekonomicky, pro státní rozpočet je určitě výhodnější mít ženy zdravé než nákladná léčba žen nemocných. Také k tomu napomůže silící finanční gramotnost obyvatel, je to

jedna z cest, jak se domoci úspěchu. Společnost se musí naučit komunikovat o tom, co ji obecně pálí. Být více otevřená. Na-

pomáhají sociální média, moderní technologie, boom informací a přístup k nim. I já patřím ke generaci, s níž rodiče nemluvili o sexu, natož o rakovině prsu. Dnes je trend jiný, a toho bychom měli využít.

Je přirozené, že ta z nás, která se s hrozbou rakoviny setká, zpanikaří, myslí na nejhorší, uvědomí si, že ji čekají složité časy. Ať již z hlediska fyzických možností, kariéry, společenského pohybu, či finanční situace. Co v takové chvíli udělat?

Nebát se o tom mluvit, nebýt na to sama. Je možné využít i pomoci našeho webu. Jsou tam příběhy žen, které onemocněly, jsou tam cenné rady. Určitá věková skupina žen si u nás může sjednat unikátní pojištění pro případ, že by skutečně rakovinou onemocněla. Skýtá to řadu výhod, které eliminují průvodní nejistotu onoho náročného období.

Stále platí, že slovo léčí. Bude moci web poskytovat vzájemné kontakty, aby si ženy mezi sebou mohly popovídat?

Neřekla bych, že slovo léčí, spíše víra léčí. Nesmírně důležitá je pozitivní energie, touha se dát dohromady, nebát se bojovat. Člověk se musí naučit být silným, to za něj nikdo jiný neudělá. Ale motivaci mu jiný dát může, třeba právě i ten náš web. Existuje spousta příběhů, které znějí neuvěřitelně. Plyne z toho, že duševní odhodlanost dokáže to, co rozum nepochopí. Není to žádná magie. Když duše nebude chtít, tělo to samo nezvládne.

Zmínila jste, že nabízíte jako jediná pojišťovna na našem trhu pojištění žen pro případ, že by je výše uvedené nesnáze potkaly. Na jakém principu je tento finanční produkt postaven?

Naším primárním cílem není prodat pojištění, proto bych zájemkyně o něj odkázala skutečně na náš web.

Spíš bych ráda vysvětlila, že jsme ojedinelí tímto konceptem, jsme jediná, kdo rozjel takovou platformu, program, koncept. Rozhodli jsme se budovat komunitu, kde sdílení názorů, zkušeností, rad, informací, napomůže k tomu, že si více a více žen bude uvědomovat, co mohou pro své zdraví, fungování rodiny, svou kariéru udělat. Otevřeně přiznávám, že pro nás je to ztrátový produkt a ani není cílem, aby vydělával závažné sumy. Věříme, že se naše úsilí vrátí jinak. Tak by podle mého názoru měla i pojišťovna fungovat – nabízet pojistné komplexní řešení s dalšími nadstavbami, jako např. Určitě asistenční služby. V našem případě dostává klientka například služby psychologa, zajištění chodu rodiny, včetně nákupů a hlídání dětí, a jiné služby. Naše stránky, to je náš benefit, to je ta přidaná hodnota, která by měla mít smysl. Tím se snažíme také odlišit od konkurence. Nechceme vydělávat peníze na pojistce, to by dnes už bylo velmi málo.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Společnost se musí naučit komunikovat o tom, co ji obecně pálí. I já patřím ke generaci, s níž rodiče nemluvili o sexu, natož o rakovině prsu. Dnes je trend jiný, a toho bychom měli využít.

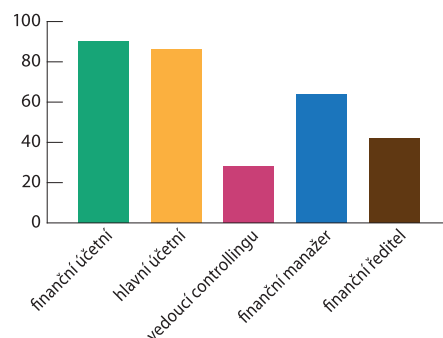
Koncentrace žen ve finanční branži je vysoká, většina z nich však nedosáhne na vedoucí pozice

Profese v oblasti financí jsou veřejností často chápány jako typicky mužská povolání, ve kterém je žena vnímána jako výjimka. To však není pravda přinejmenším v podnikových financích, jak dokládá nejnovější průzkum nazvaný **Platová studie pro finanční pozice – 2013**, uskutečněný Českou asociací pro finanční řízení společně s Komorou certifikovaných účetních a společností Schulmeister Finance Professional Search. Výsledky průzkumu totiž ukázaly, že např. na pozicích finančních účetních je až 90 % žen, na místech hlavních účetních 86 % žen. Na vyšších finančních pozicích zástupkyně něžného pohlaví již postupně ubývá. Na postu finanční ředitelky jich pak pracuje již jen 42 %.

Výsledky výzkumu poukazují na to, že ženy nejsou dostatečně reprezentovány především ve vysokých finančních pozicích, ač mají naopak velmi rozsáhlé zastoupení v celém sektoru účetnictví. Plných 90 % žen pracuje na pozici finanční účetní, s postupem na vyšší pozice nastává spíše dominance mužů. Z průzkumu vyplývá, že na pozicích vedoucí controllingu je již 72 % mužů, a to i přesto, že poměr na pozici finanční controller je poměrně vyrovnaný. Ve studii funkci finančního manažera zastávalo necelých 70 % žen, pozici fi-

nančního ředitele v celkovém počtu jen 42 %. Pouze 3 % respondentů průzkumu nemají znalost cizího jazyka. Na 88 % dotázaných mluví anglicky a 38 % německy; přičemž na pozici finanční ředitel mluví anglicky 92 % a německy 45 % respondentů, na pozici finančního controllera 94 % anglicky a 40 % německy, na pozici finanční účetní 73 % anglicky a 24 % německy. Ze studie je rovněž vidět, že znalost anglického jazyka se stala běžným, předpokládaným požadavkem a znalost německého jazyka za anglickým sice „pokulhá-

Procentuální zastoupení žen ve vybraných funkcích



...vá, je ale u respondentů studie České asociace pro finanční řízení, Komory certifikovaných účetních a společnosti Schulmeister Finance Professional Search nadprůměrně dobrá. V praxi je například hlavních účetních se znalostí německého jazyka nedostatek. (tz)

Kosmetická poradna Madam Business 2014 (březen)

Trik, jak být rychle krásná



Na webových stránkách www.madambusiness.cz můžete od ledna tohoto roku sledovat kosmetickou poradnu francouzské značky GERnétic. V uplynulém roce jste se s ní potkávali na stránkách tištěného vydání v rubrice na straně 14. Na vaše otázky odpovídala kosmetička Alena Kimlová z Kosmetického centra GERnétic. Poradnu otevíráme i letos, a to vždy jednou za čtvrtletí. Vaše dotazy bude mít na starost opět Alena Kimlová, a to v červnu, září a prosinci. Francouzská přírodní kosmetika GERnétic poskytuje komplexní systém špičkové péče o obličej, poprsí a tělo. Je určena pro profesionální práci kosmetiček, wellness studií, lázní a následnou každodenní domácí péči o pleť. GERnétic nabízí individuální řešení pro každého zákazníka.

DOTAZ

Mám náročné zaměstnání a součástí mých pracovních povinností jsou večerní prezentace firemních produktů. Večer je však moje pleť unavená. Můžete mi poradit nějaký trik, jak pleť alespoň na potřebnou dobu zlepšit?

ODPOVĚĎ

Na pokožce se odráží celkový stav organismu. Kůže je jakýmsi zrcadlem toho, co se děje uvnitř našeho těla. V případě, že jsme unavené, pleť ztrácí na vitalitě, jas, vrásky se prohlubují. K rychlému zlepšení stavu pokožky je

třeba najít si alespoň půlhodiny času, který věnujete jenom sobě. Pak provést rychlé kosmetické ošetření, tzv. zehličku pleti. Celý proces se skládá z několika kroků: peeling, stimulace a lifting, hydratace, vyvážení. Nejprve je třeba odstranit odumřelé buňky z povrchu a projasnit pleť. Doporučuji použít peelingový gel **Nettoyant Gommant Marin**. Přípravek naneste na vlhkou pokožku a jemnými kruhovými pohyby proveďte peeling. Pak opláchněte vlažnou vodou a pleť osušte. Po peelingu je důležitá stimulace a lifting. K tomuto účelu se mi osvědčil koncentrát **Mito**

Special+. Je důležité přípravek dobře do pokožky zapracovat a nechat chvilku vstřebávat. Svěží vzhled pleti zabezpečí i dostatek vody v pokožce. Naneste hydratační masku **Hydra Ger**, vypijte sklenici vody nebo ovocné šťávy, pohodlně si lehněte, zavřete oči a nechte masku 10–15 minut působit. Po uplynutí této doby masku smyjte vodou a pleť osušte. Závěrem je třeba nanést ochranný krém. Výborný je přípravek **Tropo** (pro mastný typ pleti) nebo **Tropo Plus** (pro suchý a smíšený typ pleti), který pokožku sjednotí. Po slabé půlhodince bude vaše pokožka působit odpočatým, svěžím dojmem a bude připravena na dokonalé večerní nalíčení. Produkty GERnétic zakoupíte v **Kosmetickém centru GERnétic** nebo v kosmetických salonech pracujících s kosmetikou GERnétic. Odborně vyškolená kosmetička vám poradí, jak přípravky používat. Prohlédněte si videa o kosmetice GERnétic na YouTube.

Sponzorem poradny je francouzská přírodní kosmetika GERnétic.

GERnétic je řešení!

www.gernetic.cz



ČESKÝ PORCELÁN

akciová společnost

DUBÍ

www.cesky.porcelan.cz

Jaro na talíři

Eva Brixi

Bylinky v květináči
Už mi tančí
A prostírají stůl
Servírují špikované kančí
Bude také mladý vůl
Možná ani nevíš
Co ti nesu
Jaká slova času proti stresu
O vyznání mojí kuchyně
Na podnosu knedlík, omáčky a květy broskvoně
A pod tím tajný lístek:
Vyčkej u mne do svítání
Jsem kuchařka tvých přání
Budu neposedná vládkyně
Oceň mé umění
Na špičce jazyka
Když se mé chuti dotýká
Líbej až po čaji
Lépe to utíká
Líbej až po slivovičce
Slzičky budu mít na kraji
Až poznáme se více



Energii načerpejte z hor a teplých lázeňských pramenů

I když byla letošní zima mírná, stále to byla zima, a ta náš organismus zrovna příliš neposílí. Chcete pookrát, obnovit fyzické síly a pocítit příliv jarní energie? Zkuste to v Janských Lázních, do kterých nyní můžete vyrazit za speciálním týdenním ozdravně-relaxačním programem.



Impozantní hory, tyčící se nad vámi, romantické krkonošské scenérie, malebné městečko v údolí a pečlivě zvolené lázeňské procedury. Pokud toto vše aplikujete současně, dokážete se svým tělem i du-

chem udělat skutečné divy už za několik dní. Janské Lázně připravily speciální pobyt, kterým si po zimě skvěle dobijete baterky. Ozdravně-relaxační program byl sestaven tak, aby co nejefektivněji obnovoval fyzické a psychické síly. Začnete jej vstupní lékařskou konzultací a poté v průběhu týdne absolvujete celkem jedenáct procedur, jako například cvičení v rehabilitačním bazénu i mimo bazén, masáže, elektroléčby nebo perličkové koupele. Program zahrnuje: osmidenní pobyt (7 nocí), ubytování ve dvoulůžkovém plně vybaveném pokoji, plnou penzi, volný vstup do nového aquacentra, vč. sauny a vířivky, možnost Wi-Fi připojení, parkování v blízkosti hotelu, lázeňské poplatky, 11 procedur. Osmidenní pobyt pořídíte od necelých 8000 Kč. A pokud je pro vás týden příliš, můžete ho absolvovat ve zkrácené čtyřdenní variantě třeba jako prodloužený víkend, za který zaplatíte zhruba 3500 Kč. Léčebné lázně leží přímo v centru Krkonošského národního parku, v malebném městečku Janské Lázně, které vás uchvátí krásnými horskými scenériemi. Teplé minerální prameny, které tu po staletí vyvěrají, se využívají při léčbě pohybových a neurologických potíží. Kromě léčebných pobytů se sem jezdí také za skvělým lyžováním a turistikou. (tz)

www.janskelazne.cz

Podnikatelský kurz pro maminky na mateřské jim vrací ztracenou sebedůvěru



PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

„Kurzy u Centra podpory podnikání Praha mně pomohly získat zpět ztracené sebedůvěry. Na mateřské je to ta nejdůležitější věc,“ řekla jedna z absolventek kurzu Začínáme podnikat Martina Krčková. Kromě nabytí ztracené sebedůvěry ale paní Krčková také jako řada dalších maminek z kurzu rozjela vlastní podnikání. Byla jednou z těch, která dostala šanci vrátit se zpět na trh práce.



Kurz, který budoucím podnikatelkám předal vedle praktických informací souvisejících se založením firmy také rady týkající se skloubení osobního a pracovního života, se uskutečnil v pěti městech Středočeského kraje. Probíhá v rámci projektu, který pomáhá ženám na mateřské, resp. rodičovské dovolené vrátit se na trh práce. A to nejen formou podnikání. „Samozřejmě chápeme, že ne každý chce podnikat a ne každý má na start podnikání finance nebo potřebnou odvahu. Proto se snažíme aktivně oslovovat firmy a hledat pro naše klientky vhodné pracovní příležitosti,“ vysvětlila Mgr. Ivana Janatová z Centra podpory podnikání Praha, o.p.s. (dále jen CPPP), expert na rovné příležitosti.

Většina z účastnic přesto v sobě odhodlání nebo potřebný kapitál našla a pracovala během kurzu intenzivně na svém podnikatelském plánu. Někdy svou představu museli účastníci přizpůsobit byrokratické a legislativní realitě. „Zpětně na kurzu nejvíce oceňuji přístup ke zdroji informací,“ potvrdila maminka Jitka Valdová, která nyní využívá nově nabyté znalosti v již nastartované živnosti Naturopatické poradny. „Já se na kurzu pro start vlastního podnikání definitivně rozhodla. Vybrousila jsem svůj plán a nyní již v Kladně pořádám výtvarné kurzy a další akce pro děti,“ řekla nám jiná účastnice Hana

Zámišová o své nové firmě Šikovné ručičky a poznáváme svět.

„Některé zájemkyně již na kurz přijdou s jasnou vidinou svého podnikání, jiné na ten pravý nápad přijdou v jeho průběhu. Vždy je zajímavé sledovat, jak přemýšlejí, rozpoznat to, co je brzdi či brání v realizaci, a hlavně to, jak s tím bojují. A moc mě těší, že můžeme být v takové situaci nápomocni,“ řekla Ivana Janatová. Další kurzy, které pomohou ženám v návratu na trh práce, budou ve městech, jako je Kladno, Králův Dvůr nebo Horoměřice, probíhat po celý rok. Maminky mohou přijít také s dítětem, o které bude během výuky postaráno profesionální chůvou. Vše je zdarma. Projekt „Podnikání žen jako efektivní cesta k posílení rovných příležitostí na trhu práce“ je financován z Evropského sociálního fondu a z peněz státního rozpočtu v rámci operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost.

Marek Bartoš ■■■

Kontakt:

Regionální a projektová kancelář Kladno
Ctiborova 3091, 272 01 Kladno
tel: +420 312 610 103
GSM: +420 734 822 141
e-mail: bartos@cppp.cz
www.cppp.cz, www.podnikanijereseni.cz



Koho a co mám ráda

Řasenka, s níž se nebojím plakat radostí

Je to naprosto nezbytný nástroj. Alespoň pro nás ženy. Většinou si nedokážeme představit všední den bez řasenky. Krásné gazeli oči jsou v kurzu. A všechny je chceme mít. Jenže jak udržet řasenku na místě po celý den, kdy jsme maximálně vyčerpány? Jednou jsme rozesmáté na celé kolo, jindy pěníme nebo nás trápí povětrnostní podmínky. Ukápně slza. Za ní druhá. Po tváři se však většinou nekoulí křišťálová kapička, v níž by se odrážely sluneční paprsky jako v diamantu. Najednou po pleti stéká

proud antracitové kapaliny, který za sebou nechává spoušť. Ale co s tím? Vyměnit řasenku! Proto jsem si oblíbila tu od Estée Lauder s názvem Sumptuous Extreme Waterproof Lash Multiplying Volume Mascara. Splňuje moje požadavky na jedničku. Řasám dodá dechberoucí objem a mně ubere na starostech. Díky světoznámé značce si mohu dovolit melancholickou procházku v dešti i nekontrolovatelný záchvat radosti doprovázený slzami veselí a štěstí. Stále drží. Ani se nehne! Kateřina Šimková



Foto Shutterstock

Vůně, svěžest a zdraví z chladničky Sharp

SHARP

www.sharp.cz



**Pro hospodyňky
to vůbec není
snadný úkol –
jak uchovat
potravinu
čerstvou, svěží
a bez zápachu**

**v chladničce. Masné a mléčné
výrobky, zelenina a ovoce
potřebují nejen nízkou teplotu,
aby vydržely dlouho v původním
stavu, byly hezké na pohled
a zároveň stále chutné a voňavé,
vyžadují přirozené prostředí.
S japonskou značkou Sharp
a jejími unikátními technologiemi
to zvládnou.**

Každá chladnička sice dokáže uchovávat potraviny v nízkých teplotách, ale během skladování u nich dochází k nežádoucím změnám. Maso, uzeniny, paštiky, zvláště pokud nejsou uloženy v původním a neporušeném obalu, rychle vysychají, tvrdnou, mění konzistenci a barvu. S tím pochopitelně degradují i jejich nutriční hodnota a chuť. Tekutiny, mléko, máslo a zakysané produkty navíc nasávají pachy ze společně uchovávaných potravin. Listy a plody okamžitě vadnou a už vás pohledem nelákají k jídlu.

A to nemluvíme o celkovém vzhledu vnitřních prostor chladničky, o vizuálním působení mikroorganizmů na povrch materiálu, na složení mikroklimatu a zdravotní důsledky v prostředí plném virů, bakterií a plísní. Tady už nejde jen o znamenitou chuť, lákavý vzhled a libé vůně, ale také o náš imunitní systém, který se musí invazi útočníků, a ne vždy úspěšně, ubránit.

Proti bacilům nastoupí ionty

Chladničky a mrazničky Sharp jsou však v boji proti všem těmto negativním vlivům dobře vyzbrojeny, protože využívají originální technologii Plasmacluster. Mezi uskladněnými potravinami a vnitřními stěnami zařízení cirkulují volné ionty, které eliminují viry, mikroorganizmy a plísňové spory. Pokud vyzkoušíte, přesvědčíte se sami, že s plasmaclusterem zůstává jídlo opravdu déle čerstvé. A je

chutnější, neboť maso a zelenina nikdy nevyschne, ovoce si podrží původní šťavnatost. Potraviny nepřicházejí o cenné látky, vitaminy, minerály a vodu, déle si uchovávají výživovou hodnotu a barvu. Osvěžovač Honeycomb navíc pohlcuje veškerý zápach z uskladněných potravin, proto ani led nebo mléko nevstřebají vůni ryby, pokud ji uložíte vedle nich. A systém Inverter se postará o tichý chod a efektivní, úsporné ovládání teploty chladničky nebo mrazničky Sharp.

Dvojitě dveře a LED

Pokud pořizujete chladničku do menší nebo složitější kuchyně, může se vám stát, že budete muset zjišťovat, zda je u vás vybraného výrobku vůbec možné přehodit mechanismus otevírání dveří z pravé strany na levou. Jako univerzální řešení vám SHARP nabízí šest modelů chladniček s dvoji-

tým otevíráním dveří. Získáte tak pohodlný přístup k obsahu chladničky z obou stran a spotřebič můžete pohodlně používat i ve velmi malé kuchyni. SHARP nabízí výrobky s dvojitým otevíráním dveří v objemové kapacitě 366 litrů a 326 litrů a v několika barvách (černá, béžová a nerez). I přes řadu pokročilých technologií zůstává energetická náročnost v nejvyšší třídě A++, resp. A+. Chladničky a mrazničky SHARP s dvojitým otevíráním dveří se pyšní příjemným moder-



ním designem a vysoce kvalitní povrchovou úpravou. Energeticky účinný osvětlovací systém LED zajišťuje kvalitní osvětlení interiéru chladničky. LED diody umístěné v přední části zajistí vynikající osvětlení celého vnitřního prostoru, bez ohledu na to, jak je plná.

Možná si řeknete, že k takovým novotám, jako je Plasmacluster, by měl člověk přistupovat opatrně, protože mohou přinášet nejrůznější rizika. Avšak Sharp nenastoupil s ničím umělým, jenom „zkopíroval“, jak se chová sama příroda. Technologie funguje na principu vylučování kladných a záporných iontů. Ty se volně vyskytují i v našem okolí, navazují na sebe nečistoty a neutralizují viry. Pomáhají tak lépe dýchat nejen alergikům a astmatikům, ale třeba i uchovat potraviny déle čerstvé. Vždyť všichni víme, jak skvěle se cítíme v lese, u moře nebo na horách, jak rádi tam pobýváme. Proč to doma nedopřát i našim potravinám? (red) ■■■



Jóga vám nepostaví život na hlavu

Lotosový sed přináší zdraví

Výchozí pozici Padmāsany je sed s nataženýma nohama. Ohneme pravou nohu a umístíme ji patou co nejbližší k levému kyčelnímu kloubu. Ohnutá noha je chodidlem otočená vzhůru a patou se lehce dotýká stydké kosti. Stejný postup zopakujeme levou nohou. Nohy jsou zkříženy v holenní oblasti, kolena míří do stran a spočívají na podložce. Vytáhneme páteř mírným pohybem vzhůru a uvolníme se. Poloha léčí nemoci všeho druhu, vede k meditaci a umožňuje pohyb prány sušumnou, hlavním energetickým kanálem, a práci s čakrami. Polohu by neměli provádět lidé s potížemi v oblasti pánevní, které trápí ischias či mají potíže s koleny.

Symbol lotosu je znám ve všech asijských kulturách. Hrál významnou roli v egyptské mytologii, dodnes ctěn v hinduizmu i budhizmu. V Indii i v současnosti je téměř v každé vesnici rybníček, v němž od nepaměti rostou lotosové květy.

Zvláštností lotosového květu je to, že se nedá ušpinit tekutými nečistotami, protože na povrchu okvětních lístků jsou drobné krystaly, jež pomáhají stékání tekutých látek z květu. Tuto techniku nyní využívají oděvní firmy pro produkci obleků, které se nedají politím znehodnotit. Čím déle roste lotosový stvol, tím jsou jeho květy nádhernější, protože jeho lodyha vrostle do silného bahna, které obsahuje hnojivo ze



Světlana Prokešová,
lektorka jógy

všech generací uhynulých rostlin. V novém rybníku bez bahna a usazenin se rostlinám daří jen obtížně.

Lotos proto symbolizuje, že

i my „vytahujeme“ důležitou část naší existence z vrstev, které jsou naším „bahnem“, jako je náš původ, naše dědičnost. Vyrůstáme z této neměnné podstaty, ale směr života si již určujeme sami. Květ lotosu symbolizuje spojení s abstraktním božským principem – brahma – s nepopsatelným základem všeho.

www.jogastars.cz



Fejeton

Na ptáky nemáme

Kam se poděla letošní zima? Stále jsem čekal, kdy udeří pořádné mrazy, zamrzne obecní rybník, sněhem zapadnou okolní stráně a silničáři budou, tak jako každý rok, opět zaskočení. Čekání však vyznělo naplno, ačkoli rosníčky a po nich média strašily, že se máme připravit na tuhou zimu – a to už v prosinci. Není nic horšího než nenaplněné očekávání.

Kdyby nebylo těch dramatických předpovědí, zřejmě bych nad několika uplynulými měsíci jen mávl rukou. Nebylo by to poprvé, co se zimní počasí nedostavilo a milovníci lyžování museli vzít za vděk umělým zasněžováním nebo vycestovat za sportem do jižních krajín, Rakouska, Itálie, Francie nebo Slovinska. Příroda si zkrátka nedá poroučet, i když jsme se o to dříve, avšak bez úspěchu, pokoušeli.

Vypadá to tak, že hydrometeorologové zase střílili kozla. Dlouhodobá předpověď jim nevyšla, ostatně jako vždycky. Připadá mi, že stále vědeckější metody, sofistikovanější modely a přibývající počet satelitů nad hlavami vedou ke stále větším omylům a chybám. Co je to platné, že počasí na čtvrt roku dopředu se dá přesně spočítat, když výsledek se ani náhodou nerovná nastalé skutečnosti.

Asi je to tím, že jsme přestali věřit svým instinktům a zkušenostem, znamením přírody a lidovým pranostikám, o to víc se upnuli na údaje, které vypravuje nějaký supervýkonný a neobyčejně drahý počítač. Domníváme se, že k dokonalosti mohou vést jen ještě lepší software, ještě více meteorologických satelitů a ještě chytřejší mašinka v Praze-Komořanech.

Ale to je veliký omyl. Když jsme ještě dali na pozorování přírody, jak se chovají zvířata, co nám napovídají rostliny, měli jsme informaci o příští zimě víc, přesnějších a spolehlivějších. Bohužel však lidí, kteří si takových znamení uměli všimnout a z nich si odvodit věci příští, kvapem ubývá. A nebo raději mlčí a své poznatky si nechávají pouze pro sebe, proto moderní svět pro ně už nemá pochopení. Že letošní zima nebude, to mi našeptávala má žena už od listopadu. Velmi ji totiž znepokojo-

valo, že jí v Praze chyběly vrány.

Zatímco v minulých letech to byli neodmyslitelní zvěstovatelé mrazu a sněhu, tentokrát nic. Černí ptáci buď vůbec neopustili své letní domovy a nebo se vypravili jinam, kde se mohli na tuhou zimu spolehnout.

Možná se ptáte, jak to mohli vědět? Nevím, nejsem ornitolog,

nehledě na to, že zřejmě ani ti nedokážou dát uspokojivou odpověď. Zřejmě opeřenci dostali zprávu, že do Čech, na Moravu a do Slezska se nevyplatí cestovat. Tahle jejich informační technologie není závislá na počítačích, mobilech a televizních přijímačích, o to víc se dá na ni spolehnout. Je vyvinuta a nescíslněkrát prověřena přírodou. Dá se předpokládat, že jsme ji jako primitivní lidé používali taky, abychom v tvrdých podmínkách dokázali přežít. Ale když jsme zcivilizovali, začali spoléhat na modernější prostředky, tato unikátní schopnost se někam vytratila. Prál bych si, abychom uměli zase jako dřív obojí, tedy zacházet s nejvyspělejšími high-tech zařízeními a zároveň dokázali naslouchat hlasu Země. Pak teprve bychom se přiblížili k určité dokonalosti, po níž se dosud marně pídíme. Ale asi na to nejdeme „od lesa“. Nespoléhejme jenom na další technické vynálezy, ale zkusme si vzpomenout na dovednosti, které nás provázely tisíce let. Myslíme, že šanci stále máme.

Pavel Kačer



2x foto SXC

Nadaci Naše dítě z prodaných tašek SPAR ČOS putovaly dva miliony

Vzpomenete si, kdy jste naposledy trnuli, co se stalo s vaším Jirkou, když nedorazil včas na večeri, protože si prodloužil o dvě hodiny výlet s kamarády po okolí vaší obce? Vybavíte si, kolik neprospaných nocí máte za sebou z doby, kdy vaše dcera začala objevovat svět plesů, diskoték a narozeninových večírků u spolužaček? Jsou to zdánlivé drobnosti, jimiž si průběžně každý rodič prošel, ale... Ale pro člověka, který má v sobě zakódovanou lásku a starostlivost o vlastní děti, jsou takové okamžiky těmi, které si nepřeje opakovat. Obyčejný strach o své nejbližší... A přesto – kolika lidem dnes chybí?

Není nic smutnějšího než opuštěné, zanedbané nebo týrané děti. Proč jich je kolem nás stále tolik, je otázka, nad níž si lámou hlavu pořádní občané, firmy, instituce, odborníci i celebrity. Těžko uvěřit, že někteří rodiče o své děti nestojí, že jim je jedno, když svého potomka roky nevidí, natož aby s ním prožívali všechny radosti i strasti. Tím více je třeba společensky ocenit všechny aktivity, které přicházejí takovým dětem na pomoc. Například společnost SPAR ČOS se zapojila v rámci své filantropické činnosti do projektu Nadace Naše dítě a slavnostně jí v únoru předala šek v hodnotě dvou milionů korun.

SPAR

INTERSPAR

SPAR Česká obchodní společnost, s. r. o., patří do skupiny SPAR Rakousko. SPAR Provozuje v České republice 49 obchodů (35 hypermarketů **INTERSPAR**, 14 supermarketů SPAR), ve kterých zaměstnává přes 4500 pracovníků. SPAR ČOS je rovněž provozovatelem moderních velkokapacitních Restaurací Interspar, kaváren Tutto Bene a občerstvení Cafe Cappuccino To Go. Od září 2002 je členem Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR. SPAR ČOS ve spolupráci s občanským sdružením Zdraví-Život vytvořila projekt Daruj krev v pravou chvíli, jehož smyslem je zvýšit počet bezpříspěvkových dárců krve.



Zuzana Baudyšová a Karl Bumberger

Na vysvětlenou dodejme, že SPAR ČOS s Nadací Naše dítě nezačala spolupracovat nahodile. Od ledna 2013 mohli zákazníci hypermarketů INTERSPAR a supermarketů SPAR zakoupit malé plastové nákupní tašky s logem nadace a minimální částkou padesát haléřů pomoci potřebným. Vybraná suma za loňský rok dosáhla dvou milionů korun. Slavnostní setkání k této příležitosti se uskutečnilo v Praze v prostorách prodejny Interspar nákupního centra ve Štěrboholicích. SPAR ČOS spolu se svými zákazníky touto cestou pomohl přispět k tomu, aby v České republice přibýlo dětských úsměvů a ubylo mnoho slz. „Pro oslovení Nadace Naše dítě jsme se rozhodli v době, kdy pomáhala českým týraným a ohroženým dětem krásných dvacet let,“ řekla Martina Studnička Malcová, vedoucí oddělení marketingu společnosti SPAR ČOS. „Věříme, že náš krok spolupracovat právě s touto nadací byl správný a že jsme vybrali v rámci naší firemní společenské odpovědnosti dobře,“ zhodnotila iniciativu Martina Studnička Malcová. „Děkujeme našim zákazníkům, kteří nám k získání této nemalé částky dopomohli a pevně věříme, že i nadále budeme Nadaci Naše dítě úspěšně pomáhat,“ sdělil Karl Bumberger, jednatel společnosti SPAR ČOS. „Jsem velmi ráda, že se společnost SPAR ČOS stala partne-

rem Nadace Naše dítě, a tím i ohrožených dětí, kterým již dvě desítky let nadace úspěšně pomáhá. Spolupráce se společností SPAR si ceníme i proto, že je

známá širokou nabídkou kvalitních produktů. Věříme, že započaté partnerství přinese hodně pozitivního, jako je pomoc a radost mnoha dětem, a inspiraci zákazníkům k zájmu o naléhavou problematiku ochrany dětí. Nadace Naše dítě se snaží, aby se ochrana dětí stala věcí veřejného zájmu a spolupráce se SPAR ČOS tomuto úsilí velmi pomohla,“ vysvětlila Ing. Zuzana Baudyšová, ředitelka Nadace Naše dítě. „Děkujeme vedení společnosti SPAR ČOS za výbornou spolupráci, velkou finanční pomoc a morální podporu činnosti Nadace Naše dítě,“ dodala Zuzana Baudyšová. (tz, rix)



Nadace Naše dítě pomáhá dětem od roku 1993.

Hlavním posláním Nadace Naše dítě je pomoc týraným, zneužívaným, handicapovaným, ohroženým a opuštěným dětem, které se ocitnou v obtížné životní situaci.



**PRODUKCE,
PRODEJ**



A ZPRACOVÁNÍ VAJEC



OVUS podnik živočišné výroby, spol. s r. o.
Těhul 169, 274 80 Slaný-Kvíc
www.ovuspraha.cz