

Futurart

CLAVES EMPRESARIALES Y SOLIDARIAS



Raquel y Cecilia de El Retorno Producciones: historias con alma

TIENE LA PALABRA

PALOMA SÁNCHEZ

Concejala Promoción Económica y Empresarial
Ayuntamiento Talavera de la Reina

DE UN VISTAZO

TELEPINZAS

La propuesta de Disanfrio para
disfrutar del marisco en cualquier parte

EMPRESARIA

ANA TORRES

Academia de Música Mozart

DEPORTES

JOSUÉ BLÁZQUEZ

Presidente CF Talavera

ESTE VERANO...

“CONSUME CON CRITERIO”



PROGRAMA EXPOCONSUMO

TRES EXPOSICIONES ITINERANTES EN MATERIA DE CONSUMO

Cedidas por la Consejería de Desarrollo Sostenible de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (Dirección General de Agenda 2030 y Consumo)

LAS COLECCIONES CONSTAN DE DIVERSAS INFOGRAFÍAS QUE NOS CONDUCEN A TRAVÉS DE LOS PRINCIPIOS, VALORES Y DERECHOS QUE INFORMAN DE NUESTRO CONSUMO

Del 11 de julio al 24 de agosto

Biblioteca Municipal José Hierro (Avda. de Toledo, 37)
(De lunes a viernes en horario de 09:00 a 14:00 horas)

TALLER FORMATIVO

“UN VERANO GASTRONÓMICO A TRAVÉS DE ESPAÑA”

PROYECTO ENCAMINADO A REALIZAR UN RECORRIDO POR LAS DISTINTAS VARIEDADES GASTRONÓMICAS DE NUESTRO PAÍS, TRANSMITIÉNDOLES VALORES COMO EL CONSUMO RESPONSABLE Y LOS HÁBITOS SALUDABLES

Del 26 de julio al 4 de agosto (excepto sábados y domingos)

Horario: de 10 a 13 horas

La actividad está orientada a niños y jóvenes de entre 3 y 16 años

INFORMACIÓN:

Iuvenis Talavera: 658 515 467 / iuvenistalavera@hotmail.com

OMIC: 925 810 000 / omic@talavera.org



Excmo. Ayuntamiento de Talavera de la Reina
Concejalía de Ciudad Saludable y Consumo Responsable



Oficina Municipal de Información al Consumidor



[4] LO HACEMOS POSIBLE
DOWN TALAVERA

[6] TIENE LA PALABRA
PALOMA SÁNCHEZ

[10] DE LEY
JESÚS LÁZARO

[11] A FONDO
EL RETORNO PRODUCCIONES

[15] MARKETING ONLINE
ABRAHAM AMOR

[16] DE UN VISTAZO
TELEPINZAS

[18] EMPRESARIA
ANA TORRES

[20] DE CERCA
DURÁN FERRETERÍAS
GARVÍN Y ASPRODETA

[21] ENTRE LÍNEAS
RAQUEL TORRES LUMBRERAS

[22] CULTURA
MONTSE AGUADO

[23] FACULTAD DE CS TALAVERA
MARÍA RUIZ BADAJOZ

[24] DEPORTES
JOSUÉ BLÁZQUEZ

[26] PUBLICIDAD CON CIRITONE
TOMÁS ARRIERO

EQUIPO FUNDACIÓN FUTURART

DIRECTOR
José Luis Bodas

REDACCIÓN
Equipo Fundación Futurart

FOTOGRAFÍA
Fundación Futurart / Archivo Tecnigraf

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
Equipo Fundación Futurart

IMPRIME
Técnicas Gráficas Talavera

Las opiniones, notas y comentarios serán exclusiva responsabilidad de los firmantes o las entidades que facilitaron los datos. La reproducción de los artículos y fotografías está prohibida salvo autorización expresa por escrito.

FUTURART. CLAVES EMPRESARIALES Y SOLIDARIAS ES FUNDACIÓN FUTURART

Fundación Futurart es una institución **sin ánimo de lucro** con fines sociales que pretende acompañar a las **empresas solidarias** en sus labores de Responsabilidad Social Empresarial. Mantenemos un Compromiso Social con asociaciones sin ánimo de lucro, **apoyando cada año un proyecto** concreto elegido por las empresas solidarias que forman la fundación. Más información en www.fundacionfuturart.es

VACACIONES

¿NECESARIAS PARA DESCONECTAR?



JOSÉ LUIS BODAS

Es más que probable que muchos de ustedes, cuando lean este editorial, se encuentren disfrutando de esos días de descanso que la época invita y este verano con más razón con las temperaturas que nos trae, sin obviar, además, el panorama que tenemos ante nosotros para más inri. Permitanme que me reserve recordárselo.

quiera, al fin y al cabo descanso más que merecido.

Por otro lado, si lo que desea y echa en falta en su entorno de trabajo es menos estrés colectivo, un mejor estado emocional, un equipo más creativo, con más inspiración y más productivo, podríamos augurar que se necesitan unas vacaciones, coger unos días de descanso es



Si es así, disfrútelos, felices vacaciones. De lo contrario, aún está a tiempo de reservarse algo de tiempo de inactividad y renovar esas energías tan necesarias que se requiere para estar en plenas capacidades.

No me atrevo a asegurar si necesarias o no, en mi opinión es un tema más mental que otra cosa y cada uno siente la necesidad dependiendo de su momento y su nivel de energía. Evidentemente mirado desde un roll de empresario.

En cualquier caso, siempre es más que recomendable unos días de descanso, desconexión, vacaciones, llámelo como

parte de la solución y el no hacerlo podría ser agravar el problema.

Pero como siempre no todo van a ser ventajas y alguna desventaja tendría que tener, no es otra cosa que el encarar la vuelta al trabajo y volver a recuperar el ritmo. Comparto para ilustrarlo las palabras del filósofo Elbert Hubbard *"nadie necesita más unas vacaciones que el que acaba de tenerlas"*, sensación que todos hemos sentido el primer día después de haber disfrutado una temporada de inactividad profesional.

¡¡FELIZ VERANO!!

UNA ALTERNATIVA PARA EL FUTURO DE LA PERSONA CON DISCAPACIDAD

SERVICIO REGIONAL DE CAPACITACIÓN DOWN TALAVERA

Para Down Talavera uno de los grandes retos que se nos plantea es el futuro de las personas con discapacidad intelectual, encontrar oportunidades que apuesten por su plena inclusión social y laboral resulta una tarea complicada, por eso es de suma importancia llevar a cabo programas y servicios que apuesten por la capacitación y formación de la persona y que favorezcan la creación de nuevas oportunidades que les permitan desarrollarse en un entorno completamente inclusivo.

Para ello se crea el servicio de regional de capacitación de Down Talavera el cual nace con el objetivo de favorecer la inclusión social y laboral de las personas con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales, a través de la formación y capacitación en diferentes aspectos funcionales para su autonomía y vida independiente, utilizando una metodología de planificación centrada en la persona, en la que cada individuo formula sus planes y metas, empoderando de este modo a la persona en la toma de decisiones y en la elaboración de su proyecto de vida.

El servicio regional de capacitación surge para dar respuestas y alternativas a las personas con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales una vez terminada su etapa educativa, con el fin de potenciar su autonomía personal y social, fomentando de este modo su inclusión plena en la sociedad. A menudo nos encontramos que esa inclusión que tanto perseguimos se ve mermada y vulnerada por distintas barreras que se cruzan en el camino de las personas con Síndrome de Down a lo largo de toda su vida, ya sean barreras estructurales por la falta de formación y titulaciones regladas y escasez de itinerarios formativos, barreras de accesibilidad tanto físicas como cognitivas que limitan la comprensión del entorno así como la comunicación con el mismo o barreras psicosociales provocadas por la inmensidad de estereotipos, prejuicios y actitudes que infantilizan a estas personas. Con este servicio, se pretende romper con todas esas barreras que frenan el desarrollo integral de la persona, garantizando así la igual de oportunidades y su



inclusión en la sociedad como ciudadano de pleno derecho, tal y como recoge la Convención Internacional de Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad, en su artículo 10 el cual recoge: *“El derecho inherente a la vida de todos los seres humanos y adoptando todas las medidas necesarias para garantizar el goce efectivo de ese derecho por las personas con discapacidad en igualdad de condiciones con las demás personas”*

Como novedad, este servicio de Capacitación parte del modelo social de la discapacidad, del modelo de apoyos y de calidad de vida y de la planificación centrada en la persona, esto supone, entre otras cosas, que la metodología de trabajo no sólo se centra en la persona con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales, sino con la comunidad en la que se desarrolla y en el entorno en el que vive, llevando a cabo modelos de colaboración que fomenten esa inclusión tan perseguida e involucrando en el cambio a agentes públicos y sociales.

Este nuevo servicio de Capacitación dota a las personas de estrategias, recursos y apoyos que le capacita y empodera para así participar activamente en su entorno social y laboral, haciendo hincapié en competencias claves de las personas con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales, capacitándolas de este modo en las diferentes áreas de desarrollo

personal y social, permitiéndoles así la una plena participación en la sociedad y empoderándolos en la toma de sus propias decisiones y en la elaboración de su proyecto de vida. Algunas de estas áreas de desarrollo que se trabajan en el servicio de capacitación serán las siguientes:

- **Habilidades comunicativas:** Dotar a las personas con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales de destrezas, recursos y herramientas comunicativas que favorezcan el desarrollo de la escucha activa, el habla y el contacto visual siendo todas estas fundamentales para una comunicación eficaz entre las personas, fomentando al mismo tiempo su inclusión social. Sin olvidar, el uso de sistemas alternativos y aumentativos de la comunicación, haciendo partícipe a todo el entorno de la persona con el fin de que la comunicación sea posible.

- **Habilidades sociales:** En las cuales se trabaja aspectos como la identificación y gestión de emociones, normas de cortesía, conocer los valores y normas sociales, así como potenciar y poner en valor la importancia del trabajo en equipo. Todo ello se lleva a cabo dotando a la persona de estrategias de conducta que le ayuden a resolver una situación social de manera efectiva.

- **Autonomía:** Si bien es sabido que la autonomía se comienza a trabajar desde edades muy



tempranas, es fundamental continuar desarrollando y potenciando esta autonomía durante la etapa adulta de la persona. Alcanzar y llevar a cabo una vida independiente es un aspecto primordial para el desarrollo de cualquier persona, y para ello es necesario dotar de estrategias y recursos para apoyar al desarrollo de esa autonomía tan demandada tanto por los chicos y chicas de la asociación como por sus familias. Algunos de los aspectos más destacables que se trabajan para potenciar la autonomía son: la orientación espacial para los desplazamientos, tareas del hogar, hábitos de higiene y salud, etc...

- **Formación:** Facilitar el acceso a las alternativas existentes fuera del sistema educativo acorde siempre a los intereses, gustos y motivaciones de las personas, que les oriente y les facilite una futura inserción laboral. Estas for-

maciones son impartidas tanto por profesionales propios de la asociación, como profesionales externos mediante convenios de colaboración con diferentes áreas formativas de la localidad.

- **Habilidades prelaborales:** Capacitar a la personas con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales en los aspectos más importantes que faciliten y promuevan su inclusión en empresas ordinarias, trabajando aspectos previos a la vida laboral como, por ejemplo: recursos y estrategias para llevar a cabo una búsqueda activa de empleo, prepararse ante una entrevista, elaborar un currículum, salud laboral, concepto de trabajo y del dinero o aptitudes laborales como por ejemplo: trabajo en equipo, responsabilidad e iniciativa.

- **Autodeterminación y empoderamiento:** Uno de los objetivos de esta área es conocer cuales

sus preocupaciones e inquietudes además de darles a conocer cuáles son sus derechos y a defenderlos. Además, desde esta área se fomenta la toma de decisiones de la persona en su vida cotidiana, emporándola de este modo y aumentando su autonomía personal y social.

- **Empleo con apoyo:** El Empleo con Apoyo es una metodología basada en el paradigma de formación-empleo, que consiste en la formación del trabajador en el mismo puesto de trabajo, con unas tareas concretas y en un entorno determinado, garantizando así, un aprovechamiento óptimo del proceso de aprendizaje.

Este nuevo servicio comenzará en el mes de septiembre, de lunes a viernes de 09:00h a 14:00h.

Para ampliar más información sobre el servicio de capacitación: administracion@downtalavera.org o en el teléfono 652 49 29 89. ■

El mejor escaparate para tu empresa

Contrata tu publicidad con nosotros

Otra forma de ser solidario

FUNDACION
Futurart

PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

www.fundacionfuturart.es

C/ Victoria Kent, 20 P.I. La Floresta - 45600 Talavera de la Reina (TO)
Tel. 925 812 250 - Fax 925 828 197 - email: correo@fundacionfuturart.es

PALOMA SÁNCHEZ

Concejala de Promoción Económica Empresarial

*"Nuestros jóvenes, que son nuestro talento,
ya tienen esa oportunidad para quedarse
y emprender un proyecto de vida en Talavera"*



Si hay algo que nos interesa conocer de primera mano e ir revisando cada poco tiempo, es la situación de las empresas talaveranas y la salud del tejido empresarial de la zona. Para ponernos al día sobre cómo se encuentran todas ellas, en esta ocasión nos acercamos hasta el despacho de la Concejala de Promoción Económica Empresarial, Paloma Sánchez, para recorrer con ella el presente de nuestras empresas y mirar hacia el futuro.

Su cargo le permite seguir de cerca la vida y actividad de las empresas. ¿Cuál es la salud del tejido empresarial de Talavera?

La salud de nuestro tejido empresarial es muy buena. En nuestra ciudad conviven micropymes, pymes y empresas de distintos sectores de actividad que están a la vanguardia y que han sabido adaptarse a los tiempos y a los vaivenes económicos. Desde el Ayuntamiento de Talavera y, en concreto desde la Concejalía de Promoción Económica Empresarial, llevamos prestando desde que llegamos al Gobierno local en 2019 una atención y acompañamiento personalizado a cada una de ellas, escuchando sus necesidades, atendiendo sus demandas y ayudándolas en su crecimiento, pero la materia prima y el talento la ponen ellos. Confiamos en su potencial igual que los empresarios confían en este Gobierno porque han visto que resolvemos sus problemas. A esto se une el trabajo que estamos realizando para facilitar la llegada de grandes empresas tecnológicas que generen valor, riqueza y empleo en nuestra ciudad y que sirvan de motor para el resto.

Comparada con otras zonas, ¿existen diferencias en la forma de gestionar empresas en Talavera y en otros lugares? Cree que seguimos arrastrando las secuelas de la crisis que nuestra ciudad sufrió años atrás.

Este Gobierno apostó desde el primer día por un cambio de modelo productivo, una hoja de ruta que ha ido definiendo el modelo de ciudad que estamos construyendo, del que ya vemos los frutos con esa Talavera tecnológica, sostenible, igualitaria, innovadora. Una evolución para dejar atrás las secuelas de la crisis que vivimos hace años y mirar al futuro con optimismo como la gran ciudad que somos, con el desarrollo de sectores tan importantes como el tecnológico, el logístico y el agroalimentario, colaborando con nuestro tejido empresarial para crear más empleo. Sin olvidamos de nuestros sectores tradicionales, vinculados al ADN de esta ciudad, como la artesanía y el comercio.

En Talavera existen empresas de esas de “las de toda la vida” ¿se han adaptado a los nuevos tiempos? ¿Hasta qué punto es importante la digitalización de las empresas? ¿Qué sectores son los que, si no lo han hecho ya, deberían ponerse manos a la obra con este tema?

La digitalización permite mejorar la productividad gracias a la automatización de los procesos, facilita la gestión y administración y

tenido que modificar o crear nuestras estrategias de crecimiento. Desgraciadamente ha habido proyectos empresariales que se han quedado en el camino y empresas que se han visto muy afectadas por la crisis y que poco a poco se van recuperando. El tejido empresarial talaverano no ha sido ajeno a esta situación. De ahí, nuestro empeño en cambiar, mejorar y fortalecer el modelo productivo de Talavera.

“La digitalización permite mejorar la productividad gracias a la automatización de los procesos, facilita la gestión y administración y reduce los tiempos y costes de producción”

reduce los tiempos y costes de producción. Es un proceso que sí o sí las empresas tienen que acometer, ahora bien los recursos para hacerlo no son los mismos para una gran empresa que para una micropyme. El tejido empresarial de Talavera, al igual que el de cualquier ciudad de nuestro país, no es ajeno a este proceso imparitable y cada una de las pymes y empresas talaveranas está realizando este cambio para ser más rentable. La pandemia, además, ha acelerado este proceso en la mayoría de los sectores. En ese camino, cuentan con la Administración, en nuestro caso a través de las herramientas que ponemos a su alcance desde el Instituto de Promoción Económica, tendiendo puentes entre su demanda y necesidades y las soluciones que hay a su alcance.

Parece que lo peor de la pandemia ha pasado y que volvemos a retomar la actividad. ¿Ha ocurrido lo mismo con las empresas? ¿Cómo ha afectado la crisis del COVID a las empresas? ¿Cuál es la solución para volver a levantarse?

La crisis derivada de la pandemia ha afectado a todas las empresas en general, en menor o mayor medida según su actividad y volumen, pero todas han visto frenado su desarrollo y han

Hace unos meses se puso en marcha el proyecto “Empresas en Primera Persona”. ¿En qué consiste exactamente y cómo ayuda a los empresarios talaveranos?

‘Empresas en primera persona’ es otra apuesta de este equipo de gobierno para dar visibilidad a los éxitos del tejido empresarial talaverano. Talavera tiene y mucho para sacar pecho, desde el autónomo y pequeño emprendedor, pasando por sus pequeñas y medianas empresas, hasta llegar a empresas familiares y punteras que llevan décadas llevando el nombre de Talavera por medio mundo.

‘Empresas en primera persona’ es una sección de entrevistas para poner nombre y rostro a esos empresarios y empresarias valientes y dar visibilidad a sus proyectos, dentro y fuera de Talavera, para que todo el mundo conozca de primera mano lo que hacen, lo que exportan, qué servicios ofrecen y dónde están llevando sus marcas. A través de la web del instituto de Promoción Económica y de nuestras Redes Sociales difundimos estas piezas que documentan la historia, trayectoria y proyectos de nuestras pymes y empresas. Sólo echando un vistazo a lo que ya se ha publicado desde finales del pasado año podemos hacernos una idea



[8] TIENE LA PALABRA

del gran e importante tejido empresarial que tenemos, puntero en cualquiera de sus sectores. Además, y muy importante, de esta manera habilitamos un altavoz para jóvenes emprendedores que están empezando y que aquí pueden presentar sus marcas y negocios y son ellos mismos los que explican sus motivaciones, inicios y las ventajas que encuentran en la ciudad para la inversión. Por eso decidimos, que la mejor manera de dar proyección a sus negocios es que lo contaran ellos mismos.

Vivimos tiempos muy convulsos (pandemia, guerra en Ucrania, inflación...) ¿Cuáles cree que son las inquietudes y preocupaciones del empresario de Talavera y cómo debe hacerle frente?

Sus preocupaciones son las que han tenido siempre: mantener sus negocios, seguir creciendo y mantener a sus empleados y que Talavera les brinde la oportunidad para hacerlo. Y en eso es en lo que trabaja este equipo de Gobierno desde el primer día. En hacer esta ciudad cada día más atractiva a la inversión y el turismo, en generar empleo de calidad y en mejorar la vida y el bienestar de nuestros vecinos y vecinas.

Durante años nuestra ciudad sufrió el desempleo ¿Es ahora Talavera un buen lugar para conseguir trabajo? ¿En qué deberían formarse los jóvenes que deseen desarrollar en Talavera su carrera para conseguir sus objetivos?

Sí y los datos avalan el trabajo que estamos realizando en este sentido. Contamos con el mejor dato interanual, con una bajada de un 20 por ciento del desempleo, lo que se traduce en una recuperación de 2.278 empleos en un año en todos los sectores y unos datos de afiliación récord 2.492 afiliaciones nuevas a las Seguridad social en el dato interanual. Según datos de INE Talavera cuenta con 100 empresas más desde que llegamos en el año 2019, son datos que nos animan a seguir trabajando cada día para cumplir los objetivos que nos marcamos. En el sector de las tecnologías, por ejemplo, se han creado 128 contratos en el ámbito tecnológico, un dato que hace tres años prácticamente no existía en esta ciudad. Nuestros jóvenes, que son nuestro talento, ya tienen esa oportunidad para quedarse y emprender un proyecto de vida en su ciudad, cerca de su familia y amigos.

La RSC es el pilar de nuestra Fundación. ¿Considera importante este aspecto para las empresas? ¿Cómo cree que les ayuda en su día a día o en el desarrollo de su actividad?

La Responsabilidad Social Corporativa contribuye a luchar contra la desigualdad, dentro y

fuera de la empresa y a impulsar el cambio social y la colaboración con proyectos comunitarios. En este sentido, desde el Ayuntamiento agradecemos y valoramos el trabajo tan importante que realiza la Fundación ayudando a nuestro tejido empresarial a ser más solidario y a mejorar la comunicación interna y la confianza de sus trabajadores.

“Desde el equipo de Gobierno trabajamos para esta ciudad cada día más atractiva a la inversión y al turismo, generar empleo de calidad y mejorar la vida y el bienestar de nuestros vecinos y vecinas”

Si miramos al futuro ¿Cómo ve Talavera? ¿Cuál es el futuro de todas las empresas que hoy en día tienen sus puertas abiertas?

El futuro es prometedor porque ya estamos sentando las bases para que así sea. En Talavera estamos viviendo un momento muy favorable, con la consolidación del modelo tecnológico, un camino que iniciamos hace más de tres años sin dejar nunca de lado a otros sectores productivos tradicionales, con ejemplos como el Centro Regional de Innovación Digital (donde ya operan multinacionales del sector que son referentes), la elección de Talavera como sede española del proyecto europeo GAIA-X, la implantación de empresas tecnológicas y de otros sectores que se están atrayendo o el Campus Data Center en Europa de META. Son hitos que no tienen precedentes y traen riqueza, futuro y progreso a la ciudad y fortalecen al tejido empresarial local. No olvidemos que este modelo es también una apuesta por reforzar nuestro tejido empresarial, puesto que cada empresa que viene nueva necesita contratar oficios para adecuar instalaciones y para mantenimiento de las mismas, consumen en nuestra hostelería, alquilan o compran viviendas, compran en nuestro comercio... y con todo ello, se mueve toda la economía local.



*Global de Electricidad
e Instalaciones, S.L.*

www.globalei.es

**Vanguardia
y tecnología
para ofrecer
el mejor servicio**



**Te ayudamos
a mejorar**



**Global de Electricidad
e Instalaciones**

C/ Victoria Kent, 18
45600-Talavera de la Reina - Toledo

Tel. y Fax: 925 80 50 29
Móvil: 606 255 098

Email: info@globalei.es

www.globalei.es

Varios proyectos, algunos muy ambiciosos, parece que van a desarrollarse en nuestra ciudad en los próximos días. ¿Cómo afectará el desembarco de empresas como Meta a Talavera?

Proyectos como Meta o Gaia-X están marcando nuestro camino futuro y el de las generaciones de talaveranos y talaveranas que nos van a suceder. Nos sitúan en el mapa internacional como ciudad innovadora y tecnológica y nos permitirán atraer y retener talento, generar empleo de calidad y ponernos a la vanguardia en un sector puntero. Pero no solo Meta o Gaia-X, en los últimos meses hemos vivido la llegada a nuestra ciudad de importantes empresas tecnológicas que ya operan en el Centro Regional de Innovación Digital: Microsoft ha sido la última, y que se suman a las que ya había como IBM, HP, Palo Alto, Oracle, Red Hat, Telefónica, Esri y la última incorporación recientemente, Accenture.

¿Cuáles son los siguientes proyectos por los que están trabajando desde su Concejalía?

Nuevas empresas tecnológicas van a venir a Talavera en los próximos meses porque nuestra ciudad, en estos momentos, es un referente nacional e internacional. Trabajamos diariamente en facilitar ese desembarco y de otras empresas de otros sectores estratégicos, pero también y sobre todo en conocer y solucionar las necesidades de las pymes, emprendedores



y empresas que ya están asentadas en nuestra ciudad con las que trabajamos muy estrechamente.

¿Qué les diría a aquellas personas que están pensando en abrir su propio negocio en nuestra ciudad pero no terminan de dar el salto?

Que Talavera es el mejor sitio para invertir por muchas razones, por su inmejorable situación geoestratégica, por la calidad de vida que ofrece y por un desarrollo urbano más sostenible. Pero sobre todo por su presente y futuro. Las empresas empiezan a ver nuestras potencialidades, que somos un lugar estratégico y de oportunidades para sus inversiones. Además, en este equipo de Gobierno encontrarán un aliado para ayudarles a empezar.

Los comienzos son difíciles pero en Talavera encontrarán ese acompañamiento que necesitan para empezar su proyecto. En estos tres años de legislatura hemos hecho acompañamiento a más de 400 empresas, emprendedores y proyectos empresariales en varios aspectos: licencias, reuniones con los directores generales de empresa y finanzas o asesoramiento sobre ayudas económicas, y proyectos. Animo a todo el que tenga una idea de negocio a que elija Talavera y a que se ponga en contacto con esta Concejalía porque desde el Instituto de Promoción Económica les acompañaremos en todo el proceso. ■

**HIJOS de
FULGENCIO
FERNÁNDEZ,
S.L.**

CASA FUNDADA EN EL AÑO 1898

**INSTALACIONES DE
ORDEÑO MECÁNICO**

Vacas, cabras y ovejas
SAC - SENIOR - MANOVAC

Tanques frigoríficos

SERVICIO POST-VENTA

SERVICIO 24 HORAS - TFNO. 607 844 584

**C/ Navalcán, 34 - 45600 TALAVERA DE LA REINA
Teléfonos: 607 844 584 - 607 842 077 - 925 80 05 86**





FIN DE LA MORATORIA CONCURSAL. ¿QUÉ OPCIONES TENEMOS AHORA?

Este mecanismo se puso en marcha para paliar los efectos de la pandemia de Covid-19 en empresas.

El pasado 30 de junio finalizaba el plazo fijado para acogerse a la moratoria concursal, recogida en el Real Decreto-ley 27/2021, de 23 de noviembre. Una circunstancia excepcional que ha buscado dar oxígeno económico a las empresas afectadas por los efectos del Covid-19. Era una de las medidas que aún se mantenían y que se ha basado en la flexibilización de las normas que obligaban al deudor a solicitar concurso de acreedores.

El objetivo de la última prórroga de esta medida, ya finalizada, era permitir a las empresas equilibrar sus cuentas después de este periodo de pandemia, restableciendo su actividad, empleo y equilibrio patrimonial.

La exención del deber de solicitar concurso de acreedores voluntario sí ha dado sus frutos durante su vigencia, ayudando a las empresas a capear las consecuencias de la crisis sanitaria.

Pero, ¿qué previsiones tenemos después de su derogación el pasado 30 de junio?

Todo hace apuntar que se aumentarán las solici-



tudes de concurso de acreedores voluntario. Muchos expertos auguran durante los próximos meses una avalancha de solicitudes ya que, aunque en inicio la moratoria se convirtió en un salvavidas para muchas empresas, las sucesivas prórrogas y la no recuperación económica está haciendo que muchas compañías que han ido sobreviviendo con las medidas públicas ahora vuelvan a ser inviables.

Y es que al finalizar la moratoria concursal vuelve a estar vigente la obligación del deudor de solicitar el concurso de acreedores dentro de los dos meses siguientes a la fecha de conocer su estado de insolvencia. Un plazo que se inició el 1 de julio y que se extiende hasta el próximo 31 de agosto.

Con este horizonte próximo, cabe recordar que existen distintos mecanismos pre-concursales, como acuerdos de refinanciación o acuerdos de pago extrajudiciales que sí que siguen a disposición de las empresas.

Además, habrá que esperar a la reforma del Texto Refundido de la Ley Concursal, en trámite parlamentario, para conocer las novedades en este ámbito. Si se cumplen las previsiones, esta nueva normativa estaría vigente a mediados del mes de agosto.

Hasta entonces, desde Aequitas Legis Abogados seguimos trabajando por ofrecer asesoramiento personalizado en Derecho Mercantil a las empresas que se encuentren en una situación difícil. ■



Con la Garantía de **polarstock** | **ebora**

Expertos en Riego y Jardín

- * Análisis
- * Accesorios
- * Tratamientos
- * Productos químicos
- * Cloradores salinos
- * Limpiafondos automáticos

- SANITARIOS
- MUEBLES DE BAÑO
- MAMPARAS
- GRIFERÍA
- PLATOS DE DUCHA



AMIGOS DE TU PISCINA

Somos Especialistas en la Reforma de tu Baño



C/ Luis Braille, 11 - Pol. Ind. La Floresta
45600 Talavera de la Reina (Toledo)



925 894 061 / 638 13 09 20



Raquel y Cecilia de **El Retorno Producciones:** *historias con alma*

Existen proyectos de esos que incluso antes de ponerse en marcha ya prometen grandes cosas. Proyectos que son contruidos con trabajo, ilusión y perseverancia que consiguen llegar a lo más alto gracias al esfuerzo y tesón de aquellos que los hacen realidad.

Este es el caso de El Retorno Producciones, una productora audiovisual fundada por dos profesionales del sector que se ha convertido en todo un referente en su ámbito y que ha conseguido alcanzar grandes logros, pero nada comparado con lo que está por venir. Hablamos con Raquel y Cecilia, fundadoras de El Retorno Producciones, sobre sus inicios, su presente y su futuro y nos adentramos de su mano en un mundo lleno de focos, guiones, escaletas y mucha, mucha dedicación.

¿Qué es El Retorno Producciones?

Somos una productora audiovisual, nacimos hace seis años y nos dedicamos a toda la gama del sector. Llevamos a cabo la producción de documentales, programas y piezas para televisión, videos corporativos para empresas... Y en los últimos tiempos también trabajamos con el

formato streaming que cada vez tiene más demanda entre clientes y usuarios.

¿Cómo surge la idea de poner en marcha El Retorno Producciones? ¿Dónde estabais hace seis años profesionalmente?

Nos conocíamos desde hacía mucho tiempo y siempre hemos compartido inquietudes similares en materia audiovisual. Yo (Raquel) me dedicaba a la fotografía y mis inquietudes me llevaron a adentrarme en el mundo de la producción audiovisual, que me permitía más libertad a la hora de crear diferentes proyectos.

Por mi parte (Cecilia), estuve dedicada un largo tiempo al sector de la producción y distribución de cine en formato cortometraje. Cuando la idea de El Retorno Producciones comenzó a rondar nuestras cabezas supe que era el momento de iniciar un nuevo proyecto y así lo hicimos.

Trabajáis con empresas de la zona ¿son conscientes los empresarios de la visibilidad que puede darles un proyecto como los que lleváis a cabo o sencillamente de la importancia de la comunicación?

En general sí, existen muchas empresas (sobre todo las más grandes) que acuden a nosotras siendo conscientes de la importancia de la comunicación tanto interna como externa y cómo un video puede ayudarles a hacer este proceso más efectivo. Por otro lado, están las empresas que no tienen esa mentalidad, pero cuando nos conocen y ven lo que podemos hacer por ellas entienden la importancia de posicionar su marca y no dudan en tomar la decisión.

Recuerdo que, al principio en materia de empresas, hacíamos piezas muy pequeñas: anuncios para cine y poco más hoy son muchas las



empresas que apuestan por proyectos de mayor envergadura.

¿Cómo han influido las redes sociales a la hora de realizar vuestro trabajo?

¡Muchísimo! Como casi todos los sectores, hemos tenido que evolucionar con ellas y también “educar” a nuestros clientes. Hoy en día las redes son un canal de comunicación excepcional para llegar a miles de personas a través de una plataforma. ¿Cómo no aprovecharla?

Por este motivo, aunque las empresas acudan a nosotras con la intención de realizar un video corporativo de larga duración, nosotras siempre extraemos de él varias piezas cortas, de unos pocos segundos, que consigan captar la atención del espectador para que puedan utilizarlas en redes sociales y así llegar a muchas más personas.

Además, en Talavera hay muchas empresas que no solo desarrollan su actividad o prestan sus servicios en nuestra ciudad, sino que también trabaja a nivel nacional o internacional. Por eso, el trabajo de gestionar y crear contenido para las redes sociales es fundamental para que puedan darse a conocer a mucha más gente de una manera efectiva y cómoda.

Vuestro centro de operaciones está en Talavera, pero también trabajáis en el resto de nuestro país. ¿Qué cantidad de vuestros clientes son talaveranos?

Posiblemente estemos hablando de que un 40% de las empresas con las que trabajamos son de nuestra zona. Sin duda un porcentaje nada despreciable y que esperamos que siga en aumento, porque lo cierto es que de un tiempo a esta parte parece que son cada vez más los que se van a animando a poner en marcha proyecto audiovisuales relacionados con su empresa.

Hablar de la pandemia y de cómo ha afectado a los diferentes sectores resulta inevitable... ¿Cómo se vivió en el mundo audiovisual?

Durante el confinamiento y los meses posteriores nuestra actividad quedó totalmente paralizada: se suspendieron rodajes, se aplazaron proyectos... La incertidumbre y el “espera a ver cómo va la cosa” eran situaciones y frases que escuchábamos casi a diario.

Pero cuando afortunadamente comenzamos a dejar atrás la crisis sanitaria, es cierto que comenzamos a recibir un gran número de propuestas y proyectos. Sobre todo, las empresas



“se pusieron las pilas” y decidieron apostar por lo digital y lo audiovisual.

Precisamente el año antes de la pandemia “Gaza” el cortometraje que produjisteis recibió el Goya a Mejor Documental de 2019. ¿Qué supuso esto para vuestra productora?

¡Sin duda fue todo un impulso! Es verdad que nos ayudó a ganar mucha visibilidad y tanto clientes como colegas del sector comenzaron a interesarse más por nuestro trabajo y a querer colaborar con nosotras.

Cada vez más empresas son conscientes de la importancia de la comunicación

¿Cómo definiríais la filosofía de vuestra productora? ¿Qué directrices seguís en vuestro día a día?

Continuamente nos estamos enfrentando a nuestros retos. No nos gusta ponernos límites y cuando nos implicamos en un proyecto siempre va a ser dando el cien por cien. Nuestra má-

xima es la profesionalidad y por eso, aunque nos encantan los retos, siempre aceptamos aquellos que sabemos que podremos realizar con éxito y de manera impecable.

Por supuesto, para conseguir estos resultados en nuestros proyectos contamos con un gran equipo de profesionales: directores, cámaras, guionistas... Freelances con los que siempre estamos dispuestos a colaborar y que demuestran cada día su profesionalidad y sienten la misma ilusión que nosotros a la hora de comenzar nuevos proyectos juntos. Sin este gran equipo El Retorno Producciones no sería lo mismo.

En estos seis años de trayectoria suponemos que vuestros proyectos os han dado muchas sorpresas y han hecho que vuestra productora coseche grandes éxitos. ¿Cuáles con aquellos de los que os sentís más orgullosas?

Obviamente Gaza no puede faltar en esta lista. Porque además fue uno de esos proyectos que comenzamos con tranquilidad, trabajándolo paso a paso y con la mentalidad de “veamos hasta dónde llegamos” y llegamos a los Goya y no solo logramos la nominación, sino que ade-





más lo ganamos! Fue sin duda un momento muy significativo para nosotras.

Gas The Arabs, es un largometraje documental con el que conseguimos estrenar en diez ciudades españolas, algo que es muy difícil con este género audiovisual.

Trabajamos con Castilla La Mancha Media, donde hemos producido cuatro programas diferentes. En la actualidad hay dos en antena: Castilla La Mancha Me Gusta y Sirenas Azules. Siempre son proyectos ilusionantes que nos ayudan a seguir con nuestra filosofía.

Y por supuesto, no podemos olvidarnos de las

Arrancar en este sector es complicado, pero no hay que dejar de intentarlo

empresas que confían en nosotras para realizar sus videos corporativos y demás producciones audiovisuales. Empresas tanto de la zona como de fuera y de todos los tamaños que apuestan por nuestro trabajo y eso es siempre motivo de satisfacción y de orgullo.

Además de la producción audiovisual habéis empezado a explorar otras líneas de negocio.

¿Qué podéis contarnos sobre esto? ¿Hacia dónde va El Retorno Producciones?

Continuaremos con nuestra línea de trabajo en la producción audiovisual, pero queremos ofrecer a nuestros clientes un servicio más amplio en materia de comunicación. Por eso, hemos puesto en marcha una nueva línea de negocio con la que pretendemos ofrecer un servicio integral: diseño web, optimización SEO, creación de contenido, redes sociales... En definitiva, nuestra intención es crear un plan de comunicación amplio y personalizado para cada em-

presa. Un plan que encaje con el trabajo audiovisual que venimos haciendo para ellos y que les ayude a tener más visibilidad y llegar mucho más lejos.

El sector audiovisual resulta muy atractivo para muchos. La variedad de posibilidades y el dinamismo que parece haber en él hace que muchos jóvenes opten por formarse en disciplinas relacionadas con este campo. Pero también es cierto que se trata de un sector complicado, se trabaja por proyectos, tiene cierta inestabilidad... ¿Qué le diríais a esas personas que quieren dedicarse al mucho audiovisual?

Como bien comentas se trabaja mucho por proyectos. Por ejemplo, si estás inmerso en el rodaje de una película sabes que cuentas con unas semanas es las que tendrás un pico de trabajo y después eso bajará. Arrancar en este sector es complicado, pero no hay que dejar de intentarlo.

La clave está en la especialización y en marcar la diferencia. Hay que saber cuáles son nuestros puntos fuertes, potenciarlos y crear así



nuestra propia marca. Proponer a los clientes proyectos distintos a los que están acostumbrados... Hay que insistir y nunca venirse abajo. Además, el estar disponible y preparado para los proyectos que necesiten tus clientes es también fundamental. Hacerles saber que pueden contar contigo es la mejor manera de que ellos sigan contando contigo.

Pero sin duda es un sector con mucho futuro y dónde hay muchas oportunidades laborales. Prueba de ellos es que, a nosotras, en ocasiones, nos cuesta encontrar ciertos profesionales para nuestros proyectos porque están ocupados en otros. Esto es prueba de que hay trabajo para los que ya nos encontramos dedicados al sector y para todos los que quieran unirse a él. Seguir trabajando y no rendirse es el único secreto.

¿Cómo es vuestro día a día?

El nuestro es un trabajo que requiere de mucha organización. Antes de comenzar a rodar hay que llevar a cabo una gran labor de investigación, documentación, contactar con diferentes personas...

También depende mucho del tipo de proyecto que estemos realizando, no es lo mismo un documental de autor, que uno hecho por encargo u otro sobre una empresa acerca de su actividad donde todo está mucho más guionizado.

En definitiva, cada proyecto tiene su proceso hasta que ve la luz y, por supuesto, todos llevan un gran trabajo previo que no se ve a la hora del visionado pero sin el que ninguna de las piezas sería posible.

¿Cuál es el tiempo estimado para un rodaje? ¿Son siempre los mismos? ¿Cómo lo organizáis?

No existe un tiempo estipulado para cada rodaje, si puede haber ciertos parámetros, pero cada proyecto es un mundo. Por ejemplo, un rodaje de ficción de un corto donde todo está perfectamente calculado, puede rondar los 5 días. Pero si hablamos de un documental la cifra sube mucho más y puede llegar incluso a ser de varios años hasta conseguir todo el material necesario para obtener el resultado que esperamos y contar exactamente lo que queremos transmitir.

Además, debemos tener en cuenta que financiar este tipo de proyectos es un proceso largo, por lo que a veces pueden llevar más tiempo del planteado.

¿Cómo es de importante la formación en vuestro sector?

Imprescindible! Las cosas en el mundo audio-



visual evolucionan muy rápido, sobre todo a nivel tecnológico. Ahora parece que se ha estabilizado un poco pero hemos vivido épocas en las que cada muy poco tiempo salían equipos nuevos y nuevas formas de utilizarlos a las que tanto nosotras como todos los profesionales que hacen realidad nuestros proyectos nos hemos tenido que ir adaptando. Se trata de un campo donde la técnica es fundamental y por eso debemos mantenernos al día de cualquier avance que suceda.

¿Qué podemos esperar de El Retorno Producciones para los próximos meses?

Actualmente nos encontramos distribuyendo el documental *Plastisfera*, una pieza sobre los microplásticos, su evolución y cómo afectan al entorno y a nuestra salud. Se trata de un corto que ha visto la luz hace poco pero con el que ya hemos comenzado a recibir reconocimientos. Por otro lado, siguiendo en la temática de la sostenibilidad. Estamos en la fase de desarrollo de un largometraje sobre el río Tajo. Nos encontramos en fase de documentación e investigación y esperamos poder comenzar a grabarlo a principios del año que viene. También estamos avanzando en la producción del cortometraje *El*

Cavero, que trata sobre la problemática de los desalojos y que esperamos vea la luz a principios del próximo año.

Sin olvidarnos de los proyectos y compromisos que tenemos con diferentes empresas tanto de la zona como del resto de España, con las que estamos seguras de que produciremos piezas muy especiales que les hagan cumplir sus objetivos en materia de comunicación.

Tras seis años en los que habéis realizado proyectos de todo tipo, recibido reconocimientos... ¿Qué os queda por hacer? ¿Cuál es vuestro proyecto soñado?

¿Proyectos soñados? ¡Todos! No queremos imaginarnos ni ponernos ningún límite. Esperamos poder seguir trabajando como hasta ahora, ofreciendo siempre lo mejor de nosotras mismas acompañadas del espectacular equipo con el que contamos habitualmente.

Además, nos gustaría que la nueva línea de negocio relacionada con la comunicación y el marketing de las empresas siguiera creciendo hasta afianzarse. Por supuesto, sin perder el foco en la producción audiovisual. Somos optimistas con el futuro y esperamos todo lo que nos ponga en el camino trabajando y creando. Al fin y al cabo, para eso nació El Retorno Producciones. ■



Durán

Ferretería



www.ferreteriaduran.es

Distribuidor Oficial





- Marca alemana líder en herramientas para bricolaje y jardín.
- Herramientas eléctricas, máquinas fijas, mesas de corte, bombas de agua,...
- **Power X Change de Einhell:** El sistema de baterías más eficiente.



Talavera

925 814 365



Illescas

925 501 796



Navalmoral

927 535 538



10 formas de gestionar tu embudo de ventas

Un embudo de ventas es una instantánea visual de dónde están los prospectos en el proceso de venta. Los canales de ventas muestran cuántos tratos se espera que los vendedores cierren en una semana, un mes o un año determinado y lo cerca que está un representante de alcanzar tu cuota de ventas. A continuación te explicamos 10 formas de gestionar tu embudo de ventas eficazmente.

Si tienes un embudo de ventas con un valor contractual de 100.000 euros y tu tasa de conversión, desde el lead hasta la venta, es del 10%, entonces puedes esperar cerrar 10.000 euros de nuevos negocios.

Si tu objetivo de ventas es de 20.000 euros, entonces tendrás que convertir el doble de clientes potenciales.

Aquí es donde entra en juego el análisis de los prospectos. Si puedes identificar mejoras en tu cartera de clientes potenciales que te ayuden a trasladar más prospectos de una etapa a otra, entonces tendrás más éxito en tu trabajo.

¿Y cuál es el mayor incentivo para mejorar tu embudo de ventas?

¡Es un crecimiento de los ingresos!

Un estudio de la Harvard Business Review encontró que había una diferencia del 18% en el crecimiento de los ingresos entre las empresas que definían un proceso de ventas formal y las que no lo hacían.

Además, las compañías que dominaban tres prácticas específicas de tuberías vieron un 28% de crecimiento de ingresos más alto!

Para las ventas B2B en particular, tener un embudo de ventas saludable te permite:

- Mejorar su proceso de ventas,

- Pronosticar los resultados futuros de los negocios,

- Analizar diferentes estrategias de venta para tu negocio,

- Administrar y asignar recursos para cerrar o atender las próximas ventas,

- Revisar tu progreso para el año financiero actual, y saber lo lejos que estás de tus objetivos.

- Un embudo de ventas juega un papel clave tanto para cerrar más tratos de ventas como para indicar la salud general y la dirección futura de tu compañía.

LAS 10 MEJORES PRÁCTICAS PARA GESTIONAR TU EMBUDO DE VENTAS

Hemos reunido 10 consejos de buenas prácticas para ayudarte a transformar la forma en que gestionas tu embudo de ventas. Empezaremos con las técnicas de venta más prácticas y luego te mostraremos cómo mejorar todo el proceso de gestión del embudo para que tu negocio tenga más éxito.

1. Recuerda hacer seguimiento
 2. Concéntrate en los mejores leads
 3. Aprender a dejar ir un lead
 4. Monitorizar las métricas de tu embudo de ventas
 5. Revisar (y mejorar) tus procesos en el embudo de ventas
 6. Actualiza tu embudo de ventas regularmente
 7. Mantén tu ciclo de ventas corto
 8. Crear un proceso de ventas estandarizado
 9. Da a tus prospectos más contenido
 10. Utiliza un CRM para gestionar tus ventas
- Cuando tu canal de ventas está lleno de clientes potenciales -y los clientes potenciales están todos en diferentes etapas del proceso- necesi-

tas asegurarte de que lo está manejando de manera efectiva.

Si es una organización de ventas de una sola persona con un presupuesto ajustado y sólo realiza unas pocas ventas al mes, entonces puede utilizar una simple hoja de cálculo de Excel para hacer un seguimiento de todos los detalles de su proyecto. Sin embargo, a medida que tu negocio crezca, deberás considerar el uso de un sistema de CRM para realizar un seguimiento de todas tus actividades de ventas.

Sin un CRM dedicado, simplemente no podrás gestionar adecuadamente tu canal de ventas. De hecho, el software CRM se ha convertido en una parte tan integral de las ventas que los equipos de ventas de alto rendimiento ahora clasifican a CRM como su segunda herramienta de ventas más importante.

Un CRM no sólo automatizará varios procesos para ti, sino que te ayudará a realizar un seguimiento de las métricas, a gestionar fácilmente un gran volumen de clientes potenciales y a permitir que tu equipo acceda rápidamente a la información adecuada en el momento oportuno.

Conclusión

Un embudo de ventas puede ser comparado con el corazón que late de tu negocio. Es por eso que su importancia y valor difícilmente puede ser sobreestimado.

Esto significa que si no se gestiona con éxito el embudo, se corre el riesgo de perder nuevos clientes y tu negocio podría sufrir.

Con más del 60% de los gerentes de ventas diciendo que su empresa hace un mal trabajo en la gestión de sus embudos de ventas, es probable que tu también necesites mejorar la forma en que funciona la tuya. ■

Carnicería LA PAZ
Desde 1969

- P/ Poeta Jiménez de Castro, 2
- C/ Alberche, 17
- C/ Luis Jiménez, 1
- C/ Santa Cristeta, 9
- C/ Ángel del Alcázar, 8
- C/ Aguadores, 12 (Merkocash)
- Avda. de Portugal, 65 (Merkocash)

www.carnicerialapaz.com

A TU LADO, CERCA DE TI
con 7 puntos de venta



www.telepinzas.es



TELEPINZAS, la propuesta de Disanfrio para disfrutar del marisco en cualquier parte

La calidad de los productos de Disanfrio es de sobra conocida por todos aquellos que la han descubierto en las más de 30 tiendas que la marca tiene abiertas. Productos congelados de primera calidad que pretenden hacer más sencilla nuestra forma de consumir y cocinar alimentos pero que también nos ayudan a ahorrar. Y precisamente de este afán de hacer nuestra vida más fácil y cómoda es de dónde ha nacido Telepinzas, el nuevo proyecto de Disanfrio que nos ofrece la posibilidad de hacer un pedido de marisco a domicilio a precios de lo más competitivos. ¿Quién dijo que darse un capricho es pedir una pizza?

DÓNDE ESTÁ DISPONIBLE TELEPINZAS

De momento el servicio de delivery está disponible en Plasencia, Cáceres, Talavera de la Reina y Alcorcón. Pero la intención de Disanfrio es poder ir ampliando este servicio al resto de zonas que cuenten con tiendas de la marca. Telepinzas ofrece la posibilidad de pedir diferentes productos por separado o, si el cliente

lo prefiere, ellos mismos preparan una mariscada completa con productos de lo más variados en función de las personas que vayan a disfrutarla.

Con este servicio, la intención de Disanfrio no es otra que desmitificar la idea de que el ma-

risco es un producto que no podemos consumir con asiduidad debido a su precio y demostrar que a día de hoy; el precio de pedir una mariscada, poco dista del que tiene hacer un pedido a cualquier restaurante de comida rápida.

Los pedidos en las cuatro localidades en las que actualmente opera Telepinzas pueden hacerse de lunes a sábado por teléfono o vía Whatsapp. Sin duda una opción ideal para cualquier celebración o, simplemente, para darnos el gusto de disfrutar de lo mejor del mar cuando más nos apetezca.



EL VALOR DE LOS PRODUCTOS DISANFRIO

Por supuesto, Telepinzas y Disanfrio convivirán haciendo crecer la marca y acercándola a muchas más personas. Además, el contar con productos congelados como los que ofrece a diario Disanfrio en sus tiendas es ahora más importante que nunca.

En el catálogo de Disanfrio encontramos pescados y mariscos, carnes, precocinados, verduras, ahumados, delicatessen, repostería,



Ayuntamiento
de
Mejorada





helados... En definitiva todo lo necesario para llevar una dieta sana y equilibrada pero con las ventajas que supone consumir alimentos congelados: mismas propiedades y menor precio. Algo que teniendo en cuenta lo que ha subido la cesta de la compra en los últimos meses es de agradecer.

VUELTA A LOS ORÍGENES

Y es que comprar en Disanfrio es también volver a esa forma tradicional de hacer la compra, esa en la que quien está detrás de la caja nos conoce y sabe asesorarnos porque lleva atendiéndonos mucho tiempo. Esa en la que dedicar tiempo a comprar es también dedicárnoslos a nosotros y a cuidar de los nuestros.

Pero comprar en Disanfrio es a la vez apostar por la innovación, la cual queda patente en su trabajo diario por ofrecer productos cada vez de mayor calidad y respetando el entorno tanto con los procesos de producción como a la hora de almacenarlos, repartirlos a sus diferentes tiendas e incluso de embalar los que lo necesitan.

Disanfrio es una de esas empresas tradicionales que ha ido evolucionando a la vez que lo hace el mercado y la forma de consumo de sus clientes. Una marca que ya sea por la calidad de sus productos, por la posibilidad de comprar online, por la atención al cliente en sus tiendas y ahora por su nuevo servicio Telepinzas, ha salido atraer al público joven garantizando así el crecimiento y la estabilidad de Disanfrio. Algo que en los tiempos en los que vivimos es un gran desafío. ■



VERÁS LA ENERGÍA de otra manera

- PLAN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA PARA EMPRESAS Y COMUNIDADES
- INSTALACIONES ELÉCTRICAS EN GENERAL, ALTA Y BAJA TENSIÓN.
- PUNTOS DE RECARGA DE COCHES ELÉCTRICOS - INSTALACIONES TRAMITACIONES DE PERMISOS - AYUDAS...

fenienergía

EMPRESA DELEGADA

JCCP
Electrical Services & Energy Solutions

Te ayudamos a ahorrar en tu factura eléctrica

EMPRESA INSTALADORA CERTIFICADA

Luz

Gas

V. Eléctrico

Autoservicio

Tel. 678 551 151

Ana Torres de Academia de Música Mozart:

CUANDO TODO SUENA BIEN

Siempre es inspirador charlar con mujeres que luchan por sus sueños y los consiguen. Pero lo es más aún cuando en su rostro y en su manera de expresarse al hablar de sus proyectos reflejan toda la ilusión que sienten por ellos.

Este es el caso de Ana Torres, una apasionada y profesional de la música que un buen día, hace ya más de veinte años, decidió abrir las puertas de su academia en Talavera para llenar de música nuestra comarca y descubrir y potenciar el talento de todos aquellos que quisieran cruzarlas.

¿Cómo definirías tu academia?

Es un proyecto que arranqué hace veintiún años. Nos dedicamos a la enseñanza musical, en Mozart todo aquel que sea amante de la música tiene su espacio. Pero es verdad que estamos especializados en la enseñanza musical para alumnos de entre 11 meses hasta la adolescencia.

Aunque, por supuesto, también tenemos clases para aquellos adultos que no pudieron estudiar música cuando eran más jóvenes y ahora quieren quitarse esa "espinita" aprendiendo a tocar su instrumento favorito o descubriendo cómo leer y entender una partitura.

¡Once meses! ¿Desde tan pequeños pueden los niños comenzar a tocar un instrumento?

A tocar un instrumento no, pero es cierto que gracias al método Músicaeduca los bebés pueden comenzar a tener sus primeros contactos con la música. Para ello la labor de los padres es esencial, ellos tienen que venir a clase con sus hijos porque este método consiste en una hora de clase semanal, por lo que son los padres quienes dirigen el aprendizaje musical el resto del tiempo.

Somos el único centro en Talavera de la Reina certificado para impartir el método Músicaeduca, lo que sin duda nos hace marcar la diferencia. Y es que gracias a él los niños con cuatro años son capaces de entender una partitura, distinguiendo perfectamente blancas, negras, corcheas...

Y lo mejor es que con cinco años ya pueden elegir instrumento y seguir formándose, ahora con un instrumento con el que trabajar.

Puede que muchos de nuestros lectores, ya sean ellos mismos o sus hijos estén interesados en tocar un instrumento. ¿Cualquiera puede aprender a entender la música o a tocar un instrumento? ¿O es imprescindible tener ese don especial?



Cualquier persona puede tocar un instrumento. Obviamente si se tiene una sensibilidad especial para la música; mejor que mejor. Pero uno de mis objetivos es potenciar las cualidades de todos los alumnos y hacerles ver hasta dónde pueden llegar con trabajo y esfuerzo.

Se pueden tener extraordinarias capacidades para la música, pero si el alumno no estudia no podrá conseguir grandes cosas. Sin embargo, hemos tenido alumnos que se han aplicado a fondo y que han conseguido terminar su carrera de piano e incluso, dedicarse a la música de manera profesional.



¿Qué salidas profesionales ofrece estudiar música en una academia como Mozart y posteriormente en la universidad?

¡Muchísimas! Tenemos alumnos que al terminar su formación se han convertido en profesores, algunos de ellos en nuestra propia academia, otros que se dedican de manera profesional a componer bandas sonoras, tocan en orquestas de primer nivel... ¡La música ofrece un gran abanico de posibilidades!

Abrieste la academia en Talavera, pero ¿Son de aquí todos tus alumnos?

Tenemos alumnos de Talavera, pero también otros muchos proceden de pueblos cercanos donde la enseñanza musical no está tan a su alcance. Es un placer poder ayudarles a descubrir todo lo bueno de la música y ofrecerles la posibilidad de aprender y de cumplir su sueño de tocar un instrumento, entender una partitura, componer...

Veintiún años son muchos años dedicada a la música. A lo largo de tu trayectoria te habrás marcado retos y conseguido objetivos de los que puedas estar orgullosa. ¿Compartes algunos de ellos con nosotros?

Sin duda una de las cosas de las que estoy más orgullosa es de haber podido comenzar a trabajar con niños tan pequeños. Siempre que me ponía a investigar me parecía imposible que en otros países bebés de once meses pudieran comprender la música y sin embargo aquí no tuviéramos ningún método que lo hiciera realidad. Hasta que después de estudiar diferentes formatos y procedimientos de enseñanza encontré Músicaeduca y supe que ese era el camino correcto. La prueba de ello es la cantidad de peques que acuden junto a sus padres a nuestro centro para comenzar juntos su andadura musical.

Y si miro un poco más allá... El momento de la pandemia fue duro, al principio no sabíamos qué hacer ni cómo íbamos a seguir con nuestra actividad. Crear un plan de estudios online que nos permitiera seguir impartiendo clases de manera telemática fue sin duda un gran reto que, aunque



al principio se nos presentaba algo incierto, a los pocos días de empezar funcionó y ayudó a alumnos y profesores a continuar con su rutina en medio del caos que supuso la situación a la que nos enfrentábamos.

Hemos hablado de que el trabajo es más importante que el talento a la hora de triunfar. Pero ¿y la edad? ¿Cómo influye este factor a la hora de comenzar a aprender a tocar un instrumento?

La edad sí que es un factor determinante. Hay que tener en cuenta que no en todas las etapas de la vida tenemos las mismas capacidades y, sobre todo, vivimos la misma situación. Un niño de 8 años que comienza puede tener un hábito de estudio y adoptarlo para el resto de años que la música le exija consiguiendo así alcanzar grandes metas. Sin embargo, un joven adolescente que ha aprendido en casa de manera autodidacta y quiere perfeccionar su técnica trae consigo ciertas "manías" a la hora de tocar que en ocasiones pueden resultar un obstáculo para su aprendizaje en caso de que no se aplique.

En los adultos la enseñanza musical se concibe de otra manera y además sus objetivos son otros: propia satisfacción, tocar en un grupo, en una banda... La música requiere mucho tiempo de estudio y el trabajo, la familia y el día a día pueden

hacerlo más complicado para este grupo de personas que, aun así, están encantadas de seguir descubriendo el mundo de la música en nuestras aulas.

En cuanto a personas de más edad la música es utilizada como terapia. De hecho, la mayoría de los que acuden a nuestra academia lo hacen alentados por sus médicos neurólogos que les recomiendan tocar un instrumento como terapia para prevenir enfermedades neuronales o mantener por más tiempo sus capacidades psicomotrices y cognitivas.

Además de las clases, también organizas y participas con tus alumnos en diferentes eventos...

¡Sí! Es sin duda algo muy importante para todos ellos. Les ayuda a saber estar en un escenario y poder así superar ciertos miedos. Ya es casi una tradición nuestro concierto benéfico en El Salvador a favor de diferentes asociaciones benéficas, un evento que tiene siempre una gran acogida y del que nos sentimos muy orgullosos.

Además, hemos convertido nuestro festival de fin de curso en un verdadero espectáculo donde los alumnos se sienten como verdaderas estrellas y pueden además compartir escenario con otros compañeros. Porque la música es muy solitaria y saber tocar en grupo es también fundamental

para poder disfrutar de ella y hacer grandes cosas junto a otros artistas. Solemos realizar este festival en el Teatro Palenque cada mes de junio.

Sin duda tu trabajo hace que consigas para tu academia y alumnos todo lo que te propones. ¿Qué viene en el futuro?

¡Tenemos un montón de proyectos! En primer lugar, me gustaría introducir nuevos métodos de enseñanza de lenguaje musical, algo más innovador con lo que los niños se identifiquen, lamentablemente los libros ya no mantienen demasiado su atención...

Además, nos gustaría formarnos algo más en el tema de tercera edad y demencia. Ya hemos empezado a trabajar con Cruz Roja y nos gustaría continuar para poder ofrecer la enseñanza musical como ayuda a quienes lo necesitan.

Y por último la meta que hemos tenido siempre y que nunca perdemos de vista es la de hacer llegar la música a mucha más gente. Este año estamos preparando nuevos talleres para acercar la música a los más pequeños, pero no solo tocando un instrumento sino hablándoles de compositores, logrando que reconozcan algunas de sus piezas... Tenemos muchos proyectos que esperamos conseguir al igual que se consigue llegar lejos en la música: con pasión, trabajo y dedicación. ■

PRODUCTOS ZOOSANITARIOS SALUD Y NUTRICIÓN ANIMAL

Empresa dedicada a la Salud y Nutrición Animal desde 1985

Alfonso XI, 7 - Pol. Ind. La Floresta
Tels.: 925 80 37 91 - 616 427 400
45600 TALAVERA DE LA REINA (Toledo)
romo@comercialromo.com



DURÁN FERRETERÍA ahora también en Illescas



Que Durán Ferretería es una de las empresas más prósperas y con más proyección de nuestra ciudad no es ningún secreto. A lo largo de su trayectoria la marca continúa creciendo y abriendo nuevos puntos de venta en diferentes zonas de la geografía española para poder ofrecer sus productos a muchas más personas.

La firma líder en suministro industrial ha ampliado su delegación de Illescas con las nuevas instalaciones que ha inaugurado durante el mes de julio. Con esta apertura, Durán Ferretería tiene como objetivo dar un mayor y mejor servicio al profesional en la zona desde un almacén a la vanguardia del sector.

Tras 5 años de con presencia en el área industrial de Los Pradillos, en Illescas, Durán Ferretería ha decidido ampliar sus instalaciones con el nuevo almacén que acaba de abrir en la Nave 6 de este polígono industrial.

Se trata de un moderno espacio de 1.200 metros cuadrados dedicados al suministro industrial en el que el profesional dispondrá de más de 90.000 referencias en herramientas, maquinaria, tornillería, cerrajería y protección laboral.

A su amplio catálogo hay que sumarle todos los valores añadidos que Durán Ferretería ofrece a sus clientes tras más de 45 años de trayectoria empresarial. Como es su equipo de 50 profesionales, su flota de vehículos propia y la cobertura que da seis provincias.

La delegación de Illescas viene a sumarse a la ya existente en Naval Moral de la Mata (Cáceres) y a su sede central en Talavera de la Reina; tres centros que, al estar coordinados y comunicados entre sí, permiten a Durán Ferretería dar respuesta en 24 horas a las necesidades de sus clientes.

Para celebrar esta nueva apertura, Durán Ferretería ha preparado por tiempo limitado una serie de ofertas en un buen número de productos, obsequiando además la primera compra de cada cliente con un exclusivo regalo.

Sin duda la mejor oportunidad para acercarse a conocer sus productos y todo lo que tiene que ofrecer a aquellos interesados en su amplia gama de productos. ¿Cuál será la ubicación de la próxima apertura? ■

Garvín y Asprodeta, juntos por el empleo



Siempre es reconfortante conocer las acciones solidarias que las diferentes empresas de Talavera y comarca llevan a cabo colaborando con diferentes asociaciones que trabajan por mejorar distintos aspectos de nuestra sociedad.

En esta ocasión ponemos el foco en el Plan Especial de Empleo de Asprodeta, concretamente en su sección de jardinería que ha recibido de la mano de Grupo Garvín las máquinas y herramientas nuevas y necesarias para el desempeño de su labor profesional.

UN COMPROMISO CONSTANTE

El acuerdo de colaboración entre Grupo Garvín y la Asociación Pro Derechos de Personas con Discapacidad Intelectual viene de lejos. Ambas entidades llevan años trabajando unidas junto a la Fundación ONCE, organización que ha financiado este proyecto. Sin duda una muestra más de la solidaridad que las empresas de nuestra zona, y en concreto Grupo Garvín ponen en práctica en su día a día.

AUTÉNTICOS PROFESIONALES

Gracias a esta colaboración, ASPRODETA ha adquirido ocho máquinas de jardinería de alta tecnología, destacando por encima de ellas un giro-cero, un cortacésped de última generación. Todas estas máquinas pertenecen a la marca líder en el sector forestal y de jardinería Husqvarna, lo que garantiza tanto su calidad como su durabilidad.

Con esta adquisición, ASPRODETA relanza su servicio especial de empleo en lo que a jardinería se refiere, pues así podrá sustituir máquinas y herramientas que se habían quedado obsoletas para el desarrollo de sus trabajos, lo cual irá también en beneficio del cliente. En la actualidad, son 5 los trabajadores que integran esta sección de jardinería y que realizan trabajos para ayuntamientos, la administración regional, comunidades de propietarios, trabajos puntuales de poda y mantenimiento de jardines en general.

En el acto de entrega han estado presentes los trabajadores del plan especial de empleo de ASPRODETA, encabezados por el presidente de la asociación, Víctor Fernández, y su directora Mar Ogallar. Los profesionales de Grupo Garvín han estado acompañados por Jaime y Luis Garvín, responsable de compras y gerente, respectivamente, de la empresa. ■



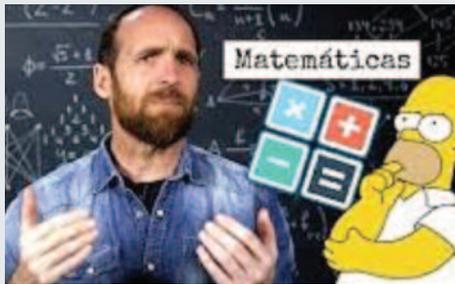
¡QUÉ ABURRIMIENTO!

¿Cuántas veces ha dicho usted esto esta semana? ¿este mes? ¿solo ayer? Le confieso que yo lo digo cuando debo recoger los calcetines del suelo de la habitación de mis hijos por esa famosa "enésima vez... no sé muy bien cuántas veces son esas, pero me aburre... o al menos me cansa... ¿eso es aburrirse?

Seguro que usted no recuerda bien qué hacía antes en la cola del médico, mientras espera que le atiendan en la peluquería, en el dentista... ¿usted se aburría entonces? Yo tampoco me acuerdo, la verdad.

El caso es que alguien se dio cuenta de que la gente se aburría en todas esas partes. Se aburría en domingo, esperando el autobús o en casa de los suegros mientras le cuentan cómo se hacen las mejores croquetas (mira que tú lo intentas, ¿eh? pero nada, no se quedan igual). Se aburría incluso tomando una cerveza en un bar. Esto empezaba a ser un problema, una enfermedad, dice Josefa Ros Velasco en su libro *La enfermedad del aburrimiento* (Alianza editorial). Mire, yo no sé si es una enfermedad (se me da muy mal la biología), lo cierto es que ese alguien se inventó Twitter (entre otras redes sociales), para ayudar a curar esta enfermedad. Lo sé, no mueva la cabeza que le veo. ¿Puede una enfermedad curarse con otra?

El mes pasado le sugerí unas cuantas cuentas que cuentan cuentos sobre Historia, literatura, en fin, lo que llamamos Humanidades, cosas de los de letras del instituto. Para que no se enfaden los de ciencias hoy solo quiero mencionar algunas cuentas de redes sociales que tratan estos temas.



Estamos más o menos de acuerdo en que ya podemos hablar de algunas *rock stars* de las redes sociales en estas lides. No sé si de mayor a menor en número de seguidores pero creo que ya es una verdadera estrella Quantum Fracture, nombre artístico del físico de 23 años que cuenta con más de un millón de seguidores en You Tube y al que se puede seguir en varias redes sociales. Sus vídeos no solo son muy ilustrativos y educativos, son verdaderas maravillas técnicas y narrativas detrás de los que está no solo el propio José Luis Crespo (mire, tocayo de nuestro jefe ¿será que ese nombre imprime carácter?) sino un verdadero equipo de producción audiovisual que le ha llevado a hacer vídeos no solo desde casa sino en exteriores como un verdadero profesional de la televisión

(¿será por eso por lo que les tienen tanto miedo los creadores de contenido tradicional?). Eche un vistazo a sus vídeos y aprenda, por ejemplo, cómo una bolita puede estar en dos sitios a la vez y quién es ese famoso Schrödinger que tenía un gato y que no es el Canciller alemán. En las matemáticas también tenemos una estrella, femenina, muy activa en Twitter, más en este caso que en otras redes sociales y con voz en los medios de comunicación tradicional. Me refiero a la profesora de la Universidad de Sevilla Clara Grima. La profe de matemáticas (creo que a ella le encantaría que la llamáramos así) ya no es una jovencita (espero que me disculpe, solo lo uso como ejemplo de que en redes sociales no solo está la generación Z). Es autora de numerosas publicaciones, sobre todo divulgativas, como *iQue las matemáticas te acompañen!* (en Ariel), ha recibido los mismos numerosos premios, es doctora en matemáticas y, según me parece a mí, una persona agradable y divertida.

Las últimas líneas las quiero dedicar solo a citar alguna cuenta más, entre las muchas que usted puede visitar. Deje que el algoritmo de Google haga el resto. Me refiero a la cuenta con nombre artístico *Derivando* a cargo de Eduardo Sáenz de Cabezón Irigaray, riojano de 48 años matemático y profesor de lenguajes y sistemas Informáticos, o @Date un Vlog, con Javi Santaolla al frente, con quien puedes dejar de aburrirte en cualquier parte (incluso cuando tu cuñado te dice que has pagado demasiado por el seguro de tu coche) y aprender mucho de matemáticas y de ciencias. ■



CUADROS ELÉCTRICOS JM, s.l.

**FABRICACIÓN DE CUADROS ELÉCTRICOS,
ESPECIALIZADOS EN LA PROGRAMACIÓN
DE PLC'S Y PUESTAS EN MARCHA**

**SECTORES DE APLICACIÓN:
AGRÍCOLA, AGUA, ALIMENTICIO E INDUSTRIAL**

C/ CARPINTERÍA 37-39 ■ Tel. 925701797 - 45638 PEPINO (TOLEDO)



Ayuntamiento de
VELADA



TALAVERA

Bien de Interés Cultural



El concepto de Patrimonio, así como su conservación y difusión ha ido evolucionando a lo largo de la historia, asumiendo los cambios de mentalidad de cada época. El concepto de Patrimonio Histórico surge en el siglo XVIII al abrigo del pensamiento de la Ilustración como algo obligado a proteger los vestigios del pasado, si bien el término *Bien Cultural* aparece por primera vez con carácter internacional en el *Convenio para la Protección de los Bienes Culturales* en caso de conflicto armando de la Haya, Unesco, en 1954.

Así surge, con la Ley de Patrimonio Histórico Español, la figura jurídica de **Bien de Interés Cultural (BIC)**, a través de la cual se aglutina aquellos bienes que en su día fueron catalogados como interés turístico-artístico, aquellos inscritos en el inventario del Patrimonio Artístico y Arqueológico, castillos, cuevas, abrigos y lugares de arte rupestre, etc., los cuales pasaron a ser declarados de forma expresa por las autoridades autonómicas como BIC. Esta figura jurídica tiene como misión proteger y tutelar aquellos Bienes susceptibles a ser protegidos por parte de las Comunidades Autónomas, por su singular valor.

En la actualidad Talavera de la Reina cuenta con 16 Bienes de Interés Cultural. Los monumentos que primeramente recibieron la categoría de Bien de Interés Cultural fueron el Recinto amurallado, la Colegiada de Santa María y la Iglesia de Santiago, y lo hicieron en

1931 bajo el gobierno provisional de la República y a través del Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes. Inicialmente esta declaración se concibió como monumento histórico-artístico, dando el primer paso para la protección de estos. Bajo esta misma categoría, en 1978 se procedería a realizar la declaración de monumentos histórico-artístico a la Hospedería de la Orden de Santiago, conocido por los talaveranos como Santiaguito, edificio que hoy ocupa el Instituto de Promoción Económica de Talavera (IPETA).

Posteriormente se sumarían edificios tan emblemáticos como el Colegio Cervantes (hoy Delegación de la Junta en la Plaza del Pan) en 1992, el Convento de la Encarnación (Madres Bernardas) o la Basílica de Nuestra Señora del Prado en 1993, hasta llegar a la protección de la Cerámica talavera bajo esta figura jurídica en 2015 y cerrando con la declaración de Conjunto Histórico y el Puente Viejo en 2015 y 2021 respectivamente.

Todos estos monumentos declarados BIC tienen en común su valor histórico y patrimonial por ser testigos del paso de la historia de la ciudad, su evolución y su cultura hoy presentes gracias a la protección de estos espacios.

Desde Futurart queremos emplazaros a la vuelta del otoño a seguir conociendo este patrimonio a través de diferentes visitas guiadas a estos monumentos que suponen un Bien Cultural para todos los talaveranos. ■



especialistas en higiene industrial

Productos químicos
para la hostelería e industrias.

Artículos de limpieza en general.

Celulosas y artículos
desechables de un solo uso.

Sistemas de ambientación.

Limpieza y desinfección
con equipos de espuma.



C/ Luis Braille, 4
Polígono La Floresta
45600 Talavera de la Reina
(Toledo)

www.talaverahigiene.com

Tel.: 925 81 90 31

¿CÓMO SE HAN ADAPTADO AL COVID-19 LOS NEGOCIOS DE RESTAURACIÓN DE TALAVERA DE LA REINA?

La crisis provocada por el COVID-19 ha tenido un enorme impacto social y económico. El sector de la hostelería y restauración ha sido uno de los más castigados por el COVID-19. Sin embargo, las empresas de este sector, a pesar de enfrentarse a un panorama complicado, también han encontrado nuevas oportunidades de negocio que han permitido que muchas de ellas hayan podido continuar desarrollando su actividad económica. Así, algunos negocios han optado por introducir nuevas estrategias de marketing diferentes a las que venían desarrollando tradicionalmente para poder adaptarse a la cambiante situación e incertidumbre del entorno, comenzando a hacer uso de herramientas de marketing digital (páginas web, redes sociales, etc.), inteligente (realidad virtual/aumentada, robots, etc.) y de proximidad (códigos QR, pagos móvil o NFC, etc.) en las que la tecnología juega un papel fundamental.

En una investigación reciente, desarrollada durante el mes de mayo de 2022, se analizó el impacto que ha tenido la crisis sanitaria sobre el sector de restauración de Talavera de la Reina y en qué medida estas empresas han introducido cambios en sus estrategias de marketing para poder adaptarse a la situación y poder seguir desarrollando su actividad económica. La muestra del estudio estaba conformada por un total de 106 negocios pertenecientes al sector de la restauración ubicados en la ciudad de Talavera de la Reina. El 58,5% llevaban en activo más de 10 años y el 80,2% eran autónomos. En cuanto a la actividad principal, más del 80% eran cafeterías, bocaterías y/o bares (con o sin restaurante en el mismo local).

Los resultados obtenidos muestran que el 51,9% de las empresas encuestadas dentro de este sector afirman haber realizado "algunos cambios" en su negocio como consecuencia del COVID-19, un 24,5% "pequeños cambios", un 17,9% "muchos cambios" y un 5,7% "ningún cambio". Profundizando en el análisis de los cambios realizados en relación con las herramientas de marketing digital, inteligente y de proximidad, en la siguiente tabla se recoge la variación experimentada en el uso de estas herramientas. Las cartas con códigos QR destacan como el cambio más introducido por los negocios de restauración de la ciudad, con un aumento de 91,5 puntos porcentuales. Los pedidos o reservas online y las entregas a domicilio se sitúan en segundo lugar, con un aumento de 36,8 y 34 puntos porcentuales, respectivamente. También sobresale que el número de negocios que cuentan con entregas o recogidas en el local aumenta en más de 22 puntos porcentuales, mientras que los que ofrecen pedidos o reservas por teléfono/WhatsApp lo hace en cerca de 20 puntos porcentuales. El resto de las herramientas de marketing digital, inteligente y de proximidad analizadas registran variaciones por debajo de los 10 puntos porcentuales, con la excepción de la disponibilidad de página web propia que presenta un incremento de 16 puntos porcentuales entre los dos periodos considerados.

Analizando de manera global la situación actual del negocio, una vez transcurridos dos años desde el inicio de la pandemia, un 17,9% de las empresas encuestadas afirma encontrarse en una situación buena, frente a un 34% cuya situación percibida

es mala, posiblemente por no haberse sabido adaptar de forma adecuada a los cambios que ha traído consigo la pandemia. Cerca del 50% afirma que la situación de su negocio es normal. Destaca el hecho de que ninguno de los negocios encuestados haya marcado la opción "muy mala" o "muy buena".

Otro resultado interesante es que aquellas empresas que han realizado cambios de mayor calado en su negocio como consecuencia del COVID-19 han sido capaces de amortiguar mejor el impacto de la pandemia y, por tanto, esto se traduce en una mejor situación actual del negocio. De todas las herramientas de marketing digital, inteligente y de proximidad consideradas en este estudio, se concluye que la introducción de códigos QR, pagos mediante móvil o NFC, pedidos o reservas online, perfil en redes sociales, página web propia y entregas a domicilio contribuyen a mejorar la situación actual de los establecimientos. No obstante, la propensión a adoptar este tipo de herramientas de marketing está fuertemente condicionada por las características del negocio. Así, destacan los establecimientos con una antigüedad inferior a los cinco años como los más dinámicos a la hora de aprovechar las enormes potencialidades que brindan las herramientas de marketing digital, inteligente y de proximidad. ■

María Ruiz Badajoz

Egresada del Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) y del Máster en Investigación de Mercados y Marketing Digital (Mi2mD) de la Facultad de Ciencias Sociales

Tabla 1. Variación en el uso de las distintas herramientas de marketing digital, inteligente y de proximidad en los negocios de restauración de Talavera como consecuencia del COVID-19

Herramientas	Antes del COVID-19	Después del COVID-19	Variación (%)
Carta con códigos QR	0,0%	91,5%	91,5%
Pagos con tarjeta/TPV	100,0%	100,0%	0,0%
Pagos mediante móvil o NFC	73,6%	85,8%	12,2%
Pedidos o reservas por teléfono/WhatsApp	57,5%	77,4%	19,9%
Pedidos o reservas online	30,2%	67%	36,8%
Aplicación móvil propia	5,7%	6,6%	0,9%
Perfil en redes sociales	63,2%	71,7%	8,5%
Página web propia	32,1%	48,1%	16,0%
Aplicaciones de realidad virtual/aumentada	0,9%	10,4%	9,5%
Entregas a domicilio	6,6%	40,6%	34,0%
Entregas o recogidas en el local	43,4%	66,0%	22,6%



JOSUÉ BLÁZQUEZ COLETO

PRESIDENTE DEL CF TALAVERA

Josué Blázquez Coletto (17/11/1980 Talavera de la Reina), afronta su primera temporada como presidente del CF Talavera, en el mejor momento del club en cuanto a masa social, pero con un descenso que ha mandado al equipo a la 2ª RFEF. Nos atendió prácticamente estrenando cargo.

Presidente del CF Talavera: ¿un honor o una responsabilidad?

Pues ambas cosas. Un honor hacer cosas por mi ciudad y para mi ciudad, siempre me he sentido responsabilizado con eso y como es un proyecto importante y bonito tiene que mezclar las dos cosas.

¿Hubieras preferido acceder a la presidencia en otro momento o en otra situación del club?

Ni me lo planteo. Es en la situación que está, yo venía del fútbol sala y accedo al club en esta situación, y es la que afronto. Ni me he parado a pensar que hubiese pasado en otra situación diferente. Este es el reto que hay, así que a trabajar y a marcarse objetivos.

¿El descenso de esta temporada puede utilizarse para fortalecer al club o le deja malherido?

Tiene que ser la oportunidad para hacer un club mejor. La 2ª RFEF nos puede dar más tranquilidad en ese aspecto y más tiempo para hacer las cosas de otra manera. Había mucha más presión y más prisas en 1ª RFEF. Tiene que servir para asentar el proyecto. No el descenso como tal, pero sí la situación actual, puede fortalecer los cimientos de la institución.

4. 250 socios, récord histórico de nuestra ciudad, pero para una ciudad de 85.000 habitantes... ¿Gusta el fútbol en Talavera, o es una afición, quitando a los fieles, muy oportunista?

Nunca se había tenido tal cantidad de socios, lo que indica que se han hecho las cosas bien en cuanto a campaña de captación y se generó una ilusión que tenemos que conseguir mantener de cara a esta nueva temporada. Que la ciudad en proporción es muy grande, está claro, pero también tenemos que darnos cuenta, que tenemos un estadio de cuatro mil y pico asientos, que también puede ser otra forma de mirar el porcentaje de abonados que nos podemos permitir.

¿Hay algún objetivo a corto plazo que te marques una vez llegado a la presidencia?

Sí, el objetivo es dar estabilidad y organización al club. A todos los niveles: financiero, estructural, valores... Conseguir unir todos esos niveles para que todo funcione a la perfección. No sé si a corto plazo, pero es importante conseguirlo.

¿Está obligado el primer equipo a conseguir el ascenso esta próxima temporada?

Yo creo que obligado, no. Está claro que es una ilusión que todos tenemos. Pero esto es deporte y al final influyen muchos factores. El más importante, que el balón entre o no entre. Pero que vamos a poner todo nuestro empeño y todo nuestro trabajo para que el ascenso se produzca, eso, seguro.



Presidente del CF Talavera compaginado con vicepresidente del FS Talavera. ¿El conjunto de ambos complica más dichos cargos?

No, para mí no es un problema. Yo afronto los dos cargos con muchísima ilusión, trabajando con el resto de la directiva de los dos clubes. Podemos sentirnos apenados por la situación del descenso de ambos, pero afrontando todo con trabajo e ilusión, jamás tiene que suponer un problema. De esta forma conseguiremos, que pronto, lleguen tiempos mejores en lo deportivo.

¿Lo económico prima demasiado ya, en categorías en las que parecía que antes no era tan importante?

Sí. Lo económico es muy importante en el proyecto. Ahora esto funciona así. Lo que hay que conseguir es que cada céntimo que se utilice sirva para conseguir un mejor CF Talavera. Hay que ser muy cabezón en ese aspecto y lograrlo.

¿Qué le falta a este nuevo proyecto con Josué Blázquez a la cabeza, como presidente, para asentarse e ilusionar a la afición?

Pues queremos sentar varias bases. La primera: estabilidad, muy necesaria para el club. Transparencia, también es muy importante de cara al abonado. Y demostrar cercanía y accesibilidad, para que se sientan parte importante del proyecto. ■



DATACONTROL
Asesores de Empresas

*La tranquilidad
de tu empresa
en buenas manos*



C/ Arco de San Pedro, 11
Teléfono: 925 82 24 40
Fax: 925 72 00 22
45600 Talavera de la Reina
Toledo





In Game Advertising, la publicidad dentro de los juegos

Las marcas han descubierto una posibilidad excepcional de integrar su publicidad en un lugar donde **hay millones de personas cada día: los videojuegos**. Candy Crash, Fornite, Minecraft, Angry Birds... ¿Has jugado a alguno de estos últimamente? ¿A algún otro?

Y no estamos hablando únicamente de llegar a niños y adolescentes. Jóvenes, adultos y seniors disfrutan cada día, en las pantallas de sus videoconsolas o smartphones, de juegos de todo tipo (un 68% de las personas entre 55 y 65 años declara usar juegos en su dispositivo móvil).

Disney, Pepsi, Mercedes... los anunciantes saben que tienen muchos potenciales clientes en las plataformas "gamers". La industria del videojuego facturó 180.300 millones de dólares en 2021 según Global Games Market Report y un 86% de los internautas utilizan juegos en sus dispositivos, según datos de GWI.

Publicidad In game (in-game advertising) es la publicidad incluida dentro de los videojuegos, formando parte de ellos.

Otra opción que han tomado algunas marcas es crear sus propios videojuegos para promocionar específicamente sus productos (**advergaming**).

Lo mejor de ambas fórmulas es que llegan a un gran número de usuarios y que no son nada intrusivas, generando una buena experiencia de usuario, ya que él mismo compra o descarga el juego. De hecho, si hablamos de in-game advertising, no se trata de poner publicidad antes o después del juego. **La propia publicidad está integrada de forma natural dentro del videojuego**, formando parte del propio escenario (en una valla dentro de una ciudad, en una camiseta dentro de un juego de deportes [eSports], en una escena dentro de un puzzle, en un coche de rally...).

Lo peor de este tipo de publicidad, por su coste, es que habitualmente no está al alcance de pequeñas y medianas empresas.

Aun así, lo cierto es que **la publicidad in-game**

conecta a las marcas con los consumidores, permitiendo que interactúen, en un entorno lúdico. Qué mejor para una empresa que ser compañera de juegos de su público objetivo. Como en cualquier medio o soporte publicitario, elegir el tipo de juego en el que estar presente es esencial. Las marcas deberán buscar, entre los miles existentes en el mercado, el videojuego en el que está su público ideal u optar por la creación del suyo propio (advergaming).



En un aspecto más técnico, las empresas deben elegir entre **in-game advertising estático o dinámico**. En el estático, la publicidad forma parte del juego a nivel de desarrollo, por lo que no podrá modificarse el anuncio ni realizar un análisis de su funcionamiento, aunque se obtiene mayor realismo. El in-game dinámico necesita que el videojuego esté conectado a Internet, si se pretende modificar, y ofrece la posibilidad de cambiar los anuncios y de obtener un análisis de la campaña publicitaria con métricas y datos.

A continuación, mostraremos algunos casos de éxito de la publicidad in-game, donde algunas marcas han aprovechado el tirón de los videojuegos para lanzar sus campañas. Veamos:

■ **Fortnite**: Este popular videojuego, en el que según Epic Games había registrados más de 350 millones de usuarios en 2021, ha sido la pla-

taforma ideal para promocionar en sus escenarios películas de Marvel y de Disney, la Superbowl, la nueva temporada de Stranger Things, la película de It... e incluso, el juego incorporó al cantante Travis Scott como personaje para celebrar un concierto que resultó ser todo un éxito.

■ **Mercedes-Benz**: La marca alemana consiguió meterse en el conocido videojuego Mario Kart, de la saga de Mario Bros, para promocio-

nar tanto su marca como algunos de sus modelos. Mario Kart 8 para Wii U incluyó una actualización gratuita que permitía descargar tres modelos de Mercedes-Benz (GLA, 300 SL Roadster y el Silver Arrow). Mercedes Benz ha llegado, incluso, a invertir en el equipo de eSports SK Gaming.

■ **Pepsi**: Esta marca de refrescos ha sido bastante prolífica en el mundo gamer. Recordamos su aparición en vallas publicitarias, máquinas expendedoras y otros lugares en varios videojuegos, como el Bionic Comando o Ascension City.

■ **Hermès y Dior**: Las marcas han apostado por dar el salto al gaming lanzando la aplicación de móvil H-Pitchhh, a través de la cual lanza juegos al mercado. Con su campaña publicitaria WeChat los usuarios podían recolectar artículos. ■

TALAVERA: AYER, HOY Y SIEMPRE

CARLOS FERRERAS, desde su objetivo, nos presenta una Talavera íntima y personal, resaltando edificios emblemáticos de ayer y de hoy, comercios, actividades cotidianas, tradiciones, fiestas...

Talavera de la Reina

▲ ALTERACIÓN DEBIDO A TEMPERATURAS EXTREMADAMENTE...

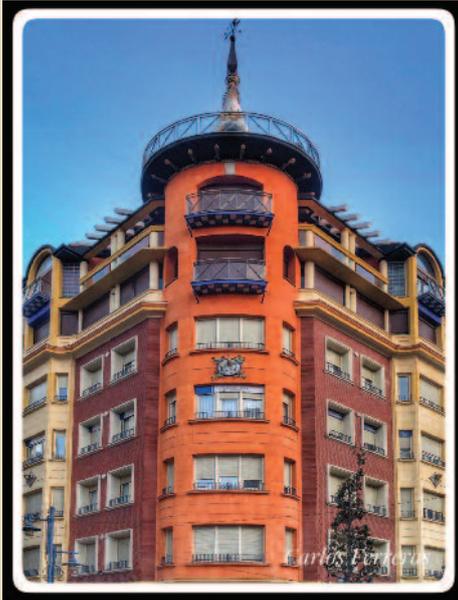
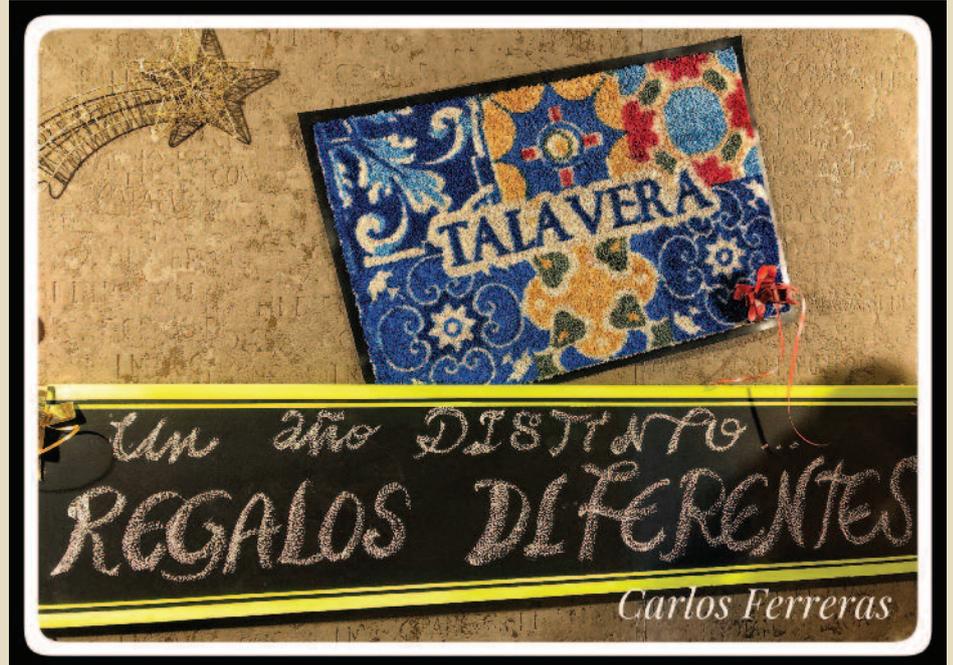
-7°

Máx 7° Min -7°

EUMETNET - MeteoAlarm: Alteración debido a temperaturas extremadamente bajas, alteración potencial debido a temperaturas extremadamente bajas.
Más información >

Ahora	7	8	8:40	9	10
	☾	☾	☾	☀	☀
	-7°	-6°	-6°	↑ sol	-6°

Carlos Ferreras





Durán

Ferretería

TU FERRETERÍA INDUSTRIAL

EQUIPOS DE PROTECCIÓN - ROPA LABORAL - HERRAMIENTAS - MAQUINARIA
TORNILLERÍA - COLAS Y PINTURAS - BARNICES - CONSTRUCCIÓN - CERRAJERÍA
FORJAS - FUNDIDO - HERRAJES DE MADERA



MÁS DE 40 AÑOS DE TRAYECTORIA



12.000 M² DE INSTALACIONES



90.000 PRODUCTOS EN STOCK



SERVICIO EN 6 PROVINCIAS



EQUIPO DE 50 PROFESIONALES



FLOTA DE VEHÍCULOS PROPIA



2 REPARTOS DIARIOS

 **Talavera**
925 814 365

 **Illescas**
925 501 796

 **Navalmoral**
927 535 538



www.ferreteriaduran.es

Síguenos en

