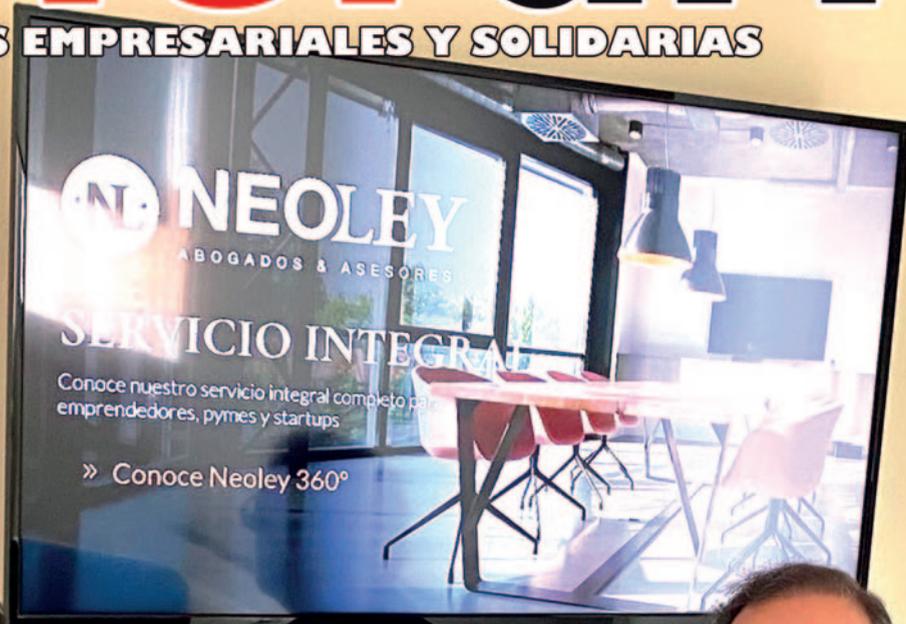


# Futurart

CLAVES EMPRESARIALES Y SOLIDARIAS

## NEOLEY

CUANDO TODO  
ESTÁ BAJO  
CONTROL



TIENE LA PALABRA  
**DAVID GÓMEZ ARROYO**  
DELEGADO JCCM



DE CERCA  
**CÁRNICAS**  
DIBE



EMPRESARIA  
**MIRIAM MÁRQUEZ**  
DISEÑADORA DE MODA



EN VALOR  
**DIGERTIUM**  
GESTIÓN DE PYMES



DE UN VISTAZO  
**MIGUEL ÁNGEL IBEAS**  
MAIS INFORMÁTICA

# TECNIGRAF<sup>®</sup>

soluciones gráficas

## Tecnigraf **tedamás**

### IMPRESIÓN OFFSET

*Formato 70x100 con todas las automatizaciones, lo que nos permite ofrecer tus folletos e impresos en las mejores condiciones.*



### IMPRESIÓN GRAN FORMATO

*Imprimimos tus sueños con nuestra impresora de gran formato para soportes rígidos y flexibles hasta 2 metros de ancho.*



### IMPRESIÓN DIGITAL

*La respuesta más rápida y eficaz a trabajos urgentes a todo color al mejor precio.*



### DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

*Construye una imagen creativa y original que te diferencie de tus competidores.*



### PREIMPRESIÓN

*Anticiparse al resultado final para los mejores resultados.*

C/ Victoria Kent, 20 - Pol. Ind. "La Floresta"  
45600, Talavera de la Reina (Toledo)  
Telf.: 925 812 250

[www.tecnigraf.es](http://www.tecnigraf.es) [comercial@tecnigraf.es](mailto:comercial@tecnigraf.es)

FUNDACIÓN<sup>®</sup>  
**Futurart**  
PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO  
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA  
[www.fundacionfuturart.es](http://www.fundacionfuturart.es)

*Acompañamos a las empresas asociadas en sus labores de Responsabilidad Social Corporativa.*

[4] LO HACEMOS POSIBLE  
ATAEM

[6] TIENE LA PALABRA  
DAVID GÓMEZ ARROYO

[10] A FONDO  
NEOLEY

[14] DE CERCA  
CÁRNICAS DIBE

[17] DE LEY  
ENCLAVE ABOGADOS

[18] EMPRESARIA  
MIRIAM MÁRQUEZ

[20] PUBLICIDAD CON CIRITONE  
TOMÁS ARRIERO

[21] ENTRE LÍNEAS

[22] EN VALOR  
DIGERTIUM

[24] DE UN VISTAZO  
MAIS INFORMÁTICA

[26] DEPORTES  
IGROSO

[28] CULTURA  
CÉSAR PACHECO / COLECTIVO ARRABAL

[30] MARKETING ONLINE  
ABRAHAM AMOR

[31] TALAVERA: AYER, HOY Y SIEMPRE  
CARLOS FERRERAS

## 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](http://www.fundacionfuturart.es)

# LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA Y LA ERA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL



JOSÉ LUIS BODAS

Sin duda vivimos una época emocionante, una era de rápidos avances tecnológicos que están transformando cada aspecto de nuestras vidas y empresas. La revolución tecnológica en la que estamos inmersos es tan significativa que está redefiniendo la forma en que trabajamos, interactuamos y en el desarrollo en el mundo empresarial.

En el corazón de esta revolución se encuentra la Inteligencia Artificial (IA), una tecnología que ha llegado para quedarse y que está destinada a ser uno de los pilares fundamentales de nuestro futuro. En un mundo donde la información fluye a velocidades vertiginosas y donde la eficiencia es clave, la IA se ha convertido en un aliado indispensable para el desarrollo y éxito empresarial. Es mucho más que una simple tendencia, es una herramienta muy poderosa que esta cambiando la forma en que sus empresas operan y compiten en el mercado.

También conviene tener presente los riesgos y el perjuicio de no utilizar la IA en su empresa. La tecnología avanza a un ritmo trepidante, y quedarse atrás puede tener consecuencias muy negativas. Pueden quedarse atrapadas en procesos lentos y costosos, lo que limita su capacidad para competir en un mundo empresarial cada vez más rápido y exigente.

La buena noticia y para su tranquilidad es que la inteligencia artificial no es solo para las grandes corporaciones y para las empresas tecnológicas. Es una herramienta que puede ser aprovechada por negocios de todos los tamaños y



sectores. Incluso el suyo. Imagine tener a su disposición un asistente virtual que trabaje las 24 horas del día, los 7 días de la semana, sin quejas ni fatiga y haciendo un trabajo muy válido.

En mi opinión, la Inteligencia Artificial es una oportunidad que no debemos pasar por alto. No se trata de una moda, sino de una herramienta poderosa que puede impulsar el crecimiento y la eficiencia de nuestras empresas. No se trata solo de estar a la vanguardia, sino de asegurarse de que su negocio esté preparado o al menos no en desventaja para afrontar los desafíos y aprovechar las oportunidades que se presentan.

Llegados a este punto y para concluir, la pregunta no es si deberían considerar la IA, sino más bien cuándo lo harán. ■

# ENFERMEDADES NEURODEGENERATIVAS Y LOGOPEDIA



La Logopedia es la disciplina científica y la profesión encargada del estudio, la investigación, la prevención, la evaluación, el diagnóstico y el tratamiento en todas las áreas de la comunicación humana, lenguaje, habla, voz, audición y funciones orales no verbales, tanto en sus aspectos normativos como patológicos, a lo largo de todo el ciclo vital de la persona, desde el nacimiento hasta la

última etapa de la vida. Cuando una persona llega a ATAEM, tras el encuentro inicial con la Psicóloga y la Trabajadora Social, se realiza una evaluación por los distintos profesionales que conformamos ATAEM. Entre ellos se encuentra la logopeda que, en una primera toma de contacto, realiza una evaluación para detectar las posibles dificultades o una intervención preventiva. También

contamos con logopeda en atención en domicilios.

Las personas con enfermedades neurodegenerativas pueden presentar dificultades en la deglución, habla, voz y en la memoria con lo que comporta en su día a día un problema de comunicación y socialización.

Algunas veces, no son conscientes de las dificultades por las que están pasando porque se van nor-

malizando síntomas. Por eso es tan importante nuestra labor como asociación, ya que podemos detectar dichas dificultades y ayudar a mejorar su calidad de vida y la de sus familiares, incluso a nivel preventivo.

En una sesión inicial conocemos al paciente y familiares creando un ambiente de confianza y escucha activa. Se realiza una anamnesis en la que se recogen los da-



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)

*Cuando una persona llega a ATAEM, tras el encuentro inicial con la Psicóloga y la Trabajadora Social, se realiza una evaluación por los distintos profesionales que conformamos ATAEM.*

tos clínicos y posteriormente se evalúa el lenguaje, el habla, la voz y la deglución para poder realizar un planteamiento de objetivos a lograr con el paciente.

■ Objetivos principales en la rehabilitación logopédica en la Esclerosis Múltiple:

■ Mejorar el grado de inteligibilidad del habla.

■ Evitar la fatiga.

■ Potenciar los sistemas de comunicación posibles, adecuándolos al paciente y al momento de la enfermedad.

Implicar a los familiares por su necesaria colaboración, prestándoles suficiente información.

Detectar problemas masticatorios y deglutorios.

Las alteraciones más frecuentes que se pueden presentar son:

■ Alteraciones en la musculatura orofacial: hipertónica o hipotónica

■ Variaciones en la voz: mala coordinación fonorespiratoria, etc.

■ Alteraciones respiratorias.

■ Dificultades masticatorias y deglutorias.

■ Alteraciones en la memoria, planificación etc.

Estas alteraciones pueden dar lugar a algunos trastornos frecuentes en enfermedades neurodegenerativas como la Esclerosis Múltiple: la disfagia y la disartria

**¿QUÉ ES LA DISFAGIA?**

La disfagia es un desorden en el proceso de deglución causado en este caso por las enfermedades neurodegenerativas como la Esclerosis Múltiple, ELA, etc., que afectan a la acción muscular responsable del transporte del bolo alimenticio desde la cavidad oral hasta el estómago.

Se manifiesta con una serie de sínto-

mas como desordenes en la masticación, dificultad para iniciar la deglución, exceso de saliva y tos o atragantamientos durante la alimentación.

Es frecuente que la disfagia en sus inicios pase desapercibida y sea asintomática ya que la sensibilidad laríngea y el reflejo tusígeno disminuyen poco a poco. Además, en el caso de la Esclerosis Múltiple, es importante observar el efecto de fatiga muscular tras varias degluciones repetidas. Por este motivo, es muy necesario el papel de la logopeda para poder detectar estos pequeños e importantes síntomas y así realizar una intervención adecuada. Lo ideal sería poder acometer una intervención preventiva, es decir, antes de que aparezcan los síntomas.

**¿QUÉ ES LA DISARTRIA?**

La disartria es un trastorno del habla caracterizado por una dificultad en la articulación de las palabras debido a una debilidad, parálisis o falta de coordinación de los músculos del habla. Las personas con disartria suelen tener dificultad para hablar o hablar a un ritmo lento, que en ocasiones es difícil de comprender.

Pensemos lo importante que es poder hablar para poder comunicarnos con nuestro entorno. La logopeda ofrece asesoramiento tanto a pacientes como a familiares sobre posibles estrategias para entenderse mejor. También enseñará a la persona afectada ejercicios para conseguir que el habla sea lo más inteligible posible, y en caso necesario facilitar un sistema alternativo de comunicación, siempre de acuerdo con la persona y adaptado a sus necesidades. Cabe destacar, que las sesiones se realizan de forma individual y es muy importante que se realicen de forma continua para obtener los mejores resultados. ■

**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

# DAVID GÓMEZ ARROYO

## “TALavera ES HOY UNA CIUDAD MUCHO MÁS ATRACTIVA PARA LAS EMPRESAS”

Siempre es buen momento para hablar con nuestros políticos y conocer de primera mano algunos datos y aspectos que nos interesan a todos, primero como ciudadanos y después como empresarios o trabajadores. Por eso, aprovechando los ocho años al frente de la Delegación de la JCCM en Talavera que cumple David Gómez Arroyo este 2023, hemos querido acercarnos hasta su despacho para tratar algunos temas que nos afectan a todos.

La situación actual de Talavera, la futura llegada de Meta a nuestra ciudad, el paro y el tejido empresarial de Talavera y su comarca han sido algunas de las cuestiones que hemos abordado con el director de la Delegación de Servicios de la JCCM en Talavera de la Reina. Un “Tiene la palabra” lleno de datos y planes de futuro para nuestra ciudad.

### ¿Cómo ha evolucionado Talavera en el tiempo que lleva al frente de la Delegación?

Llevamos desde el primer día que entramos en el Gobierno Regional volcados en Talavera, nuestro equipo liderado por Emiliano García-Page lo ha dado todo durante estas dos legislaturas y continúa haciéndolo, no hay más que mirar los indicadores para darse cuenta del gran cambio que ha dado la ciudad y su comarca.

Cuando entramos en 2015 éramos una de las ciudades de España con mayor tasa de paro, la población se iba de la ciudad, no llegaba ninguna empresa, la imagen



que había de la ciudad a nivel nacional era muy negativa... Durante estos años hemos hecho todo lo posible porque eso cambiara y hoy tenemos unos indicadores que son totalmente distintos, muy positivos.

Talavera ha conseguido atraer a empresas del sector tecnológico

y hemos logrado que se ponga en marcha aquí el proyecto de Meta (Facebook), con una inversión de mil millones de euros. Una de las inversiones más importantes a nivel ya no solo de la Comunidad Autónoma sino a nivel nacional con una empresa de referencia mundial.

Pusimos en marcha el Centro Regional de Innovación Digital y hemos traído a empresas punteras del sector tecnológico, además pusimos en marcha el Grado de Informática en la universidad y hemos conseguido así que muchos jóvenes que antes tenían que irse de Talavera a buscarse un futuro, ahora se están quedando aquí e incluso están retornando.

Mientras que entre 2011 y 2015 la ciudad perdió casi 5.000 habitantes, hoy Talavera es una ciudad en la que la población está creciendo y donde se ha conseguido que la tasa de paro esté en unos niveles que no veíamos desde el año 2008.

### Comentaba el proyecto de Meta ¿En qué situación se encuentra? ¿Será tan beneficioso como dicen para los talaveranos?

Yo creo que sí, el hecho de tener aquí el centro de datos de Meta supone un revulsivo. Estamos hablando de una de las cinco empresas más grandes del mundo por capitalización bursátil y estamos hablando de uno de los sectores económicos más importantes y de los que más empleo genera, por no hablar del futuro que tiene a nivel mundial. Esperamos que produzca un efecto de arrastre para otras empresas del sector con todo lo que eso supone para el mercado laboral de nuestra zona.

El proyecto de Meta se encuentra actualmente en fase de elaboración del Proyecto de Singular In-



***Hemos hecho mucho esfuerzo en inversión empresarial y así debemos continuar.***

terés (PSI) y se están cumpliendo los plazos marcados por el proyecto. El inicio de obras se espera para 2027 y la puesta en funcionamiento para 2030. Hay que tener en cuenta que es un macroproyecto muy importante a todos los niveles y eso hace que los plazos de ejecución sean largos.

**Este es sin duda uno de los proyectos que cambiará el futuro de Talavera. Pero hablemos ahora de algo que es pasado, presente, futuro y seña de identidad de nuestra ciudad: la cerámica.**

La declaración de la Cerámica de Talavera de la Reina como Patrimonio Inmaterial de la UNESCO ha sido un gran paso. Pero ahora el Parlamento Europeo ha aprobado la normativa europea encaminada a proteger oficios y productos artesanos a través de la modificación de las Indicaciones Geográficas Protegidas. Por supuesto esto influye y mucho en nuestra ciudad, ya que nos ayuda a promocionar aún más la Cerámica de Talavera y la de Puente

del Arzobispo, así como el resto de artesanía que se concentra en la comarca. Aquí se concentra el mayor número de artesanos y artesanas de Castilla-La Mancha, en torno a un 30% de todos los artesanos de la región radican en Talavera y en la comarca.

Esta nueva Indicación Geográfica Protegida, hace que nuestra cerámica y el resto de la artesanía de la Comarca se protejan frente a imitaciones y falsificaciones, ya nadie va a poder decir que vende cerámica de Talavera o bordados de Lagartera sin que realmente eso sea así. Y esta protección es un derecho en el marco de los 27 países de la Unión Europea que, tal como funciona el mundo, lo convierte prácticamente en un derecho de protección mundial. Todo esto se traducirá además en una mayor innovación y una mayor proyección de los negocios de los artesanos. Con esas Indicaciones Geográficas Protegidas se va a conseguir una defensa de lo nuestro y nos situará a la altura



de otros productos artesanos tan importantes en Europa como, por ejemplo, el Cristal de Bohemia. Me gustaría recordar que esto fue una iniciativa que presentó el presidente García-Page en 2016 en Bruselas, porque hasta entonces había Indicaciones Geográficas Protegidas que se extendían a los productos agroalimentarios

y en aquel momento se propuso que estas indicaciones se extendieran también a los productos artesanos. Debemos poner en valor que son productos únicos, que provienen de una tradición histórica que se ha ido decantando con el paso de los siglos y que había que proteger.

**Parece que se ha despertado cierta incertidumbre en el sector primario en relación al Plan de Sequía... ¿Qué mensaje podemos transmitirles a los profesionales del sector?**

Que ningún agricultor y ganadero se va a quedar sin ayudas a la sequía ni se va a quedar sin cobrar la PAC por incumplir algunos de los requisitos obligatorios. Realmente lo que no podemos hacer los políticos es confundir a la gente y yo creo que es a lo que se ha jugado desde un cierto sector de la política de talavera: alarmando y diciendo que los agricultores y ganaderos de Talavera no iban a poder cobrar las ayudas a la sequía o no iban a poder cobrar la PAC.

En lo que se apoyaban para decir eso, es en una orden muy concreta de la Consejería de Agricultura que lo que hace es flexibilizar un par de criterios obligatorios que marca la política agraria común para cobrar las ayudas de la PAC debido a que por la sequía no se han podido cumplir. Estos son relativos a determinadas acciones sobre el cultivo de herbáceos y al arranque de leñosos, actividades que en la comarca agraria de Talavera (que incluye Talavera ciudad, la Sierra de San Vicente y la Campana Oropesa) prácticamente no se dan y unos afectados que no se van a ver perjudicados en ningún momento porque la comarca agraria de Talavera haya quedado excluida.

El motivo por el que esto ha suce-



dido es porque hay unos criterios que se fijan desde el Ministerio, donde en función de la pluviometría que haya habido en las comarcas agrarias se flexibilizan o no se flexibilizan esos criterios de la PAC. Y en el caso de la Comarca de Talavera al incluir la Sierra de San Vicente la cual tiene una pluviometría mayor hace que este criterio suba un poco. Pero nadie se va a quedar sin cobrar las ayudas de la PAC ni por supuesto no se va a quedar sin cobrar las ayudas del Plan de Sequía que, por cierto, en Talavera y en Castilla-La Mancha sí que hay ayudas, porque hay que recordar que en las comunidades donde cogobiernan los partidos que aquí se dedican a alarmar, esas ayudas no existen.

**¿Cómo pueden ayudar las instituciones a las empresas para seguir adelante en un mundo cada vez más globalizado y cambiante y dónde la presencia de las grandes empresas gana terreno cada día?**

Las pymes son piezas fundamentales del motor económico de nuestro país y por supuesto de Talavera y de su comarca. Desde el gobierno de Emiliano García-Page hemos tenido siempre muy claro que lo que hay que hacer es favorecerlas y flexibilizar y reducir trámites burocráticos. Nosotros hemos puesto en marcha durante estos años las convocatorias de ayudas más importantes que ha habido nunca en esta región, tanto para aquellos autónomos que iniciaban su actividad como para la inversión empresarial a través del Plan Adelante, el cuál ha dado un resultado magnífico. Hemos invertido unos 8 millones de euros para las pymes de Talavera y de la comarca que han ido directamente a sus cuentas y a sus proyectos de inversión empresarial.



No hay que olvidar tampoco la reducción de impuestos a través de la Ley contra la Despoblación, tanto a través del IRPF como diversos tributos que pagan las empresas y autónomos en aquellos casos en que se instalan en zonas despobladas de nuestra comarca.

**¿Qué fotografía podríamos hacer de Talavera y su comarca en la actualidad? ¿Hacia dónde vamos?**

Hemos trabajado para sacar a Talavera y su comarca de la situación de crisis en la que nos encontramos cuando llegamos. Yo creo que Talavera es un motor económico que en su momento tenía ciertos problemas para funcionar y que cada vez va funcionando y está mejor engrasado. Hemos puesto también en marcha una ley pionera a nivel nacional y a nivel de la Unión Europea como es la ley de medidas económicas, sociales y tributarias frente a la Despoblación.

***Ningún agricultor y ganadero se va a quedar sin ayudas a la sequía ni la PAC.***

En nuestra Comarca hay unas 80 localidades y muchas de ellas están afectadas por este problema, en este sentido hemos puesto en marcha esta ley con medidas que abarcan pues desde lo económico, la creación de empleo, lo social y, por supuesto, también lo cultural para no dejar ningún aspecto de la vida de las personas que viven en nuestros pueblos al margen. Todas estas medidas son importantes para conseguir mantener a la población en el territorio y que las familias y la gente joven puedan seguir desarrollando su proyecto de vida en nuestros pueblos.

**¿Debemos preocuparnos los empresarios por el cambio a nivel del gobierno municipal que**

**es ahora de distinto partido al de la Junta de Comunidades?**

Nosotros tuvimos una primera legislatura con un equipo de gobierno del Partido Popular y una segunda en la que estaba en la alcaldía Tita García y donde se pudo trabajar a velocidad de crucero porque estábamos en la misma longitud de onda. Creo que todavía es pronto para aventurar cómo va a funcionar el nuevo equipo de gobierno, formado por dos partidos que no tuvieron por sí mismos la confianza mayoritaria de los talaveranos. Desde luego lo que sí puedo decir es que desde el gobierno de Castilla-La Mancha tenemos un horizonte claro y una hoja de ruta de hacia dónde queremos que vaya Talavera y esa no



es otra que mantener la línea de progreso, desarrollo económico y de inversión y mejora en infraestructuras y servicios públicos.

**El paro continúa siendo uno de los estigmas de nuestra ciudad, ¿en qué situación nos encontramos actualmente?**

En la actualidad la cifra de parados es de 8.000 personas desempleadas frente a las 15.400 que había en 2013. Es el mejor indicador de que las medidas han ido funcionando. Hemos cambiado la imagen de la ciudad y conseguido hacerla más atractiva para las empresas. Hemos puesto en marcha programas como el Plan de Empleo, Talleres de Recualificación Profesional, hemos atraído empresas... Ese es el ritmo que hasta ahora ha estado funcionando porque las cifras de paro se han ido reduciendo, por lo que debemos seguir insistiendo en este sentido para seguir avan-



zando. Hemos hecho mucho esfuerzo en inversión empresarial y así debemos continuar.

**Lleva ocho años al frente de la Delegación. ¿Qué cree que es lo que ha aportado a nivel un poco más personal?**

Sin duda la cercanía y el empeño que ponemos. Nos caracterizamos por ello y es que es un mandato del presidente García-Page hacia todos los que formamos parte de su equipo. Debemos y además nos gusta estar con la gente, atenderles a todos desde las instituciones, estar junto a los alcaldes y empresarios, pero también con cualquier ciudadano que llama a la puerta con un problema personal cualquiera... Solo así conocemos realmente sus preocupaciones y podemos ayudarles en lo que necesiten. Somos políticos cercanos y que siempre tienen las puertas abiertas para los ciudadanos. ■



Con la Garantía de



*Especialistas en la*  
**Reforma de tu baño**







**SANITARIOS**



**MUEBLES DE BAÑO**



**MAMPARAS**



**GRIFERÍA**



**PLATOS DE DUCHA**



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



925 894 061 / 638 13 09 20

# NEOLEY, CUANDO TODO ESTÁ BAJO CONTROL

¿Qué aspectos debe conocer un empresario para que su negocio sea rentable? ¿En qué debe basarse su toma de decisiones? ¿Es emprender una buena decisión dependiendo del momento en el que nos encontremos? Estas y otras cuestiones asaltan de forma recurrente tanto a aquellos que ya tienen en marcha su empresa, como a los que están pensando en abrir un nuevo negocio.

La soledad del empresario a la hora de tomar decisiones y el desconocimiento que puede tener de algunos conceptos clave, son factores que influyen y mucho en el buen funcionamiento de una empresa, llegando incluso a frenar su crecimiento. Por eso, contar con profesionales que analicen nuestra empresa y puedan orientarnos sobre qué hacer y hacia dónde enfocar nuestro negocio, es fundamental para alcanzar esas metas por las que decidimos abrir un día nuestra propia empresa. En Neoley llevan años acompañando a los empresarios por lo que conocen bien cuáles son sus necesidades e inquietudes. Hemos hablado con Fernando Serrano y Mariano Fonta, asesores de Neoley, sobre el presente y futuro de las empresas y acerca de cuáles son esos servicios en los que debemos invertir como empresarios para mejorar no solo nuestros resultados sino también nuestra calidad de vida.

## ¿Qué es Neoley?

Somos una boutique legal para empresas. Nacimos primero como despacho de abogados y con el paso del tiempo nos fuimos especializando cada vez más en la asesoría de empresas; principalmente en las pequeñas y medianas y en los emprendedores y au-



## “Ofrecemos procesos de mentorización y coaching empresarial”

tónomos. Esta evolución hizo que más tarde incorporásemos un departamento contable y fiscal desde el que se da esa asesoría fiscal y contable.

Después, tras un proceso propio de mentorización empresarial para profesionalizar la gestión del despacho, incorporamos el área de desarrollo de negocio como ese tercer pilar para dar sentido a todo lo que queríamos ofrecer a las empresas. Tomamos esta decisión porque ya éramos capaces de dar un buen asesoramiento jurídico, legal y contable, pero veíamos que las empresas necesitaban también un servicio de consultoría, el cuál que parece estar reservado a las grandes empresas, pero que en realidad es necesario para todas: independien-

temente del volumen de facturación, actividad o tamaño.

Uno de nuestros principales valores es que además de ser profesionales de la Economía y el Derecho, tenemos una amplia experiencia como empresarios de di-

ferentes sectores, lo que nos hace conocer de primera mano las necesidades e inquietudes de aquellos que se ponen en contacto con nosotros.

**¿Por qué os decidisteis por este concepto de “boutique”?**



Siempre tuvimos claro que queríamos ofrecer un servicio personalizado al empresario para entenderle y acompañarle en su día a día. Los empresarios son grandes técnicos, son profesionales que saben muy bien hacer lo que hacen en su sector, pero también deben ser conscientes de que es imposible conocer todas las áreas que hay que gestionar a la hora de llevar una empresa y además ser expertos en los suyos. La gestión de equipos, estrategias, el capital, la comunicación... ¡Es difícil gestionarlo todo! Por eso, combinando nuestra experiencia en el mundo empresarial y nuestros conocimientos en aspectos como el financiero y el legal, decidimos crear este concepto con el objetivo de estar al lado de las empresas.

En el equipo somos siete personas y cada uno tiene sus áreas bien delimitadas, con esto conseguimos ofrecer un servicio de calidad y 100% integral. Si algo llevamos a gala en Neoley, es el dar a nuestros clientes consejos que sean prácticos, porque así nos gustaría que nos los dieran a nosotros. Además, antes de aconsejar a nuestros clientes todo el equipo estudia de qué manera afectaría esa decisión concreta en todos los aspectos de la empresa, de este modo nos aseguramos de ofrecer un servicio 360º en el que todo esté bajo control.



*“Nuestro objetivo es ofrecer acompañamiento a los empresarios para que no estén solos en su día a día”*

**Parece un servicio de lo más completo ¿Está al alcance de todas las empresas?**

Efectivamente se trata de un servicio integral y que puede cambiar el rumbo de cualquier empresa que lo incluya en su gestión. Antes solo las grandes empresas podían permitirse contratarlo y aquellas que tenían menos posibilidades recibían el servicio a través de profesionales sin mucha experiencia. En Neoley, lo que hemos querido hacer es aterrizar toda esta filosofía de trabajo a las pymes, a ese pequeño empresario que rema todos los días para salvar olas que van desde la presión fiscal, hasta la gestión de equipos o las relaciones con los bancos pasando, por supuesto, por la administración diaria de la empresa.

**Queda claro entonces que nada tenéis que ver con un servicio de asesoría al uso...**

Totalmente, nos caracterizamos por tener una visión holística, una visión 360 grados. Por experiencia propia como empresarios, sabemos que muchas veces un asesor fiscal puede darte un consejo pero solo se centra en su área. Sin tener en cuenta las consecuencias o repercusiones que puede traer a nivel jurídico, en el ámbito administrativo, laboral... Cuando nosotros damos un consejo miramos a la empresa en su integridad y tenemos en cuenta

**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](http://www.carnicerialapaz.com)

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

que además de que sea práctico, ofrezca no solo una respuesta sino también una solución. Por eso en muchas ocasiones nos convertimos en algo más que en consultores, pasamos a ser consejeros de aquellos empresarios que vienen buscando ayuda porque se sienten muy solos a la hora de tomar decisiones. Ese es el gran reto. De hecho una parte de nuestros servicios también son los consejos de empresarios en los que nos integramos para aportar nuestra visión y experiencia.

**¿Son conscientes las empresas de Talavera de la importancia de contar con un servicio como el que ofrece Neoley?**

La verdad es que hay de todo, el mundo empresarial es tan amplio que es normal que esto ocurra. Paradójicamente aquellos que son menos conscientes de ello son quienes acuden a nosotros cuando ya tienen muchos problemas o aquellas empresas cuyas necesidades no han sido cubiertas en materia de crecimiento y expansión. También hay otros que llegan a nosotros buscando nuevos profesionales que les asesoren, porque sencillamente antes no les había ido bien ya que limitaban demasiado a quienes les ayudaban en este ámbito o se conformaban con rellenar la documentación pertinente para el trimestre y nada más.

Pero cuando llegan a nuestro despacho y les explicamos nuestra metodología, la prueban y ven todo lo que pueden conseguir con ella; incluso los más reticentes se convencen. Vienen por diferentes motivos, algunos incluso para realizar algún proceso de mentorización, otros para que les llevemos la contabilidad, para re-



***“Rodearte de expertos que puedan aconsejarte y acompañarte ayudándote a tomar decisiones es imprescindible”***

cibir asesoramiento jurídico... Pero cuando ven que podemos tratar y asesorar a una empresa de forma global, es cuando empiezan a ser conscientes de los beneficios que tiene tenerlo todo centralizado y poner su empresa en profesionales que tienen una visión poliédrica, no solo de su empresa sino también de todos los agentes y situaciones que intervienen en ella.

**¿A qué tipo de empresa o empresario están dirigidos vuestros servicios?**

Nuestro cliente es aquel al que de verdad le interesa hacer algo más en su empresa que lo rutinario o lo necesario para que se mantenga. Es ese profesional que busca invertir en un sistema perfecto que haga que su empresa trabaje para él y no al revés, porque no podemos olvidarnos de que de

eso se trata el concepto de empresa. Y a eso es a lo que nosotros le podemos ayudar, pero es cierto que no todo el mundo quiere o puede plantearse esas metas.

**Ni todos tienen los mismos conocimientos...**

Ese es otro de nuestros objetivos, demostrar a los empresarios que sí tienen esas capacidades con las que creen que no cuentan. Y para eso realizamos nuestros talleres como por ejemplo al que hemos llamado “Finanzas para no financieros”.

El empresario debería conocer unos pocos conceptos fundamentales para que cuando mire un balance o su gestor le presente cualquier documento, sepa de lo que le están hablando. No se trata de convertir a los empresarios en expertos fiscales, conta-

bles o economistas, pero sí en conocer esos tips que les ayuden a no solo tomar mejores decisiones, sino también a hacer mejores preguntas a sus consejeros para poder así sacar el máximo partido a ese servicio en el que están invirtiendo.

**Trabajáis con las empresas de Talavera, ¿qué fotografía podríamos hacer de nuestro tejido empresarial?**

Siempre ha sido una ciudad muy viva empresarialmente hablando y tiene una gran actividad en este sentido. Y aunque es cierto que no es una ciudad excesivamente industrializada, sí que tiene una industria fuerte y otras tantas empresas que trabajan a nivel nacional y están muy bien posicionadas, nosotros mismos colaboramos con algunas de ellas. Pero no podemos olvidarnos de las



pymes que son el grueso del tejido empresarial de la ciudad. Tampoco podemos confundir las pymes con alguien que tiene un autoempleo, una actividad igual de respetable que cualquier otra, pero es importante diferenciar entre una pyme y un autónomo que trabaja solo, en muchas ocasiones en su casa, y que lo que genera es su propio sueldo nada más.

Aun así, no podemos negar que tanto estos autónomos como las microempresas, que son también una parte fundamental del sector empresarial de Talavera, trabajan con mucho esfuerzo y además tienen un papel muy significativo en la actividad empresarial. Pero no podemos obviar que en algunos casos terminan ahogándose por, entre otras cosas, falta de desconocimiento financiero.

#### ¿Cuál es entonces la fórmula mágica para que una empresa funcione?

Mágico no hay nada, pero el tener un buen proyecto planteado a todos los niveles y el rodearte de expertos que puedan aconsejarte y acompañarte ayudándote a tomar decisiones es imprescindible. Además es fundamental para luchar contra esa soledad del empresario que tantos problemas trae a la hora de optar por unas opciones u otras.

Si algo nos han demostrado los grandes empresarios es que no hace falta tener una formación concreta ni estudios superiores para tener una empresa. No es necesario estudiar administración de empresas, a cambio hay que ser muy conscientes de los pasos que se dan, tener claros cuáles son nuestros objetivos y



### *“Ponemos al alcance de las empresas un servicio 360° con el que todo está bajo control”*

rodearse de personas expertas que puedan asesorarnos. Y, por supuesto, invertir en formación, mentorías, coaching... Para así interiorizar esos conceptos básicos e imprescindibles de los que hablábamos antes, esto es fundamental.

#### ¿Cuál diríais que es el principal problema de las pymes?

En muchas ocasiones la confusión de conceptos, hemos detectado que muchas de ellas venden sin rentabilidad. Tienen la ilusión de que están facturando cifras aceptables, pero no ganan dinero precisamente por esa confusión entre el beneficio y la facturación. Y darse cuenta de esto es lo principal para hacer ese punto de inflexión y comenzar a cambiar las cosas dentro de una empresa,

tenga el tamaño o el volumen de facturación que tenga.

Desde Neoley podemos analizar todos estos datos en un primer contacto para hacer un estudio y ver cuál es la situación de la empresa para saber también si somos compatibles con el cliente. No todas las empresas buscan todo lo que nuestros servicios pueden aportarles y, por consiguiente, tampoco nosotros podemos trabajar con todas ellas. Aquí tiene también mucho que ver el concepto de boutique, que es lo que nos permite trabajar con un volumen de clientes muy concreto, dándonos así la oportunidad de ofrecer un servicio mucho más personalizado.

#### ¿Es buen momento para emprender?

En realidad, siempre es un buen momento para emprender, aunque cada situación puede ser diferente. A menudo, la gente tiende a pensar que emprender solo es viable en tiempos de crecimiento económico, pero también hemos visto muchas empresas exitosas que surgieron en momentos difíciles. Lo importante es tener una visión clara y un plan sólido.

Para emprender es importante tener una guía y un plan de viabilidad, esa referencia que nos sirva de guión para saber dónde vamos. Algo sencillo pero estudiado que nos ayude a tener clara cuál es la visión y la misión de la empresa, sus valores y los protocolos que deben seguirse para que todo encaje y pueda crearse una empresa rentable que funcione casi de forma mecánica.

#### **Lleváis años trabajando con empresas de Talavera pero no ha sido hasta hace unos meses cuando habéis desembarcado en nuestra ciudad físicamente.**

Así es, conocemos el tejido empresarial de Talavera desde hace mucho tiempo y llevamos años ofreciendo nuestros servicios en la ciudad de la cerámica. Pero el año pasado abrimos por fin aquí nuestro despacho, lo que nos permite estar mucho más cerca de nuestros clientes de la zona y poder ayudarles así a conseguir poco a poco esas metas que se han propuesto. Y demostrarles también que tener una empresa no es trabajar las 24 horas del día, descuidando aspectos tan importantes en una persona como la salud mental o el tiempo de calidad con los suyos. ■

# CÁRNICAS DIBE ACERCA LOS VALORES DE LA CAZA SILVESTRE A LOS MÁS PEQUEÑOS

El verano es una muy buena época para aprender cosas nuevas de forma diferente, de manera relajada y divertida. En Cárnicas Dibe lo saben y de la mano de la Federación Extremeña de Caza, aprovecharon una de las jornadas de convivencia que estaba teniendo en Portugal el Grupo Scout 'Inmaculada Concepción', para acercar los valores de la caza silvestre a los más pequeños, y dar a conocer las características de la cinegética a los más de cien niños reunidos en Costa Caparica.

Esta jornada educativa sobre la carne de caza y la actividad cinegética, tuvo lugar durante los últimos días de agosto y estuvo dividida en varias fases para adaptarla a todas las edades, con el objetivo de que los niños además de aprender, pudieran ser partícipes de algunos de los procesos necesarios para llegar a degustar la carne de caza.

## PASO A PASO

Raúl Sánchez y Francisco José González, miembros del equipo de Dibe, fueron los encargados de impartir este taller que comenzó con una introducción sobre el origen de la carne de caza silvestre, sus beneficios y, sobre todo, las razones por las que esta práctica es sostenible.

Además, las propiedades beneficiosas para la salud de estos productos (a los que lamentablemente los niños no suelen estar tan acostumbrados), ocuparon también una gran parte del taller llevado a cabo por Cárnicas Dibe. Una jornada donde incluso se hizo hincapié en que el hecho de no



estar familiarizado con un producto, no significa que no pueda formar parte de nuestra alimentación. Y que, si le damos una oportunidad, descubriremos nuevos sabores que harán las delicias de todos. Sí, también de los más pequeños.

Como el objetivo era dar a conocer todo el proceso cinegético a los scouts, tras la parte teórica llegó la práctica en la que los expertos de Dibe procedieron al despiece de una canal de jabalí y distintos cortes de ciervo, momento en el que los asistentes eran todo ojos y oídos. Durante el despiece, los profesionales de Dibe aprovecharon también para mostrar al Grupo Scout la anatomía del animal y la importancia de

conocerla a la perfección para aprovechar todos los recursos que ofrece cada pieza.

Además, a lo largo de este proceso los peques pudieron ir descubriendo de qué parte del animal proviene cada corte, cuáles son algunas de sus propiedades y para qué tipo de elaboraciones están indicadas cada una de ellas. Una información de la que tomaron nota los más cocinillas del grupo. Y es que es estupendo ver como cada vez más jóvenes se interesan por nuestra gastronomía y por la cocina.

## ¡TODOS A LA MESA!

Tras hacer un repaso por el origen, las propiedades de la carne de caza y prepararla para su ela-

boración... Llegó lo que sin duda fue el momento más divertido del día, ¡comenzar a cocinar!

Mientras los más pequeños del grupo se entretenían conociendo más detalles y curiosidades sobre la cinegética y todo lo relacionado con ella. Los mayores se encargaron de preparar la comida para todos ellos, sin duda una muy buena forma de familiarizarse con este tipo de carne y concienciarles sobre la importancia de conocer la procedencia de los productos que consumen. Una actividad que causó furor entre los encargados de preparar la comida, que no perdieron detalle de ninguna de las explicaciones que les proporcionaba el chef profesional encargado de dirigir el cocinado, para que pudieran sacar lo mejor de cada producto y de este modo conquistar el paladar de todos sus compañeros. ¡Y vaya si lo consiguieron!

*Los peques descubrieron nuevos sabores que les conquistaron.*



*Estas jornadas sirvieron también para conocer todos los profesionales que intervienen en el proceso.*

sumo humano sea el principal objetivo.

Esta vez los asistentes a estos talleres fueron los más de cien niños procedentes de diferentes partes de Extremadura, pero hay muchos más grupos y colectivos interesados en llevar a cabo este tipo de actividades donde además de aprender, se diviertan formando parte de un proceso tan noble y bonito como es el de proporcionar alimento, ya sea para ellos mismos o para el resto de asistentes.

Además, el poder hablar con los más pequeños sobre cinegética, no solo les ayuda a saber de dónde proviene este tipo de carne o a ampliar su dieta. También les hace ser conscientes de los diferentes profesionales y oficios necesarios para conseguir que la carne llegue hasta su plato, algo que puede ayudarles también a valorar opciones para su futuro profesional.

El menú fue de lo más variado y adaptado a los gustos de los comensales: Mini burger, filetes en adobo, filetes al natural, medallones de lomo, solomillo... De esta forma todos pudieron probar los diferentes cortes que previamente habían observado y descubrieron nuevos sabores que conquistaron a muchos de ellos, sobre todo a aquellos que nunca habían

probado la carne de caza. Una muy buena oportunidad para ampliar sus gustos y preferencias y comenzar a apreciar un producto no solo por su sabor si no por todo el proceso que lleva detrás. Las elaboraciones preparadas con la carne proporcionada por Cárnicas Dibe, tuvieron tanto éxito que los niños no dudaron en repetir de sus favoritas hasta ago-

tar existencias. Algo que llenó de orgullo tanto al equipo de Dibe como al de la Federación Extremeña de Caza. Tanto es así que ambas organizaciones se comprometieron a llevar a cabo nuevos proyectos y talleres como estos, en los que informar sobre la sostenibilidad de la carne de caza silvestre y las beneficiosas propiedades que aporta para el con-

### UN PRODUCTO PARA TODOS

La celebración de este taller solo es una muestra de todas las actividades que Cárnicas Dibe realiza a lo largo del año para acercar la carne de caza a todos los paladares. Y es que a pesar del éxito y de la trayectoria brillante que la empresa ha conseguido lograr gra-



cias a sus productos de calidad, son conscientes de que aún hay muchas personas que relacionan la carne de caza con una carne de sabor muy fuerte y algo dura. Por eso, en Cárnicas Dibe desarrollan diferentes actividades como esta o participan en eventos y ferias a las que puede acudir el gran público, con la intención de dar a probar diferentes elaboraciones realizadas con carne de caza para romper estigmas sobre este producto y demostrar a todos aquellos que no se habían planteado introducir este tipo de productos en su alimentación, que es una forma deliciosa y muy práctica de consumir carne de calidad.

En Cárnicas Dibe trabajan sin descanso por ir un poco más allá con sus productos. Por lo que además de dar servicio como mayoristas a las tiendas y superficies con las que tienen acuerdos comerciales. También diseñan nuevos productos y elaboraciones para poder llegar de una forma más sencilla a aquellos que aún se muestran algo reticentes a la hora de consumir carne de caza. Piezas frescas para guisos y cocinados tradicionales, embutidos, preparados aderezados con especias únicas para sacar el máximo partido a la carne... Dibe se ha propuesto que el consumir carne de caza sea algo habitual en todas las mesas y no parará hasta conseguirlo.

## *Informar sobre la sostenibilidad de la caza silvestre era uno de los principales objetivos.*



Y es que si hay algo que caracteriza a esta empresa además de la calidad y el sabor de la carne que ofrece, es su tenacidad y colaboración en los distintos ámbitos de la sociedad y diferentes eventos en los que además de aportar su granito de arena de forma solidaria, dan a conocer todo lo bueno que la carne de caza tiene que ofrecer. En contra de lo que pueda parecer, el mundo de la cinegética gana cada día más adeptos

que se interesan por una actividad tan tradicional como esta y que, por supuesto, valoran el trabajo de cada uno de los profesionales que intervienen en los procesos necesarios para poder consumir finalmente sus productos. Productos que además nos enseñan a preparar desde la página web de la compañía que, de forma periódica, comparte recetas en las que la carne de caza es la protagonista. Una muestra más

de que Dibe trabaja cada día para que introduzcamos la carne de caza en nuestro menú semanal y podamos beneficiarnos de todas sus propiedades mientras apoyamos a un sector como el suyo. Seguiremos de cerca los pasos de Cárnicas Dibe que ya nos tiene acostumbrados a su participación en eventos y talleres de este tipo donde ponen en valor todo por lo que siempre han trabajado. ¿Cuál será el próximo? ■

*Dibe trabaja para que introduzcamos la carne de caza en nuestra dieta.*

**El mejor escaparaté para tu empresa**

**Contrata tu publicidad con nosotros**

*Otra forma de ser solidario*

FUNDACION  
**Futurart**

PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO  
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

[www.fundacionfuturart.es](http://www.fundacionfuturart.es)

C/ Victoria Kent, 20 P.I. La Floresta - 45600 Talavera de la Reina (TO)  
Tel. 925 812 250 - email: [correo@fundacionfuturart.es](mailto:correo@fundacionfuturart.es) - [www.fundacionfuturart.es](http://www.fundacionfuturart.es)



FUNDACIÓN **FUTURART**

# DERECHO AL OLVIDO



Imaginemos que tras un accidente de tráfico ocurrido hace años, seguimos figurando en una noticia de la prensa digital, y ello pese a que no fuimos causantes del accidente. ¿Podría afectar mi búsqueda de trabajo si un potencial Empleador introduce mi nombre en un buscador de Internet?. ¿Y si “colgué” fotografías un tanto escabrosas en una playa caribeña?

Hace un par de “números” —donde nos aproximamos al denominado “Testamento Digital” (artículo 96 de la Ley)—, os prometí que trataríamos el llamado “**Derecho al Olvido en búsquedas de Internet**” y el “**Derecho al Olvido en servicios de redes sociales y servicios equivalentes**”, que se regulan en los artículos 93 y 94 de la Ley de Protección de Datos y Garantía de Derechos Digitales (LO 3/2018).

Como dice la Exposición de Motivos de la Ley Orgánica, se pretende intensificar los impulsos tendientes a lograr una regulación más uniforme del derecho fundamental a la protección de datos en el marco de una sociedad cada vez más globalizada. Internet, por otra parte, se ha convertido en una realidad omnipresente tanto en nuestra vida personal como colectiva. Una gran parte de nuestra actividad profesional, económica y privada se desarrolla en la Red y adquiere una importancia fundamental tanto para la comunicación humana como para el desarrollo de nuestra vida en sociedad.

Así, dentro del Título X de la Ley se reconocen y garantizan un elenco de derechos digitales de los ciudadanos conforme al mandato establecido en la Constitución. Entre otros están los “derechos al olvido, a la portabilidad, y al testamento digital”.

Así, el **artículo 93** determina que **TODOS TENEMOS DERECHO A QUE LOS MOTORES DE BÚSQUEDA EN INTERNET ELIMINEN DE SUS LISTAS DE RESULTADOS**, tras una búsqueda efectuada a partir de nuestros nombres, aquellos enlaces publicados que contengan información relativa a nuestra persona, cuando fueren inadecuados, inexactos, impertinentes, no actualizados o excesivos, o hubieren devenido como tales por el transcurso del tiempo, teniendo en cuenta los fines para los que se recogieron o trataron o el tiempo transcurrido. También deben eliminar los resultados si, como afectados, invocamos que prevalecen nuestros derechos sobre el mantenimiento de esos resultados que figuran en Internet.

Y el **Art. 94 de la Ley** indica que **TODOS TENEMOS DERECHO A QUE SE SUPRIMAN, MEDIANTE UNA MERA SOLICITUD DEL INTERESADO, LOS DATOS PERSONALES QUE HUBIÉSEMOS FACILITADO PARA SU PUBLICACIÓN POR SERVICIOS DE REDES SOCIALES Y SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN**. Además se indica que **deben ser suprimidos los datos personales QUE HUBIESEN SIDO FACILITA-**

**DOS POR TERCEROS PARA SU PUBLICACIÓN POR LOS SERVICIOS DE REDES SOCIALES Y SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EQUIVALENTES** cuando fuesen inadecuados, inexactos, no pertinentes, no actualizados o excesivos o hubieren devenido como tales por el transcurso del tiempo, teniendo en cuenta los fines para los que se recogieron o trataron, el tiempo transcurrido y la naturaleza e interés público de la información. La Ley, además, hace un Precisión importante en este artículo:

**En caso de que el derecho se ejercitase por un afectado respecto de datos que hubiesen sido facilitados al servicio, por él o por terceros, durante su minoría de edad, el prestador deberá proceder sin dilación a su supresión por su simple Solicitud**, sin necesidad de que concurran las circunstancias mencionadas anteriormente.

Aconsejamos contratar los Servicios de Expertos Jurídicos e Informáticos pues pese a que parezca que tramitar la Eliminación de nuestros Datos en Internet y en las Redes Sociales es algo sencillo, se torna en un proceso complicado pues hay que evaluar cada caso concreto y realizar Solicitudes mediante “formularios web” de forma individual. Además, **si el Buscador o la Red Social decide no eliminar los datos el Solicitante se verá abocado a acudir a las Autoridades en materia de protección de datos o, incluso, a los tribunales.** ■



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](http://www.talaverahigiene.com)

Tel.: 925 81 90 31

# MIRIAM MÁRQUEZ

## “HAY QUE SEGUIR SIEMPRE AL CORAZÓN, ÉL TE LLEVA A LOS MEJORES SITIOS”

Una firme vocación, la experiencia de años en el sector, la pasión por la moda y la ilusión por conseguir los sueños y metas marcadas, son los componentes que han guiado a Miriam Márquez durante toda su trayectoria, y los que le han ayudado a confeccionar el patrón de su carrera día tras día. Hemos hablado con la diseñera sobre sus inicios, sus proyectos, planes de futuro y todas esas cosas que son importantes para sentirnos bien con el trabajo que realizamos.

### ¿Cómo fueron los inicios?

Me crié entre modistas y ya desde pequeña me encantaba todo lo que tenía que ver con el mundo de la moda, desde el diseño, el patronaje, la confección... Hay mucho trabajo detrás de una prenda. Por eso, comencé a formarme en el diseño de modas y en diferentes aspectos que están muy relacionados con el sector. Al mismo tiempo que trabajaba iba estudiando, hasta que a los 25 años decidí abrir mi propio taller de confección en el que realizábamos prendas tanto propias como para otras marcas.

Fue una etapa muy gratificante en la que aprendí muchísimo.

Más tarde decidí cambiar de rumbo y llegué a trabajar al lado de grandes profesionales como Felipe Varela, todo un sueño para cualquier amante de la moda. Además, simultáneamente formaba parte del equipo de estilistas de Mediaset.

### ¡Una trayectoria de lo más completa y variada! ¿Cuándo tomas la decisión de volver a Talavera y abrir tu propio negocio nuevamente?

Como para casi todos los sectores la pandemia supuso un punto de inflexión, pero para la moda más aún. Hay que tener en cuenta que es un sector directamente relacionado con el ocio y la demanda bajó mucho por lo

que el trabajo también se vio resentido. Por eso comencé a pensar en nuevos proyectos en los que embarcarme decidí que no había ninguno mejor que aquél que pudiera dirigir yo misma.

### Tal y cómo era la situación del sector, fue sin duda una decisión muy valiente pero también arriesgada...

La verdad es que sí, pero cuando al principio de mi carrera tuve mi propio taller me gustó mucho la experiencia y siempre había querido volver a hacerlo. Así que decidí intentarlo. Para trabajar para otros siempre había tiempo y yo quería volver a poner en marcha un atelier propio.

Entonces llena de ilusión abrí las puertas de mi atelier en Talavera, pero estaba en una entreplanta, un modelo de negocio que en otras ciudades está a la orden del día y del que las clientas hacen uso de manera habitual, pero que aquí no se conocía tanto. Pronto me di cuenta de que necesitaba un escaparate en el que poder mostrar el estilo y la calidad de mis prendas para que aquellas que buscasen una prenda o diseño más personalizado supieran un poco cuál era mi forma de trabajar y no entrasen “a ciegas” en el atelier. Así que un día caminando por la Travesía de San Isidro vi un local y supe que era el lugar perfecto para abrir mi tienda y sin duda lo era!

### ¿Qué podemos encontrar en la tienda?

Prendas exclusivas, atemporales y confeccionadas con mimo. Apuesto por tejidos de alta calidad con los que la durabilidad de la prenda está garantizada durante muchos años. Es un estilo clásico aderezado con un toque de vanguardia, por lo que son piezas que sobreviven a modas y al paso del tiempo. Además se trata de prendas muy versátiles que pueden tener muchas vidas.





*“Todas las prendas que salen de nuestro taller forman parte de ediciones limitadas o son piezas únicas”*

Pero aun así me gustaría llegar a más gente, por eso de cara a la nueva campaña, que en mi caso comienza en el mes de febrero, me gustaría que me conocieran muchas más personas y se acercasen a mi atelier para comenzar a crear juntas el diseño perfecto para ellas.

**Tu trayectoria dice mucho de ti y de tu forma de trabajar y de emprender. ¿Qué consejo les darías a aquellas mujeres que están pensando en emprender y no se deciden a hacerlo?**

Tanto para emprender como para el resto de los aspectos de la vida, hay que dejarse guiar y hacer caso al corazón. Él siempre te dice hacia dónde debes ir. Soy consciente de que emprender no es fácil y no basta con tener un proyecto, hay que tener también ciertos medios para llevarlo a cabo. Por eso, si tienen un sueño les animo a que nunca lo olviden. Si en un primer momento no pueden ponerlo en marcha, es importante que con paciencia vayan trabajando y formándose para que cuando tengan lo necesario lo hagan sin haber perdido ni un ápice de ilusión.

Yo animo a todas las personas que tengan un sueño a que luchen por él, porque si no lo haces siempre tendrás esa espinita, ayudar a los demás a conseguir los suyos trabajando para ellos está muy bien, pero si tienes algo que realmente te mueva y te apasione encontrarás el momento perfecto para al menos dar los primeros pasos para que se convierta en realidad. Emprender es muy duro, pero la satisfacción y la libertad que te da el poder hacerlo no tienen comparación con nada. ■



Mi punto fuerte son las americanas, me parece la prenda perfecta que siempre hay que tener en el armario. En Miriam Márquez las confeccionamos teniendo en cuenta que todo quede perfecto: cuello, mangas, solapas... Es una prenda muy elegante y que eleva cualquier look por lo que la forma en la que esté confeccionada es importantísima.

**¿Y en el atelier?**

Realizamos prendas a medida y fieles al estilo de la marca. Generalmente en el atelier diseñamos vestidos para cócteles, eventos, bodas... ¡Pero este año hemos ido un poco más allá y he hecho mi primera novia de primeras nupcias! Ha sido todo un reto pero una experiencia de lo más bonita. En el atelier nos adaptamos a los gustos y necesidades de cada cliente para ofrecerle justo lo que está buscando.

**¿Cómo podemos reconocer una prenda de Miriam Márquez?**

Son prendas de sastrería artesanal. Elijo tejidos de alta calidad que acompañen a mis clientas durante toda la vida y a todo tipo de eventos. Se trata de prendas con un estilo clásico a las que siempre añado un toque

de artesanía que aporta una seña de identidad muy especial y que las hace únicas. Además, todas las prendas que salen de nuestro taller forman parte de ediciones limitadas, normalmente de entre 12 y 18 prendas, lo que también aporta exclusividad tanto a la prenda como a la persona que la luce.

**Tras la apertura del atelier y la inauguración de la tienda en tan solo tres años ¿qué planes de futuro u objetivos tienes?**

En cuanto a la tienda, estoy trabajando en incluir en mis colecciones más prendas inferiores: faldas, pantalones... Actualmente en el local se pueden encontrar muchas americanas, blusas, chalecos... Pero me gustaría que pronto las clientas pudieran salir de la tienda con el look completo. Incluir algunos abrigos está también en mis planes. Estoy trabajando en ello para poder ofrecerlo muy pronto en la tienda de Talavera.

En cuando al atelier, me gustaría potenciarlo un poco más y darlo a conocer entre el público. Hasta ahora no he hecho mucha publicidad y las clientas que van llegando hasta él lo han hecho recomendadas por ami-

gas y conocidas. Algo que, por supuesto, agradezco profundamente ya que no hay mejor publicidad que el boca a boca. Eso significa que aquellas que se han puesto en mis manos han quedado encantadas y confían en mí tanto como para recomendarlo a las demás.

*“En el atelier diseñamos la prenda perfecta para cada mujer y cada ocasión”*





# EL PÚBLICO OBJETIVO: SI NO LO CONOCES ESTÁS TIRANDO EL DINERO DE TU PUBLICIDAD

El **target**, también conocido como público objetivo o audiencia objetivo, es el grupo de personas o clientes potenciales a los que se dirige una estrategia de marketing y, por lo tanto, las campañas publicitarias de esa estrategia.

En el target se definen características demográficas, geográficas, psicográficas y comportamentales. Este representa un grupo de personas que comparten características, necesidades y deseos específicos.

Este público objetivo debe ser definido de manera precisa. De esta manera, **podremos dirigir nuestra estrategia de comunicación hacia las personas más interesadas**, influyendo en sus decisiones de compra y logrando los resultados deseados.

**Si enfocamos nuestra campaña de publicidad al público erróneo, estará abocada al fracaso.**

**Un target bien definido tendrá un impacto excepcional en el rendimiento de tus campañas de publicidad**, por varias razones:

- Efectividad en la comunicación: Al dirigir tus esfuerzos hacia un público específico, puedes adaptar tu mensaje y tus tácticas de promoción para que sean más relevantes y persuasivos.

- Optimización de recursos: Al conocer a tu público objetivo, puedes asignar tus recursos de manera más eficiente. Podrás gastar menos en alcanzar a personas que probablemente no estén interesadas en tus productos o servicios, y concentrar tus esfuerzos en aquellos que tienen un mayor potencial de convertirse en clientes.

- Mejora en la tasa de ventas: Al di-



rigirte a un público que se ajusta mejor a tu oferta, aumentas las posibilidades de que las personas que interactúan con tu publicidad se conviertan en clientes.

- Generación de lealtad a la marca: Si conoces bien a tu público objetivo, puedes crear estrategias de marketing que resalten los valores y beneficios que más valoran. Esto te ayudará a construir relaciones más sólidas y duraderas con tus clientes.

- Reducción de la competencia: Al enfocarte en un segmento de mercado específico, puedes diferenciarte de la competencia y encontrar nichos de mercado que otros pasan por alto. Podrás competir de manera más efectiva en un mercado saturado.

- Aumento de la efectividad del mensaje: Cuando sabes quiénes son tus clientes ideales, puedes crear mensajes y contenido que se adapten a sus necesidades, deseos y problemas específicos. Esto aumenta la probabilidad de que tus anuncios resuelvan los problemas de tu público objetivo y los atraigan.

Para definir tu público objetivo es necesario realizar un análisis de tu audiencia y descubrir sus caracte-

rísticas en cuatro dimensiones:

- Demográfica: Edad, género, educación, ingresos, etc.

- Geográfica: Ubicación de tu audiencia (barrios, ciudades, estados o países...).

- Psicográfica: Actitudes, intereses y valores.

- Comportamental: Patrones de compra y consumo.

Se pueden encontrar estadísticas demográficas en el Instituto Nacional de Estadística (INE), en [www.ine.es](http://www.ine.es), y en una serie de empresas privadas que ofrecen estadísticas y datos de mercado (Nielsen, Kantar, GfK...).

Veamos algunas **formas de averiguar quién es el público objetivo de tu empresa**:

- Encuestas: Realizando encuestas a tu base de clientes actuales.

- Entrevistas y encuentros con clientes: Realizar entrevistas y organizar eventos o reuniones con sus clientes no permitiría obtener retroalimentación directa y conocer mejor sus necesidades y deseos.

- Análisis de datos: Puedes utilizar herramientas de análisis de datos para recopilar información sobre tus clientes y revisarla. De tu propia base de datos puedes obtener

información muy valiosa, encontrado patrones y tendencias en sus características demográficas y comportamientos de compra.

- Análisis de web y redes sociales: Google Analytics puede ser un buen instrumento para conocer al público que visita tu web, así como el resto de las herramientas de análisis de tus redes sociales.

- Competidores y observación del mercado: Investigar a la competencia más directa puede resultar útil para conocer tu propio público objetivo, especialmente si estamos empezando o todavía no hemos comenzado la actividad.

Veamos algunos **ejemplos de campañas que contaban con un target bien definido** y utilizaron una estética y un mensaje adecuado para él:

- Nike - "Just Do It": Se dirige a un público objetivo específico: atletas y personas activas. Sus anuncios suelen presentar a atletas famosos y transmiten un mensaje de inspiración y determinación.

- Dove - "Real Beauty": Esta campaña de Dove se dirige específicamente a las mujeres auténticas, que desean ser aceptadas como son, diferentes. Promueve la belleza real en lugar de los estándares tradicionales.

- Apple - "Get a Mac": Apple se centró en comparar las computadoras Mac con las PC. Estos anuncios apuntaron a un público objetivo que valoraba la simplicidad, la innovación y el diseño en la tecnología.

- Toyota - "Swagger Wagon": Toyota lanzó esta campaña, divertida y atractiva, dirigiéndola a familias jóvenes. ■

## PRODUCTOS ZOOSANITARIOS SALUD Y NUTRICIÓN ANIMAL

*Empresa dedicada a la Salud y  
Nutrición Animal desde 1985*

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

## CAMBIA EL CHIP: CÓMO AFRONTAR CAMBIOS QUE PARECEN IMPOSIBLES

En esta ocasión les hablamos de un libro que puede cambiar la forma en la que enfrentar los desafíos en sus negocios y vidas. "Cambia el Chip: cómo afrontar cambios que parecen imposibles" de Chip Heath y Dan Heath. Una obra imprescindible para quienes desean superar obstáculos aparentemente insuperables y alcanzar el éxito.

Los autores, reconocidos por su habilidad para comunicar ideas complejas de manera sencilla, nos llevan en un viaje apasionante para desentrañar los secretos detrás de los cambios exitosos. Aquí te dejo un resumen de los principales mensajes del libro:

**El poder de la perspectiva:** Los Heath nos muestran cómo cambiar nuestra perspectiva sobre un problema puede ser el primer paso hacia una solución. Aprenderás a mirar los desafíos desde diferentes ángulos y

descubrir oportunidades ocultas.

**Historias impactantes:** A través de relatos reales de personas que han enfrentado cambios aparentemente imposibles, el libro te inspirará y demostrará que tú también puedes superar cualquier obstáculo.

**El camino hacia la claridad:** Los autores desglosan estrategias efectivas para comunicar tu visión y objetivos de manera clara y convincente, lo que resulta esencial para movilizar a tu equipo y a ti mismo hacia el cambio.

**La importancia del ambiente:** Descubrirás cómo el entorno en el que te encuentras puede influir en tu capacidad para cambiar. Aprender a modificar ese entorno puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso.

**Experimentación inteligente:** Chip y Dan te guiarán en la creación de experimentos controlados que te permitirán aprender y adaptarte rápida-



mente, incluso en situaciones inciertas.

**La resistencia al cambio:** Entenderás por qué las personas suelen resistirse al cambio y cómo puedes su-

perar esas barreras tanto en tu vida personal como en tu empresa.

**El poder de la comunidad:** Aprenderás a construir una red de apoyo sólida, ya que el cambio es más fácil y efectivo cuando se comparte con otros.

En resumen, "Cambia el Chip" es una guía valiosa para enfrentar y abrazar cambios desafiantes en tu vida profesional y personal. Los Heath ofrecen consejos prácticos respaldados por ejemplos reales que te ayudarán a superar la resistencia al cambio y avanzar hacia el éxito. Este libro es una inversión en ti mismo y en el crecimiento de tu negocio.

Así que, ¿estás listo para transformar tu forma de pensar y liderar? No esperes más, sumérgete en "Cambia el Chip" y prepárate para desbloquear todo tu potencial. ¡El cambio nunca ha sido tan emocionante! ¡Éxito en tu viaje de transformación! ■



# Durán

Ferretería

[www.ferreteriaduran.es](http://www.ferreteriaduran.es)

## ALQUILER DE MAQUINARIA





### MAQUINARIA en ALQUILER






**Talavera**  
925 814 365



**Illescas**  
925 501 196



**Navalmoral**  
921 535 538




# DIRGENTIUM, DIRECCIÓN FINANCIERA EXTERNA PARA EMPRESAS QUE QUIEREN CRECER DE FORMA RENTABLE, SOSTENIBLE Y CONTROLADA



Gestionar una empresa requiere ser expertos en nuestro sector, pero también en otros muchos aspectos que debemos tener en cuenta para que todo funcione correctamente. De nada sirve que una empresa quiera ofrecer el mejor producto o servicio y facturar grandes cantidades, si posteriormente no hay una gestión adecuada para conocer el margen de beneficio real que se obtiene, y además, controlar el flujo de dinero y por tanto la tesorería de la empresa. Por eso, el control financiero es fundamental en cualquier empresa sin importar el tamaño o el volumen de facturación que tenga.

Y por supuesto, para conseguir estos objetivos, es importante confiar en profesionales que analicen la situación de nuestro negocio para tener la tranquilidad de seguir adelante sabiendo que

vamos por el buen camino y que nuestra empresa continuará creciendo al ritmo perfecto.

El objetivo de Dirgentium es que las pequeñas y medianas empresas de este país puedan contar con un equipo de dirección financiera externa que les permita tener un control financiero, y a su vez, conseguir la financiación necesaria para su actividad. Hemos hablado con Gustavo López, su director general, un profesional conocido de las empresas de Talavera por la labor que desempeña con su equipo desde hace más de 10 años con empresas de la zona.

## UN PROYECTO DISEÑADO AL MILÍMETRO

La idea de poner en marcha Dirgentium nace de la necesidad que los expertos de la organización observaron cuando, hacien-

do un estudio de mercado inicial, se dieron cuenta de que existía muy poca oferta a nivel nacional que ofreciera a las empresas la posibilidad de contar con un director financiero externo que gestionase esta parte de la empresa como si de un profesional más de la plantilla se tratase.

La sede central de Dirgentium está ubicada en la planta 18 de la Torre de Cristal, en el corazón financiero de Madrid, lo que conocemos como "Las Cuatro Torres". Un lugar privilegiado y acorde con la actividad y la forma de trabajar de todo el equipo de Dirgentium.

## LAS PYMES COMO MOTOR DE LA ECONOMÍA

El perfil de los clientes de Dirgen-

tium es muy amplio y variado, pero si algo tienen en común la mayoría de ellos es que son pymes. Esas pequeñas y medianas empresas que luchan cada día por seguir adelante y que es donde según Gustavo Martín "reside la riqueza de nuestro país. En España hay un gran océano de empresas y las pequeñas y medianas empresas son la gran mayoría de ellas. Las del Ibex 35 son importantes y tienen que estar, pero las que sostienen la economía son las pequeñas y medianas".

Y precisamente por eso es importante que todas ellas se pongan en manos de profesionales para crecer de forma controlada y saber qué está sucediendo dentro de la empresa en todo momento. Algo que el día a día y el desconocimiento acerca de estos temas de algunos gerentes, hace que sea imposible sin el apoyo de especialistas como los de Dirgentium.

## LA IMPORTANCIA DE LOS PROCESOS

Cuando una empresa llama a la puerta de Dirgentium lo primero que sus profesionales hacen es realizar un análisis exhaustivo de todos los aspectos de la empresa, para después diseñar una estrategia de negocio y conocer los puntos fuertes y aquellos a los que deben prestar más atención. De este modo pueden dibujar un mapa que les indique hacia dónde

*“España vive de la pequeña y mediana empresa”*



Ayuntamiento de  
VELADA





*“Si haces algo debes hacerlo bien y para ello conocer la situación de tu empresa y rodearte de profesionales es fundamental”*

tiene muy claro que si una empresa está trabajando con Dirgentium, tendrá una gran trayectoria.

**DIRECCIÓN FINANCIERA PARA TODOS**

Aunque, como comentábamos, la sede central de Dirgentium está ubicada en Madrid, prestan servicio a empresas de toda España, con reuniones presenciales en la sede del cliente siempre que sea necesario, por lo que su servicio y compromiso será exactamente el mismo tanto si tu empresa está ubicada en Madrid, como si no.

Los profesionales de Dirgentium están especializados en trabajar con empresas que quieran consolidar su posición en el sector y crecer, que deseen mejorar su rentabilidad y su liquidez, que tengan como objetivo mejorar su relación con entidades bancarias y sus productos financieros y con aquellas que quieran profesionalizar su departamento financiero. En definitiva, Dirgentium ofrece ese servicio especializado y personalizado con el que cualquier empresa que desee mejorar sus resultados, conocer su situación actual, y establecer una estrategia adecuada para los próximos años. Una decisión perfecta para tomar de cara a este nuevo curso que puede suponer un antes y un después en la trayectoria y resultados de cualquier negocio. ■



*“Somos los directores financieros externos de todas las empresas que quieren crecer”*

ce que todas las empresas puedan contar con su director financiero y todas las ventajas y resultados que tiene el hecho de que este tipo de especialistas formen parte del día a día de la gestión de una empresa.

**GARANTÍA Y EXPERIENCIA**

La experiencia en el sector de Dirgentium hace que estén excepcionalmente relacionados con los bancos, pudiendo conseguir así las mejores condiciones para sus clientes. Además, ir de la mano de Dirgentium es tener un compañero de viaje muy valorado por el sector de la banca, el cual

va la empresa y cuáles son las decisiones financieras más adecuadas para que crezca en la mejor dirección.

El equipo de Dirgentium trabaja de la mano con las empresas clientes para guiarles en todo

momento. Además, Dirgentium da la oportunidad a las empresas de contar con un equipo de dirección financiera y una cuota mensual adaptada a las necesidades de la organización y a la experiencia de sus profesionales. Esto ha-





## MIGUEL ÁNGEL IBEAS DE MAIS INFORMÁTICA: “LAS EMPRESAS DEBEN COMENZAR A PREPARARSE AHORA PARA LOS CAMBIOS QUE ESTÁN A PUNTO DE PRODUCIRSE EN LA GESTIÓN DE LAS MISMAS”

*Programas de facturación, softwares nuevos, diferentes formas de gestionar nuestra empresa... Esto es solo una pequeña parte de los cambios que tendremos que hacer en nuestras empresas para cumplir con los nuevos requisitos de la Ley Antifraude para poder seguir operando con normalidad y, por supuesto, de acuerdo a la Ley.*

*Hemos hablado con Miguel Ángel Ibeas, gerente de Mais Informática y experto en desarrollo de programas para empresas, sobre cuáles son exactamente esos cambios que debemos hacer, cómo y cuándo hacerlos y, sobre todo, cómo afectarán a nuestras empresas en menos de un año.*

**Comienzan a escucharse cada vez con más fuerzas conceptos como Ley Antifraude y VeriFactu pero parece que muchas las empresas no tienen claro qué es y cómo puede afectarles. ¿De qué estamos hablando exactamente?**

A partir del 1 de julio de 2024 todas las empresas van a tener que hacer grandes cambios en materia fiscal. Deberán adaptar su sistema de facturación y hacerlo a través de programas homologados y compatibles con VeriFactu; un sistema de facturación verificable que permitirá a todas las empresas enviar las facturas directamente a Hacienda al mismo tiempo que se vayan generando.

Por supuesto, la adaptación de los procedimientos, procesos y progra-

mas que utilizan las diferentes empresas requiere de tiempo e inversión y estamos percibiendo que muchas de ellas están retrasando ese momento. Algo muy preocupante ya que cuando quieran hacerlo, se encontrarán con una saturación del mercado que sin duda retrasará su adaptación y es probable que deje a su empresa sin poder facturar durante una temporada.

Debemos tener claro que no es opcional ni algo que puede que al final quede en agua de borrajas dependiendo del equipo de Gobierno que finalmente se constituya en nuestro país. Se trata de una normativa europea que nos afecta a todos y que debemos cumplir. De hecho, en el País Vasco ya han comenzado a trabajar

con un sistema similar llamado “TicketBAI” y muy pronto se tendrá que integrar en el resto de España un sistema similar, casi idéntico pero con algunas restricciones adicionales.

**¿A qué tipo de transacciones afectan estos cambios?**

Absolutamente a todas, porque a las nuevas exigencias de la Ley Antifraude y a todo lo que conlleva el sistema VeriFactu se unen las de la Ley Crea y Crece, cuyo objetivo es el de agilizar trámites y gestiones además de luchar contra la morosidad. Esta otra ley, obligará a que las facturas que se realicen entre empresas, con proveedores y demás, sean en un formato electrónico.

**¿A qué tipo de empresas afecta esta nueva ley?**

Prácticamente a todas, ya que aunque se está barajando el excluir a aquellas empresas que se encuentren en régimen de recargo de equivalencia del sistema Veri-Factu, actualmente no se contempla exención para este mismo tipo de empresas dentro de la Ley Crea y Crece y puesto que los programas de facturación que se comercialicen en España tienen por mandato cumplir la nueva reglamentación de programas informáticos, a las empresas no les quedará otra que cumplir con las dos leyes.

En cualquier caso, es importante que todos los gerentes de las empresas consulten a sus asesorías y gestores sobre qué es exactamente lo que pueden y deben hacer ante estos cambios independientemente de que después tengan que acudir a una empresa especializada para ponerlos en marcha.

#### ¿Podéis ayudar a las empresas de Mais Informática a ponerse al día con todos estos cambios?

Por supuesto, nuestra principal actividad es el desarrollo de programas informáticos y llevamos ya años haciendo modificaciones para cuando llegase este momento. Como comentaba, es algo que se viene anunciando desde hace unos años pero parece que son muchas las empresas que hasta que no empieza la cuenta atrás no comienzan a prestarle atención.

Nuestra labor es precisamente el adaptar nuestros programas a este tipo de cambios para después facilitar los procesos a las empresas y por este motivo ya estamos preparados. El problema es que cuando las empresas se decidan a adaptar sus criterios a la Ley, se encuentren con un mercado saturado y unos precios más altos, por eso hay que empezar ahora mismo.

#### Ese es otro tema, la inversión que supone el hacer todos estos cambios...

Obviamente el acogerse a esa nueva



normativa supondrá un desembolso para las empresas, todas tendrán que adaptar sus programas pero muchas otras además tendrán que cambiar sus ordenadores, ya que si estos son demasiado antiguos el sistema de seguridad de Hacienda no les permitirá trabajar con ellos. Pero hay que tener en cuenta que si no se hacen estos cambios no se podrán emitir facturas de ningún tipo ni, por lo tanto, continuar con la actividad de la empresa. Se trata de hacer un cambio radical en la forma de trabajar, tanto a nivel informático y de gestión como a la hora de hacer un cambio en una factura, en un concepto, una fecha... Todo eso ya no tendrá cabida con VeriFactu.

Y en cuanto a la inversión se espera que haya subvenciones que ayuden con estas inversiones. El famoso Kit Digital, sin ir más lejos, puede ser utilizado para este tipo de gestiones. Pero como muchas empresas desconocen los cambios que se avecinan, han destinado esta subvención a crear o mejorar una página web y al

desarrollo de otras acciones que seguramente urgían menos que el adaptar su empresa para continuar con su actividad. Aun así, como digo se prevé que haya algún tipo de subvención específica destinada a todos estos procesos.

Lo que, desde luego, no es una opción, es no hacer estos cambios. Las multas ya publicadas en el BOE e imponen una sanción de 50.000 euros por año a aquellas empresas que no cumplan con esta Ley Antifraude.

#### Lleváis años trabajando con las empresas de Talavera y ofreciéndoles todo tipo de soluciones de programación, gestión... ¿Qué no puede faltar en una empresa que está empezando?

La verdad es que hay que tener en cuenta muchos más factores de los que cualquiera que quiera abrir un negocio pueda plantearse en primera instancia. Por supuesto, además de todo el tema burocrático y fiscal, es fundamental tener un buen sistema informático, programas adaptados a su medida y sector, estar al día

en la Ley de Protección de Datos... ¡Es mucho más que llegar a la gestoría y pagar una cuota!

#### Aunque esto suponga desviarnos un poco del tema... No podemos pasar la oportunidad de conocer la opinión que un experto como tú tiene de la Inteligencia Artificial y del boom que ha supuesto en los últimos meses. ¿Qué futuro nos espera con esta herramienta?

Lleva muchos años desarrollándose pero no ha sido hasta ahora cuando han liberalizado una pequeña parte de lo que en realidad es. Tenemos acceso a una parte que me atrevería a decir que está hasta desfasada... La Inteligencia Artificial tiene un ejército de programadores educándola y entrenándola día a día. Pero no solo eso, los usuarios también contribuimos a ello con las preguntas que le hacemos cada día y los errores que le mostramos que nos ha indicado, es una herramienta capaz de aprenderlo todo y de mejorar cada día.

Es muy útil para ciertos sectores y pero si no le ponemos límites puede descontrolarse y volverse peligrosa. Ya ha comenzado y seguramente siga destruyendo algunos puestos de trabajo de profesionales que hoy en día nos parecen imprescindibles, por no hablar de qué ocurriría si, como dicen, empezase a tener consciencia de ella misma. Por eso hace ya algún tiempo los expertos en IA y quienes contribuyeron a crearla, advirtieron de la importancia de ponerle límites. Creo que es una herramienta muy útil si la usamos de la forma correcta y que nos ahorra mucho tiempo con procesos que ahora nos lo quitan.

Lo que está claro es que formará parte del resto de nuestras vidas, incluso en los programas de los que hemos hablado antes seguramente tendrá su papel cruzando datos y facturas haciendo que los errores y las cosas que no concuerden se detecten mucho antes. ¡Veremos hacia dónde nos lleva! ■



QUE LA MEMORIA NO OLVIDE...

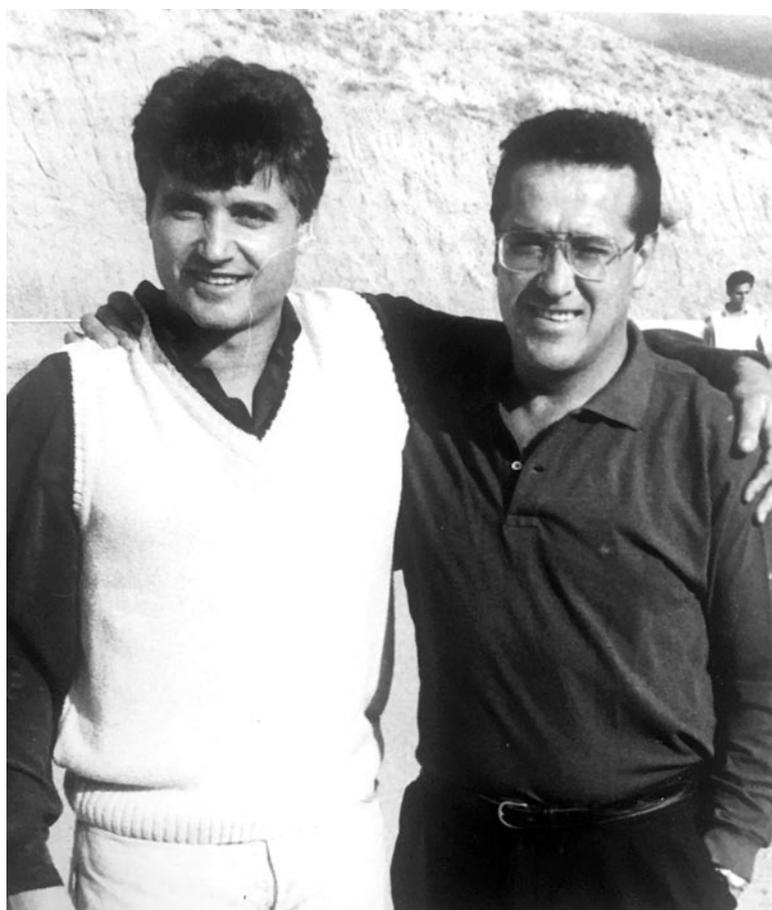
# LA ÉPICA DEL PORTERO-POLICÍA

MARTÍN ESCRIBIÓ UNA DE LAS MÁS BELLAS EPOPEYAS QUE LOS AFICIONADOS DEL EXTINTO TALAVERA CF PUDIERON PRESENCIAR EN EL PRADO

Asegura Eduardo Fernández Segura, en una de sus reflexiones, que "se ha escrito y hablado muchas veces de épica, deporte y vida como elementos de un mismo campo semántico". Pero decidió unirlos porque para él —como ser humano— implica vivir una epopeya personal construida sobre la base de lo ordinario. En resumidas cuentas, que es una manera de entender la existencia como desafío. Y esta primera cita con la épica en nuestro fútbol, les dejamos como ejemplo de epopeya, la vivida hace 37 años por Martín García Muñoz, que desconozco si estaba instaurada en el interior de su pensamiento, pero lo que nadie podrá poner jamás en duda es que trabajaba a diario en los entrenamientos para ello. Y lo pensara o no como meta, lo que nadie le podrá negar es que desde aquel domingo de febrero quedaría inmortalizado para siempre como el portero-policía.

Nos encontramos en la temporada 86/87 y el Talavera CF milita en el grupo 7 de Tercera División, en el que se encontraban clubes de Madrid como Parla, Leganés, Maravillas, Alcorcón, Valdemoro, Sanse, Alcalá, Fuenlabrada, Getafe, Pegaso y Real Madrid C y de Castilla-La Mancha como el Manchego, La Roda, Conquense, Valdepeñas, Calvo Sotelo, Guadalajara, Daimiel, Villarrobledo y nuestro Talavera CF. Todos, equipos ilustres del fútbol de la zona centro, aunque con diferentes potenciales económicos.

Las dificultades económicas en el entonces Talavera CF son acuciantes y desde una de las asambleas del conjunto cerámico se aúpa a la presidencia a Isidoro Sánchez Colado —fallecido no hace mucho tiempo— que es un modesto industrial talave-



Bernabé y Martín, los dos principales —y grandes— protagonistas de nuestra historia de hoy.

rano del pollo y sus derivados. El apoyo que Isidoro recibiría de hombres de nuestro fútbol como Federico Gómez, Pablo Mela, Francisco González, Paco Palomeque o Martín Colmenero, entre otros más, sería definitivo para que aquél diera el paso necesario que evitara la desaparición de un club con ya 40 años de historia a sus espaldas.

Era meridianamente claro que no había dinero y eso tendría su reflejo en el plano deportivo. Mucho más aún cuando la afición blanquiazul no res-

pondió en la medida que se presumía a la hora de retirar los carnés de socios. Javier García-Verdugo, que por entonces había dejado de entrenar en la élite de nuestro fútbol patrio, aceptó el reto de confeccionar la plantilla blanquiazul. Jugadores como Bernabé, Iglesias, Lolo, Trigueros II, Justo, Juan, Del Rivero, Javi Valero, Chino, Bermúdez, Robles, Ayúcar, Arjona, Moreno, Pedro, Santi, Adrado, López, Bejarano, Ángel Martín, Marcos, Garza, Fernando, Pablo Barroso, Mimi, Ortiz II, Torrijos, Jesús,

Goico, algunas apariciones esporádicas del prudencista "Lagarto" Loren y nuestro protagonista de hoy Martín García Muñoz, que había retornado al club con la intención de poner fin a su trayectoria deportiva. Se trataba, sin duda alguna, del más importante plantel de jugadores locales en toda la historia del club.

En los primeros compases de la liga el equipo ni funcionó, ni dio la talla esperada y García-Verdugo era cesado en la jornada 23 tras perder en El Prado ante el Calvo Sotelo de Puerdollano por 1-2. Se estrena en el banquillo —histórico mi "No seas bolo Paco" para que aceptara el ofrecimiento de la directiva, que permanece en las hemerotecas— Francisco Sánchez Gil —nuestro Paco Pepino que era entrenador del Juvenil— con victoria en Fuenlabrada y en casa ante el Getafe (1-0 con gol del ya fallecido Santi) con la fantástica actuación de Martín García Muñoz, sustituyendo a Ángel Bernabé, que se había lesionado de gravedad.

## EL PORTERO-POLICÍA

Y es precisamente Martín el protagonista de nuestro capítulo de hoy. El portero-policía estaba ya al borde de la retirada del fútbol y había decidido echar una mano al club que le vio nacer como futbolista; más gratitud por su parte, imposible. Era el domingo 15 de febrero de 1987 y se disputaba la jornada 25. Llegaba al municipal El Prado un Getafe que venía como favorito y necesitaba los tres puntos para no perder la estelas de un Parla que acabaría ganando la liga. Paco "Pepino" había dispuesto que Bernabé, Juan, Moreno, Iglesias, Justo, Lolo, Javi Valero, Chino, Del Rivero, Robles y Santi saltaran como

titulares al terreno de juego. Asombrosa es, sin duda, una alineación en la que únicamente el jugador abulense de Lanzahita, Robles, no era de la cantera. Paradojas del destino, otro de los nuestros, Fernandito Bejarano, ocupó la plaza del abulense, que se lesionó a los 24 minutos de la primera parte.

Y tan sólo cuatro minutos después – en el 28 de partido– Martín hacía lo propio con Ángel Bernabé, lesionado de cierta consideración por lo que sería trasladado al Hospital Nuestra señora del Prado en ambulancia. Martín escribiría, con su prodigiosa actuación, uno de los momentos más épicos que se han podido presenciar en el municipal talaverano. El diario Ya, con crónica de Pedro Ángel Rosado, lo titulaba de la siguiente manera: **“Martín, portero suplente, «culpable» de la victoria del conjunto talaverano”**.

Quien esto firma, en **La Voz del Tajo**, en su sección de opinión a **Igrosomodo: Héroe y mártir**, pudiéndose leer lo siguiente: *“Ambos son amigos, ambos ejercen en el mismo puesto y ambos tienen una calidad humana y deportiva que no admiten discusión. Mártir o Héroe para jugarse la vida si fuera preciso, Martín y Bernabé, Bernabé o Martín, que tanto monta o monta tanto, dieron una soberana lección de profesionalidad a los aficionados o seguidores, hinchas o forofos, socios o dirigentes, que tardará bastante en olvidarse. Porque de mártir es la paciente espera del portero-policía sin un mal gesto de desaprobación por la suplencia; porque de héroe es decirle aun compañero que marcha con el rostro destrozado camino del hospital: “Te prometo que éstos no me meten ni un gol”, y porque de humano y compañero resulta olvidarse de los éxitos para dirigirse raudamente a comunicar a su compañero y rival, por la misma causa, dolorido en el Servicio de Urgencias de una clínica cualquiera”*.

Martín realizó la tarde del domingo uno de sus servicios más brillantes. Sin duda, no habrá medallas que colgarle porque la mejor recompensa que puede recibir, además de la veneración y el cariño de un público que se le entregó, fue olvidarse de las efímeras vanidades del éxito para estar cuanto antes con su compañero herido.



Por fin serían reconocidos sus méritos por el Talavera CF y el Ayuntamiento. Juan J. Bermúdez y Francisco Javier Corrochano con nuestro protagonista.

*do. Un compañero que reciente el fatal desenlace del malacitano Gallardo, pasó, sin tan siquiera enterarse de héroe a mártir. Porque de héroe es, a tenor de un parte facultativo que decía: “Conmoción cerebral con doble pérdida de conciencia, múltiples heridas en el rostro con sutura interna de boca, labio inferior y barbilla, además de fractura interna del tabique nasal” – insisto– es jugarse la vida por evitar un gol”.*

*Y es que, pagar tan elevado precio, cuando las burocracias estructurales de nuestro absurdo fútbol no le permiten ejercer de profesional, no merece la pena. Pero menos lo merecen aún cuando los que se lo prometieron siguen sin cumplir su palabra. Y esto me revierte a la siguiente pregunta: “Es que alguien puede esbozar algún argumento que ponga en duda su profesionalidad”?*

*A otros muchos que demostraron menos se les dio mucho más y, si llegó el caso, se pasó a hipotecar el propio bolsillo, aún habiendo demostrado mil veces menos de lo que estos dos hombres –Martín y Bernabé; Bernabé y Martín– demostraron en tan sólo noventa minutos de partido.*

*Una ciega fe tengo en los directivos de don Isidoro Sánchez Colado, lo confieso y es por ello que los resultados acompañen y el socio responda, ni una sola promesa se quedará sin cumplir para quienes, sin serlo, de-*



Intervenciones como la de la imagen realizaría Martín aquel domingo de febrero de 1987.

*mostraron más profesionalidad que aquellos que no hace mucho llegaron exhibiendo algo que sólo se reflejó en su contrato”.*

No creo que hoy, 37 años después, nadie pueda poner en duda la épica de ese domingo de febrero de 1987, pero en los anales de la historia de aquel Talavera CF hay más páginas con el mismo protagonista: **Martín García Muñoz**. Una persona reconocida y apreciada en nuestra sociedad civil talaverana por su profesión en la Policía y en el mundo del deporte a

nivel nacional. Y prueba de cuanto aquí detallo, el hecho contrastado de que en la siguiente temporada nuestro portero-policía volvería a escribir un domingo histórico –también de gesta y épica– como reflejaba **La Voz del Tajo** con este titular: **“Por segundo año consecutivo Martín sustituye a Valero en Valdepeñas, siendo pieza clave de la victoria blanquiazul por 0-1”**. Pero de esto, si lo desean, nos ocupamos en otra ocasión. Que la **“Memoria no olvide”** les cita para una próxima ocasión. ■

# LA TALAVERA DESCONOCIDA: HISTORIA DE SUS CALLES

## 1: LA PLAZA DEL PAN

La historia de una ciudad no sólo se descubre por sus restos documentales, monumentales, arqueológicos o artísticos que conforman parte de su patrimonio cultural. Hay otros indicadores que nos ayudan a comprender la evolución del lugar a través del tiempo, y que permiten intuir los condicionantes ideológicos, antropológicos y culturales que cada época tuvo y en la que se generaron esos elementos del patrimonio.

El nomenclátor o nombre de las vías urbanas es un buen indicio de este fenómeno. La evolución del callejero ha ido pareja a los cambios políticos y percepciones sicosociales del espacio urbano, a la hora de su denominación y la fijación de topónimos. Vamos a ir conociendo poco a poco los nombres de calles que han tenido en Talavera una mayor variación durante los últimos siglos, fundamentalmente. De tal manera que durante el XIX y XX la ciudad va a experimentar el mayor volumen de transformaciones en su callejero, muy superior al registrado en todos los siglos anteriores. Empezamos nuestro catálogo con la principal plaza de la ciudad tradicional

### PAN, Plaza del

La denominación de plazuela del Pan la tenemos registrada por primera vez en un documento de 1437 que se conserva en el Archivo Municipal de Talavera. Se trata de una escritura de compraventa de unas casas en las se marcan sus linderos junto a una calle que va la "plazuela del Pan". Este dato es importante ya que nos confirma que años antes de la ampliación y remodelación de la conocida como plaza mayor de la ciudad ya se conocía con el actual nombre, al menos a una parte de ella. Todo parece indicar que en la Ba-



ja Edad Media se podrían haber configurado dos plazas pequeñas, una delante de la Colegial, conocida como plazuela de Santa María, y otra cercana denominada del Pan ya en esos años.

En realidad parece que tenía dos partes o zonas diferenciadas que muy posiblemente fueron unidas con la gran obra de finales del siglo XVI y principio del XVII.

El nombre "del Pan" tuvo una vinculación directa con la oficina de distribución del pan, lo que en la ciudad medieval tradicional se denomina Calahorra, oficina o casa pública con rejas por donde se daba el pan en tiempos de carestía. Tendría cierta lógica pensar que la Calahorra talaverana se encontrara en un lugar central donde el poder civil pudiera controlar este importante servicio. Para ello no descartamos que en el siglo XIV y primeras décadas del XV hubiera estado en la plazuela del Pan. Posteriormente sabemos que la Calahorra a finales del siglo XV estaba situada en la plaza del Reloj, junto a la muralla. Pero a principios de la siguiente centuria parece que se había trasladado a otro lugar.

A mediados del siglo XVII cuando ya la plaza estaba reestructurada y ampliada, convirtiéndose sin duda en la verdadera plaza Mayor de Talavera, el cronista Álvaro de Carvajal nos deja esta descripción de la misma: "La Plaza Mayor que dicen del Pan, es muy grande y muy capaz. Está en ella la iglesia mayor de esta villa, casas de Ayuntamiento muy suntuosas y capaces hechas solo para este ministerio. El hospital de la Misericordia, cuyo edificio que la adorna es muy vistoso y otras casas principales de cavalleros de esta villa adornadas y lucidas con mucho número de balcones y sirve para los juegos de cañas y fiestas de toros tan ordinarias en esta villa".

Para entonces se había convertido en un espectacular foro dedicado a la celebración de todo tipo de eventos festivos, religiosos, civiles y con un alto contenido simbólico, dada la situación de los poderes civil y eclesiástico en su recinto.

Durante el siglo XVII se había ido configurando, igualmente, la otra plazuela delante del colegio de la Compañía de Jesús, del Corral de

Comedias, y algunos palacios de la nobleza local, lo que hoy conocemos como Plaza del Padre Juan de Mariana. Este espacio abierto tomó también la misma denominación de Plaza del Pan, al menos desde esta época, y no parece que hubiera una designación específica. La nomenclatura de esta plazoleta no se varió hasta la década de 1880 cuando se inaugura la estatua del ilustre jesuita talaverano, y se le cambia el nombre.

La plaza mayor del Pan seguirá pues invariable hasta la jura de la Constitución de Cádiz de 1812 por parte de la villa y sus instituciones. Es entonces cuando se varía por el de Plaza de la Constitución, nombre que ostentará hasta el proceso inverso de la quema de la misma Carta Magna con la vuelta de la política absolutista de Fernando VII en 1814. Es en ese momento se dictamina: "Que sin dilación alguna y en este momento se borre y quite la inscripción de la Plaza de la Constitución, y que en lo sucesivo se denomine a ésta Plaza Real de Fernando VII, a cuyo fin y para eterna memoria se colocará en sitio oportuno una lápi-



da con el ornato posible, que así lo especifique”.

Esta denominación no pasaría de ser un mero nombre oficial que tuvo poca trascendencia, pues el pueblo seguía llamándola Plaza del Pan; de nuevo con la jura de la Constitución por el rey en 1820, con el régimen liberal, el ayuntamiento parece que recupera el antiguo nombre y decide asignárselo a la otra plaza principal de la villa, la plaza del Reloj.

De nuevo con el tradicional nombre de plaza o plazuela del Pan, no se verá variado hasta 1864 cuando la reina Isabel regala a la villa un retrato suyo, y es recibido con toda solemnidad; se hacen demostraciones de apoyo y homenaje a la misma para colocar la efigie en las Casas Consistoriales. Aprovechando el evento, el ayuntamiento acuerda el 13 de mayo de ese año variar el nombre de la plaza: “que la plaza de Santa María tomará desde este día el nombre de Ysabel Segunda a cuyo fin se colocará una lápida que así lo marque con el año que tiene lugar, la cual estará tapada hasta que el Sr. Alcalde presidente la descubra al frente del retrato de Su Majestad”.

La filiación real de la plaza durará poco tiempo pues en octubre de 1868, con el triunfo de la Revolución llamada “La Gloriosa” que

provoca la caída de Isabel II, se vuelve a producir el cambio de la gran plaza, pasando a denominarse desde entonces, Plaza de la Libertad, señalando de esta forma el deseo de las autoridades revolucionarias y de la política liberal de significar uno de los mayores valores de la humanidad. El nombre se mantendrá intacto hasta un nuevo tiempo convulso que obliga a la variación de nombres por razones políticas. Bajo la presidencia del ayuntamiento de Justiniano López-Brea, en el régimen del directorio militar, se acuerda en sesión de 14 de diciembre de 1925 variar la denominación y asignar el de Plaza del General Primo de Rivera, al tiempo que se le nombra Hijo Adoptivo, como un modo de apoyo al nuevo régimen sin fisuras.

Con la proclamación de la Segunda República, en 1931, se vuelve a recuperar el antiguo y evocador nombre de Plaza de la Libertad, que conservará sin problemas hasta los cambios aprobados por la Comisión Gestora franquista en 1937, que de nuevo vuelven a homenajear al padre del fundador de falange, y la nombran Plaza del General Primo de Rivera. Plaza que ahora jugará un papel extraordinario como espacio urbano con un alto contenido simbólico al establecer en ella la Cruz de los Caídos y llevar a cabo todo tipo de manifestaciones de apoyo al régimen de Franco. Habrá que esperar a la consolidación del nuevo orden democrático para que se varíe de nuevo el nombre y se recupere el antiguo nombre de Plaza del Pan, acuerdo que se toma en 1980. ■

#### Nombres que ha tenido la plaza del Pan a través de la historia:

PLAZUELA DE SANTA MARÍA, s. XIII  
 PLAZUELA DEL PAN, s. XV-XIX  
 PLAZA DE LA CONSTITUCIÓN, 1812-1814  
 PLAZA DEL REY FERNANDO VII, 1814-1820  
 PLAZA DEL PAN, 1820-1864  
 PLAZA ISABEL II, 1864-1868  
 PLAZA DE LA LIBERTAD, 1868-1925.  
 PLAZA GENERAL PRIMO DE RIVERA, 1925-1931.  
 PLAZA DE LA LIBERTAD, 1931-1936.  
 PLAZA DEL PAN, 1937-1939.  
 PLAZA DEL GENERAL PRIMO DE RIVERA, 1939-1980  
 PLAZA DEL PAN, 1980



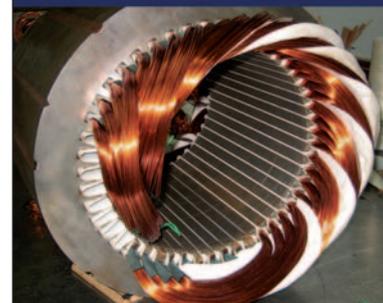
Global de Electricidad  
e Instalaciones, S.L.

[www.globalei.es](http://www.globalei.es)

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



**Te ayudamos  
a mejorar**



**Global de Electricidad  
e Instalaciones**

C/ Ciudad de Faenza, 2  
45600-Talavera de la Reina - Toledo

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

Email: [info@globalei.es](mailto:info@globalei.es)

[www.globalei.es](http://www.globalei.es)



## META PRESENTA INNOVADORAS SOLUCIONES PUBLICITARIAS IMPULSADAS POR IA PARA POTENCIAR LA CAMPAÑA NAVIDEÑA DE LAS MARCAS

En preparación para la temporada navideña, Meta ha presentado una serie de **nuevas herramientas publicitarias basadas en inteligencia artificial (IA)**. Estas herramientas tienen como objetivo mejorar la eficiencia y la efectividad de las campañas publicitarias durante las festividades. La inteligencia artificial está desempeñando un papel cada vez más importante en la industria de la publicidad, y Meta busca aprovechar su potencial para ayudar a los especialistas en marketing a maximizar sus oportunidades promocionales y de ventas.

### META ADVANTAGE+: ALIADO PARA LA TEMPORADA NAVIDEÑA

Una de las opciones destacadas de la cartera de productos impulsados por IA de Meta es **Meta Advantage+**. Esta oferta brinda a los anunciantes la capacidad de automatizar y mejorar sus campañas publicitarias. Para la temporada navideña, Meta recomienda utilizar las funciones incluidas en Meta Advantage+ para impulsar las capacidades y resultados de las campañas.

Entre las características destacadas de Meta Advantage+ se encuentran las **campañas de compras Advantage+**. Estas campañas automatizan la orientación y entrega de anuncios para alcanzar a nuevos clientes, lo que puede aumentar la visibilidad y el alcance de las marcas durante las festividades. Además, Meta Advantage+ también ofrece mejoras estándar creativas que utilizan IA para mejorar la calidad y la efectividad de los anuncios.

Otra función importante de Meta Advantage+ es **Advantage+ audiencia**, que automatiza la selec-



ción de la audiencia objetivo. Esta característica puede ayudar a reducir los costos por clic y conversiones al dirigir los anuncios a audiencias más específicas y relevantes.

### HERRAMIENTAS PUBLICITARIAS CON IA DE META

Meta ha lanzado una serie de herramientas de optimización de anuncios para la temporada navideña. Estas herramientas utilizan IA para mejorar la eficacia de las campañas publicitarias y maximizar el impacto de las promociones y ofertas especiales durante las festividades. A continuación, se presentan algunas de las herramientas destacadas:

#### 1. Programación de presupuestos

Meta ha introducido una opción que permite a los anunciantes establecer un presupuesto más alto para una campaña durante un período de tiempo específico. Por ejemplo, si se espera que una campaña genere más interés durante un fin de semana en particular, los anunciantes pueden configurar un presupuesto alternativo para esos días específicos. Esta función elimina la necesidad de ajustes manuales y permite

una gestión más eficiente de los presupuestos publicitarios.

#### 2. Anuncios promocionales

Los anuncios promocionales son una herramienta efectiva para aumentar las ventas durante la temporada navideña. Estos anuncios brindan a los compradores acceso a códigos de descuento y ofertas directamente en sus flujos de compra, lo que crea una sensación de obtener una mejor oferta. Los anuncios promocionales estarán disponibles para marcas en Estados Unidos, Reino Unido, Canadá y Australia durante las festividades.

#### 3. Multiplicadores de ofertas

Los multiplicadores de ofertas permiten a los anunciantes aumentar su inversión publicitaria de manera confiada y dirigirse a audiencias específicas. Los anunciantes pueden compartir cómo valoran audiencias específicas y aumentar sus ofertas cuando se dirigen a esas audiencias dentro de las campañas de compras Advantage+. Esta función ayuda a optimizar el rendimiento de las campañas y a maximizar el retorno de la inversión publicitaria.

#### 4. Anuncios recordatorios

Los anuncios recordatorios son

una herramienta útil para generar conciencia y anticipación para eventos de marca, como ventas de temporada o lanzamientos de productos. Las personas pueden optar por recibir recordatorios antes de un evento de marca, lo que les permite estar informados y preparados para aprovechar las promociones y ofertas especiales. Los anunciantes pueden cargar creatividades en el Administrador de anuncios para facilitar la creación de estos recordatorios.

#### 5. Anuncios de tiendas

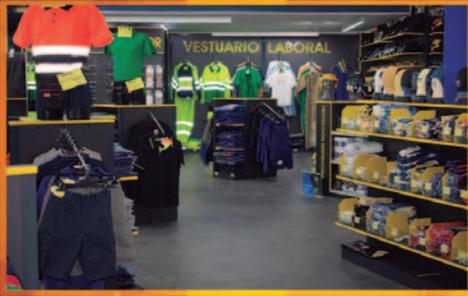
Los anuncios de tiendas son una opción conveniente para las personas que desean realizar compras directamente dentro de la aplicación de Facebook o Instagram después de ver un anuncio. Para facilitar la configuración de una tienda en estas plataformas y utilizar anuncios de tiendas, Meta está probando nuevas integraciones con Adobe Commerce, Magento Open Source y Salesforce Commerce Cloud, así como asociaciones existentes con otras plataformas de comercio electrónico. Esta función brinda a las marcas la oportunidad de ofrecer a los consumidores una experiencia de compra fluida y conveniente.

**La inteligencia artificial continúa siendo una tendencia importante en la industria de la publicidad, y Meta está a la vanguardia de esta evolución con sus nuevas herramientas basadas en IA. Con estas herramientas, los especialistas en marketing pueden mejorar la eficiencia y la efectividad de sus campañas publicitarias, lo que puede resultar en un mayor éxito y mejores resultados durante las festividades. ■**

*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...*



# DURÁN SAFETY



## NUEVA BOUTIQUE DE LA ROPA LABORAL

- + Protección auditiva, ocular y de manos.
- + Calzado de seguridad.
- + Protección facial, de cabeza y respiratoria.
- + Uniformidad laboral.
- + Protección anticaídas.

*Con las marcas líderes en seguridad laboral*

**TRABAJA SEGURO, PROTEGIDO Y CON ESTILO**



[www.ferreteriaduran.es](http://www.ferreteriaduran.es)



**Talavera**  
925 814 365



**Illescas**  
925 501 796



**Navalmoral**  
921 535 538