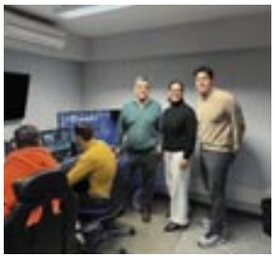
ENERO/FEBRERO 2024 - Nº 140 / Año 23 - fundacionfuturart.es

Futurart

CLAVES EMPRESARIALES Y SOLIDARIAS

DESTILERÍAS J. BORRAJO, ESENCIA TALAVERANA



LO HACEMOS POSIBLE
TEA TALAVERA

DE CERCA
TRIAKONTA PROD. AUDIOVISUAL

EN VALOR
CALPAMA CONSTRUCCIONES

EMPRESARIA
PALOMA GUTIÉRREZ *LOGOBRAIN*

DE UN VISTAZO
GALA FUNDACIÓN FUTURART 2023

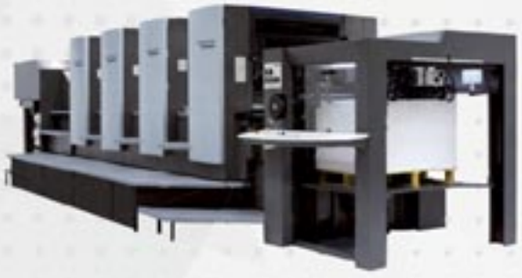
TECNIGRAF®

soluciones gráficas

Tecnigraftedamás

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 comercial@tecnigraf.es

FUNDACION Futurart®
PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

www.fundacionfuturart.es

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

SUMARIO

[4] LO HACEMOS POSIBLE
TEA TALAVERA

[7] A FONDO
DESTILERÍAS J. BORRAJO

[10] DE CERCA
TRIAKONTA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

[14] EN VALOR
CALPAMA CONSTRUCCIONES

[17] DE LEY
ENCLAVE ABOGADOS

[18] EMPRESARIA
PALOMA GUTIÉRREZ

[20] PUBLICIDAD CON CIRITIONE
TOMÁS ARRIERO

[21] ENTRE LÍNEAS

[22] DE UN VISTAZO
GALA FUNDACIÓN FUTURART

[24] MARKETING ONLINE
ABRAHAM AMOR

[25] INICIATIVAS
DURÁN FERRETERÍA

[26] DEPORTES
IGROSO

[28] CULTURA
CÉSAR PACHECO / COLECTIVO ARRABAL

[30] MISCELÁNEA
IGNACIO RODRÍGUEZ

[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**

EMPRESARIOS DE TALAVERA DE LA REINA Y COMARCA, VERDADEROS HÉROES DE LA SOLIDARIDAD Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

JOSÉ LUIS BODAS

En este primer editorial del año, quiero saludar y expresar mi admiración hacia el destacado tejido empresarial, las pymes y los autónomos de Talavera de la Reina y su comarca quienes son, sin duda, héroes de la sostenibilidad empresarial y, además, demuestran una notable solidaridad.
Más allá de los desafíos diarios como los financieros, las negociaciones y las dificultades tecnológicas, hay un aspecto crucial que destaca la figura de autónomos y empresarios de pequeñas y medianas empresas. Puedo decir con claridad que su extraordinaria Responsabilidad Social Corporativa y Solidaridad con cada uno de nuestros Proyectos Empresariales Solidarios, este año en favor de TEA Talavera, los distingue.
Es relevante subrayar que, en medio de la lucha diaria por mantener a flote los negocios a pesar de los retos y las limitaciones, estos líderes empresarios no perciben la responsabilidad social como una carga adicional, sino como parte integral de su visión empresarial.
Comprenden la importancia de ser motores de cambio en su entorno y reconocen que la prosperidad empresarial y la Responsabilidad Social pueden coexistir y fortalecerse mutuamente, convirtiéndose en una oportunidad. Tienen claro que esta actitud responsable no solo contribuye al bienestar social, sino que también mejora la reputación de estas empresas entre los consumidores, quienes valoran cada vez más el compromiso con la Responsabilidad Social, traduciéndose en lealtad y preferencia de marca.

Aunque las pequeñas y medianas empresas enfrentan desafíos diarios similares a los de las grandes empresas, su capacidad para la innovación, adaptabilidad, tenacidad, flexibilidad, atención al cliente y responsabilidad local les proporciona herramientas únicas y eficaces para convertir adversidades en oportunidades. Estas cualidades inherentes al empresario de pymes no solo les permiten sobrevivir, sino prosperar en un mundo empresarial cada vez más competitivo. Reconocer y respaldar la importancia de estas pequeñas y medianas empresas es esencial para construir una economía más fuerte y equitativa.
En resumen, tanto las grandes empresas como los autónomos y las pymes se enfrentan a desafíos y adversidades que van más allá de su tamaño, pero la estrategia para afrontarlos es lo que marca la diferencia. ■

Textos: **TEA TALAVERA**

TEA TALAVERA:
PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO 2024

Hace unos meses, TEA Talavera fue elegido Proyecto Empresarial Solidario por todas las empresas asociadas que forman parte de Fundación Futurart. En el primer número de nuestra revista, hemos querido conocer de cerca la asociación con la que trabajaremos durante todo ese año y saber un poco más acerca del Trastorno del Espectro Autista, así como romper algunos mitos sobre esta condición que afecta a más de 450,000 personas en nuestro país.
Hemos hablado con Vanessa Villalba, Gloria Caballero y María Cedenilla. Presidente, Directora Técnica de TEA Talavera y Terapeuta Ocupacional respectivamente, para conocer de primera mano las necesidades de la asociación y todos los detalles del proyecto del que formaremos parte durante todo este año.

"Gracias a la aportación que entregará a final de año a TEA Talavera con la que podrán cumplir los objetivos que la asociación se ha marcado"

EL ORIGEN DE TEA Y SU EVOLUCIÓN HASTA NUESTROS DÍAS

Lo que hoy conocemos como TEA Talavera nació hace más de diez años gracias a la unión de 12 familias con alguno de sus miembros con Trastorno del Espectro Autista y un profesional. Personas que se asociaron debido a la necesidad de prestarse apoyo y cobertura entre ellos, ya que en nuestra ciudad no existía ninguna asociación dedicada a las personas con TEA y sus familias. Un proyecto que poco a poco ha ido creciendo hasta convertirse en la asociación que ayuda a 120 familias en Talavera y la comarca, apoyadas por un equipo de 14 profesionales.
En la actualidad, la actividad de TEA Talavera se divide en dos grandes bloques: la atención directa a los usuarios y la información y sensibilización tanto a familiares como al resto de la sociedad. Uno de los objetivos de TEA Talavera es concienciar a todos sobre las necesidades de las personas con Trastorno del Espectro Autista.

QUÉ OFRECE TEA A SUS USUARIOS

Para TEA Talavera la atención al autismo se encuentra determinada en dos grandes bloques. Por un lado el lado correspondiente a la imprescindible Atención social en el área de Apoyo y Orientación tanto a familias como a la persona con TEA. Y por otro, la atención directa a la persona con TEA. En el ámbito de la atención directa a los usuarios, se ofrecen diferentes enfoques y metodologías terapéuticas que persiguen el objetivo de hacer más sencilla la vida de las personas con TEA y de sus familias. Por eso, la asociación cuenta con diferentes departamentos formados por distintos profesionales como el equipo de Logopedia, de Terapia Ocupacional o el de Pedagogía Terapéutica y Estimulación Cognitiva, especialistas que trabajan cada día junto a usuarios y familiares tanto a nivel individual, grupal, como en el entorno natural familiar o inmersos en la comunidad.

EL VALOR DE TEA TALAVERA

Independientemente de las terapias o tratamientos que puedan aportar los profesionales de TEA Talavera a los usuarios, la comprensión y el apoyo a los familiares es una de las cosas más valoradas por aquellos que acuden a TEA Talavera buscando respuestas. Según nos cuentan desde el equipo de la asociación, cada vez que una persona o familia recibe un diagnóstico de TEA Talavera, lo que más necesitan son consejos y orientación y respuestas sobre cómo afrontar la nueva condición. Por eso, el apoyo, la comprensión y el sentimiento de pertenencia que se crea entre todos aquellos que forman parte de TEA Talavera es uno de los principales valores de la organización. De igual forma, cuando una persona adulta acude motivada por iniciativa propia la entidad brinda apoyo y asesoramiento desde metodologías centradas en la persona para que el individuo alcance su máximo potencial.

GRUPO DE EMRESAS RUBIO Y HERMANOS · altaser consultores · DIGITAL FACTORÍA agencia de marketing · Ayuntamiento de Navalcán · Global-ei · ASESORES DATACONTROL, S.L.

"La concienciación y la colaboración de toda la sociedad es imprescindible para mejorar el día a día de las personas con TEA"

ROMPIENDO MITOS

El Trastorno del Espectro Autista es un trastorno de Neurodesarrollo que acompaña a la persona durante todo su ciclo vital, hecho que lo convierte en una condición muy amplia que no afecta a todas las personas de la misma forma, por lo que algunos de los mitos más extendidos acerca de las personas con TEA son sencillamente eso, mitos. Desde el equipo de TEA nos cuentan cómo hay mucha confusión sobre el concepto de autismo, así como en el funcionamiento de las personas con TEA. La gran variabilidad y heterogeneidad características del trastorno hacen confusa su conceptualización y comprensión del mismo. Ni todas ellas tienden a portarse mal siendo niños, ni otros muchos son personas cariñosas o padecen de trastornos de integración sensorial. Al igual que el resto de personas, cada uno tiene su personalidad y es diferente al otro. Así mismo el autismo no es una condición asociada únicamente a los niños, sino que hay personas con diagnóstico de TEA en la vida adulta. Otro falso mito sobre las personas con TEA es el hecho de pensar que no quieren tener amigos o relacionarse con otras personas.

Algo que para nada es así; sencillamente, las personas con TEA se relacionan de forma diferente y sienten una serie de necesidades a la hora de relacionarse con los demás diferentes a lo que podemos considerar más convencional. La imagen de la persona con TEA súper inteligente también está muy extendida entre la sociedad y tampoco es un rasgo común que caracterice a todas las personas con Trastorno del Espectro Autista, ni por el contrario la discapacidad intelectual. De esta forma podemos

encontrar personas con TEA por encima de la media a nivel intelectual, asi como personas con TEA con diagnóstico de discapacidad intelectual, y este hecho se transfiere a todos sus criterios diagnósticos y características tales como diferentes niveles de comunicación y lenguaje, conducta, preferencias, gustos e intereses. Y es que, tal y como recalcan desde TEA Talavera, 'todos somos neurodiversos'.

CÓMO AYUDAR A TEA TALAVERA Y A LAS PERSONAS CON TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA

Desde TEA Talavera hablan de que lo más importante para ayudar a la asociación es la colaboración y concienciación. Debemos tener en cuenta que las personas adultas con TEA forman parte de la sociedad y tienen el mismo derecho a disfrutar de todo lo que disfrutamos el resto. Por eso, en TEA Talavera recalcan la importancia de crear espacios seguros para las personas con TEA dentro de nuestro día a día: calles y entradas a establecimientos adaptadas, horas silenciosas en las ferias para que los niños con TEA puedan también disfrutar de las fiestas populares, un tramo de cabalgata de los Reyes Magos sin ruidos (cosa ya ha empezado a hacerse), colocar pictogramas en la cartelería para que sean más sencillos de identificar, pero sobre todo comprensión y conocimiento de esta condición por parte de la sociedad. En definitiva, la comprensión y colaboración para mejorar la calidad de vida de las personas con TEA dentro de lo que esté en la mano de cada uno es fundamental para hacer que estas personas puedan sentirse mejor y tener una mayor calidad de vida. Por supuesto, cualquier persona que quiera colaborar con TEA de forma económica para ayudarles a mejorar instalaciones o contribuir a algunos de sus servicios y programas, y pueden hacerlo poniéndose en contacto con ellos. Pero la colaboración personal y profesional se valora mucho desde TEA, por eso, están abiertos a estudiar proyectos de aquellos que puedan aportar algo a sus usuarios, por ejemplo, impartiendo algún taller, curso, jornada especial, y sobre todo espacios lúdico recreativos y de ocio en los que las personas con TEA puedan disfrutar en igualdad de condiciones al resto de la sociedad.

LA ILUSIÓN DE SER PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO 2024

Era la tercera vez que TEA Talavera presentaba su candidatura para ser Proyecto Empresarial Solidario de Fundación Futurart, un objetivo que se ha hecho realidad este 2024 y que supondrá un gran apoyo para ampliar y mejorar las instalaciones a las que acuden usuarios y familiares cada día. A finales de 2022, FEDETO cedió a la asociación un espacio de 500 m^2. Este espacio llevaba cerrado más de diez años, por lo que es necesario reformarlo y adecuarlo a los servicios que la entidad presta a las personas con TEA y sus familias, así como a la sociedad en general y a la discapacidad en particular.

Todo un reto que Fundación Futurart ayudará a conseguir gracias a la aportación que entregará a final de año a TEA Talavera con la que podrán cumplir los objetivos que la asociación se ha marcado, como adecuar y ampliar los espacios de intervención y asesoramiento, ampliar y mejorar los distintos espacios para favorecer la atención directa, asegurar la optimización de recursos y mejorar los sistemas de climatización para hacer de la entidad un lugar seguro, pero desde el enfoque de la eficiencia energética.

Esta visita a TEA Talavera por parte de José Luis Bodas, Presidente de Fundación Futurart, y de Juan Carlos Otero, Embajador de Fundación Futurart 2024, ha dado comienzo a las acciones solidarias, de colaboración y difusión en las que la Asociación y la Fundación continuarán trabajando durante todo el 2024 para conseguir los objetivos marcados y mejorar el bienestar, la calidad de vida y la forma de trabajo de todos aquellos que de una manera u otra forman parte de TEA Talavera. ¡Sigamos adelante! ■

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)

DESTILERÍAS J. BORRAJO, ESENCIA TALAVERANA

Destilerías J. Borrajo es una de esas empresas 100% talaveranas que todos reconocemos y que lleva el nombre de nuestra ciudad por todo el mundo. Una empresa con más de 80 años de experiencia que se ha ido adaptando a los nuevos tiempos y que hoy en día está a cargo de la tercera generación familiar. Su buen hacer y compromiso con la calidad de sus productos les han hecho ganarse el respeto del mercado en todo el mundo y conseguir diferentes reconocimientos que sitúan algunas de sus variedades en lo más alto.

Con motivo de los últimos premios conseguidos por Destilerías J. Borrajo y sus más de 80 años en el sector, hemos querido visitar la sede de Destilerías J. Borrajo situada en el número 10 de la calle Francisco Redondo de Talavera de la Reina para hacer un repaso por la historia de una de las empresas más longevas de Talavera, conocer su presente y mirar junto a ellos al prometedor futuro que conseguirán gracias a sus próximos proyectos.

Nos adentramos en el apasionante e inspirador mundo de las bebidas espirituosas de la mano de Carlos Borrajo Canelo, Director General de la compañía que ha sabido junto a sus hermanos (miembros también de la junta directiva), fusionar las técnicas modernas y tradicionales para conseguir mantener el legado de esta empresa familiar con un equilibrio perfecto entre vanguardia y tradición.

Hace más de 80 años que la empresa fue fundada y suponemos que la forma de dirigirla y gestionarla ha ido adaptándose, al igual que el resto de los departamentos y objetivos de la organización, a los nuevos tiempos. En la actualidad, ¿de qué forma se gestiona *Destilerías* J. Borrajo?

Nos caracterizamos por ser una empresa familiar y, en parte, creo que eso es lo que hace que funcionemos como un engranaje perfecto. Cada miembro del equipo directivo tiene delimitadas sus funciones y está centrado en ellas a diario, pero nunca perdemos de vista al otro y nos mantenemos en constante comunicación y al tanto de todo entre nosotros para aportar ideas y soluciones y prestarnos apoyo cuando es necesario. Por mi parte como Director General formo parte de la directiva de la empresa junto a mis dos hermanos. Mi hermana Ana se encarga de todo el área productiva como Directora de Producción, y mi hermano Luis ocupa el puesto de Director Comercial. Juntos formamos un gran equipo que, por supuesto, siempre está capitaneado por nuestro padre que continúa presente en el día a día de la empresa y nos traslada todo el conocimiento que tiene acerca del sector y, cómo no, de la empresa y que ha ido acumulando a lo largo de toda su carrera. Su apoyo es, sin duda, un gran valor para nosotros.

¿Qué productos destacan en vuestro catálogo?

Nuestra experiencia nos permite poder trabajar emblemáticos destilados, desde la variedad de tequilas ancestrales a otros más osados, además de rones, cachaza, licores, aguardientes tradicionales o pacharanes. No podemos olvidar tampoco los sabores más chispeantes y divertidos que llegan de la mano de nuestros siropes, purés, mixers para coctelería y bebidas sin alcohol.

Por supuesto, en todas ellas predomina el sabor de nuestro compromiso con la autenticidad, por ejemplo, en nuestras bebidas sin alcohol utilizamos el mayor porcentaje de fruta real para lograr sabores únicos y deliciosos que inviten a disfrutar de ellos a todos aquellos que no deseen consumir alcohol. En definitiva ofrecemos alternativas, esenciales y versátiles, imprescindibles en un sector ávido de nuevas experiencias y de nuevas creaciones.

Recientemente habéis recibido tres medallas en la 25º edición del Spirit Selection by Concours Mon-

"Con la pandemia aprendimos que lo impensable puede suceder"

gutiérrez
FERSOMATIC vending solutions
Dr. ROBERTO POZO MORENO APARATO DIGESTIVO
EVENTOS TALAVERA
ALBERTO JOSÉ MENCÍA
TOLDOS TALASOL

dial de Bruxelles, un evento en el que se dan cita marcas de todo el mundo con sus mejores productos. ¿Qué ha supuesto para vosotros destacar en tres categorías?
Recibir un premio al trabajo y la calidad de nuestros productos siempre supone una gran alegría y satisfacción para cualquier empresa. Nosotros confiamos al 100% en lo que hacemos y así se lo transmitimos cada día a nuestro equipo, pero es cierto que este tipo de reconocimientos ponen en valor el trabajo de todos los que dan cada día lo mejor de sí mismos para producir, en este caso, los mejores destilados.

Para los que no conocemos en profundidad en qué consiste el Spirit Selection by Concours Mondial de Bruxelles, ¿podrías contarnos cómo se eligen los premiados y qué significa haber conseguido estas tres medallas?
Se trata de un reconocimiento muy especial, ya que se basa, sobre todo, en la calidad del producto. Es un premio que se otorga tras realizar una cata a ciegas por 120 expertos de 30 nacionalidades donde se tienen en cuenta diferentes propiedades del producto como el sabor, la textura o los matices diferenciadores de cada bebida; sin que el jurado pueda verse influenciado por conocer o no la marca que está catando en ese momento. Esto hace que celebremos mucho más este premio al haberlo conseguido de forma totalmente "anónima", solo por la calidad y sabor de nuestros productos.

Antes ya nos has puesto en antecedentes del carácter familiar de Destilerías J. Borrajo. La actual directiva supone la tercera generación de la empresa... ¿Cómo ha sido la evolución de la misma?
Sin duda ha llovido mucho desde que mi abuelo, Julio Borrajo, fundó la empresa allá por 1942. Por aquel entonces, tenía en el mismo lugar donde vivía (en la plaza de la Iglesia del Salvador) una pequeñísima destilería donde producía brandy Tres Ánforas y Anís Talaverana, los dos productos por los que comenzó a hacerse conocido en la zona. Mi padre se incorporó a la empresa en 1963 y asentó las bases de lo que es hoy la empresa, tal y como la conocemos. Consiguió cambiar el concepto de la venta a granel a ofrecer los productos embotellados, y fue ahí donde comenzó el crecimiento de Destilerías J. Borrajo a nivel nacional. Ya en la década de los 90, mis hermanos y yo comenzamos a trabajar en la empresa, y con la tercera generación, el crecimiento continuó, además decidimos apostar por los productos de coctelería con la intención de adaptarnos a las nuevas formas de consumo y a las preferencias de los usuarios. Fuimos ampliando nuestra carta de productos hasta contar con 34 marcas y ni más ni menos que 235 referencias. Y así, paso a paso y con buena letra, hemos conseguido estar presentes a nivel nacional en todo el territorio y además tener presencia en 21 países por todo el mundo. Todo un orgullo.

Una evolución que también se habrá visto reflejada en la ampliación del capital humano. ¿Cuántos profesionales forman la plantilla?
Desde luego, desde que mi abuelo de forma independiente pusiera en marcha el proyecto hasta llegar a lo que somos hoy en día, han ido poco a poco incorporándose diversos profesionales hasta formar el equipo de 45 personas que somos en la actualidad.

¿Cómo se logra liderar un equipo de esta magnitud y cuáles son los pilares para mantener ese liderazgo?
El espíritu de equipo es fundamental. Si el equipo quiere avanzar, es mucho más fácil liderarlo. Para nosotros, lo más importante es que nuestros profesionales se encuentren identificados y orgullosos de los productos que producimos con el trabajo y la dedicación de todos. Nos consta que hay un gran sentimiento de pertenencia a la marca por parte de los trabajadores. Además, tratamos de reconocer el esfuerzo de cada uno de los miembros del equipo, ya que tenemos claro que la colaboración y el buen hacer de todos, independientemente del puesto que ocupen, es crucial para que sigamos cosechando éxitos y celebrándolos entre todos.

Afortunadamente, ya superamos la pandemia, pero vuestro sector fue uno de los más afectados por ella. ¿Qué supuso para vosotros?
Fueron unos meses de incertidumbre, pero también de mucho aprendizaje; el primero de todos ellos fue saber que lo impensable podía suceder, por lo que estar preparados para situaciones límite como esta puede marcar la diferencia entre

"Nuestra especialización nos permite destacar ganar reconocimiento en el mercado"

Fernández Peño · DIBE · MR Pavimentos · Cerama · Raíces · Carlunas

"Confiamos 100% en lo que hacemos y así se lo transmitimos cada día a nuestro equipo"

mantenerse a flote y no conseguir superarlo. La pandemia cambió completamente el mercado, hay que tener en cuenta que dependemos en un 70% de la hostelería, por lo que el cierre del ocio fue un gran obstáculo para nosotros. Así que tuvimos que diversificarnos, adaptarnos y ser flexibles para no solo superar la pandemia, sino también lo que vino tras ellas con la escasez de materias primas.

El vuestro puede que sea uno de los sectores más grandes y competitivos del panorama nacional e internacional, pero aun así seguís al pie de cañón desde 1942, tal y como nos has contado... ¿Cuál es el secreto para seguir creciendo y destacar frente a la feroz competencia y a las multinacionales gigantescas que parecen llevarse todos los gatos al agua?

La clave es la especialización, elegimos bien los productos en los que queremos trabajar y por los que queremos diferenciarnos, y nos centramos en segmentos específicos. Por eso, aunque nuestros competidores son significativamente más grandes, nuestra especialización nos permite destacar y ganar reconocimiento en el mercado.

¿Quiénes son vuestros principales clientes y cómo llega el consumidor final a encontrar vuestros productos?

El hecho de tener 34 marcas nos ayuda a poder dirigirnos a un público muy variado al que podemos ofrecer diferentes alternativas gracias a la especialización en nichos de mercado gracias a la especialización de la que hablábamos antes. Por eso, abarcamos desde los jóvenes que buscan sabores más refrescantes e innovadores hasta aquellos consumidores de más edad que se sienten cómodos con los sabores y licores de siempre. Llegamos a los consumidores por dos canales fundamentales que son la hostelería en un 70% y la alimentación a través de supermercados e hipermercados en un 30%.

Del mismo modo que hablábamos antes de la evolución del mercado, es de suponer que la forma de consumo también ha cambiado. ¿Han influido las nuevas tendencias en vuestra producción o modo de desarrollar vuestra actividad?

Indudablemente, adaptarse al mercado y a sus preferencias es la mejor forma de seguir adelante. De un tiempo a esta parte, hay una tendencia hacia sabores nuevos, productos premium, de innovación y con un menor grado alcohólico. La coctelería se ha vuelto más variada y ha ampliado su oferta, y ahí es donde entramos nosotros para llevar hasta las copas de los consumidores justo lo que están buscando.

Lleváis el nombre de Talavera por todo el mundo, ¿cuáles de vuestros productos os sitúan mejor en el mapa?

Nuestros productos más internacionales son las cremas con tequila Mex y los siropes para coctelería Sanz. Somos referentes tanto en el mercado nacional como fuera de nuestras fronteras. Para nosotros es una gran satisfacción que un producto de Talavera haya llegado tan lejos y ayude a que nuestra tierra se conozca mucho más en cualquier rincón del mundo.

Ahora que aún tenemos frescas todas esas metas que nos ponemos a principios de año, ¿Qué objetivos os planteáis en Destilerías J. Borrajo para los próximos meses?

Estamos enfocados en la consolidación de nuestras marcas a nivel internacional y en acercarnos de forma mucho más directa al cliente final a través de supermercados y, por supuesto, seguir apostando por la calidad y la innovación en cada una de nuestras variedades. Y a más largo plazo, de cara al 2026 habremos cambiado nuestra ubicación, siempre dentro de Talavera, para instalarnos en una nueva localización que nos permitirá triplicar nuestra capacidad productiva y ser mas eficientes , ese es nuestro proyecto más importante a largo plazo y que nos ayudará a crecer en todos los sentidos.

¿Por qué os gustaría brindar en J. Borrajo?

Me gustaría brindar por el hecho de que una empresa talaverana esté haciendo su camino en un sector tan complicado, no solo a nivel nacional, sino también internacionalmente. Estamos orgullosos de llevar un trocito de Talavera a diferentes partes del mundo siempre comprometidos con la calidad y buen hacer que nos caracteriza desde nuestros inicios en 1942. ¡No se me ocurre un mejor motivo para brindar! ■

AGRICOLA EL PRADO
fedeto CEOE CEPYME SOMOS EMPRESARIOS Talavera
Antonio Godoy montajeseléctricos
GARCÍA INDUSTRIAS DEL VIDRIO
Aquitas

Textos: **Equipo Fundación Futurart**

TRIAKONTA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

"LA MAGIA DE CONTAR LA REALIDAD"

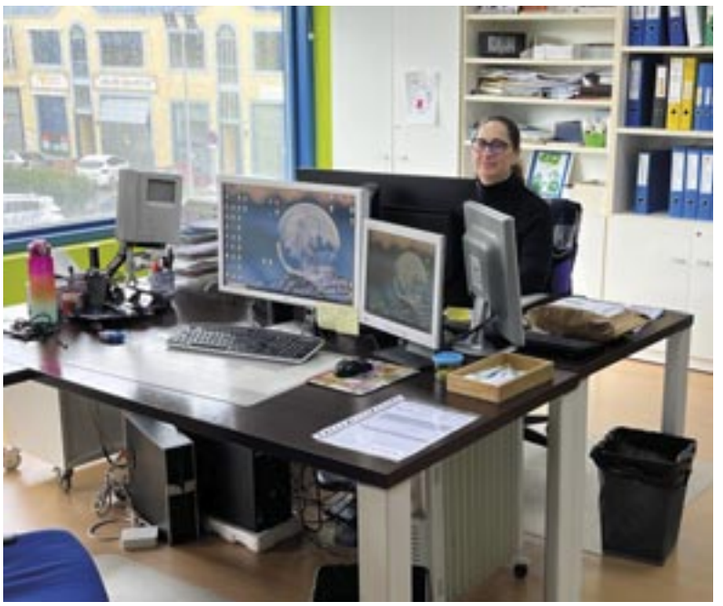
La riqueza y variedad empresarial de nuestra comarca son infinitas y, lejos de predominar un solo sector, a cada paso encontramos empresas dedicadas a diferentes actividades que amplían la oferta de Talavera y ponen a disposición de los usuarios todos los servicios que buscan. Triakonta es una de esas empresas que ofrece servicios muy concretos para empresas tanto de nuestra comarca como de fuera de ella. Una productora audiovisual con más de 20 años de experiencia, con esencia y raíces talaveranas, que ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos y se mantiene año tras año como una de las más sólidas de la zona.

Nos hemos acercado hasta la sede de Triakonta para conocer mejor cómo desarrollan su actividad en esta empresa familiar Miguel Martínez Camacho (Consejero Delegado), Rosa Martínez García (Gerente), Miguel Martínez García (Jefe Técnico) y el resto de su equipo. Un conjunto de profesionales con gran experiencia que trabaja cada día por conseguir las mejores historias y lanzarlas al mundo. ¡Esta es la suya!

UN PROYECTO 100% TALAVERANO

Miguel Martínez llevaba años trabajando en el sector audiovisual como reportero en Antena 3 TV, pero siempre tuvo claro que la gran ciudad no era para él. Y es que donde realmente se sentía cómodo y feliz era en Talavera. Por eso, en 1999 decidió trasladarse de nuevo a su ciudad natal y poner en marcha su propia productora audiovisual: Triakonta. Los contactos y buenas relaciones con el sector que Miguel había ido cosechando durante su etapa profesional en Madrid fueron fundamentales para que Triakonta empezase a rodar prestando servicios independientes a grandes cadenas como Telecinco, Antena3 o TVE. Pero fue con

"Los talaveranos somos grandes amantes de nuestra tierra, eso fue lo que me hizo volver para establecer aquí mi proyecto empresarial y de vida"



la llegada de Castilla La Mancha Televisión cuando Triakonta pudo empezar a trabajar de forma continuada con la cadena cubriendo noticias en toda la Comarca de Talavera, Ciudad Real...y centro de la región

"Trabajamos para instituciones y empresas que elaboran su propio contenido y por eso recurren a profesionales como nosotros, para garantizar que todo saldrá bien"

EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

El sector audiovisual es uno de los que más ha evolucionado, sobre todo durante la época en la que Triakonta lleva operando. Por eso, si de algo está orgulloso Miguel y el resto de su equipo, es de haber sabido adaptarse a los tiempos y a la demanda de los clientes. De este modo, cuando observaron que la retransmisión de noticias y el trabajo de los reporteros comenzaba a ser algo relativamente "masificado", no dudaron en buscar nuevas alternativas para seguir adelante con su actividad y se centraron en la utilización de unidades móviles para cubrir eventos sociales, deportivos, empresariales, siempre sin perder de vista su colaboración con las televisiones. Así comenzaron a cubrir partidos de fútbol, jornadas de elecciones, la Semana Santa de determinadas ciudades...

Pero no solo eso, internet lo ha cambiado todo en este sector y también Triakonta ha sabido adaptarse a las tendencias que las nuevas tecnologías y las redes sociales han traído consigo. Miguel nos cuenta cómo a menudo cubren eventos de diferentes empresas, centros de formación y universidades que, aunque no se emitan en televisión, tienen una gran demanda en la red y necesitan la misma calidad y medios técnicos que una retrasmisión para una gran cadena. Por eso, según comenta Miguel, el auge de las redes sociales y de los diferentes creadores de contenido o el "intrusismo" generado a causa de la facilidad con al que todos podemos tener a nuestro alcance material para generar o publicar material audiovisual, lejos de perjudicarles, les ha beneficiado y es que "hay que diferenciar dos cosas: la calidad técnica y la profesional. En la calidad técnica, hoy cualquiera tiene un medio que técnicamente es muy profesional, da una calidad extraordinaria, una emisión con 4K... Pero debemos tener en cuenta que no todo el mundo sirve para generar contenido ni mucho menos contenido de calidad. Es preocupante que cada persona desde su casa puede convertirse en un centro de emisión sin vigilar a través de las redes. Por eso, a nosotros nos diferencia trabajar con empresas que cuidan su contenido y ofrecen calidad en cada una de las piezas que les ayudamos a realizar".

ADAPTARSE AL ESPECTADOR

Aunque ellos no son quienes generan el contenido como tal, su amplia experiencia les permite orientar a sus clientes sobre el tipo de video que podría tener más éxito. Y para ello, si algo tienen claro es que debe ser breve. Hay que tener en cuenta que un usuario recibe a diario una amplia oferta de contenido para visualizar en su móvil y crear videos dinámicos y con ritmo que comuniquen la esencia de la marca en no más de 3 minutos es fundamental. Por eso, es imprescindible lanzar mensajes claros y directos y conocer muy bien al tipo de público al que vamos a dirigirnos. Miguel recalca que este punto es clave para aumentar el alcance de las piezas que crean y conseguir los objetivos que se plantean las empresas e instituciones que se ponen en sus manos para realizar su contenido audiovisual.

DOS GRANDES LÍNEAS DE NEGOCIO

Pero si hay algo por lo que se diferencia Triakonta es por su enfoque dual en el ámbito mediático. Con una sección dedicada a la actualidad y noticias, el equipo de reporteros de Triakonta cubre eventos diversos, desde festividades hasta declaraciones políticas, entregando contenido editado a las cadenas televisivas. La otra faceta de Triakonta se centra en colaborar con clientes que buscan destacar sus eventos. Proporcionando soluciones audiovisuales integrales, la empresa se convierte en el aliado perfecto para la producción y transmisión en vivo de eventos re-

"Realizamos piezas de actualidad y cubrimos eventos de instituciones o empresas que desean comunicar su actividad a los medios"

coficam Luzsola NEOLEY sixsa CONTROL DE PLAGAS COCEMFE

levantes, facilitando a las televisiones la optimización y difusión de sus contenidos.

DE TALAVERA PARA EL MUNDO

A pesar de que la sede de Triakonta se encuentra en Talavera, lo cierto es que la mayoría de los clientes de la productora se encuentra fuera de ella. Por eso, los 28 profesionales que conforman la plantilla de la empresa trabajan viajando de un lugar para cubrir las necesidades de los clientes e instituciones a los que prestan sus servicios. El coste económico y el desgaste físico que en algunos casos puede suponer el hecho de trasladarse para realizar los trabajos de Triakonta queda recompensado por la tranquilidad de tener a todo el equipo centralizado en Talavera y, sobre todo, "la calidad de vida que hay en nuestra ciudad respecto a una gran capital como puede ser Madrid", afirma Miguel mientras en su rostro se refleja la satisfacción de poder contar con un gran equipo que se siente orgulloso de trabajar en Triakonta y de ver reconocido su trabajo tanto en nuestra ciudad como en el resto de España. Y es que nada puede superar la sensación de haber conseguido desarrollar una carrera profesional tan exitosa como la que han alcanzado los profesionales de Triakonta dentro de su tierra natal. ¡Enhorabuena! ■

Textos: **Equipo Fundación Futurart**

CALPAMA CONSTRUCCIONES, PIONEROS EN CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE Y EFICIENTE

Hace casi 20 años que Calpama Construcciones, una de las empresas más sólidas del sector en nuestra zona, vio la luz para dar soluciones a todos aquellos que buscasen hacer realidad sus sueños de tener un hogar adaptado a sus necesidades y acorde a lo que buscaban. Tras dos décadas de trayectoria, el equipo de Calpama Construcciones ha presenciado la evolución del sector, con sus momentos más y menos reseñables, y ha sabido ir aprendiendo de cada una de las etapas vividas y adaptándose a todas ellas para no solo mantenerse en el sector, sino también para seguir creciendo y alcanzando nuevos retos.

Hemos hablado con Abraham Oliva, gerente de Calpama Construcciones, sobre el punto en el que está la empresa en estos momentos y el camino que va a tomar durante este nuevo año para seguir cosechando éxitos y construyendo los sueños de aquellos que ponen en sus manos no solo sus proyectos, sino también sus ilusiones.

UNA GRAN TRAYECTORIA

Calpama Construcciones fue concebida en 2005 como constructora y promotora. Ya durante sus primeros años de actividad, la empresa fue afianzándose y convirtiéndose en una de las mejor valoradas de la zona centro. La evolución del sector y la crisis de 2008 hicieron que Calpama Construcciones se centrase en la construcción de viviendas y reformas integrales para terceros, dejando a un lado su faceta de promotores. Una decisión que, lejos de debilitarles, consiguió que se pudieran especializar aún más en la otra rama, haciendo que a día de hoy Calpama Construcciones sea referente de calidad, compromiso y profesionalidad en la construcción de obra nueva para terceros y en las reformas integrales para dar a cada vivienda ese toque único que todos buscamos a la hora de construir nuestro hogar.

CONSTRUYENDO TRANQUILIDAD

Tomar la decisión de comenzar a construir una vivienda o hacer una reforma integral suele llenar de dudas y preocupaciones a quienes se embarcan en esta aventura. Los plazos de entrega, la elección de materiales o los cambios en el presupuesto son algunos de los aspectos que más incertidumbre suelen causar. En Calpama Construcciones son conscientes de ello y por eso trabajan de forma meticulosa y comprometida para que

Ayuntamiento de Mejorada
BEEP
Mahou
MARTINEZ BODAS
correduría SALINAS

ninguno de estos puntos sea un problema a la hora de comenzar el proyecto de nuestras vidas. "Realizamos proyectos llave en mano; es decir, nos encargamos de todo lo que tiene que ver con la construcción de una vivienda para hacerla habitable. Llevamos a cabo todas las instalaciones necesarias de la mano de los diferentes especialistas que conforman nuestro equipo. Además, cumplimos con los plazos de entrega y garantizamos un presupuesto cerrado para que no haya sorpresas sobre la marcha a nuestros clientes. Si hay algo de lo que estamos orgullosos es de poder decir alto y claro que cumplimos nuestros objetivos en cada proyecto y, con ellos, los de quienes confían en nosotros".

"Cumplimos con los plazos de entrega y garantizamos un presupuesto cerrado para que no haya sorpresas"

LA EFICIENCIA COMO SEÑA DE IDENTIDAD

Construir casas eficientes y sostenibles energéticamente es beneficioso tanto para quienes las habitan como para el entorno. Por eso, desde Calpama Construcciones orientan a todos sus clientes para elegir la opción de vivienda más eficiente para ellos. Una inversión que, aunque en primera instancia pueda parecer algo más elevada que una casa convencional, lo cierto es que se recupera a medio plazo mediante el ahorro energético. Para conseguir estos objetivos, Calpama Construcciones se ha especializado en construcciones con certificado Certificación Passivhaus, un estándar internacional para edificios de alta eficiencia energética. Según nos cuenta el propio Abraham: "Una construcción certificada Passivhaus debe cumplir con un conjunto de requisitos rigurosos en cuanto a su consumo de energía para calefacción y enfriamiento, así como su rendimiento térmico y nivel de confort interno. De hecho, la certificación Passivhaus garantiza que la construcción está diseñada para ahorrar hasta un 70% de las necesidades de calefacción y refrigeración. Afortunadamente, cada vez son más los clientes que solicitan este tipo de construcción y aquellos que no lo hacen, suelen terminar por convencerse cuando les explicamos los beneficios de una vivienda eficiente. ¿Quién no querría aumentar el ahorro energético de su hogar?".

Pero no solo eso, en Calpama Construcciones ya se han estado formando para ir un poco más allá en este sentido y comenzar a aplicar en sus proyectos la Sismo Building Technology, o lo que es lo mismo: un sistema de construcción industrializada innovador, pionero en España, que se dedica a la fabricación de paneles de construcción personalizados y de alta calidad para viviendas unifamiliares, bloques de apartamentos y edificios de todo tipo. Constituye una solución estructural completa que ofrece, además, una envolvente perfecta, lo que permite su utilización como sistema de aislamiento térmico y acústico, dotando a las viviendas

CYME
AGRICOLA GARVIN, S.L.
roberto cristobal
iPhysio
MAIS INFORMÁTICA

de una alta certificación energética. Calpama Construcciones ha sido la primera empresa del sector en su zona en certificarse en Sismo, lo que le otorga la exclusividad a la hora de poder ofrecer esta tecnología a sus clientes. Abraham ha sido el primer miembro del equipo en certificarse, y ya está preparado para compartir sus conocimientos Sismo con el resto de los trabajadores de Calpama Construcciones para ofrecer esta alternativa a sus clientes durante este 2024. Una muestra más de cómo Calpama Construcciones sigue trabajando día a día para mantenerse a la última y poder así cumplir las expectativas de todos aquellos que se ponen en sus manos para iniciar la construcción de su nueva casa.

ESPECIALISTAS EN MARCAR LA DIFERENCIA

Muchos de los proyectos que llevan a cabo desde Calpama Construcciones llevan consigo la instalación de piscinas, y es que siempre que el espacio lo permita, tener una piscina para disfrutar del buen tiempo en casa y sin preocupaciones es una buena opción. Por eso, en Calpama Construcciones se han especializado en la construcción de piscinas de esas que marcan la diferencia, como pueden ser las infinity pools, desbordantes... Además, todas ellas suelen llevar un sistema de mantenimiento casi autónomo para que siempre estén en perfecto estado. Una vez más, apostando por la tecnología y la eficiencia.

Y es que los más de 20 años en el sector, los 14 profesionales que forman el equipo de Calpama Construcciones más todos aquellos que trabajan en cada proyecto (aproximadamente unos 30), unidos a la ilusión por seguir cumpliendo los sueños de todos aquellos que confían en ellos, es la mejor de las combinaciones para seguir creciendo en un sector en el que solo logran mantenerse los mejores. Por eso, a día de hoy y tras conocer su historia, logros y planes de futuro, podemos decir orgullosos que Calpama Construcciones es una de esas empresas que no solo ha creado una que es sinónimo de calidad, sino que también ha demostrado su capacidad para adaptarse y crecer en un mercado desafiante, trabajando y defendiendo por encima de todo las ilusiones y expectativas de todos esos clientes que se ponen en sus manos con la esperanza de hacer realidad lo que sin duda será el proyecto de sus vidas. ¿Hay algo más inspirador? ■

El mejor escaparate para tu empresa
Contrata tu publicidad con nosotros
Otra forma de ser solidario
FUNDACION Futurart
PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
www.fundacionfuturart.es
C/ Victoria Kent, 20 P.I. La Floresta - 45600 Talavera de la Reina (TO)
Tel. 925 812 250 - email: correo@fundacionfuturart.es - www.fundacionfuturart.es
FUNDACIÓNFUTURART

COMENTARIOS A LA SENTENCIA DEL TRIBUNAL SUPREMO DE 14/10/2022 EN RELACIÓN A LOS OBLIGADOS SOLIDARIOS O SUBSIDIARIOS AL PAGO DE UNA DEUDA TRIBUTARIA

La importante Sentencia del Tribunal Supremo de 14/10/2022 dictada en el recurso de casación nº 6321/2020 ha venido a determinar, cambiando la doctrina mantenida hasta ahora por el Tribunal Económico Administrativo Central (TEAC), que **el plazo de 4 años de prescripción del derecho a declarar la responsabilidad solidaria** del artículo 42.2.a) de la LGT **no se interrumpe por las actuaciones de cobro realizadas frente al deudor principal u otros obligados ya declarados**.

Recientemente hemos aplicado la nueva doctrina del Alto Tribunal a un procedimiento que hemos tramitado ante el Tribunal Económico Administrativo Regional (TEAC) de CLM donde se perseguía al obligado tributario solidario por deudas de un deudor principal.

El TEAR, aplicando la doctrina que ya viene aplicando el TEAC en virtud de la Sentencia del TS a la que hacemos referencia, establece que el plazo de prescripción del derecho a declarar la responsabilidad solidaria de otros obligados solidarios frente a los que aún no se hubiere dirigido NO SE INTERRUMPE POR LAS OBLIGACIONES DE COBRO EFECTUADAS FRENTE AL DEUDOR PRINCIPAL U OTROS OBLIGADOS YA DECLARADOS.

Dicho en román paladino: La Administración Tributaria si quiere reclamar a otros obligados que no sean el deudor principal tiene que iniciar los trámites frente a esos otros posibles o potenciales deudores solidarios **dentro del plazo de 4 años desde el nacimiento de su responsabilidad**, sin que las actuaciones dirigidas contra el "principal" interrumpan ese plazo frente al deudor supuestamente solidario.

Hasta la fecha el TEAC determinaba que cualquier actuación dirigida frente al obligado principal "perjudicaba" a los obligados solidarios ya que se entendía dirigida la reclamación frente a ellos. Ahora esta tesis ha sido superada. Si en 4 años desde el nacimiento de la obligación del obligado solidario la Agencia Tributaria no ha dirigido una reclamación contra él, habrá prescrito el derecho de la Administración a exigirle el pago y ello con independencia de las actuaciones dirigidas frente al deudor principal u otros obligados ya declarados.

En "ENCLAVE, ABOGADOS Y ECONOMISTAS" asesoramos a las Empresas y Autónomos en materia tributaria. ■

Talavera higiene
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.

Diversey · Euromanox · hygolet · GC · cisne · Gerdisa · vileda · Sanicen · Garcia de Pou · nupik · Jofel · CH Química · Kimicar

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

Tel.: 925 81 90 31

Textos: **Equipo Fundación Futurart**

PALOMA GUTIÉRREZ

"PODER CONECTAR PERSONAS Y AYUDARLES A COMUNICARSE ES LA MAYOR DE LAS SATISFACCIONES"

Paloma Gutiérrez es una de esas profesionales a las que se le ilumina la cara al hablar de su profesión, y es que esta logopeda especialista en comunicación, con más de 20 años de experiencia en su sector, ha ido creciendo a medida que lo hacía su carrera. Un recorrido que la ha llevado hasta dónde está hoy y a lanzar el Método Logobrain: un sistema de Entrenamiento Fonético Intensivo que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida y la forma de comunicarse de todos aquellos que por unos motivos u otros tengan dificultades para hacerlo o quieran perfeccionar su forma de relacionarse con el mundo.

LOS ORÍGENES DEL MÉTODO

Aunque técnicamente Logobrain como marca comercial vio la luz hace un año y medio, lo cierto es que se trata de un método creado hace más de quince años y testado y perfeccionado en la consulta de Paloma a lo largo de su carrera.

Nuestra protagonista comenzó a trabajar en él casi por necesidad, ya que a la hora de tratar a sus pacientes se dio cuenta de que ella y el resto de sus colegas logopedas no contaban con todo el material necesario para ayudarles en su proceso. Además, observando la evolución de aquellos pacientes con los que trabajaba, descubrió cuál era la forma en la que ellos aprendían de manera más rápida y a qué aspectos prestaban atención de manera más centralizada. Por eso, se puso manos a la obra y comenzó a crear una serie de tarjetas que pudieran ayudar a sus pacientes en su proceso de terapia.

EL GRAN LANZAMIENTO

Y así nace el Método Logobrain, poco a poco, paso a paso y sin prisa. Casi como una sesión de terapia en la que hay que ir aprendiendo cada día y superando distintos retos.

Tras 15 años ayudando a sus pacientes con su propio método, Paloma recibió el empujoncito que necesitaba para llevarlo por todas partes y ponerlo al alcance de todos aquellos interesados en sacarle el máximo partido: ya sean profesionales, padres, educadores, pacientes con diferentes diagnósticos, personas que deseen perfeccionar la dicción en su propio idioma o en el que estén aprendiendo...

Ese impulso que Paloma buscaba vino de la mano de Luis, su hijo, que decidió cambiar el rumbo de su carrera profesional y apostar por el proyecto de su madre. De esta forma, mano a mano, han ido desarrollando el método para hacerlo accesible a todos, creando la imagen de marca, la página web, presentándolo a diferentes instituciones... E incluso lanzando al ciberespacio una App que permite acceder a este sistema de Entrenamiento Fonético Intensivo desde cualquier lugar para no perder ninguna sesión. Así que, podríamos decir que tenemos ante nosotros a la fundadora de una Starup con más de 20 años de experiencia, algo inusual pero que muchos valoran según nos cuenta Paloma *"La verdad es que muchos nos comentan que llama la atención el hecho de que un producto que parece recién creado a nivel corporativo tenga tantos años de experiencia y garantías detrás. Pero también eso es lo que nos hace diferentes. Logobrain ha sido probado durante años con los pacientes a los que he ido tratando y ha funcionado. Las garantías que estas experiencias aportan al método son nuestro gran valor".*

Observando la evolución de aquellos pacientes con los que trabajaba, descubrió cuál era la forma en la que ellos aprendían de manera más rápida.

UN MÉTODO PARA TODOS

Al pensar en los pacientes de un logopeda, por lo general, todos visualizamos a niños, pero lo cierto es que el Método Logobrain es para todo el mundo. Pero... ¿Cómo podemos saber si nuestros peques o nosotros mismos lo necesitamos y en qué grado? Pues bien, Paloma también ha pensado en eso, por esta razón su método tiene una parte que permite hacer una evaluación de quién vaya a utilizarla para saber en qué punto se encuentra y desde dónde debe partir. Algo que pone mucho más fácil la forma de trabajar con el Método.

PLANES DE FUTURO

Una vez que el Método Logobrain y su correspondiente App han visto la luz, ha llegado el momento de hacerlo llegar a todos los rincones. De hecho, ya se está usando en algunos centros, colegios, hospitales y universidades donde puede ser útil.

Paloma quiere ir un poco más allá y poder ampliar su ámbito de actuación a todos los países de habla hispana. Lo bueno del Método Logobrain es que puede ponerse en práctica desde cualquier lugar gracias a lo manejable que es el material que lo conforma y ahora más aún con la aplicación.

Pero de nada sirve adquirir los materiales para desarrollar el método si se desconoce cómo usarlo, por eso según nos cuenta ella misma *"estamos a punto de lanzar cursos de formación para saber poner en marcha el Método y obtener los mejores resultados. Algunos usuarios lo adquieren con la mejor intención, pero no consiguen los objetivos marcados por no seguir la metodología y para nada queremos eso. Mi objetivo es que Logobrain ayude a más personas a comunicarse y a superar sus límites. Por eso es importante que profesionales y no profe-*

MORALES SUMINISTROS · Gonzalo Cerrajero 24 horas · Talavera Higiene · Ayuntamiento Calera y Chozas · Contrapunto

sionales aprendan a utilizarlo correctamente. Nuestro Método trabaja de manera integral, guiando en todo el proceso y creando sinergias entre todos los actores del mismo".

MUCHO MÁS QUE UN MÉTODO

Como comentábamos, Logobrain es un proyecto gestado y fortalecido durante años. Años en los que Paloma ha ayudado a muchos de sus pacientes a mejorar y a comunicarse. Y es que para ella no hay mayor satisfacción que *"terminar el día sabiendo que he podido acompañar en el camino a personas que parecía que no iban a poner comunicarse nunca o recibir de forma espontánea videos de padres o familiares emocionados mostrando el antes y el después de sus seres queridos tras trabajar con el método".*

La historia de Paloma es la de muchos profesionales que además de desarrollar su trabajo de forma impecable, se esfuerzan por hacer del mundo un lugar un poco mejor en el que todos tengamos la oportunidad de ser felices. Y eso siempre es motivo para poner en valor un proyecto.

Desde Fundación Futurart seguiremos de cerca los pasos del Método Logobrain y de Paloma para descubrir cómo va conquistando y cosechando éxitos. ■

"Mi objetivo es que Logobrain ayude a más personas a comunicarse y a superar sus límites"

"Logobrain ha sido probado durante años con los pacientes a los que he ido tratando y ha funcionado. Las garantías que estas experiencias aportan al método son nuestro gran valor"

dirgentium DIRECCIÓN FINANCIERA PARA EMPRESAS
Carnicería LA PAZ
IENERPRO
calpama
DISANFRIO
ROMO

Textos: **Tomás Arriero**

LA REALIDAD AUMENTADA, EXPERIMENTAR EL PRODUCTO ANTES DE COMPRARLO

¿Qué te parecería si tus potenciales clientes pudieran probar tu producto antes de comprarlo, desde el sofá de su casa y con su propio teléfono móvil? Ver qué tal les quedaría una televisión nueva en el salón, cómo les sentaría un sombrero Panamá, el placer de conducir un deportivo o sentir el ambiente de una discoteca de moda.

La **realidad aumentada es una tecnología que permite superponer elementos virtuales en el mundo real**, lo que puede ser muy útil para las empresas locales, pues consigue involucrar al cliente en una experiencia publicitaria inmersivas y participativa. El consumidor será capaz de "probar" productos virtualmente o experimentar escenarios en primera persona.

La publicidad aumentada suele ir muy de la mano del big data y de la predicción del comportamiento, para ofrecer una publicidad más efectiva, personalizada y relevante para el público.

Uno de los principales problemas de este tipo de publicidad es que puede llegar a ser costosa y complicada de elaborar; pero, un simple catálogo digital interactivo puede ser un ejemplo de este tipo de experiencias, más accesible para cualquier empresa. Además, existen un buen número de herramientas digitales que pueden ayudarnos a crear estas experiencias, desde crear imágenes interactivas para catálogos, campañas de marketing o desarrollo de imágenes publicitarias

Te muestro algunas de **las ventajas más relevantes que conseguiremos con una campaña de publicidad aumentada:**

- Mejorar la comunicación entre la empresa y el consumidor, con campañas publicitarias inmersivas, donde los consumidores pueden "probar" productos virtualmente.
- Generación de un vínculo emocional basado en la experiencia ofrecida al cliente.
- Creación de una publicidad nueva que destaca sobre la competencia.
- Mensajes publicitarios personalizados y más atractivos.
- Mejora de la tasa de conversión.
- Ampliación de la cantidad de productos disponibles.
- Fidelización del cliente a través de una experiencia satisfactoria.
- Diferenciación de la competencia.

Como inconvenientes, destacaría el coste de desarrollar algunos proyectos o dispositivos basados en la tecnología de realidad aumentada, las propias dificultades técnicas de un entorno digital sofisticado y algunos problemas físicos por el uso prolongado de esta tecnología, como la fatiga visual, cansancio y desorientación.

Aunque la publicidad aumentada se ha utilizado principalmente en medios digitales**, también es posible crear publicidad aumentada en medios tradicionales** como radio, televisión o publicidad exterior. Para ello se utilizan las fortalezas de cada uno de ellos para realizar una publicidad inmersiva: Sonidos que te trasladen a un lugar paradisiaco, como las olas del mar y las gaviotas; imágenes desde la mirada de una persona que conduce un deportivo a toda velocidad; elementos del mobiliario urbano que simulan diferentes productos de consumo...

Algunos **ejemplos de este tipo de publicidad** que podríamos utilizar son:

- Catálogos interactivos que cobran vida con modelos en 3D, videos explicativos o enlaces interactivos.
- Probadores virtuales.
- Publicidad impresa interactiva: Por ejemplo, al escanear un anuncio se puede acceder a enlaces web o interactuar con elementos virtuales.
- Etiquetas de productos mejoradas, que permiten a los consumidores obtener información adicional, tutoriales de uso o contenido exclusivo.
- Eventos y activaciones de marca.
- Juegos publicitarios interactivos que combinan elementos del mundo real y virtual.
- Plataformas digitales que emplean filtros para que los usuarios prueben productos, experimentar con efectos especiales o interactuar de manera divertida con la marca.

Veamos, ahora, como algunas **marcas han utilizado la realidad aumentada para su publicidad**:

- Lego mostró a sus clientes el interior del embalaje de sus productos en el punto de venta.
- Shiseido y L'Oreal lanzaron pruebas virtuales de maquillaje. Permitieron a los consumidores probar nuevos productos cosméticos sin necesidad de aplicarlos directamente sobre el rostro.
- Burger King creó una experiencia en la que los consumidores podían quemar anuncios de la competencia.
- Audi hizo que los consumidores probaran sus coches virtualmente.
- IKEA permite a los usuarios visualizar cómo se verían los muebles en sus propios hogares antes de comprarlos.
- Coca-Cola Zero permitió a los pasajeros del metro de Estocolmo que interactuaran con contenido digital, como personajes virtuales que jugaban con las botellas de Coca-Cola Zero.
- Converse lanzó una campaña en Facebook que permitía a los usuarios probar virtualmente diferentes modelos de zapatillas.

Ten en cuenta que, como con cualquier campaña publicitaria, el éxito de la publicidad aumentada debe medirse. Para ello podemos tener en cuenta la participación del usuario, el aumento de las ventas o el impacto en la percepción de la marca. ■

"CONVERSACIONES CRUCIALES"

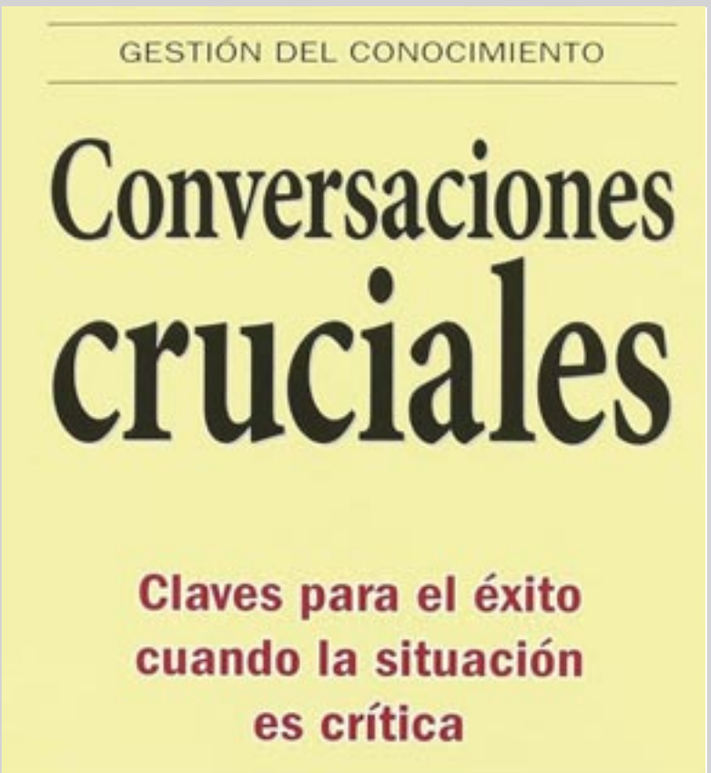
de Kerry Patterson y Joseph Grenny

Nuevas claves para gestionar con éxito situaciones críticas

Es una guía esencial para todos aquellos que buscan mejorar sus habilidades comunicativas en momentos críticos de la vida. En este libro, los autores nos brindan valiosas herramientas para enfrentar esas conversaciones difíciles que pueden definir el rumbo de nuestras relaciones y metas. Nos enseñan cómo expresar nuestros pensamientos de manera clara y convincente, permitiéndonos acercarnos a nuestros objetivos sin alejarnos de las personas que nos rodean.

El libro destaca la importancia de conversaciones críticas y cómo gestionarlas de manera efectiva puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso en nuestras relaciones personales y profesionales. Además, nos proporciona estrategias prácticas para abordar conflictos, superar malentendidos y construir puentes de comunicación que fortalezcan nuestras conexiones con los demás.

En resumen, "Conversaciones Cruciales" se presenta como una guía completa que no solo nos ayuda a enfrentar situaciones difíciles de manera eficiente, sino que también nos prepara para el mundo digital y la comunicación institucional. Con su enfoque actualizado y sus ejemplos contemporáneos, se convierte en una lectura imprescindible para aquellos que buscan mejorar sus habilidades comunicativas en todos los aspectos de la vida. ■



Textos: **Equipo Fundación Futurart**

GALA FUNDACIÓN FUTURART 2023

Un año entero trabajando por nuestro Proyecto Empresarial Solidario en beneficio de Ataem, meses organizando un evento que ya se ha convertido en un clásico del calendario de aquellos empresarios talaveranos más solidarios y, por fin, llegó el día. ¡Nuestra XIX Gala Benéfica estaba a punto de arrancar!

Nervios, concentración, emoción... La mezcla de sentimientos que aquellos que forman parte de una forma u otra de Fundación Futurart experimentan durante el desarrollo de la gala es difícil de explicar.

Los asistentes iban llegando al pabellón del Talavera Ferial, reencuentros, apretones de manos y la satisfacción de saber que todos estábamos reunidos por una buena causa se palpaba en cada rincón del lugar elegido para llevar a cabo el evento.

Una vez que estábamos todos, dimos comienzo a los actos de reconocimiento y entrega de premios que, como es habitual, se celebran en nuestras galas benéficas anuales y que siempre dan un pellizquito al corazón de aquellos que son mencionados durante estos momentos.

10 AÑOS DE SOLIDARIDAD

Reconocer y agradecer el compromiso de aquellas empresas que llevan colaborando con Fundación Futurart toda una década es algo que nunca podemos dejar de hacer. Y es que gracias a todas esas Empresas Solidarias, la Fundación continúa teniendo sentido y ayudando a aquellos que lo necesitan.

Por eso, este año agradecimos sus 10 años de solidaridad a Dibe Hispania, S.L., Global de Electricidad e Instalaciones S.L., Grovik 2001S,L., Informática MAIS S.L., Montajes Eléctricos Antonio Godoy S.L., Solución Financiera Glomar (ahora Dirgentium), Clínica Dental Creta, Cualtis S.L., Inversiones Calpama, S.L., y Centro Dental Ocampo. Diez empresas muy distintas entre sí, pero unidas por el objetivo común de llevar a cabo su Responsabilidad Social Corporativa de la mano de Fundación Futurart, aportando así su granito de arena a quienes necesitan ayuda dentro de Talavera y su Comarca.

Otras empresas a las que esperamos dentro de 10 años homenajear son aquellas a las que este año hemos dado la bienvenida como nuevos asociados de Fundación Futurart: Hospital el Parque Marazuela, Federópticos Talavera e Ienerpro.

Y LOS FUTURITOS DE HONOR SON PARA...

La entrega de Futuritos es otro clásico de nuestra gala y un momento emotivo por la sorpresa y agradecimiento de quienes los reciben. Talavera Higiene fue elegida como Empresa Solidaria gracias a su compromiso con la Fundación y las acciones sociales que lleva a cabo a lo largo del año.

El Futurito de Honor que simboliza quién será el Embajador de la Fundación durante el 2024, fue a parar para Juan Carlos Otero. Un empresario talaverano de sobra conocido por todos que siempre que puede arrima el hombro con su empresa o de forma personal contribuyendo a las causas que más lo necesitan.

¡Enhorabuena a los dos!

APORTACIÓN SOLIDARIA Y PRÓXIMO PROYECTO

Pero sin duda uno de los mayores alicientes que tiene nuestra Gala Benéfica es la entrega del cheque solidario al Proyecto Empresarial Solidario del 2023 y conocer cuál será la asociación por la que trabajaremos en 2024.

José Luis Bodas, Presidente de Fundación Futurart, y Juan Carlos Otero, estrenando su nuevo título de Embajador; fueron los encargados de entregar a ATAEM el cheque solidario por valor de 6.125€ que seguro será de gran ayuda para su Programa de

HG HERQUEDIS, S.A. marsamatic Ayuntamiento de VELADA fenienergía EMPRESA DELEGADA TALLERES MECÁNICOS Tasio Mencía

CELEBRANDO COMPROMISOS

Atención Integral. Un proyecto que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida y autonomía personal de los pacientes de esclerosis múltiple y otras enfermedades neurológicas similares a través de la rehabilitación física, cognitiva, psicológica y social, mejorando también así su estabilidad emocional, social y familiar y favoreciendo su plena integración en la comunidad.

Tras este momento, llegó el de conocer quién sería nuestro Proyecto Empresarial Solidario de 2024. Fueron cuatro las asociaciones que postularon para conseguirlo y finalmente, mediante votación, los asociados de la Fundación decidieron que en 2024 trabajaríamos con TEA Talavera.

Una organización de naturaleza asociativa y sin ánimo de lucro, cuyo fin principal es conseguir que las personas con trastorno del espectro del autismo dispongan de los medios necesarios para su desarrollo integral. En concreto, durante este año estaremos recaudando fondos para la reforma de su nuevo local donde pretenden adecuar y ampliar los espacios de intervención y asesoramiento, ampliar y mejorar los distintos espacios para favorecer la atención directa, asegurar la optimización de recursos y mejorar los sistemas de climatización (ventilación, refrigeración, calefacción) para hacer de la entidad un lugar seguro, pero desde el enfoque de la eficiencia energética. Sin duda, una buena causa con la que los usuarios podrán disfrutar de forma más efectiva y cómoda de los beneficios que la asociación les reporta.

Pero no queremos pasar por alto los otros tres proyectos que presentaron sus candidaturas y que trabajan por causas igual de nobles que TEA. Por eso, como reconocimiento y para ayudar a difundir también su labor, compartimos sus nombres y los porcentajes de votos obtenidos para que no los perdamos de vista ni olvidemos nunca sus objetivos:

Danza y Diversidad Funcional - Ballet Diferentemente Iguales - 18 % de votos.

Avanzando Juntos- AFATA – 17 % votos

Proyecto Reforma Nuevo Local - TEA Talavera – 45 % votos

Servicio de Capacitación - Manos Artesanas -20 % votos

LA FIESTA DE LA SOLIDARIDAD

Tras la entrega de premios, cheque y reconocimientos, llegó el momento de celebrar el compromiso de todos con un delicioso cóctel, música en directo y unas copas solidarias con las que brindamos por un nuevo año de solidaridad y ayuda a nuestro Proyecto Empresarial Solidario y a aquellos que cada día confían en Fundación Futurart y en todas sus iniciativas para llegar un poquito más lejos.

Y es que ese es precisamente el objetivo de Fundación Futurart: apoyar a todas las empresas que lo deseen a desarrollar su responsabilidad social corporativa de una manera mucho más sencilla, localizándola en Talavera y su Comarca. Además, buscamos dar difusión a los proyectos que empresas y emprendedores lanzan cada año en nuestra zona, fortaleciendo el tejido empresarial al que todos pertenecemos y que ampliamos con cada movimiento. Por supuesto, también nos proponemos dar voz a todos aquellos proyectos solidarios y organizaciones que luchan por ayudar a diferentes causas y personas que lo necesitan.

Sigamos trabajando y colaborando juntos para hacer no solo de Talavera y su Comarca, sino también del mundo, un lugar en el que todos tengamos un espacio y podamos crecer al margen de nuestras circunstancias.

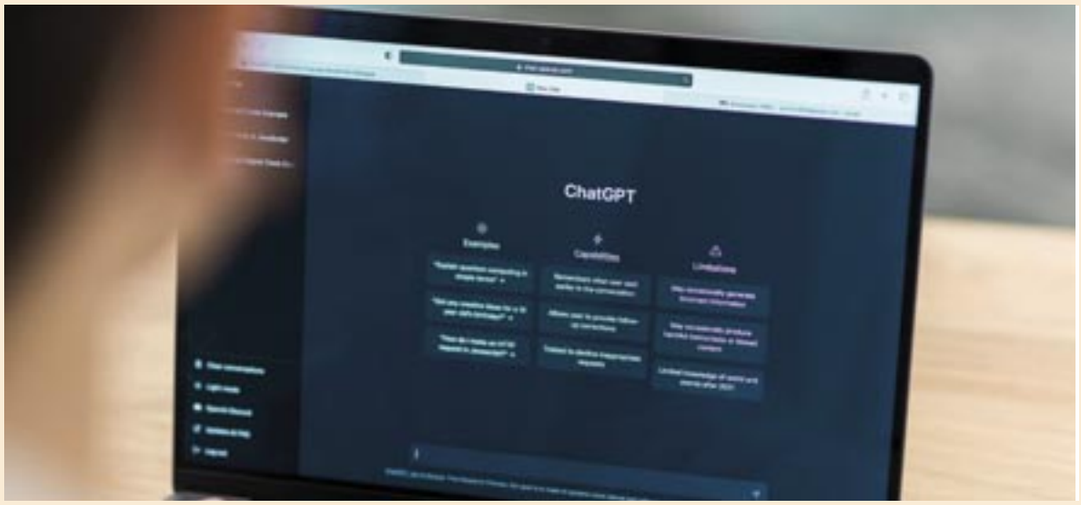
¡Gracias a todos por hacerlo posible! Nos vemos el año que viene. ■

VIFESA Casty MOGRUAS FORMACIÓN ENSEÑANZA Cualtis forplan

Textos: **Abraham Amor** (Consultor de Marketing Digital)

CHATGPT Y LA REVOLUCIÓN EN EL MARKETING DIGITAL: UNA NUEVA ERA DE COMUNICACIÓN Y CREATIVIDAD

El marketing digital está viviendo una revolución, cortesía de la inteligencia artificial (IA) y, específicamente, de una herramienta que está en boca de todos: ChatGPT de OpenAI. Este modelo de lenguaje basado en IA está redefiniendo las reglas del juego, brindando a los empresarios y especialistas en marketing herramientas poderosas para interactuar, innovar y personalizar como nunca antes. Vamos a sumergirnos en cómo ChatGPT está transformando el panorama del marketing digital.



¿QUÉ ES CHATGPT?

ChatGPT es un modelo de lenguaje generativo avanzado, una creación de OpenAI que utiliza aprendizaje profundo para entender y generar texto de manera natural y coherente. Lo que lo distingue es su capacidad para participar en conversaciones, responder preguntas, redactar textos y, en general, interactuar de manera casi humana. Esta capacidad lo convierte en una herramienta valiosa en diversas áreas, especialmente en el marketing digital.

LA TRANSFORMACIÓN DEL MARKETING DIGITAL CON CHATGPT

Interacción Personalizada a Gran Escala: ChatGPT permite a las empresas comunicarse con clientes de una manera altamente personalizada. Puede generar respuestas individuales a preguntas frecuentes, adaptar mensajes de marketing a los intereses del usuario y ofrecer una experiencia de cliente única.

Innovación en la Creación de Contenido: La creación de contenido es fundamental en el marketing digital. ChatGPT puede ayudar a generar ideas, redactar borradores o incluso producir contenido final para blogs, redes sociales y campañas de marketing, todo en un estilo que se adapte a la voz de la marca.

Optimización del Servicio al Cliente: Los chatbots impulsados por ChatGPT pueden proporcionar un servicio al cliente rápido y eficiente, respondiendo a las consultas de los clientes en tiempo real, lo que mejora la experiencia del usuario y libera a los empleados para tareas más complejas.

Análisis de Datos y Tendencias del Mercado: ChatGPT puede analizar grandes volúmenes de datos de clientes para obtener insights, identificar tendencias y personalizar las estrategias de marketing según las necesidades y comportamientos de los consumidores.

Email Marketing Mejorado: Mediante el uso de ChatGPT, las empresas pueden crear campañas de email marketing más efectivas y personalizadas, aumentando la tasa de apertura y de clics, y mejorando la conversión.

CASOS DE USO DE CHATGPT EN MARKETING DIGITAL

Asistentes Virtuales Mejorados: Integración de ChatGPT en asistentes virtuales para ofrecer respuestas más naturales y eficientes, mejorando la interacción con el cliente.

Generación Automatizada de Contenido: Uso de ChatGPT para crear contenido atractivo y relevante para blogs, redes sociales y plataformas de marketing de contenido.

Análisis de Sentimientos y Feedback de Clientes: Aplicación de ChatGPT para analizar comentarios y reseñas de clientes, proporcionando a las empresas una mejor comprensión de la percepción de la marca.

Soporte en Redes Sociales: Uso de ChatGPT para interactuar con los seguidores en redes sociales, respondiendo a sus consultas en tiempo real y manteniendo una presencia activa en línea.

DESAFÍOS Y CONSIDERACIONES ÉTICAS

Como con cualquier tecnología emergente, ChatGPT presenta desafíos. Uno de ellos es el potencial de generar respuestas basadas en datos sesgados. Además, está la preocupación de que la IA pueda reemplazar interacciones humanas genuinas, lo que requiere un uso ético y equilibrado de la herramienta.

ChatGPT está cambiando la forma en que las empresas se acercan al marketing digital. Ofrece una manera de mejorar la comunicación, la creatividad y la personalización, todo mientras se analizan los datos para tomar decisiones más informadas. A medida que la tecnología evoluciona, es probable que veamos aún más aplicaciones innovadoras, solidificando a ChatGPT como una herramienta indispensable en el arsenal del marketing digital moderno. ■

INTERNACIONAL DE COMERCIO Y DESTILERIAS J. BORRAJO
CLINICA KALOS MEDICINA ESTÉTICA
CRETA CENTRO DENTAL
muebles carrasco.

DURÁN FERRETERÍA MUESTRA SU "SOLIDARIDAD POR KILOS" POR NOVENO AÑO CONSECUTIVO

Un año más, y van nueve con el presente, la firma ferretera talaverana ha vuelto a ser solidaria con las familias de nuestra ciudad que más lo necesitan. A través de su tradicional acción "Solidaridad por kilos", Durán Ferretería ha traducido en 6.000 € de donación las compras de sus clientes durante el pasado mes de diciembre; así, han sido cuatro los colectivos que, en esta ocasión, han sido beneficiarios de dicha donación.

Después de un mes de acción solidaria, en la antesala de las pasadas fiestas navideñas, se llevaba a cabo la entrega de la aportación económica en la que se tradujeron las compras de los clientes de Durán Ferretería durante los últimos treinta días.

En esta ocasión han sido 6.000 € los que han sido entregados por parte del gerente del grupo Durán, Pedro Durán, a los representantes de Cáritas, Cruz Roja y la Asociación Aurelio de León en Talavera; a ellas se ha unido en esta ocasión el colectivo del Asilo de las Hermanitas de los Pobres de Talavera. Así, cada asociación ha recibido un cheque por valor de 1.500 € con los que podrán hacer frente a las necesidades más acuciantes con las que se encuentran en el día a día cada uno de estos colectivos.

Un año más las asociaciones han valorado de manera muy positiva y calificado como de muy necesarias iniciativas empresariales como ésta que permiten a estos colectivos paliar la delicada situación de personas y familias de nuestra ciudad; una necesidad que se hace especialmente visible en época navideña.

NOVENA EDICIÓN

Se trata del noveno año en el que, de manera consecutiva, Durán Ferretería acude fiel a su cita con la solidaridad en estas fechas navideñas donde muchos de nuestros vecinos de la ciudad y comarca pasan necesidad. Los 6.000 € donados este año se suman a las donaciones de anteriores ediciones, en donde se llegó a alcanzar un total de 53.000 kilos de alimentos los entregados a lo largo de toda la trayectoria de "Solidaridad por kilos".

De este modo, Durán Ferretería vuelve a reafirmar su compromiso con la ciudad y comarca de Talavera y con aquellos que tenemos cerca y más lo necesitan. ■

Global de Electricidad e Instalaciones, S.L.
www.globalei.es
Vanguardia y tecnología para ofrecer el mejor servicio
Te ayudamos a mejorar
Global de Electricidad e Instalaciones
C/ 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
www.globalei.es

Textos: **Igroso**

QUE LA MEMORIA NO OLVIDE...

AQUELLOS PRESIDENTES DE NUESTRO FÚTBOL (I)

FERNANDO NÚÑEZ, QUE LO FUE SÓLO TRES DÍAS

Días después de la triste tarde de Loinaz, Ignacio Valero dimitió como presidente en la asamblea general y nombró sucesor a Fernando Núñez. Tres días más tarde en rueda de prensa dice "que fue un error y de sabios es rectificar". Era el mes de julio de 1998.

Las situaciones convulsas formaron parte, o casi, del ADN del fútbol talaverano en azul y blanco. Ésa es, para quien esto firma, la percepción personal tras muchos años en el mundo de la comunicación local, provincial y regional. Para "Que la Memoria no olvide" quiere analizar uno de esos capítulos de los que les menciono, dejando para nuevas ocasiones los acontecidos bajo los mandatos de los ya fallecidos Teo Lor Frontelo o Isidoro Sánchez Colado, en 1977 el primero y en 1988 el segundo, y nos centramos en el que bajo el mandato de Ignacio Valero se producía en 1998. Y es que, en julio de ese año, y tal como reza el titular, se producía un acontecimiento que hoy, muchos años después, está en el olvido pero que seguro que algunos recuerdan. Y para los que no, encantados de mostrárselo.

En la retina de muchos aficionados blanquiazules, talaveranos y de nuestra extensa comarca, aún debe permanecer la frustrante imagen del partido de Beasaín, donde el extinto Talavera CF estuvo a un paso de entrar en la historia del fútbol español ascendiendo a la división de plata. **Ignacio Valero Corrochano** —el último y el primer presidente del siglo pasado y del actual— y el jiennense **Gregorio Manzano**, en su segunda temporada entre nosotros, fueron los capitanes de un barco que finalmente se iría a la deriva, pese al brillo deportivo y el desastre económico. ¿Costaría sangre, sudor y lágrimas recuperarse? Ya lo creo a tenor de los acontecimientos que sucederían en la campaña 98/99.

Manzano no permaneció impasible ante la aureola deportiva que por méritos propios se había fraguado en el mundo del fútbol y le llovieron las ofertas para cambiar de club. Finalmente aceptaría entrenar al "*eterno rival*" capitalino del CD Toledo, que jugaba en Segunda división y tenía como uno de sus objetivos prioritarios el salto a Primera. Según manifestaciones propias, y ajenas, le costó lo suyo tomar la decisión, pero no pudo resistirse a continuar con una carrera que, a través de los tiempos, y ya en el ocaso de la misma, ha resultado más que brillante.

Valero y Carballo coincidieron en el tiempo como presidentes del Talavera y Toledo.

En el Talavera CF se veían obligados a empezar casi de cero tras los dos gloriosos años en los que Valero había desembolsado grandes cantidades de dinero de su patrimonio particular para hacer un equipo competitivo capaz de ilusionar a una afición, que al final no respondió de la forma que la directiva esperaba. Sí el plantel que disputó dos fases de ascenso consecutivas. El lógico "***cansancio emocional, y dicen que también económico***" del mandatario se exteriorizaba públicamente en el mes de julio del año en cuestión. Además, el "**Dream Team**" blanquiazul se había buscado la vida lejos de Talavera.

EL DELFÍN FERNANDO NÚÑEZ

Abatido o nervioso, lo cierto y verdad es que en la Asamblea General de Socios de principios de julio de 1998 anunciaba su no continuidad al frente del club. Ese mismo día nombraba a su "*delfín*" —**Fernando Núñez**— presidente y le daba su apoyo en todas las facetas, como la deportiva o la económica. Ante el centenar de socios asistentes Valero venía a decir que "*me ha costado dar este paso, pero no he tenido más remedio que hacerlo*". Para seguir afirmando que "*en el tiempo que llevo en el club* —noviembre de 1992— *he atravesado por épocas buenas y malas, pero nunca había recibido amenazas y ahora sí*".

¿De quién, se preguntaron algunos? En el visor del objetivo —y por supuesto la lengua— del mandatario un nombre: **Gerardo González**, entonces secretario general de la RFEF, que años después intentaría arrebatarle la presidencia a su mentor **Ángel María Villar** sin conseguirlo en las urnas, ¿Los motivos? Unas manifestaciones de Valero en las que decía que "*llevaría a la Federación a los tribunales de Justicia si se desestimaba el recurso sobre las dimensiones de las porterías de Loinaz*", campo del Beasaín, donde el Talavera CF no pudo lograr el ascenso.

Con los socios informados Valero adelantaba que la campaña había

GROVIK 2001 Durán Ferretería El Retorno EBORA Extinción LOGÍSTICA CAROSAN

Nuestro querido y malogrado Jesús Javier Rodríguez entrevista para Onda CERO a Goyo Manzano en el campo de Beasaín tras no poder conseguir el ascenso a Segunda.

finalizado con un déficit de 28 millones de las antiguas pesetas, que equivalen a 168.283,39 euros de hoy. ¿Y éste podía ser, a resultas, el cansancio real del mandatario para poner el punto final a su etapa al frente del club? Sólo él podría sacarnos de dudas, aunque no tardó mucho tiempo en ofrecer una respuesta, como apreciarán los que quieran seguir leyendo. Para ello se citaba a la masa social el 19 de julio de ese mismo 1998.

Mientras se producía la cita, Fernando Núñez ya se había aposentado en la poltrona e incluso había ofrecido entrevistas a algunos medios de comunicación en su propio hogar. Una de ellas fue la concedida a La Voz del Tajo en la que el flamante presidente se autodefinía como "*un forofo del Talavera CF*". Fernando tenía tan sólo 39 años y dos hijos. En la prensa de la época se aseguraba que su llegada a la directiva de un Valero peculiar —había originado no pocos conflictos con algunos medios de comunicación, hasta el punto de que llegó a cerrar la sala de prensa de El Prado; Emilio Jiménez llegó a dedicar un artículo como el "**Hijo del tío Vivillo**" y hasta tres directivos con peso específico le habían abandonado en la anterior— supuso una ráfaga de aire fresco y se encargó de cambiar un poco la imagen del club.

En cualquier caso y ya con el sello de "**presidente interino**", como él mismo de definió, se daría cuenta de que no era oro todo lo que relucía y llegando a manifestar que "*intentaría dar un giro de 180 grados a una entidad que por momentos languidecía*". En su manifiesto de intenciones, y aún sin haberse apropiado del sillón, dos objetivos prioritarios. Primero, renovar la junta directiva con cuatro o cinco caras nuevas y segundo, confeccionar la plantilla, entrenador y secretario técnico incluido. Eso sí, todo esto al amparo económico de Ignacio Valero, que así se lo había prometido.

ADIÓS AL SUEÑO

No habían pasado ni tres días del anunciado relevo, cuando la interinidad de Fernando Núñez se finiquitaba. Y Valero cambia el rumbo de los acontecimientos el 8 de julio. Comparece en rueda de prensa para anunciar el fallo de Competición de la RFEF sobre las porterías de Loinaz dejando sin argumentos al club y Valero anuncia su continuidad a pesar de los 80 millones de pesetas de deuda del club —480.809,68 euros— en esos momentos. Fernando Núñez, presente en la misma, tiene que "abdicar" y lo hace con dos argumentos: "*Ignacio está en la Comisión de Clubes de Segunda B y debe defender la presencia del equipo en el grupo I de Segunda B esta temporada, y el segundo es que como vamos a presentar recurso por lo de Beasaín es conveniente que Valero siga al frente del club*". Unas explicaciones que no se las creyó ni el que asó la manteca, que se dice. A todo ésto el propio Ignacio Valero le ponía sello afirmando que "*presentar mi dimisión fue un error y de sabios es rectificar*". Y tan pancho ambos se levantaron de la mesa sin que ninguno de los asistentes preguntara por las verdaderas razones del esperpéntico show que se habían montado, más propio de una escena de cualquier película de los Hermanos Max que de un club de fútbol que pretendía hacerse oír en las altas instancias federativas y hasta del mundo de la judicatura.

LA VERDAD BAJO MI PRISMA

Este es el epílogo de una historia de hace ya 35 años, escrita con renglones torcidos, a mi único juicio porque poco, o casi nada, se pudo oír y leer antaño por rocambolesca y esperpéntica que parezca. Y pese a que Valero había anunciado que en marzo convocaría elecciones, pasó dicho mes y continuó al frente del club. Tanto es así que en la Asamblea General presentaría hasta el presupuesto de la próxima campaña, pero nada de dimisión o convocatoria de elecciones. Valero cumplió la legislatura y Núñez tuvo que esperar dos años más para asumir el cargo; justo el tiempo que Valero pudo comprobar que su "**enemigo íntimo**", **Daniel Cordero**, repetía mandato —fue el único candidato en el club azulón ya también desaparecido— como presidente de la UD Talavera y ya no podía aspirar a presidir el Talavera CF, que era realmente su sueño.

Valero se encargó de su veto, por-

Fernando Núñez en imagen de la última cita de Fundación Futurart .

que Daniel sonaba como presidenciable -y así lo recojo en mi libro "**El penalti que me despertó**"— del club, no sólo en algunos medios de comunicación, sino también en una amplia parte de la masa social. Y de esto, ya les contaré en próximas ediciones...

El bueno de Fernando Núñez, cariñosamente apodado por quien esto firma "**El breve**", tampoco llegó a cumplir mandato cuando accedió a la presidencia casi dos años después de aquella fecha. Acuciado por las deudas en su gestión y, sobre todo por una cruel campaña —bajo firma del pseudónimo de *Don Balón*— en su contra en la actualmente *"encausada"* VOZ de Talavera y a la que dedicaré un capítulo, dejó "**el mochuelo**" a un Tino Muñoz que no quiso competir con él en las urnas cuando Núñez obtuvo la presidencia tras el pacto entre ambos, recibiendo a cambio la vicepresidencia. Así lo apreció y así se lo cuento hoy —muchos años después— para que "**La Memoria no olvide**". ■

DAVID BODAS
TECNIGRAF Tecnigraftedamás
Toldos San Francisco
CJR CENTRO DE REPARACIONES Hnos. JIMÉNEZ, s.l.
IPETA Instituto de Promoción Económica de Talavera
CIES

Textos: **César Pacheco** / **Colectivo Arrabal**

LA TALAVERA DESCONOCIDA: HISTORIA DE SUS CALLES

3. CORREDERA DEL CRISTO

LA CORREDERA, entre el siglo XV y el XIX

-CALLE JOSÉ CANALEJAS (1913-1937).

-CORREDERA DE SAN FRANCISCO (1937-1939).

-CORREDERA DEL CRISTO (1939-

El concepto de "corredera" en el castellano medieval suele hacer alusión al lugar donde se hacían corridas de animales, normalmente de caballos o toros. Es un topónimo urbano que está presente en muchas ciudades castellanas. Covarrubias, en su *Tesoro de la Lengua castellana* lo define en este sentido: "El lugar donde suelen correr los caballos, que más cortesanamente llamamos carrera. En Valladolid ay un barrio que se llama la Corredera".

Todo parece indicar que esta vía, que en su origen sería el camino de ronda extramuros del primer recinto amurallado, se dedicó aparte de servir como camino principal de comunicación para los viajeros que venían de Toledo y se dirigían a Extremadura o a Guadalupe, se dedicó a juegos ecuestres o taurinos diversos debido que sólo en un espacio abierto de gran capacidad podrían tener lugar. En el interior de la ciudad medieval no sería posible dada la ausencia de plazas de gran capacidad. En el siglo XVI y XVII con la apertura de la gran plaza mayor, del Pan, los juegos y lances de este tipo pudieron realizarse ya en el interior de la villa.

La historia de la Corredera va muy pareja a la evolución de la ciudad que crece desde la Edad Media extramuros del primer recinto amurallado. Aparte de su carácter mercantil y artesanal, sobresale por ser un verdadero eje urbano, en el que tenían lugar importantes acontecimientos de la vida festiva y religiosa local (procesiones del Corpus, traslados de la Virgen del Prado entre su Ermita y la Colegial, cortejo de Mondas). Lugar por el que se *corrían* los toros, muy posiblemente en unión con la calle de S. Francisco (antigua de Zapaterías y de Toledo) desempeñaba el papel de *Calle Mayor* de la ciudad, durante siglos arteria catalizadora del tráfico general de la villa. En ella se ubicaban algunas de las casas de la más floreciente burguesía mercantil y de algún hidalgo, edificios como la Cárcel Real, convento agustino de S. Ildefonso, el Palenque de la Compañía de Jesús, la Alhóndiga o pósito municipal de granos, y al final la parroquia de San Salvador de los Caballeros. En la reforma del comercio de 1869, quedará libre de puestos ambulantes para la venta diaria, que se trasladará desde entonces a la calle Carnicerías, Arco de S. Pedro, plaza del Comercio y calle de Mesones. Oculto tras las casas que se fueron adosando a la muralla discurría el *Paso* o *Callejón de la Barbacana*, alguno de cuyos trazos todavía se observan hoy tras las "casas de las pinturas", único ejemplo en Talavera de estas de estas singulares representaciones policromadas exponentes de la otrora pujante burguesía local. Las casas, adquiridas por el mercader de origen riojano Juan Cura de Tejada, fueron decoradas con una profusa simbología alusiva al comercio, el trato, el tiempo, la Fortuna, las artes, incluyendo además el blasón o escudo de armas de su linaje hidalgo, el del Tejada y Valdeosera. Fueron ejecutadas en la década de 1760. Cabe destacar, asimismo, la capilla del *Cristo de los Mercaderes*, que se

abrió por la devoción de los vecinos en una de las torres albarranas en 1713 y se adornó con un hermoso retablo rococó en 1752.

Esta vía al ser de gran longitud tenía tramos con alguna denominación concreta. Por ejemplo, en los siglos XVI y XVII, el espacio abierto junto a la Puerta Nueva, o zona del Palenque era conocido como *Plaza de las Herrerías*, por estar situados allí los artesanos dedicados al trabajo del hierro, fraguas y hornos de los mismos. En frente se encontraba la cárcel de la villa. Después, en los últimos años del siglo XVIII, cuando el antiguo colegio e iglesia de los Jesuitas pasó a manos de los agustinos, fue conocido el lugar como Palenque de San Agustín el Nuevo.

El nombre de Corredera permaneció inalterable durante siglos. Sólo a principios del XX, hacia 1913, el ayuntamiento decidió dedicarle esta calle principal al célebre político español, recién asesinado en noviembre de 1912, **José Canalejas** Méndez (Ferrol, La Coruña, 1854-Madrid, 1912). Abogado y político regeneracionista y liberal español. Siendo presidente del Consejo de Ministros murió asesinado en un atentado terrorista. Fue ministro de Gracia y Justicia, de Hacienda y de Agricultura, Industria y Comercio y Obras Públicas durante la regencia de Mª Cristina, y presidente del Consejo de Ministros y nuevamente ministro de Fomento y ministro de Gracia y Justicia durante el reinado de Alfonso XIII. Fue elegido presidente del Congreso de los Diputados durante la legislatura de 1906-1907.

Con la recuperación de los topónimos tradicionales que lleva a cabo la Comisión Gestora franquista en 1937 se vuelve a llamar Corredera, aunque durante un breve tiempo le añaden de San Francisco, posiblemente por ser la continuación natural de aquella vía urbana. Sin embargo en 1939 quedará fijada como *Corredera del Cristo* en relación a la famosa talla barroca de la citada capilla, de gran devoción entre los talaveranos. Un ejemplo más de la implicación de la religiosidad en el callejero. ■

polarstock
INSER COMUNICACIONES
HOSPITAL PARQUE MARAZUELA

Textos: **Ignacio Rodríguez Sobrino**

NOTICIAS QUE NO CONOCES O NO RECUERDAS

Nuestra HISTORIA está escrita y las HEMEROTECAS nos las quieren recordar o para aquéllos que son más jóvenes dárselas a conocer.

En Talavera y su Comarca se han producido diversos acontecimientos a través del tiempo que hoy vamos a rememorar para los más mayores, pero que, tal vez, para los jóvenes son totalmente desconocidas. Aquí les dejamos una treintena de ellas.

1.-Año 1952. En el Palacio de El Pardo Francisco Franco recibe al Ayuntamiento de Talavera de la Reina en pleno y tiene frases muy elogiosas para nuestra Ciudad a la vez que promete interesarse por sus problemas. En el aspecto deportivo comienzan las pruebas ciclistas en las pistas del Campo Municipal El Prado, con victorias de Teófilo López "Culebras" y Joaquín Polo. Así mismo comienzan a sonar los nombres de Villarroel, Los Chavos o Gerardo Martín.

2.- Año 1953. Federico Martín Bahamontes firma su primer contrato para correr una carrera organizada por el CD Talavera en la que cobraría 400 pesetas. Por otro lado, en la primera corrida de las Ferias de Mayo actúan mano a mano Antonio Bienvenida y Morenito de Talavera.

3.- Año 1954. Un crimen pasional conmocionó a España y Talavera el día de Viernes Santo. A la una de la tarde se encontraban sentados en un banco de los paseos del Prado la joven Piedad González González, de orígenes navalqueños, y su novio el parrillano Vicente Fernández Vadillo, cuando se les acercó Germán Cabrera Collado, que disparó dos veces con su pistola sobre Piedad con la que había tenido relaciones sentimentales. A continuación, se disparó un tiro en su cabeza. Piedad fallecía poco después de su ingreso en una clínica de Talavera y él era trasladado a Madrid, donde curó de sus heridas y fue juzgado.

4.**- Año 1955.** La Cruz Roja abre en Talavera un consultorio médico gratuito para las personas pobres que carecían de seguro médico. Nuevas lluvias torrenciales provocan que se desborde el Arroyo Bárrago y se inunden las huertas de la zona de la Granja Escuela.

5.- Año 1956. Dieciocho labradores talaveranos, entre ellos el popular guarda de El Prado, Telesforo Ávila, marchan a Colombia para fundar allí una cooperativa agrícola con el nombre de Virgen del Prado. Comienza a tomar auge un nuevo deporte, el baloncesto, iniciado en nuestra Ciudad en las Escuelas La Salle.

6.- Año 1957. Sigue siendo un misterio la desaparición en Talavera del joven estudiante Ubaldo Gómez Gutiérrez, que un mes más tarde es encontrado ahogado en la isla de los Molinos de Abajo. Fue el gran año de la Coronación de la Virgen con el madrinazgo de doña Carmen Polo de Franco y la presidencia del Cardenal Primado Enrique Pla y Daniel.

7.- Año 1958. El día 5 de febrero toma posesión de su cargo de alcalde don Vicente María de Leyva, que sustituye a quien lo ha sido durante nueve años, don Gregorio de los Ríos. Y este mismo año cinco vecinos de Calera y Chozas son agraciados con el Gordo de la Lotería del Niño.

8.- Año 1959. El equipo femenino de la Compañía de María, tras clasificarse en las fases local y provincial, ha quedado subcampeón de España tras ganar a Madrid y Salamanca y empatar con Toledo. Además, fallece a los 74 años el gran pintor talaverano Lorenzo Ginestal Jiménez.

Bahamontes en El Prado junto al talaverano Chato Torrejón.

9.- Año 1960. Don Salvador Ruiz de Luna recibe nuevos premios cinematográficos por su música. La medalla del Círculo de Escritores por "El Lazarillo de Tormes", así como otros premios por las partituras de las películas "Malakai" y "Sorolla, el pintor de la luz".

10.- Año 1961. El doctor Machuca Cuchet abre una consulta de Radiología gratuita en el Hospital Municipal. Y en la localidad de Cebolla se inaugura un Grupo Escolar y ocho viviendas para los maestros.

11.- Año 1962. Se autoriza al Servicio de Autobuses Urbanos la prolongación de su recorrido hasta Alberche. Nuevas lluvias torrenciales provocan inundaciones en la barriada del Berrenchín, que se extiende desde el Paseo del Muelle hasta la carretera de Cervera.

12.- Año 1963. El Obispo Auxiliar de Toledo, Dr. Granados, preside en Talavera la apertura del curso en el Seminario. Además, bendijo la colocación de la primera piedra de la Iglesia de Patrocinio de San José e inauguró el sencillo monumento erigido en la carretera de Extremadura en memoria del Arcipreste don Saturnino Ortega que allí sería asesinado.

13.- Año 1964. El Pleno Municipal da cuenta de que se han suspendido las consultas médicas gratuitas para los pobres. El Ayuntamiento acuerda contratar este servicio hasta tanto quede instalada la Casa de Socorro.

14.- Año 1965. Una gitana de 19 años, María Isabel Heredia Fernández, nacida en Talavera de la Reina, ingresa de monja en un convento de clausura de nuestra Ciudad. Asimismo, la Caja de Ahorros Provincial de Toledo inaugura en la calle Prado 1 su primera oficina.

15.- Año 1966. Después del hundimiento que el Corralón de Juan de Juanes provocó la muerte de dos niños gitanos, el Ayuntamiento construye 25 alojamientos y hace entrega de las 25 llaves a 25 familias gitanas para su uso y bajo determinadas condiciones.

16.- Año 1967. TVE se ha ocupado de Talavera en la emisión del programa "Esta noche es la cuestión". Tras un reportaje en tierras de Murcia y luego de Torrijos, vinieron a Talavera y en los almacenes de CRETA, mientras funcionaban las máquinas elevadoras y era incesante el movimiento, explicaron las peculiaridades y proyectos don Silverio Corpas y don Eduardo Villarín.

17.- Año 1968. En Bilbao se ha solicitado la Medalla al Mérito en el Trabajo para el talaverano Elías Segovia Galán, que llegó allí de niño. De su popularidad en Bilbao puede dar una idea el hecho de que los propios bilbaínos le califican como "barman oficial" de Bilbao al ser propietario de su popular "Bar la Concordia".

El afamado barman talaverano, Elías Segovia Galán, en su local La Concordia de Bilbao.

18.- Año 1969. En la madrugada del día 28 de febrero, Talavera vivía horas de terror e incertidumbre a causa de un seísmo con epicentro en las Azores. Se produjeron escenas de pánico, pero afortunadamente no hubo que lamentar daños ni víctimas.

19.- Año 1970. Con motivo del 50 aniversario de la muerte de Joselito el Ayuntamiento convoca un concurso nacional de artículos periodísticos bajo el lema "Joselito y su muerte" con una dotación de 10.000 pesetas al ganador. Asimismo, el grupo local "Los Aracaris" gana el II Festival de conjunto músico-vocales celebrado en nuestra Ciudad.

20.- Año 1971. El censo de nuestra Ciudad dice que somos 46.412 habitantes, lo que supone que seamos la localidad más poblada de la provincia superando a Toledo en más de 2.000 habitantes. Y este mismo año el Talavera CF gana la Copa de Ferias de Toledo al eliminar al Santa Bárbara por 5-0 y vencer en la final al conjunto capitalino por 2-1.

21. Año 1972. Un niño de tres años desaparece de una casa de campo de Velada el día 14 de enero por la tarde y pasa perdido en el campo toda la noche sin que le ocurra nada. Lo buscaron toda la noche fuerzas de la Guardia Civil de varios pueblos, de Talavera y todo el vecindario. Y lo encontró al mediodía siguiente, tumbado sobre unos helechos, el pastorcillo Baudilio Gómez. Todo el pueblo consideró milagroso su salvación, dadas las temperaturas bajísimas que se registraron.

75.000 cartas se enviaron al magnate norteamericano Henry Ford para que trajera a Talavera su factoría.

22.- Año 1973. La Ford no viene a Talavera sino a Levante. Pero quienes escribieron las 75.000 cartas no son "paletos", ni tontos como les llamaron algunos periodistas. Sabían que no vendrían, pero que las cartas lograrían una magnífica propaganda gratuita para Talavera y sus aspiraciones.

Grupo OTERO · JOSÉ LUIS BODAS · EN CLAVE ABOGADOS Y ECONOMISTAS · federópticos Talavera · SAN DIEGO CENTRO RESIDENCIAL · CENTRO DENTAL Ocampo

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
Ferretería

Suministros Industriales

HERRAMIENTAS · MAQUINARIA · TORNILLERÍA
CERRAJERÍA · PROTECCIÓN LABORAL

TU FERRETERÍA DE SIEMPRE

- COBERTURA EN 6 PROVINCIAS
- 90.000 PRODUCTOS EN STOCK
- +45 años MÁS DE 45 AÑOS DE TRAYECTORIA
- EQUIPO DE 50 PROFESIONALES
- 12.000 M² DE INSTALACIONES
- FLOTA DE VEHÍCULOS PROPIA

CON LA CERCANÍA
Y EL ASESORAMIENTO PERSONALIZADO QUE EL PROFESIONAL NECESITA.

Sede Central
TALAVERA DE LA REINA
925 814 365

Delegación
ILLESCAS
925 501 796

Delegación
NAVALMORAL DE LA MATA
927 535 538

www.ferreteriaduran.es