

Futurart

CLAVES EMPRESARIALES Y SOLIDARIAS



CENTRO DENTAL CRETA

16 AÑOS DE EVOLUCIÓN Y COMPROMISO CON LA SALUD BUCODENTAL DE LOS TALAVERANOS



LO HACEMOS POSIBLE
TEA
TALAVERA



DE UN VISTAZO
CENTRO DE LA MUJER
DE TALAVERA



DE CERCA
SIXSA



TIENE LA PALABRA
INCUBADORA
ALTA TECNOLOGÍA



EN VALOR
CRISTALBOX



Ayuntamiento de Talavera de la Reina

INCUBADORA DE ALTA TECNOLOGÍA DE TALAVERA DE LA REINA



TALAVERA
TECNOLOGICA

Impulsando la innovación
y el futuro empresarial en
Talavera de la Reina

www.talaveratecnologica.es



Edificio 'Antiguas Escuelas del Prado',
Calle Muñoz Urra, 24,
Talavera de la Reina.



925 720 100 ext 595
680 22 09 69



contacta.iat@talavera.org



[4] LO HACEMOS POSIBLE
TEA TALAVERA

[6] A FONDO
CENTRO DENTAL CRETA

[10] DE UN VISTAZO
CENTRO DE LA MUJER DE TALAVERA

[13] DE LEY
ENCLAVE ABOGADOS

[14] DE CERCA
SIXSA

[18] TIENE LA PALABRA
INCUBADORA ALTA TECNOLOGÍA

[22] EN VALOR
CRISTALBOX

[24] INICIATIVAS
FUNDACIÓN FUTURART

[25] PUBLICIDAD CON CIRITONE
TOMÁS ARRIERO

[26] DEPORTES
IGROSO

[28] MARKETING ONLINE
ALBERTO BERMEJO

[29] ENTRE LÍNEAS

[30] CULTURA
CÉSAR PACHECO / COLECTIVO ARRABAL

[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

¿CUÁL ES SU PROPÓSITO?



JOSÉ LUIS BODAS

“Volví a sentir unas inmensas ganas de vivir cuando descubrí que el sentido de mi vida era el que yo le quisiera dar”.

Paulo Coelho

Comienzo este editorial con esta cita y me da lugar para resaltar la importancia de tener un propósito en la vida, tanto a nivel profesional, como personal. En el ámbito empresarial en el que nos movemos hablar de propósito puede parecer una utopía, algo reservado para conferencias inspiradoras o libros de autoayuda. Sin embargo, me atrevo a decir que es el ingrediente número uno para lograr nuestro éxito. Por tanto, más que un lujo es necesidad diría yo.

A nivel personal nos proporciona dirección y significado, nos ayuda a mantenernos enfocados en lo que realmente nos importa. No tiene que ser algo grandioso o complejo. Puede ser tan simple como el deseo de ser un buen padre o madre, de contribuir a la comunidad o de desarrollar una habilidad específica.

Si trasladamos esta idea a nuestras empresas, así como la misión y la visión nos guían y nos ayudan a no perder el foco internamente, **el propósito es el porqué de la empresa, la razón de su existencia**. Imaginemos una empresa donde cada miembro del equipo entiende y comparte un propósito común, un propósito que resuene profundamente con los valores y aspiraciones de todos en la organización. Este propósito actúa como el motor que impulsa a la empresa hacia adelante, unificando esfuerzos y alineando metas. Cuando una empresa tiene un propósito claro, cada decisión y

acción puede ser evaluada a través de esa lente. Esto no solo facilita la toma de decisiones, sino que también crea una cultura organizacional más cohesionada y motivada.

Expresar correctamente el propósito de nuestra empresa es fundamental, ya que si los clientes conectan con el porqué de su existencia conseguiremos un lazo muy poderoso entre la empresa y los clientes aumentando el nivel de compromiso y lealtad.

El trabajo va más allá de lo económico, se trata del fin último del trabajo y por tanto un impacto significativo y positivo. Vivir con propósito nos impulsa a levantarnos cada mañana con energía y determinación, **sabiendo que nuestras acciones diarias contribuyen a algo más grande que nosotros mismos**. Esta mentalidad no solo mejora nuestro bienestar emocional, sino que también nos ayuda a gestionar mejor los desafíos y obstáculos que inevitablemente encontraremos en el camino.

Les recuerdo algunos ejemplos de empresas que han prosperado significativamente gracias a un propósito claro y compartido: *Cargill*: Mejorar el estándar de vida alrededor del mundo, *3M*: Resolver problemas sin solución de forma innovadora, *Wal-Mart*: Darle la oportunidad a la gente normal de comprar las mismas cosas que la gente rica, *Walt Disney*: Hacer feliz a la gente, *Tesla Motors*: Acelerar la transición del mundo hacia la energía sustentable.

Les invito a explorar a descubrir, comunicar y vivir ese propósito. Si lo consiguen, serán imparables. ■

LA INCLUSIÓN LABORAL DE LAS PERSONAS CON AUTISMO: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

La inclusión laboral de las personas con Trastorno del Espectro Autista (TEA) es un reto constante y, al mismo tiempo, una oportunidad inmensa para construir una sociedad más justa e inclusiva. Desde la Asociación TEA TALAVERA, trabajamos día a día por la plena integración de las personas con autismo en todos los ámbitos de la vida, y el empleo es, sin duda, una de las asignaturas pendientes, y ámbito importante para asegurar su autonomía y bienestar.

LOS DESAFÍOS QUE AÚN PERSISTEN

A pesar de los avances en la concienciación sobre el autismo, muchas personas con TEA siguen enfrentándose a grandes obstáculos en su acceso al mercado laboral. Aunque cuentan con habilidades y capacidades valiosas, son las barreras invisibles, a menudo derivadas de prejuicios y la falta de información, las que más afectan su inclusión. Desde nuestra experiencia en TEA TALAVERA, estos son algunos de los desafíos que hemos identificado:

1. Dificultades en la comunicación social: Las entrevistas de trabajo tradicionales y los entornos laborales pueden resultar complicados para muchas personas con autismo, ya que requieren habilidades de interacción social y cognición social que no siempre se alinean con su forma de percibir el mundo. Esto no significa falta de capacidad, sino que es necesario adaptar los procesos para que puedan mostrar su verdadero potencial.

2. Sensibilidad sensorial: Mu-

chas personas con autismo presentan una sensibilidad elevada a estímulos como el ruido, las luces brillantes o los olores fuertes. En entornos laborales donde estos factores son parte del día a día, la falta de adaptaciones puede generar estrés e impactar negativamente en su rendimiento.

3. Estereotipos y desconocimiento: Uno de los mayores retos sigue siendo la falta de comprensión sobre el autismo. A menudo, las empresas no saben cómo manejar las diferencias o creen erróneamente que las personas con

autismo no pueden asumir determinadas responsabilidades. Este desconocimiento es una de las principales barreras para la inclusión de las personas con autismo dentro de un entorno laboral.

4. Escasez de ajustes y adaptación del puesto de empleo: A pesar de las normativas vigentes que exigen la implementación de ajustes razonables y adaptaciones al puesto de empleo, en la práctica estos se aplican de manera limitada o inadecuada. Un entorno de trabajo que no está adaptado a las necesidades indi-

viduales de las personas con autismo dificulta su integración y éxito profesional.

OPORTUNIDADES DE LA INCLUSIÓN

No obstante, desde TEA TALAVERA también hemos sido testigos de cómo, cuando se ofrecen las oportunidades adecuadas, las personas con autismo no solo pueden integrarse en el ámbito laboral, sino también aportar valor y diversidad a sus entornos de trabajo. Los beneficios de la inclusión son muchos, tanto para las empresas como para los trabajadores. Algunos de los más destacados son:

1. Diversidad en las habilidades:

Las personas con TEA suelen poseer talentos muy específicos. Habilidades como la atención al detalle, la capacidad de concentración prolongada y la resolución de problemas de manera estructurada son cualidades comunes en muchas personas con autismo, lo que puede ser una ventaja en sectores como la tecnología, la administración o la ciencia.

2. Compromiso y lealtad: A menudo, una vez que logran integrarse en un empleo, las personas con autismo son trabajadores altamente comprometidos y leales. Suelen preferir la estabilidad, lo que reduce las tasas de rotación de personal y favorece un ambiente laboral más cohesivo.

3. Perspectivas únicas: Incorporar a personas con autismo en la fuerza laboral fomenta la diversidad cognitiva. Su capacidad para ver el mundo de manera diferente puede ser una fuente de innova-





ción y creatividad, lo que beneficia a cualquier empresa que valore enfoques novedosos para resolver problemas.

ESTRATEGIAS PARA FOMENTAR LA INCLUSIÓN

En TEA TALAVERA hemos trabajado de la mano con empresas y empleadores para implementar estrategias que faciliten la integración laboral de las personas con autismo. Algunas de las medidas que hemos encontrado más efectivas son:

1. Formación y sensibilización:

Es vital que tanto los empleadores como los compañeros de trabajo reciban formación sobre el autismo. La concienciación es el primer paso para crear un ambiente de respeto y apoyo en el lugar de trabajo.

2. Entrevistas adaptadas: Las entrevistas tradicionales pueden no reflejar adecuadamente las habilidades de las personas con TEA. Ofrecer procesos de selección adaptados, como pruebas prácticas o evaluaciones basadas en tareas específicas, descripción de puestos de trabajo y funciones, y tareas concretas, puede permitir que demuestren su verdadero potencial.

3. Ambientes de trabajo flexi-

bles: Adaptaciones sencillas, como ajustar las condiciones ambientales (luz, sonido) o permitir horarios flexibles, pueden tener un gran impacto en el rendimiento y bienestar de los empleados con autismo.

4. Mentoría y apoyo continuo:

Proporcionar una figura de apoyo o mentor dentro de la empresa puede ayudar a las personas con autismo a adaptarse al entorno laboral y a superar cualquier dificultad que surja en el camino.

CONCLUSIÓN

En TEA TALAVERA, creemos firmemente que la inclusión laboral de las personas con autismo no es solo una cuestión de justicia, sino también una oportunidad para enriquecer el tejido empresarial y social. Apostar por la diversidad, la accesibilidad cognitiva y ofrecer las oportunidades adecuadas es el camino hacia una sociedad más inclusiva, donde todas las personas, independientemente de sus diferencias, puedan alcanzar su máximo potencial.

Desde nuestra asociación seguiremos trabajando para romper barreras y construir puentes hacia un futuro más inclusivo para todas las personas con TEA. ■





CENTRO DENTAL CRETA: 16 AÑOS DE EVOLUCIÓN Y COMPROMISO CON LA SALUD BUCODENTAL DE LOS TALAVERANOS

Se trata de una de las marcas más reconocidas en nuestra ciudad, y es que, desde que el primer Centro Dental Creta abriera sus puertas allá por 2008, la profesionalidad, la calidad de sus servicios y la dedicación de los expertos que forman parte del equipo de Creta han ido conquistando, poco a poco, la sonrisa de los talaveranos. Este trabajo constante ha permitido un crecimiento exponencial, que, a día de hoy, ha posicionado a Centro Dental Creta como un referente en el cuidado de la salud bucodental en la zona.

Con motivo de la apertura de su nueva clínica en la calle Alfares, hemos querido conocer un poco me-

yor a los profesionales de Creta y saber qué podemos hacer para mostrar siempre la mejor de nuestras sonrisas.

Hace muy pocos días que habéis inaugurado la nueva clínica de Creta. ¿Dónde podemos encontrarla exactamente y por qué habéis elegido esta ubicación y no cualquier otra?

¡La verdad es que estamos muy emocionados! El pasado 12 de septiembre abrimos las puertas de nuestra nueva clínica, situada en el número 34 de la calle Alfares, en la esquina con la calle Matadero. ¡Estamos en pleno centro de la ciudad!

Ya contábamos con dos clínicas

ubicadas en los extremos de Talavera, y este nuevo emplazamiento en el centro era un objetivo desde el inicio de nuestra andadura. De esta manera, podemos ofrecer una mayor cobertura a toda la población de Talavera, asegurando que todos los vecinos tengan una clínica Creta cerca de su hogar y puedan acceder a ella de una forma mucho más sencilla. ¡Ya no hay excusas para no hacerse una revisión dental!

Centro Dental Creta cuenta con 16 años de experiencia. ¿Cómo ha sido vuestra evolución en todo este tiempo?

Abrimos nuestra primera clínica en mayo de 2008, con un equipo redu-

cido, pero lleno de ilusión y ganas de ofrecer lo mejor para la salud bucodental de Talavera. Desde el principio, la acogida fue increíble. Gracias al boca a boca de nuestros primeros pacientes, muy pronto superamos nuestras expectativas iniciales.

Tan solo tres años después, en 2011, la demanda había crecido tanto que decidimos abrir una segunda clínica en otra zona de la ciudad. La confianza de los pacientes fue clave en este proceso, porque entendimos que más personas querían acceder a nuestros servicios. De esta manera, crecimos en tamaño, equipo y especialidades, lo que nos permitió no solo ampliar



nuestra oferta de tratamientos, sino también garantizar que cada paciente recibiera una atención especializada y de calidad.

Hoy en día, con más de 34.900 pacientes, nuestra tercera clínica, recién inaugurada en el centro de Talavera, es un reflejo de todo el esfuerzo y compromiso que hemos mantenido desde el inicio. Cada paso ha sido cuidadosamente planificado, y todo este crecimiento no hubiera sido posible sin la fidelidad y la confianza de nuestros pacientes. A lo largo de los años, hemos invertido en formación continua, tecnología de vanguardia y, sobre todo, en mantener una cercanía humana y profesional con cada persona que cruza nuestra puerta.

Sin duda, en un sector como el de la salud, la confianza es el mejor valor que puede ofrecer una clínica. ¿Cuál creéis que ha sido la clave del éxito para conseguirla?

La clave ha sido el esfuerzo diario para que cada paciente se sienta satisfecho con su tratamiento y nos recomiende. Esto ha creado una cadena de fidelización que abarca a familias enteras y es algo que nos llena de alegría.

Dieciséis años dan para mucho. Si hacemos un pequeño balance de toda vuestra trayectoria, ¿qué sería aquello de lo que os sentís más orgullosos?

Sin ninguna duda, de la confianza que los pacientes depositan en nosotros. No solo al poner en nuestras manos el cuidado de su salud bucodental, sino también siendo ellos mismos quienes nos recomiendan a familiares, amigos y conocidos. Para nuestro crecimiento, el boca a boca ha sido fundamen-



tal. Saber que nuestros esfuerzos y profesionalidad son recompensados con la satisfacción de los pacientes es lo que nos impulsa a mejorar cada día. Nos enorgullece haber construido una relación de cercanía y empatía con las personas que nos visitan y, por supuesto, ver cómo acuden y siguen confiando en nosotros de generación en generación.

La realidad es que en Talavera, además de Creta, existen otras clínicas dentales. ¿Cómo gestionáis esta competencia y la relación con ellas?

Es cierto que en la ciudad existe una alta densidad de clínicas den-



tales, pero creemos que hay demanda suficiente para todos.

Existen muchos perfiles de pacientes, y cada uno de ellos busca un enfoque diferente, ya sea en los tratamientos, en el trato personal... Las distintas clínicas que hay en Talavera dan respuesta a las preferencias de cada uno de ellos. Sin duda, esta variedad es positiva.

Hay un gran respeto entre colegas, y no vemos a la competencia como una amenaza, sino como parte de un entorno saludable y respetuoso, donde el bienestar del paciente es el principal objetivo para todos.

De entre toda esa oferta de clínicas dentales en Talavera, ¿qué es lo que hace que Centro Dental Creta destaque y que los pacientes os elijan por encima del resto?

Trabajamos por la salud bucodental de nuestros pacientes y lo hacemos ofreciendo un servicio integral y personalizado. Ponemos a disposición de los pacientes una amplia variedad de servicios, desde odontología general hasta especialidades como ortodoncia invisible, endodoncias, implantes y odontopediatría.

Contamos con profesionales especializados para cada tipo de tratamiento, lo que nos ayuda, por supuesto, a ofrecer tratamientos personalizados y a medida. Además, disponemos de la última tecnología, lo que nos permite ofrecer tratamientos innovadores y precisos. El hecho de que el paciente

“Nos enorgullece haber construido una relación de cercanía con las personas que nos visitan y ver cómo siguen confiando en nosotros de generación en generación”



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)

sea atendido siempre por el profesional más cualificado y con la tecnología más avanzada nos hace destacar y ser una de las opciones a la hora de acudir a consulta.

Hablemos un poco de ese equipo de profesionales. ¿Cuántos forman la plantilla de Creta? ¿Cuáles son sus especialidades?

Contamos con un equipo de 38 personas, que incluye odontólogos de distintas especialidades, además de higienistas, auxiliares, receptionistas, asesores comerciales... Sin olvidarnos del personal administrativo y de coordinación. En definitiva, una amplia variedad de profesionales al servicio de nuestros pacientes.

Desde luego sois un gran equipo. ¿Cómo de importante es el buen ambiente entre todos los que componen Creta?

Es fundamental, por eso nos gusta vernos como una gran familia que trabaja unida con el mismo objetivo: brindar el mejor servicio posible a nuestros pacientes. Esto se refleja en nuestro día a día y en la satisfacción de quienes nos visitan.

Vuestra experiencia y antigüedad en el sector os coloca en una posición excepcional para evaluar la forma en que ha cambiado la percepción de acudir al dentista en los últimos años. ¿Qué podéis contarnos al respecto?

Hace 17 años, muchas personas solo acudían al dentista cuando experimentaban dolor. Afortunadamente, para la salud bucodental de la población, hoy en día la mentalidad ha cambiado considerablemente y todos estamos mucho más concienciados sobre la importancia de la prevención. De hecho, la mayoría de nuestros pacientes acuden a revisiones periódicas para mantener su boca sana, lo que no solo evita problemas mayores, sino que también permite tratar cualquier afección de forma temprana y menos costosa.

Uno de los estigmas que siempre acompaña a los tratamientos dentales es su precio. ¿Cómo afrontáis esto en Creta?



“El hecho de que el paciente sea atendido siempre por el profesional más cualificado y con la tecnología más avanzada nos hace destacar”

Entendemos perfectamente que el precio de los tratamientos dentales puede ser una preocupación para muchas personas, y es algo que siempre hemos tenido presente. La salud bucodental es fundamental, pero a veces los costos pueden convertirse en una barrera para acceder a los cuidados necesarios. Por eso, desde Creta hemos trabajado intensamente para hacer que nuestros servicios sean accesibles para el mayor número de personas posible, sin sacrificar la calidad.

Una de nuestras principales iniciativas ha sido cerrar acuerdos con las principales aseguradoras del país, como Santalucía, Asisa y Sanitas, lo que nos permite ofrecer tarifas más asequibles y, en algunos casos, tratamientos gratuitos para los asegurados. Esto supone un alivio importante para muchos pacientes que, de otra manera, podrían postergar su visita al dentista por motivos económicos.

Además, en nuestras clínicas, las visitas de diagnóstico, revisiones periódicas, limpiezas bucales y radiografías son gratuitas. Esta política no solo ayuda a que los pacientes mantengan un control regular



Creta ha conseguido posicionarse como referente en el cuidado dental ofreciendo servicios avanzados y personalizados





de su salud bucodental, sino que también previene problemas mayores y más costosos en el futuro. Creemos que la prevención es clave, y ofrecer estos servicios sin coste es una manera de facilitar que nadie descuide su salud dental por motivos económicos.

Por otro lado, también ofrecemos facilidades de pago y financiación para que los pacientes puedan acceder a tratamientos más complejos sin que el coste sea un obstáculo insalvable. Sabemos que la salud bucodental es una inversión a largo plazo, y nos esforzamos por hacer que esa inversión sea asequible para todos.

Antes hablábamos de cómo la tecnología aplicada a los tratamientos es algo que os hace destacar como clínica. ¿En qué ayuda la tecnología a profesionales y pacientes? ¿Está ya la Inteligencia Artificial en el día a día de la odontología, como en otros sectores?

La tecnología ha supuesto un salto cualitativo enorme en el campo de la odontología, y en Centro Dental Creta hemos apostado desde el primer momento por estar a la vanguardia. Gracias a la tecnología, podemos ofrecer tratamientos más precisos, menos invasivos y

con un menor tiempo de recuperación. Por ejemplo, los escáneres intraorales nos permiten obtener imágenes en 3D de la boca del paciente, lo que nos da una visión detallada de su estructura bucodental sin la necesidad de recurrir a moldes tradicionales, que a veces resultaban incómodos. Esto no solo agiliza el proceso, sino que también mejora la precisión del diagnóstico y el tratamiento.

En cuanto a la Inteligencia Artificial (IA), aunque aún no está plenamente integrada en nuestro día a día, creemos que en un futuro próximo tendrá un papel clave. La IA podrá ayudarnos a analizar datos con mayor rapidez y a diagnosticar posibles problemas de salud bucodental con más precisión. Por ejemplo, podría identificar patrones en radiografías o en el historial del paciente que quizás pasarían desapercibidos para el ojo humano. Estamos seguros de que, cuando la IA llegue a nuestro sector de manera más sólida, será una herramienta

que mejorará aún más nuestra capacidad de ofrecer tratamientos personalizados y efectivos.

Mientras tanto, ya utilizamos otras tecnologías avanzadas, como sistemas de anestesia controlados por Bluetooth, que permiten una administración más precisa y cómoda, o las radiografías digitales, que reducen el tiempo de exposición a radiación y nos permiten visualizar los resultados al instante. El objetivo siempre es mejorar la experiencia del paciente y garantizar que reciba el mejor tratamiento posible con las mejores herramientas disponibles.

Este tipo de iniciativas suponen que también contribuirán a luchar contra ese “miedo al dentista” que padecen algunas personas. ¿A qué creéis que se debe y cómo lo gestionáis con los pacientes que lo sufren?

Por lo general, eso que conocemos como “miedo al dentista” suele estar ligado a malas experiencias pasadas. Afortunadamente, las nue-

vas generaciones suelen visitar al dentista desde edades tempranas, por lo que no suelen desarrollar ese miedo.

En Centro Dental Creta trabajamos para hacer la experiencia lo más positiva posible. Para ello, evitamos olores y sonidos desagradables, somos muy puntuales para que los pacientes no tengan que esperar, y usamos anestesia prácticamente indolora.

De esta forma, conseguimos que cada visita al dentista sea una experiencia positiva y, poco a poco, ayudamos a los pacientes a superar ese miedo, transformándolo en seguridad y confianza.

¿Qué esperáis en Centro Dental Creta del futuro? ¿Cuáles son esos objetivos en los que estáis trabajando?

Nuestro objetivo principal es seguir creciendo y consolidar la nueva clínica que acabamos de abrir. Queremos continuar trabajando por y para nuestros pacientes, y seguir invirtiendo en nuestra ciudad, Talavera, a la que estamos profundamente arraigados. Estamos orgullosos de nuestra ciudad, y nuestro compromiso es seguir aportando lo mejor para la salud bucodental de sus ciudadanos. ■

“Estamos orgullosos de nuestra ciudad y nuestro compromiso es seguir aportando lo mejor para la salud bucodental de sus ciudadanos”

EL CENTRO DE LA MUJER DE TALAVERA: UN SERVICIO INTEGRAL QUE APUESTA POR LA IGUALDAD Y LA LUCHA CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Javier Cuadrado es el jefe de servicio y coordinador del Centro de la Mujer de Talavera. Por eso, nadie mejor que él para ponernos al día sobre todo lo que esta institución puede hacer por las mujeres y para ofrecernos una visión de cómo se encuentra nuestra sociedad en materia de igualdad.

Una conversación de lo más fructífera que nos ha ayudado a abrir los ojos sobre la problemática de la igualdad y la violencia de género, incluso entre los más jóvenes, y que sirve de recordatorio para que todas aquellas mujeres que necesiten ayuda sepan que el Centro de la Mujer es ese lugar donde conseguir las herramientas necesarias para continuar creciendo. ¡No puedes perdértela!

¿Cuál es el objetivo del Centro de la Mujer, cómo actuáis y a quiénes ayudáis?

El objetivo principal del Centro de la Mujer es ofrecer un servicio integral a las mujeres en todas las áreas: desde el asesoramiento jurídico hasta la orientación laboral, pasando por el apoyo psicológico. Nos enfocamos especialmente en la atención a mujeres víctimas de violencia de género, aunque también ofrecemos servicios a mujeres con otras problemáticas, como separaciones o conflictos laborales.

¿En qué áreas puede ayudar el Centro de la Mujer a sus usuarias?

Ponemos a disposición de quienes necesiten nuestra ayuda diferentes departamentos a los que pueden acudir dependiendo de sus intereses. Desde el área psicológica, que ofrece asesoramiento a mujeres víctimas de violencia de género y a menores que también han sufrido violencia, ya sea directa o indirectamente, hasta el área laboral, donde orientamos a las mujeres en su búsqueda de empleo mediante la elaboración de currículums y la preparación de entrevistas. También contamos con nuestra área educativa, que imparte talleres sobre igualdad y prevención de violencia de género en centros



escolares, sin olvidarnos del área social, que fomenta el asociacionismo femenino y colabora en la organización de eventos como el 8 de marzo y el 25 de noviembre.

En vuestra web destaca, además, el "Asesoramiento Jurídico". ¿Qué servicios específicos ofrece esta área del centro?

El área jurídica, que tengo el privilegio de coordinar, asesora a las

mujeres sobre sus derechos, especialmente en casos de violencia de género. Ayudamos en temas como la tramitación de denuncias, órdenes de alejamiento y sentencias. Además, gestionamos otro tipo de ayudas y programas para facilitar que estas mujeres puedan salir de estas situaciones. También atendemos casos relacionados con crisis ma-

trimoniales, divorcios y custodia de hijos.

Tienes una larga trayectoria como coordinador del Centro de la Mujer. ¿Cómo valorarías la evolución de esta institución a lo largo de los años?

La evolución ha sido realmente impresionante. Empezamos con un equipo muy reducido, básicamente con el área jurídica de la que hablábamos hace un momento. Con el tiempo, hemos ido incorporando el resto de áreas que mencionábamos anteriormente, y poco a poco hemos podido ampliar nuestros servicios. También hemos mejorado la atención a los menores, que antes no estaba cubierta. Hoy en día, podemos decir que prestamos un servicio integral y completo, tanto en Talavera como en la demarcación territorial de la Sierra de San Vicente.

La conciliación sigue siendo una asignatura pendiente, pero desde el Centro de la Mujer estáis llevando a cabo diferentes iniciativas para que la conciliación sea cada vez más real. Háblanos del Plan Corresponsables. ¿Qué impacto ha tenido en Talavera?

El Plan Corresponsables es un programa financiado por el Instituto de la Mujer que busca facilitar la conciliación entre la vida familiar y laboral. En Talavera, he-

“El reto es seguir trabajando desde la educación y la sensibilización para romper los roles tradicionales”

mos contratado monitoras para que se encarguen de menores de entre 3 y 16 años, tanto en colegios por las tardes como en vacaciones escolares. Además, prestamos servicio en domicilios en casos de necesidad. Este año hemos atendido a unos 300 menores y ya tenemos aprobada la cuarta edición para continuar el servicio en 2025.

Desde el Centro de la Mujer ofrecéis una valiosa ayuda a sus usuarias. ¿Qué área del centro tiene mayor demanda actualmente?

El Plan Corresponsables es, sin duda, el servicio más demandado. Recibimos muchas solicitudes durante todo el año, tanto para el cuidado de menores en colegios como en domicilios. También tiene mucha demanda nuestro programa de vacaciones urbanas, en el que prestamos servicio de ocio y comedor durante julio y agosto.

Lamentablemente, cada día escuchamos nuevos casos de violencia de género en nuestro país,



un problema que se intenta atajar desde distintos frentes. Uno de ellos es el Pacto de Estado Contra la Violencia de Género. ¿Qué acciones específicas ha desarrollado el Centro en relación con esta iniciativa?

Desde el 1 de julio de este año, y hasta junio de 2025, desarrollaremos varias campañas de sensibilización y prevención. Estas inclu-

yen cuñas de radio, carteles en marquesinas y puntos violeta en ferias, dirigidos principalmente a jóvenes. También destinamos fondos a mejorar la infraestructura del centro y ofrecer formación a nuestros profesionales, incluyendo a las trabajadoras de la casa de acogida.

Y hablando de los jóvenes, ¿qué percepción tienen ellos sobre la

igualdad y la violencia de género?

En términos de igualdad, los jóvenes están más concienciados que antes, pero en lo que respecta a la violencia de género hemos notado un retroceso. Hay estudios que indican que los jóvenes normalizan ciertas actitudes de control, especialmente a través de las redes sociales. Es un área en

OPisciebora
Con la Garantía de **polarstock**

Especialistas en la Reforma de tu Baño

Especialistas en Calefacción

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

925 894 061 / 638 13 09 20



la que debemos trabajar más intensamente para concienciar y evitar que los casos de violencia de género en el futuro aumenten. **En cuanto a igualdad, ¿cuáles son los principales retos o problemas que afrontáis actualmente?**

A pesar de que la igualdad legal está garantizada, en la práctica diaria sigue habiendo muchas dificultades, sobre todo en el acceso al empleo. Todavía existen prejuicios sobre la contratación de mujeres debido a permisos de maternidad o cuidados familiares. También seguimos enfrentando la brecha salarial y un techo de cristal que limita el crecimiento profesional de las mujeres. El reto es seguir trabajando desde la educación y la sensibilización para romper estos roles tradicionales.

Los Premios Talavera Igualdad de Empresas son ya un clásico en nuestra zona. ¿Quiénes pueden postular a ellos y qué se busca con estos premios?

Cualquier empresa de Talavera puede presentarse, siempre y cuando cumpla con los requisitos de la convocatoria. Se da prioridad a las empresas que estén comprometidas con la igualdad y cuenten con un Plan de Igualdad. El objetivo es reconocer y fomen-

“Cualquier mujer que necesite apoyo, orientación e información puede contar con nosotros”

tar políticas empresariales que promuevan la igualdad de oportunidades.

Ahora que ya comenzamos a ver el cierre de año... ¿Qué proyectos tenéis en mente para despedir este 2024?

Nuestro próximo gran evento será el 25 de noviembre, Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres. Estamos trabajando en la programación de actividades junto con la Concejalía de Familia y las asociaciones de mujeres. Además, en diciembre entregaremos el Premio Talavera Igualdad de Em-

presas y comenzaremos a planificar el próximo año, manteniendo siempre nuestro objetivo de prestar ayuda a todas aquellas mujeres que necesiten apoyo, orientación y un impulso para seguir adelante.

Por eso mismo, me gustaría que esta entrevista sirviera como canal de comunicación para que las mujeres conozcan nuestros servicios. Y, sobre todo, para que sepan que estamos aquí para ayudar a cualquier mujer que necesite orientación o información. ¡Todas pueden contar con nosotros! ■



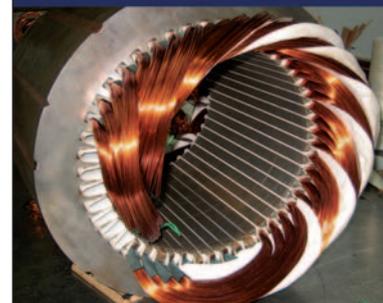
Global de Electricidad e Instalaciones, S.L.

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

EL TRIBUNAL SUPREMO CONSIDERA QUE LA INSPECCIÓN DE HACIENDA PUEDE PRECINTAR CAJAS DE SEGURIDAD DE PERSONAS FÍSICAS EN BANCOS SIN AUTORIZACIÓN JUDICIAL

La Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Supremo, en su sentencia nº 549/2024 dictada el día 4 de abril de 2024, considera que Hacienda **puede acordar sin autorización judicial el precinto de cajas de seguridad alquiladas por personas físicas a entidades bancarias**, en el marco de una inspección tributaria, siempre que justifique la **proporcionalidad, idoneidad y necesidad de la medida**.

Entiende que ello no vulnera el derecho a la inviolabilidad del domicilio, porque una caja de seguridad en un banco no tiene la consideración de domicilio, y, aunque supone una afectación del derecho a la intimidad, la Administración tiene habilitación en la Ley General Tributaria para realizar el precinto, justificando la proporcionalidad, idoneidad y necesidad de la medida, que en todo caso será temporal y modificable. Esta resolución surge de desestimar el recurso presentado por una pareja contra una sentencia del Tribunal Superior de Valencia, la cual avalaba el precinto de su caja de seguridad en el marco de una inspección relacionada con el IRPF de dos ejercicios fiscales. Alegaban los recurrentes que ello vulneraba su derecho a la intimidad y a la inviolabilidad del domicilio y que sólo podía adoptarse con consentimiento del titular o autorización judicial, salvo en caso de delito flagrante.

La clave de este pronunciamiento radica en la distinción entre la inviolabilidad del domicilio y la protección de la intimidad personal

En primer término, el Supremo desestima una vulneración del



derecho a la inviolabilidad del domicilio, ya que ello se refiere a espacios físicos cerrados en los que una persona vive permanente o eventualmente, en los que se desenvuelve físicamente y desarrolla su privacidad, su intimidad personal o familiar, lo que no puede predicarse de un recipiente como una caja de seguridad, que “no es un espacio o lugar apto ni por naturaleza, ni por destino, para desarrollar la vida privada, (...) y no está necesitado del máximo nivel de protección constitucional”. La decisión subraya que **EL ESCENARIO SERÍA DIFERENTE SI LA CAJA DE SEGURIDAD SE ENCONTRARA EN UN DOMICILIO CONSTITUCIONALMENTE PROTEGIDO O SI INVOLUCRARA DISPOSITIVOS QUE ALMACENAN INFORMACIÓN DIGITAL**, como or-

denadores o móviles, que están sujetos a derechos fundamentales vinculados al entorno digital y la privacidad en comunicaciones según el artículo 18.3 de la Constitución Española.

Sin embargo, agrega que el hecho de no ser domicilio constitucionalmente protegido no quita para que ese recipiente albergue aspectos de la vida privada o intimidad de la persona o, dicho de otra manera, que sirva de soporte para la intimidad.

Por ello, la Sala indica que el precinto de una caja de seguridad sí supone una afectación a la intimidad personal, pero que se trata de una invasión menos intensa que otras que requerirían la autorización judicial como serían las que afectan al domicilio o a las comunicaciones, o como sería ya

la apertura de la caja de seguridad.

El Supremo ha señalado que la medida cautelar de precinto de una caja de seguridad situada en una entidad bancaria, como medida de seguridad tiene cobertura en el artículo 146.1 de la LGT en relación con el artículo 181.2 del RGIT y no tiene la consideración de domicilio constitucionalmente protegido a efectos del artículo 18.2 de la Constitución.

Y aunque el precinto de la caja de seguridad puede afectar a la **intimidad personal y familiar** del inspeccionado, **pesa sobre la Administración Tributaria la carga de razonar y justificar la proporcionalidad, idoneidad y necesidad de esa medida de seguridad que, como tal, será temporal y modificable**.

En el caso resuelto, la sentencia ha entendido proporcional, idónea y necesaria la medida cautelar acordada por la Inspección de Hacienda de precintado la caja de seguridad de los investigados por IRP, ya que el escaso nivel de ingresos declarados no tenía coherencia con el elevado importe de pagos con tarjeta, sumado a las compras y ventas de acciones y participaciones, razón por la que la medida cautelar litigiosa de precinto se acordó “**para impedir la sustitución o levantamiento de los documentos** (información de cuentas bancarias en el exterior, depósitos, contratos, etc.) y **elementos** (medios de pago en efectivo y otros) de interés para la determinación y cuantificación de las bases y cuotas no declaradas pudieran estar depositados en las citada caja de seguridad”, ha subrayado la sentencia. ■

SIXSA CAMBIA DE UBICACIÓN PARA SEGUIR CRECIENDO



Destacar en un sector nunca resulta sencillo. Por eso, marcar la diferencia a través de nuevas técnicas aplicadas a los servicios y tratamientos ofrecidos, así como fidelizar a los clientes gracias a la efectividad y el buen trato, es fundamental para conseguir que cada vez más personas te elijan. De esta manera, se va creando poco a poco una empresa más estable, robusta y en la que todos confían.

De esto saben mucho en SIXSA, la empresa especializada en control de plagas referente en Talavera que nació hace ya seis años y que, desde que abrió sus puertas, no ha dejado de crecer. Su crecimiento ha sido siempre firme, paso a paso, consolidado siempre con clientes satisfechos hasta hacerse un hueco en el mercado. Este hueco, cada vez más grande, confirma el buen hacer y trabajo de todos los profesionales que forman la plantilla de SIXSA. Hemos querido aprovechar el cambio de ubicación de SIXSA para hablar con Roberto Sánchez y Carlos Cuadrado, gerentes y fundadores de la empresa, sobre cómo el enfoque en la calidad del servicio y la inversión constante en tecnología han llevado a su empresa a un crecimiento exponencial, cosechando éxitos y, sobre todo, clientes que confían en ellos.



UNA NUEVA ETAPA

Desde que comenzaron su andadura con SIXSA, y desde que en Futurart les dedicamos unas páginas hace ya dos años, uno de los cambios más significativos ha sido el traslado a su nuevo emplazamiento en el número 25 del Polígono Industrial TAFASA. Este cambio no solo les proporciona más espacio físico para aunar to-

da su maquinaria y flota de vehículos, sino que representa un avance importante en la consolidación de la empresa. Roberto Sánchez comenta que para ellos, este cambio es muy importante ya no solo por el activo adquirido sino por dar ese salto de calidad que merecen. "Tener unas instalaciones como estas nos hacen ser una empresa cada vez más vi-

sible y respetada en nuestro sector y eso nos motiva para seguir trabajando".

Este nuevo espacio les permite agrupar en un mismo emplazamiento a toda su plantilla, técnicos cualificados y personal administrativo, estos últimos al frente de la Oficina Técnica dando una buena atención al cliente y facilitando la operatividad y la calidad

en el servicio final. Además, la compañía sigue invirtiendo en nuevas tecnologías, más eficientes y efectivas para sus tratamientos.

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

En el sector del control de plagas, las especies a combatir no han cambiado en los últimos años pero sí lo ha hecho, y mucho, la for-

“El cliente nos busca porque confía en nuestra forma de trabajar y eso es lo que más valoramos”



ma de combatir las y erradicarlas eficientemente. En SIXSA lo saben bien, ya que una parte fundamental de su trabajo es mantenerse al día de las últimas novedades del sector para poder ofrecer los mejores resultados a los clientes.

Además, todo el personal de la empresa se encuentra en formación constante, lo que repercute muy positivamente en la efectividad de los tratamientos realizados y en la confianza que los clientes depositan en estos profesionales. Precisamente por esto SIXSA ha logrado destacar en el sector utilizando métodos y técnicas eficientes adaptándose en todo momento al cambio.

PROFESIONALIDAD Y CALIDAD

El impacto de la innovación y el cambio de ubicación no se ha limitado al ámbito operativo y es que la empresa viene experimen-

tando un notable crecimiento en todos los aspectos. Desde SIXSA nos cuentan que este progreso ha permitido aumentar su plantilla, y poder mejorar la atención a sus clientes de la zona independientemente de su envergadura, además de poder prestar sus servicios de forma ocasional fuera de nuestra comarca.

En SIXSA se sienten orgullosos de contar con un gran equipo de profesionales que, además de dar lo mejor de sí mismos en cada proyecto, forman una gran familia gracias al buen ambiente de trabajo que se respira entre ellos. Esto se ve reflejado en la profesionalidad y tesón que muestran a diario.

DONDE SE LES NECESITA

A pesar de su éxito local, los socios de SIXSA son conscientes de los límites geográficos que pueden abarcar sin comprometer la

calidad de su servicio. La empresa cubre Talavera, su comarca, zonas limítrofes como Cáceres, Ávila o Madrid, pero son cautelosos al ampliar su radio de acción. Según explican, quieren conservar esa calidad que les caracteriza. No obstante, ocasionalmente y, por recomendaciones de clientes talaveranos, realizan trabajos fuera de su área habitual, llegando a prestar sus servicios en lugares costeros como Málaga, Valencia o Cádiz.

PREVENIR, EL MEJOR CONSEJO

Actualmente, la lucha contra las cucarachas sigue siendo uno de los principales retos de SIXSA, especialmente en el sector de la hostelería. Esta plaga se ha agravado en todo el territorio nacional debido al cambio climático y poco a poco se está extendiendo a la zona centro con mayor resistencia que nunca; originando un

grave problema para la salud pública. En este sentido una buena prevención, al igual que tomar medidas pasivas como una minuciosa limpieza o tapar grietas en la azulejería, puede ser parte de la solución antes de abusar de los métodos químicos tradicionales. La conservación de la madera afectada por plagas de carcoma, termitas u hogos de pudrición es un servicio cada vez más solicitado por propietarios de casas particulares en zonas rurales e incluso edificios históricos o religiosos. En lugar de reemplazar la madera histórica por hormigón o metal; SIXSA ofrece la posibilidad de salvar la madera tratándola adecuadamente preservando así el valor histórico y cultural del edificio.

Otro de los servicios destacados es el control de la legionella, una bacteria que puede llegar a ser mortal si no se gestiona adecua-



“El cambio climático está afectando al comportamiento de las plagas y tenemos que estar preparados para ello”

damente en instalaciones con alto riesgo como son hospitales o residencias de mayores. Con la entrada en vigor del nuevo Real Decreto que regula su control y prevención, SIXSA ha intensificado sus esfuerzos en este ámbito.

Desde SIXSA nos recuerdan que es fundamental dejar estos asuntos en manos de profesionales como ellos para prevenir o eliminar los posibles problemas en cuestión de plagas. Y evitar la resistencia que estos organismos pueden desarrollar a los productos de uso doméstico utilizados tradicionalmente, aplicados casi siempre de forma irresponsable o desde el desconocimiento.

Por otro lado, también advierten sobre la importancia de prevenir las plagas antes de que aparezcan con barreras físicas; una solución ideal para evitar visitantes indeseados que, una vez presentes, son más difíciles de eliminar.

MIRAR HACIA ADELANTE

En SIXSA tienen claros sus objetivos a medio-largo plazo. El primero, por supuesto, es terminar de instalarse en su nueva ubicación e incorporar toda la

maquinaria necesaria para ofrecer las mejores soluciones con sus tratamientos.

Roberto y Carlos son muy conscientes de la importancia de seguir invirtiendo en tecnología y formación para adaptarse a los cambios de un sector muy vivo y muy cambiante. También cuentan con la implementación de un software ERP especializado en control de plagas, que les permitirá gestionar mejor sus operaciones y posicionarse como una de las empresas punteras a nivel nacional. SIXSA es una empresa 100% talaverana que apuesta por los profesionales locales. Por eso, otro de los objetivos es consolidar su presencia en Talavera a nivel institucional, consiguiendo que se elijan empresas locales para realizar este tipo de trabajos, sin recurrir a empresas de fuera. Esto generaría un mayor flujo de trabajo y empleo dentro de Talavera y su comarca.

Objetivos inspiradores que demuestran que la ilusión y las ganas de todo el equipo de SIXSA siguen siendo imparables. Y que la calidad de sus servicios y el compromiso con el cliente han sido las grandes claves para su éxito. ■




DATACONTROL
Asesores de Empresas

*La tranquilidad
de tu empresa
en buenas manos*

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

INCUBADORA ALTA TECNOLOGÍA TALAVERA DE LA REINA

Como parte de nuestro objetivo de dar mayor visibilidad a vuestros proyectos, desde Talavera Tecnológica nos complace anunciar un acuerdo con Futurart, donde os invitamos a participar de forma voluntaria, a través de entrevistas donde podéis dar a conocer y destacar vuestros proyectos. Cada edición presentará varios proyectos de incubados, brindándoles la oportunidad de contar su historia, compartir su experiencia y conectar con la comunidad empresarial de Talavera y más allá. Esta es una excelente oportunidad para mostrar tu proyecto, atraer nuevas oportunidades y dar a conocer tu innovación.



AGRAFACT

El proyecto AGRAFACT consiste en un sistema de facturación electrónica específico para el sector agrícola y ganadero. La facturación electrónica es un equivalente funcional de la factura en papel y consiste en la transmisión de las facturas o documentos análogos entre emisor y receptor por medios electrónicos (ficheros informáticos) y telemáticos (de un ordenador a otro), firmados digitalmente con certificados reconocidos.

Desde una gestoría rural se detectó la necesidad de un programa software de fácil uso para las empresas agrícolas y ganaderas de la comarca de Talavera, que viniera a solucionar la problemática de los sistemas complejos y alto coste para llevar a cabo este tipo de tareas administrativas de forma automática y digitalizada.

Este proyecto tiene como propósito la implantación de un sistema de facturación electrónica para PYMES del sector agrario. Con la finalidad de actualizar los mecanismos tecnológicos de los procesos de negocio, superar las divergencias existentes y profundizar en el objetivo de convergencia de la Sociedad de la Información en el sector agrario, este proyecto ofrece a los profesionales del entorno agrícola y del medio rural la posibilidad de implantar un sistema avanzado de facturación electrónica, que impulse su actividad para equiparles con otros profesionales de sectores más favorecidos y con mayor aprovechamiento de las Tecnologías de la Información.

Además, en los próximos años entrará definitivamente en vigor la obliga-

ción de facturar por medios electrónicos y los autónomos dejarán de poder emitir facturas en papel, en PDF o en cualquier otro formato "no estructurado". A partir de 2025, el sistema español de factura electrónica estará compuesto por plataformas privadas de intercambio de facturas y por una solución pública de facturación electrónica gestionada por la Agencia Estatal de Administración Tributaria. Las empresas podrán elegir entre utilizar una plataforma privada, la solución pública o una combi-

nación entre ambas. En cualquier caso, todas las facturas deberán ser remitidas en copia a la solución pública para su almacenamiento y control. La advertencia por parte del Ministerio de Economía es clara: las facturas que utilizan los autónomos quedarán prohibidas en los próximos meses.

Por tanto, este proyecto pretende abordar la viabilidad de la implantación de una solución informática de facturación electrónica que de soporte a la operativa diaria de las

PYMEs en el entorno agrario y ganadero, sector necesitado de una modernización en materia de IT y soluciones sencillas que mejoren sus procesos de negocio diarios.

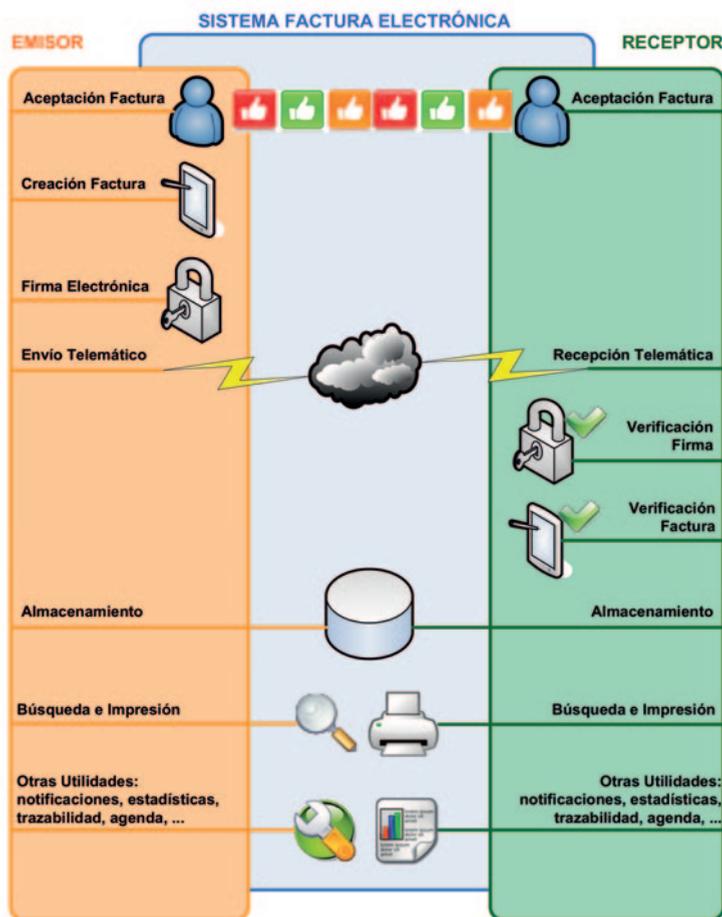
¿Cuál es el impacto que esperas generar con tu emprendimiento en Talavera y más allá?

Desde el punto de vista estratégico, este proyecto ayudará a Talavera a posicionarse en la vanguardia tecnológica y comercial dentro de la provisión de soluciones en el ámbito de la factura electrónica.

Con este proyecto se pretende también aumentar el segmento de mercado de la facturación electrónica, ampliando el modelo de negocio de la empresa, sin la necesidad de programas complejos que conllevan normalmente un alto coste para el autónomo ya que se ofrece un resultado novedoso y sencillo dentro de los servicios de la propia empresa.

Igualmente se realiza una transferencia de conocimientos tecnológicos de obligado cumplimiento a partir de 2025. Aumentar el know-how de la empresa en relación a un área tan importante actualmente como es la facturación electrónica, elemento clave en la modernización de las PYME mediante la utilización de las TIC sobre todo para el sector agrario y ganadero, impulsando, mediante la utilización de las TIC la incorporación y permanencia en la sociedad de la información en el mundo rural, como medio idóneo para conseguir su integración tecnológica, evitar la exclusión digital y mejorar su productividad.

El hecho de la utilización de la factura electrónica en la operativa diaria y



procesos de negocio a la hora de generar/recibir facturas permitirá una gestión más eficaz con otros organismos o empresas, debido a la utilización de los estándares propuestos por la Administración Pública.

Otro aspecto diferenciador destacado que supone la utilización de un sistema de factura electrónica reside en la optimización de procesos y la reducción de costes, como por ejemplo: ahorro de costes en la gestión de envíos de facturas, RRHH, sellado, gestión de reclamaciones; acorta los tiempos de cobro y mejora del flujo de caja en un corto periodo de tiempo para el retorno de la Inversión (ROI). De esta forma se anima a las empresas del sector tradicional agrario y ganadero a adoptar una solución novedosa y sencilla que supone un gran atractivo hacia el cliente.

¿Cómo ha evolucionado tu proyecto desde sus primeras etapas hasta ahora?

Desde el estudio inicial de viabilidad que realizamos para analizar la idea de negocio y determinar su viabilidad técnica, económica y comercial, incluyendo investigaciones de mercado, público objetivo y análisis de competencia, pasando posteriormente a una fase de planificación y semilla dónde se elaboró un plan de negocio preliminar, se identificaron los recursos necesarios y se elaboró un cronograma de actividades para finalmente comenzar a buscar financiación.

Actualmente nos encontramos en la fase de búsqueda de financiación para asegurar el capital necesario a través de inversores, préstamos o subvenciones que nos siga permitiendo el desarrollo del producto, que es en la etapa en la que nos encontramos, para poder realizar un lanzamiento del servicio antes de finales de año.

¿Qué aprendizajes importantes has



obtenido a lo largo del camino como emprendedor?

Las lecciones aprendidas van más allá del desarrollo tecnológico del proyecto como qué plataforma es la indicada a utilizar para la página web, o qué desarrollo de la aplicación móvil, etc. Las lecciones más importantes tienen que ver con la resiliencia de la idea de tu proyecto. La resiliencia es esencial; los emprendedores deben estar preparados para adaptarse a cambios inesperados. Esta adaptabilidad a un mercado dinámico es también un aprendizaje importante para dotar de flexibilidad a tu solución que realmente permita un avance en los procesos de negocio de los clientes y aumentar su competitividad. Y finalmente la importancia de un buen equipo. Contar con un equipo apasionado y comprometido es fundamental. La diversidad de habilidades en un grupo puede enriquecer el proyecto.

¿Cómo ha sido la experiencia de colaborar con otros emprendedores dentro de la incubadora?

La experiencia de colaborar con otros emprendedores ha sido realmen-

te muy enriquecedora. En primer lugar, al haber proyectos en diferentes fases, hemos podido aprender unos de otros, y valerte de la experiencia de otros emprendedores con proyectos empresariales más avanzados para evitar errores comunes cuando lanzas una idea emergente. Además de este intercambio de ideas, destacaría tres ventajas fundamentales:

- Networking y red de apoyo: la incubadora crea una comunidad de apoyo.
- Mentoría y aprendizaje: la posibilidad de aprender de las experiencias de otros, recibir consejos y compartir buenas prácticas es fundamental para el crecimiento del proyecto.
- Colaboraciones y sinergias: colaborar en proyectos o compartir recursos puede llevar a resultados más satisfactorios que trabajar de manera aislada.

¿Qué ventajas crees que aporta el entorno tecnológico y colaborativo de la incubadora a tu proyecto?

El sector agrícola y ganadero de la comarca de Talavera tiene un futuro prometedor, y los emprendedores

pueden desempeñar un papel crucial en su desarrollo. Aplicar los aprendizajes anteriores y sinergias con otros incubados no solo fortalecerá los proyectos, sino que también contribuirá al crecimiento y la sostenibilidad del sector. La combinación de innovación, colaboración y un enfoque centrado en el cliente permitirá crear soluciones administrativas y financieras como AGRAFACT que respondan a las necesidades del presente y del futuro de los procesos de negocios en el sector primario.

¿De qué manera te ha ayudado la infraestructura y los recursos de la incubadora a avanzar en tu emprendimiento?

El acceso a los recursos que la incubadora a puesto a disposición de los proyectos seleccionados como AGRAFACT, a través de no sólo recursos materiales e instalaciones, sino también talleres de formación y capacitación empresarial, ha sido fundamental. Colaborar con otros emprendedores ha facilitado también el aprovechamiento de estas oportunidades, ampliando el aprendizaje y el desarrollo de habilidades. Además, formar parte de esta comunidad emprendedora en Talavera ha ayudado a aumentar la visibilidad y difusión del proyecto. Al compartir la incubadora, las empresas pueden beneficiarse de la exposición a posibles inversores, clientes y otras partes interesadas.

La colaboración dentro de la incubadora no solo ha enriquecido el proceso de desarrollo del proyecto empresarial, sino que también crea una red sólida que aumenta la resiliencia de la idea de proyecto para la realización de la misma. En definitiva, estos recursos e infraestructura son determinantes para el éxito a largo plazo de las diferentes ideas de negocio y proyectos empresariales de los emprendedores de la comarca. ■



A TU LADO, CERCA DE TI
con 6 puntos de venta

Carnicería
LA PAZ
Desde 1969

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

www.carnicerialapaz.com





CLARA VALERO PALACIOS

¿Qué te motivó a iniciar este proyecto y en qué consiste?

Nos especializamos en Ingeniería de Datos, Ciencia de Datos y Análisis de Datos, cubriendo todo el ciclo de vida del dato, desde su recolección y almacenamiento hasta su análisis avanzado y visualización.

Mi motivación para fundar Kaizen Data surge de mi pasión por los datos y mi deseo de ayudar a las empresas a alcanzar su máximo potencial mediante la optimización de sus procesos. Siempre me ha encantado resolver problemas complejos, y vi una gran necesidad en el mercado: muchas empresas no están aprovechando todo el poder que los datos pueden ofrecer para tomar mejores decisiones estratégicas. Con Kaizen Data, hago que las empresas mejoren la toma de decisiones, optimicen sus recursos y aumenten su facturación de manera significativa.

El proyecto abarca desde la ingeniería de datos hasta la automatización de procesos y el uso de inteligencia artificial. Ayudamos a empresas de diversos sectores a transformar sus datos en información valiosa y a optimizar su rendimiento, lo que les permite ser más competitivas y eficientes. Mi objetivo es brindarles las herramientas y estrategias necesarias para maximizar el valor de sus datos y llevar sus negocios al siguiente nivel.

¿Cuál es el impacto que esperas generar con tu emprendimiento en Talavera y más allá?

En Talavera, mi objetivo es contribuir activamente a la economía local optimizando el funciona-



miento de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) a través de soluciones basadas en datos. Con Kaizen, quiero demostrar que incluso en una ciudad más pequeña, se pueden liderar proyectos tecnológicos de gran impacto. A través de la ingeniería de datos, pretendo ayudar a las PYMEs locales a mejorar su eficiencia operativa, tomando decisiones más informadas y aumen-

tando su competitividad en el mercado. A nivel global, Kaizen busca ofrecer estas mismas soluciones de optimización de procesos y análisis avanzado a empresas de cualquier tamaño, contribuyendo así a la transformación digital en todos los niveles. Mi objetivo es que Kaizen sea un referente tanto en el crecimiento local como en la innovación global.

¿Cómo ha evolucionado tu proyecto desde sus primeras etapas hasta ahora?

El proyecto ha evolucionado de manera significativa desde sus inicios. Originalmente, comencé con Zintia Real State, una iniciativa enfocada en el análisis inmobiliario y la inversión, donde desarrollábamos modelos predictivos para identificar las mejores oportunidades de inversión. Sin embargo, durante este proceso, me di cuenta de que los desafíos en la gestión y análisis de datos no solo estaban presentes en el sector inmobiliario, sino que eran transversales a muchas industrias, alineándose también con mi carrera profesional.

Además, me enfrenté a la realidad de que necesitaba un capital considerablemente mayor para realizar la primera inversión inmobiliaria, y mi primera colaboración en el sector no resultó como esperaba. Esto me llevó a reflexionar profundamente sobre cómo reorientar el proyecto. En ese momento, trabajaba fuera de Talavera y pasaba largas horas en el tren, como muchos otros Talaveranos que se desplazan a Madrid. Fueron esas horas de viaje, alrededor de cinco al día, las que me dieron el espacio para replantear la dirección del proyecto.

Así nació Kaizen, que ha crecido para convertirse en una empresa de consultoría de datos. Nos hemos expandido hacia áreas como machine learning, automatización de procesos y data science, ofreciendo soluciones innovadoras no solo al sector inmobiliario, sino también a industrias como el financiero, retail y logística.



Hoy, Kaizen está ayudando a empresas a tomar decisiones basadas en datos y a mejorar su eficiencia operativa de forma escalable.

¿Qué aprendizajes importantes has obtenido a lo largo del camino como emprendedor?

Uno de los aprendizajes más valiosos ha sido la importancia de la flexibilidad y la capacidad de adaptarse a las necesidades del mercado. Al principio, mi visión estaba muy centrada en un sector específico, pero con el tiempo, comprendí la necesidad de ampliar mi enfoque y ver oportunidades más allá del nicho inicial. Este cambio me permitió pivotar y abrir nuevas puertas en diferentes industrias.

Otro aprendizaje fundamental ha sido el valor de la colaboración y el trabajo en equipo. Además, he aprendido a gestionar el riesgo y la incertidumbre, dos constantes en el camino del emprendimiento, y a no dejar que me paralicen, sino que sean parte del proceso de crecimiento. Como emprendedor, uno tiende a querer abarcar todo, pero pronto me di cuenta de que se puede con todo, pero no con todo a la vez.

A nivel personal, el emprendimiento me está retando a buscar el balance entre el desarrollo disciplinado y disfrutar del proceso. Estoy aprendiendo que puede ser posible no solo esfuerzo y mucho trabajo (emprendimiento, entrenamiento, trabajo de 9 a 6...) La

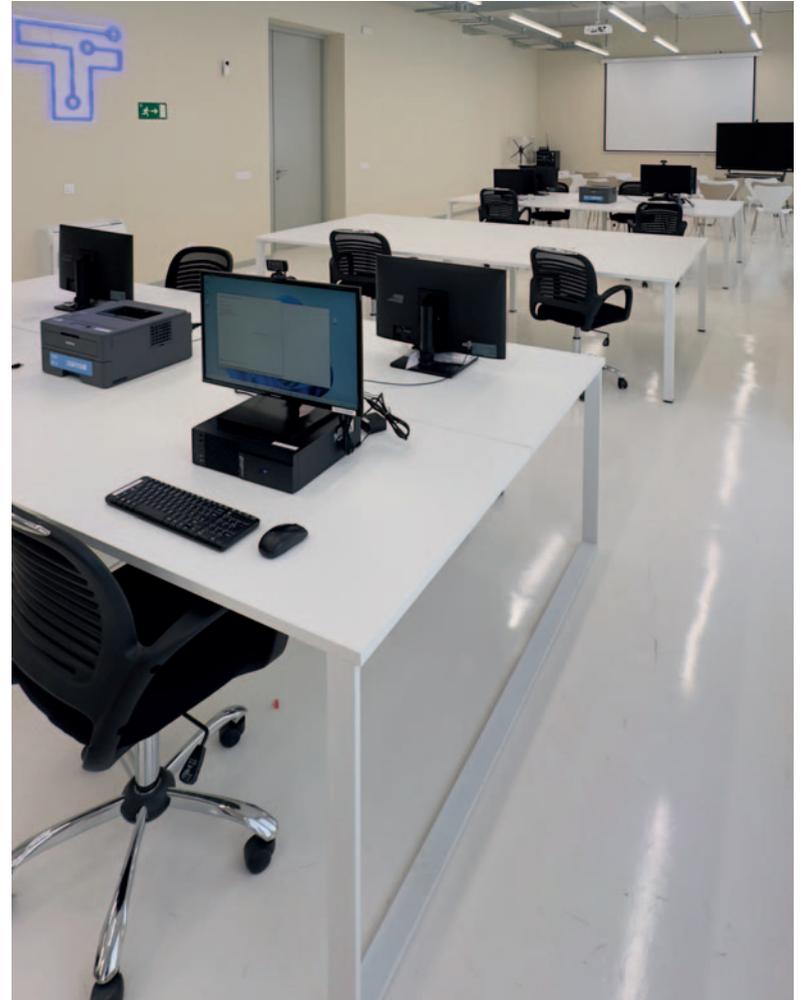
clave está en encontrar un equilibrio entre el progreso constante y el disfrute de cada paso del camino, Kaizen es la mejora constante día a día.

¿Cómo ha sido la experiencia de colaborar con otros emprendedores dentro de la incubadora?

Colaborar con otros emprendedores en la incubadora ha sido una experiencia increíblemente enriquecedora. Me ha permitido compartir experiencias y aprender de los retos que otros están enfrentando, lo cual me ha ayudado a ver mi propio proyecto desde nuevas perspectivas. Además, las conversaciones y el intercambio de ideas con otros emprendedores han generado oportunidades de colaboración que no había previsto, y esto ha sido clave para el crecimiento de Kaizen. La incubadora es un espacio donde no solo creces a nivel de proyecto, sino también a nivel personal y profesional.

¿Qué ventajas crees que aporta el entorno tecnológico y colaborativo de la incubadora a tu proyecto?

El entorno tecnológico y colaborativo de la incubadora ha sido esencial para el desarrollo de Kaizen. Me ha permitido acceder a recursos tecnológicos avanzados y compartir ideas con otros emprendedores y expertos. La incubadora ofrece un espacio que fomenta la innovación continua y permite experimentar con nuevas



tecnologías, lo que ha sido clave para mejorar nuestras soluciones. Además, estar rodeado de profesionales con conocimientos diversos me ha proporcionado una red de apoyo constante y acceso a nuevas oportunidades de negocio.

¿De qué manera te ha ayudado la infraestructura y los recursos de la incubadora a avanzar en tu emprendimiento?

La infraestructura de la incubadora ha sido clave para escalar el proyecto de manera más rápida y

eficiente. Desde el acceso a espacios de trabajo compartidos, hasta las oportunidades de mentoría y los talleres especializados en tecnología, todo ha contribuido a hacer avanzar Kaizen. Además, el acceso a equipamiento tecnológico avanzado y la posibilidad de conectar con inversores y expertos del sector me han permitido acelerar el proceso de desarrollo de nuestros productos y servicios. Sin esta infraestructura, el crecimiento habría sido mucho más lento. ■

El mejor escaparate para tu empresa

Contrata tu publicidad con nosotros

Otra forma de ser solidario



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



FUNDACIÓN FUTURART

GUSTAVO Y BRUNO PÉREZ: UNA NUEVA ETAPA CON EN TALAVERA CON CRISTALBOX



Los hermanos Pérez Rodríguez son ya viejos conocidos de Fundación Futurart y de todos los talaveranos gracias a la profesionalidad y compromiso que han ofrecido siempre en su taller de la Avda. Pío XII de nuestra ciudad. Hoy vuelven a ser noticia gracias al salto que han dado con su negocio al colocarlo bajo el paraguas

de Cristalbox. Un cambio de nombre que marca el inicio de una nueva etapa para estos profesionales, pero que mantiene la esencia de lo que siempre han ofrecido a sus clientes: calidad, servicio y cercanía.

UN PASO ADELANTE

El salto Cristalbox se produce en

un momento clave para Gustavo y Bruno, quienes han buscado ofrecer lo mejor para sus clientes sin perder la esencia que los caracteriza. Desde el inicio de su trayectoria, su objetivo ha sido garantizar una atención personalizada y eficiente, y el cambio a Cristalbox es una forma de continuar en esa dirección, pero con el

respaldo y las ventajas que aporta esta red de especialistas en cristales para automóviles.

Sin embargo, es importante destacar que, aunque ahora forman parte de la marca Cristalbox, el equipo de Talavera mantiene total independencia en cuanto a la gestión del negocio. Gustavo y Bruno siguen al frente del taller, aplican-

PRODUCTOS ZOOSANITARIOS SALUD Y NUTRICIÓN ANIMAL

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

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



do los mismos valores y principios que durante años han conquistado a los talaveranos. Es decir, el cambio de nombre no afecta en absoluto a la calidad del servicio ni al trato personalizado que sus clientes habituales han recibido durante todos estos años.

LOS MISMOS SERVICIOS, LA MISMA CALIDAD

El equipo de Cristalbox Talavera, liderado por Gustavo y Bruno, continúa ofreciendo los mismos servicios de reparación y sustitución de lunas que sus clientes ya conocen. Desde la reparación de pequeñas grietas hasta la sustitución completa de parabrisas y ventanillas, el tintado de lunas... Lo que cambia es el nombre, pero los pilares de su taller permanecen intactos: compromiso con la seguridad, rapidez en las soluciones y la cercanía que tanto valoran sus clientes. "Para nosotros, lo más importante sigue siendo la satisfacción del cliente. Cambiamos de nombre, pero no de filosofía" comentan los hermanos Pérez, reafirmando así su compromiso con quienes confían en ellos para mantener sus vehículos en óptimas condiciones.

LA INDEPENDENCIA DE CRISTALBOX TALAVERA

Si bien el taller ahora opera bajo la marca Cristalbox, Gustavo y Bruno quieren que quede claro que su taller es totalmente independiente de otros centros Cristalbox en la región. En particular, Talavera cuenta con otro establecimiento bajo esta misma marca, pero cada uno tiene su propio equipo y gestión, lo que garantiza un servicio único y personal en cada taller. "Nosotros seguimos siendo nosotros, con la misma dedicación y trato directo que siempre hemos ofrecido", aseguran los gerentes del nuevo Cristalbox.

VENTAJAS DE FORMAR PARTE DE CRISTALBOX

Al pertenecer a una red más amplia, tienen acceso a recursos adicionales, como nuevas tecnologías, mejores condiciones de suministro de materiales y formación continua para sus empleados. Todo ello les permite mantener su competitividad en un sector tan dinámico como el de la reparación de lunas, sin comprometer la calidad ni el trato cercano que los caracteriza. Asimismo, la afiliación a Cristalbox proporciona al taller una

mayor visibilidad y respaldo, lo que ayuda a fortalecer su presencia en el mercado local. Sin embargo, Gustavo y Bruno insisten en que el cambio a Cristalbox no significa que estén perdiendo su identidad, sino que están integrando lo mejor de ambos mundos: la fuerza de una marca nacional y la autenticidad de un taller que sigue siendo completamente local.

UN FUTURO CRISTALINO

Con esta nueva etapa, Gustavo y Bruno se preparan para seguir creciendo y mejorando, siempre con el cliente en el centro de todo lo que hacen. Y es que a lo largo de los años han demostrado ser expertos en adaptarse a los tiempos sin perder de vista su misión: ofrecer un servicio de calidad que garantice la seguridad y satisfacción de quienes confían en ellos. Por eso, su taller de la Avda. Pío XII sigue siendo ese lugar al que acudir cuando tenemos algún problema con las lunas de nuestros vehículos o necesitamos hacer algunos cambios en ellas. Y es que la confianza y la calidad son cosas que permanecen inalterables cuando se va de la mano de auténticos profesionales. ■



especialistas en higiene industrial

Productos químicos para la hostelería e industrias.

Artículos de limpieza en general.

Celulosas y artículos desechables de un solo uso.

Sistemas de ambientación.

Limpieza y desinfección con equipos de espuma.



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

www.talaverahigiene.com

Tel.: 925 81 90 31

LA GALA BENÉFICA FUNDACIÓN FUTURART 2024

¡VEINTE AÑOS DE SOLIDARIDAD!

Como viene siendo habitual por estas fechas, todo el equipo de Fundación Futurart se encuentra inmerso en los preparativos de nuestra tradicional Gala Benéfica Anual. Durante este evento, entregaremos la aportación solidaria recaudada a lo largo del año, gracias a todos los asociados de la Fundación y las diferentes actividades realizadas para este fin. Este año, el apoyo irá destinado a nuestro Proyecto Empresarial Solidario; **TEA Talavera**. Además, en el transcurso de la gala descubriremos qué causa y proyecto tendremos el honor de apoyar durante los siguientes 12 meses.

Este evento, que ya se ha convertido en un clásico del cierre de año en Talavera, cobra un significado especial este 2024 ya que celebramos el **veinte aniversario de Proyectos Solidarios**. Una cifra que nos impulsa a recordar los orígenes y la historia de esta institución. Hace dos décadas, esta iniciativa nació con el **objetivo de dar visibilidad y unir a las empresas de la zona en torno a una causa solidaria** y desde entonces, hemos trabajado para crear una red empresarial fuerte que fomente las sinergias entre las empresas asociadas y comprometidas socialmente.

ELECCIÓN DEL PROYECTO SOLIDARIO 2025

Uno de los momentos más especiales de cada Gala de Fundación Futurart es descubrir cuál será la causa por la que trabajaremos durante el próximo año. Una causa que es elegida por las Empresas Solidarias asociadas a Fundación Futurart a través de votación las semanas previas al evento.

Muy pronto abriremos el plazo para que las diferentes asociaciones

puedan presentar sus proyectos a través de nuestra página web y así los asociados puedan elegir la causa a la que apoyar durante el próximo año.

Como novedad, en esta ocasión además de ONGs y asociaciones, podrán también presentar su candidatura a Proyecto Empresarial Solidario 2025 aquellas causas particulares que, por supuesto, cumplan los requisitos necesarios

nuestras redes sociales y página web.

UN EVENTO ESPECIAL: EL VIGÉSIMO ANIVERSARIO DE PROYECTOS SOLIDARIOS

La XX Gala Benéfica de Fundación Futurart se celebrará el próximo **viernes 29 de noviembre en Palomarejos Golf**, y será un evento marcado por la solidaridad, los reencuentros y los recuerdos de

Fundación. También dedicaremos un espacio para agradecer la labor de nuestro actual Embajador de la Fundación, quien ha desempeñado un papel fundamental durante este año, y nombraremos a su sucesor, que tomará el relevo con el mismo entusiasmo y dedicación. Todo esto, como siempre, estará envuelto en un ambiente cargado de emotividad y solidaridad, dos ingredientes clave que hacen que nuestras galas sean únicas. Sin embargo, este año, esa atmósfera tan especial contará con un toque adicional: el aroma de los buenos recuerdos acumulados a lo largo de dos décadas de trabajo conjunto, esfuerzo y compromiso con los más necesitados.

UNA GALA CON GRANDES SORPRESAS

A lo largo de los próximos días, tanto en nuestra página web como en nuestras redes sociales, así como a través de comunicaciones personalizadas que enviaremos a nuestros asociados y amigos de la Fundación Futurart, iremos desvelando más detalles sobre esta próxima gala.

Os recomendamos estar atentos y mantener los ojos bien abiertos para no perderos ninguna de las novedades que tenemos preparadas. Y es que la XX Gala Benéfica estará llena de momentos emocionantes, y queremos que todos podáis ser parte de ellos.

Por el momento, el único adelanto que podemos ofreceros es la fecha: 29 de noviembre de 2024. Por ello, os aconsejamos reservar la fecha en vuestras agendas y estar preparados para acompañarnos en una noche donde celebraremos juntos estos veinte años de solidaridad y brindaremos por, por lo menos, otros veinte más. ¡Os esperamos! ■



para recibir las donaciones y ayudas pertinentes por parte de la Fundación. Nos referimos a familias con necesidades especiales, pacientes que requieran de cierta maquinaria para mejorar su calidad de vida... Lo que pretendemos con este nuevo enfoque es que muchas más personas puedan no solo acceder a ser Proyecto Empresarial Solidario sino que también puedan dar a conocer su causa consiguiendo así más recursos y visibilidad.

Las fechas de la convocatoria para presentar proyectos y la de la posterior ronda de votaciones para elegirlo, serán anunciadas durante los próximos días a través de

todo lo que hemos vivido juntos durante estos veinte años. En esta ocasión tan especial, haremos un merecido reconocimiento a todas aquellas empresas solidarias que han apoyado y hecho posible la labor de la Fundación desde su creación. Será, sin duda, una noche para celebrar las alianzas que hemos formado y el impacto positivo que hemos logrado juntos.

Además de la entrega de las aportaciones recaudadas, uno de los momentos más esperados de la gala es la entrega de los Futuritos de Honor, un reconocimiento que otorgamos a personas o entidades que han destacado por su apoyo y compromiso con los valores de la





Textos: Tomás Arriero

LOS MEJORES MEDIOS PARA CADA FASE DE TU EMBUDO DE VENTAS

¿Te suena el término “embudo de ventas” o “funnel de ventas”? Probablemente sí. No es otra cosa que el recorrido que realiza un cliente desde que conoce una marca hasta que toma la decisión de compra.

En cada fase de ese recorrido se requiere de diferentes acciones, mensajes y de distintos medios de publicidad para captar la atención, nutrir y convertir a los potenciales en clientes.

Aunque hay diferentes modelos, básicamente un embudo de ventas se suele dividir en **tres partes**:

- **Parte superior del embudo (ToFu - Top of Funnel)**: Aquí se busca captar la atención y generar conciencia de marca. El objetivo es llegar al mayor número posible de personas.

- **Parte media del embudo (MoFu - Middle of Funnel)**: En esta etapa, el foco es la consideración. Los usuarios conocen tu marca y están explorando sus opciones, por lo que debes educarles y resolver sus dudas.

- **Parte inferior del embudo (BoFu - Bottom of Funnel)**: En la última fase, los clientes potenciales están listos para tomar una decisión. El objetivo aquí es cerrar la venta y convencerles de que tu producto o servicio es la mejor opción.

Veamos ahora **qué medios serían los idóneos en cada una de las fases**:

- **PARTE SUPERIOR DEL EMBUDO (generación de conciencia)**: En esta fase, los medios convencionales son extremadamente eficaces, ya que permiten llegar a un gran número de personas de manera rápida y directa.

- **Televisión**: Capta la atención



de audiencias masivas. Tiene un gran alcance y puede generar un alto impacto visual.

- **Radio**: La radio es ideal para generar conocimiento, es un medio con un costo más accesible que la televisión y puede ayudar a captar la atención de audiencias en zonas específicas.

- **Prensa**: Permiten llegar a un público más enfocado, dependiendo del tipo de publicación.

- **Publicidad exterior (vallas publicitarias, carteles)**: Generan conocimiento de marca en zonas de alta afluencia.

- **Publicidad digital**: Permite alcanzar a audiencias específicas según sus intereses, comportamientos o datos demográficos, lo que los convierte en un complemento perfecto.

- **PARTE MEDIA DEL EMBUDO (consideración y evaluación)**: En esta fase, tanto los medios convencionales como los digitales pueden desempeñar un papel clave.

- **Prensa especializada y revistas**: Excelente opción para empresas que buscan nutrir a una audiencia interesada en un tema concreto.

- **Radio y televisión local**: Muy efectivos, ya que ofrecen una mayor conexión con la audiencia.

- **Email marketing**: Pueden ofrecer contenido relevante, promociones o testimonios de otros clientes que refuercen la decisión de compra.

- **Retargeting**: Permite mostrar anuncios a personas que ya han visitado tu sitio web o interactuado con tus redes sociales.

- **PARTE INFERIOR DEL EMBUDO (decisión de compra)**: Los medios digitales ofrecen una manera más precisa y directa, aunque algunos medios locales son excelentes como medio principal o complemento de los digitales.

- **Promociones locales en radio**

o prensa: Son una forma efectiva de atraer a personas que ya están familiarizadas con tu marca y necesitan un pequeño empujón para tomar la decisión final.

- **Remarketing en redes sociales**: Mostrar anuncios más específicos a usuarios que ya conocen tu marca, como descuentos o promociones, puede ser la clave para cerrar la venta.

- **Google Shopping Ads**: Para negocios de ecommerce es una herramienta excelente para convertir usuarios interesados en compradores, ya que muestra directamente productos y precios.

- **Email marketing con ofertas exclusivas**: Es ideal para cerrar la venta con aquellos usuarios que ya han mostrado interés en tus productos.

En la mayoría de los casos, el éxito de cualquier estrategia de marketing consiste en saber combinar medios convencionales y digitales en las diferentes fases del embudo. ■



QUE LA MEMORIA NO OLVIDE

ROBERTO NÚÑEZ Y JESÚS MANUEL CEDENILLA, DOS HISTORIAS QUE HAY QUE RECORDAR

Los dos son futbolistas y en esta temporada 2024/25 se enfrentarán al conjunto de la ciudad donde han nacido, al CF Talavera de la Reina SAD defendiendo las camisetas del Móstoles y Coria respectivamente.

El grupo inversor del CF Talavera de la Reina SAD a estas alturas — es mediados o casi de septiembre cuando escribo estas líneas— de competición se muestra satisfecho. La apuesta de Toni para la secretaría técnica y Javi Vázquez para el banquillo parece que comienza a dar sus frutos. Con una plantilla completamente nueva — únicamente repiten Edu Gallardo y Tassebedo— el inicio liguero es impecable. Se superó 1-0 al novato Colonia Moscardó en El Prado con el exblanquiazul Cidoncha en sus filas y siete días más tarde se ganaba en La Palma 1-2 al Atlético Paso, que también contaba con otro exalaverano en el once; el delantero Samu Corral. Y en lo que está por llegar serán algunos más que han vestido con anterioridad la zamarra azul y blanca del cuadro cerámico. Así, y a vuelo de pluma, vendrán defendiendo los intereses rivales jugadores como Toño Calvo (Guadalajara), Martín Lapeña y Dani Pichín (CDA Navalcarnero), Juanma (Unión Adarve), Dani Ramos (Rayo Majadahonda) y el muy apreciado de la afición blanquiazul Szymanowski, hoy jugador del Sanse madrileño. No serán los únicos jugadores con algún sentimiento talaverano dado que hay otros dos nombres que tienen ADN nuestro desde el día en el que vieron sus primeras luces. Se trata de Rober y Cede-

nilla en cuyo documento nacional de identidad figura Talavera de la Reina como su lugar de nacimiento. Y ambos cuentan con historias enriquecedoras en su pasado, aunque muy diferenciadas. Los medios nacionales deportivos y sociales se hicieron eco de estas dos vidas hace ya una década aproximadamente. En el caso de Cedenilla dejó titulares como **"El ex canterano de La Fábrica que goleó al cáncer"**. Pese a que seguramente sean conocidas por muchos de ustedes, se las vamos a recordar para que como reza la sección "la memoria no olvide...". Entramos en materia. Roberto Núñez Mañas nació un 3

de enero de 1996 en nuestra ciudad, en la que dio sus primeras patadas a un balón. Siendo aún un niño de diez años llegaba al Atlético Madrid para jugar en el Alevín A. En una entrevista al diario AS decía algo así como **"yo llegué hace siete años al Atleti, con tan sólo diez añitos. Al Alevín A. Estuve tres años yendo y viniendo de Talavera de la Reina para poder entrenar en el equipo de mis sueños". Su madre personificó el esfuerzo para lograr una meta y ahora, es la primera de la que se acuerda: "Mi madre se desvivió para que pudiera conseguir mi sueño de jugar con la rojiblanca. Yo se lo agradezco todo a ella,**

porque si no, no habría llegado hasta aquí. A las cinco de la mañana me levantaba para poder llegar hasta Madrid. Mi madre no tenía coche y nos teníamos que desplazar en autobuses y metro, haciendo más de 250 kilómetros durante muchos días. Fueron muchos kilómetros".

Siempre ha sido delantero, pero juega de extremo o media punta. Incluso, contra el Oporto, en Majadahonda, acabo de medio centro por la expulsión de Arona. **"Lo importante es jugar y darlo todo por el equipo"** llegaba a decir cuando de colchonero fue el jugador más destacado de la Youth League 2013/14. Todo parecía in-



Roberto marcando el gol en Guijuelo, en su debut con el primer equipo del Atlético de Madrid. FOTO AS.

dicar que en la Ciudad de la Cerámica había nacido una estrella... Durante su estancia en la cantera colchonera fue escalando categorías hasta que en 2014 jugó un partido con el filial en Segunda División B tras foguearse con el Atleti C en Tercera. Con apenas 19 años juega 33 minutos en Guijuelo con el primer equipo del Cholo Simeone durante un partido de Copa del Rey, consiguiendo marcar en el minuto 84 tras cruzar con un derechazo un balón colgado desde el flanco derecho por Vrsaljko. ¿Aquí se acabaron sus sueños? Lo desconocemos, pero poco volvería a hablarse del joven talaverano e iniciaba su periplo por un fútbol más modesto.

Tras su tercera temporada en el Atleti B, Rober jugó un año en la liga belga en el Royal Amberes F.C. de la Primera División. Después el delantero pasó dos cursos por el filial de Las Palmas (Las Palmas Atlético) en Segunda B, jugando 23 partidos con 4 goles la 2018/19 y 25 partidos y 1 gol la 2019/20. La siguiente temporada llega al Águilas en noviembre de 2020 tras estar unos meses sin equipo. En la localidad murciana está también la 2021/22 en 2ª RFEF y jugando 15 partidos. Tras estar otra temporada sin club, Núñez recalca en el Torrellano de la Tercera Valenciana.

Pero será en esta temporada 24/25, ya con 28 años, cuando tengamos la ocasión de verle sobre el césped de El Prado, a donde acudirá tras haber comprometido la anterior campaña con el URJC Móstoles, equipo recién ascendido. Estoy seguro que pese a defender otros intereses, será bien recibido por los aficionados.

UNA HISTÓRICA HISTORIA

Y ese mismo deseo es también para el defensa Jesús Manuel Cedenilla, que llegará hasta nosotros defendiendo los colores de



Cedenilla recibiendo en Arona el trofeo al mejor jugador del torneo en 2010 y el talaverano en una imagen reciente. FOTOS AS.



los cacereños del Coria que entrena Rai. Este defensa nació en nuestra ciudad —donde siguen residiendo sus padres— hace 26 años, concretamente el 13 de febrero de 1998. Manuel Cedenilla tiene a sus espaldas una bonita historia de superación. A los 15 años le diagnosticaron cáncer. Por aquel entonces, 'Cede' era canterano del Real Madrid y tenía una carrera prometedora en el horizonte. Había sido nombrado mejor jugador del torneo alevín internacional de Arona. Parecía que ahí se acababa todo, pero tras una operación y seis largos meses de quimioterapia, el propio futbolista anunciaba por las redes sociales que **"ya estaba curado"**.

Pasó diez años en la fábrica blanca, en la que fue capitán y referente y donde compartió vestuarios con jugadores como Achraf, Óscar Rodríguez, Luka Zidane y llegó a enfrentarse a los Dani Olmo, Aleñá o Cucurella. Al respecto decía que estará agradecido de por vida al conjunto blanco: **"Nunca me oirás decir nada malo porque el Madrid me salvó la vida. Esa es la realidad. Gente humilde como mi familia no podía asumir el coste. Era inviable"**. **"Cada prueba de tenía un coste de 1.500 euros y tenía que hacérmelas asiduamente para seguir el proceso. El Madrid no solo me pagó lo que nos habíamos gastado por la primera intervención y las pruebas anteriores, sino que se encargó**

de todo el proceso futuro. Me siguió ayudando incluso cuando ya no pertenecía al club", añadió. **"Tenía 15 años y no era consciente de lo que se me venía encima. Nadie te prepara para eso"**, comentó Cedenilla, que pasó por 2 veces por el quirófano: una para extirparle el testículo y otra para quitar una metástasis. **"Fue una intervención de 14 horas. Estuve 4 días en la UCI y luego 14 días en el hospital. Esos días, con 60 grasas en la tripa, mil tubos... Me sentía totalmente inútil y más una persona como yo, que era muy activa"**, afirmó. En diciembre de 2013, Cedenilla, que entrenaba con sus compañeros tras las sesiones de quimio, recibió el mejor regalo de su vida: se había curado. Y esa noticia le llevó a volver a la acción con el Madrid: **"En ese momento sentí alivio y orgullo. Cuando salté al campo fue emocionante"**.

Tras abandonar la casa blanca Cedenilla ha defendido la camiseta de varios equipos como Alcorcón, Las Rozas, Badajoz, Tudelano, Lanzarote, Langreo, Guijuelo y en estos momentos el CD Coria. ■

EL IMPACTO DEL ESTADO DE ÁNIMO EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LÍNEA

Cómo las emociones moldean nuestras interacciones digitales y qué pueden hacer las empresas para conectar mejor con su audiencia

En el mundo digital actual, donde gran parte de nuestras interacciones y decisiones se toman en línea, el estado de ánimo juega un papel más influyente que nunca. Para los empresarios y profesionales del marketing, comprender cómo las emociones afectan el comportamiento en internet es clave para diseñar estrategias más efectivas y crear conexiones más profundas con los clientes.

Las emociones como motor de acción

Las emociones son impulsoras fundamentales de nuestras acciones. En línea, esto se manifiesta en:

- Decisiones de compra impulsivas:

Un estado de ánimo positivo puede llevar a los consumidores a realizar compras espontáneas, motivados por sentimientos de felicidad o satisfacción.

- Búsqueda de consuelo: Cuando las personas se sienten estresadas o ansiosas, a menudo recurren a internet en busca de productos o servicios que les brinden alivio o distracción.

- Participación en comunidades: Los sentimientos de soledad o deseo de pertenencia pueden impulsar a los usuarios a interactuar más en redes sociales y foros, buscando conexión y apoyo.

Influencia en la interacción con el contenido

El estado de ánimo no solo afecta lo que compramos, sino también cómo consumimos y compartimos información:



- Consumo selectivo de contenido:

Las personas tienden a buscar contenido que refleje o mejore su estado emocional actual. Por ejemplo, alguien que se siente optimista puede gravitar hacia noticias positivas o contenido inspirador.

- Compartir emocional: Las publicaciones que evocan emociones fuertes, ya sean de alegría, sorpresa o indignación, tienen mayor probabilidad de ser compartidas, amplificando su alcance.

Estrategias empresariales para conectar emocionalmente

Para aprovechar este conocimiento, las empresas pueden:

1. Segmentación emocional: Más allá de la segmentación demográfica, considerar el estado emocional de la audiencia al diseñar campañas puede aumentar su efectividad. Por ejemplo, durante períodos de incertidumbre global,

mensajes que ofrezcan seguridad y apoyo pueden resonar más.

2. Storytelling auténtico: Contar historias genuinas que evocan emociones puede fortalecer la conexión con la marca. Las narrativas que reflejen valores compartidos o experiencias comunes pueden generar empatía y lealtad.

3. Interacción personalizada: Utilizar herramientas digitales para ofrecer experiencias personalizadas basadas en el comportamiento y preferencias del usuario puede mejorar la satisfacción y fomentar relaciones duraderas.

El papel de la empatía en el marketing digital

La empatía se ha convertido en una habilidad esencial para las empresas en el entorno digital. Al demostrar comprensión y consideración por las emociones y necesidades de los clientes, las marcas pueden:

- Construir confianza: Los consumidores son más propensos a apoyar a empresas que muestran interés genuino en su bienestar.

- Gestionar crisis efectivamente: En situaciones negativas, responder con empatía puede mitigar daños a la reputación y fortalecer la relación con el cliente.

Tecnología y emociones: un equilibrio necesario

Aunque la tecnología ofrece numerosas herramientas para analizar y predecir el comportamiento del consumidor, es crucial recordar el aspecto humano detrás de cada interacción:

- Evitar la manipulación: Las estrategias deben centrarse en satisfacer necesidades genuinas, no en explotar vulnerabilidades emocionales.

- Privacidad y respeto: Manejar datos sensibles con cuidado y transparencia es esencial para mantener la confianza del cliente.

El estado de ánimo influye profundamente en cómo las personas se comportan en línea. Para los empresarios, integrar esta comprensión en sus estrategias no solo mejora la efectividad del marketing, sino que también promueve relaciones más auténticas y significativas con los clientes. En un mundo digital en constante evolución, las empresas que logren conectar emocionalmente con su audiencia estarán mejor posicionadas para el éxito sostenible. ■

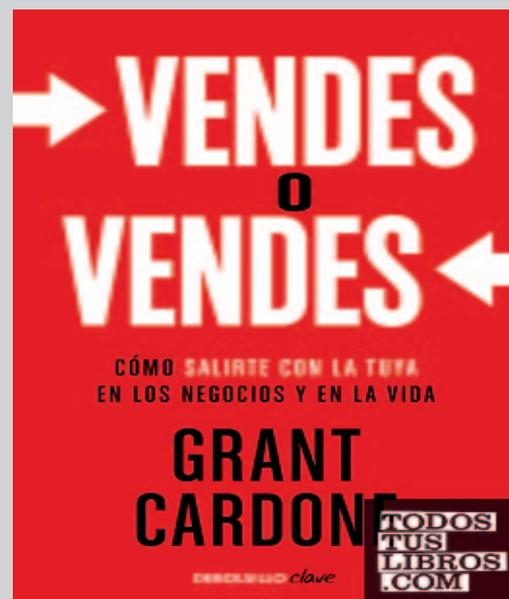
VENDES O VENDES / Grant Cardone

Desde Fundación Futurart recomendamos en esta ocasión "Vendes o Vendes" a cualquier persona que desee mejorar sus habilidades de venta y lograr un mayor éxito en su vida profesional y personal. Ofrece una guía práctica y motivadora que es fácil de seguir y aplicar. Su enfoque en la actitud, la perseverancia y la comprensión del cliente proporciona una base sólida para cualquier persona que desee sobresalir en el mundo de las ventas.

Un libro escrito por Grant Cardone, un reconocido empresario y experto en ventas se centra en la importancia de la venta no solo en el ámbito empresarial, sino también en la vida cotidiana. Cardone sostiene que todos somos vendedores, ya sea que estemos negociando un acuerdo comercial, buscando trabajo o intentando convencer a nuestros amigos de nuestras ideas.

El enfoque principal del libro es que, en la vida, todo es una venta. Desde el momento en que nos levantamos hasta que nos acostamos, estamos vendiendo algo, ya sea un producto, una idea o a nosotros mismos. Esta visión omnipresente de la venta es la base sobre la que se construye todo el libro.

El autor ofrece una serie de estrategias y consejos prácticos para mejorar nuestras habilidades de venta. Una de las ideas clave es la necesidad de adoptar una mentalidad de "vender o vender", es decir, una actitud inquebrantable hacia el éxito y la perseverancia. Destaca la importancia de la actitud, la motivación y necesidad de manejar el rechazo. Cardone nos recuerda que el rechazo es una parte inevitable del proceso de ventas y que



no debemos dejar que nos desanime. En lugar de eso, debemos aprender de cada rechazo y usarlo como una oportunidad para mejorar nuestras habilidades.

El libro también aborda la importancia de conocer a nuestro cliente. Cardone sugiere que debemos dedicar tiempo a entender las necesidades y deseos de nuestros clientes para poder ofrecerles soluciones personalizadas. Esto no solo aumenta nuestras posibilidades de cerrar una venta, sino que también nos ayuda a construir relaciones a largo plazo con nuestros clientes.

En términos de técnicas específicas, Cardone proporciona una variedad de tácticas que podemos utilizar para mejorar nuestras habilidades de venta. Estas incluyen la construcción de una propuesta de valor sólida, el uso de preguntas efectivas para descubrir las necesidades del cliente, y la importancia de cerrar la venta de manera efectiva.

En definitiva, este libro no solo es útil para los vendedores profesionales, sino también para cualquier persona que busque mejorar sus habilidades de comunicación y persuasión en cualquier aspecto de su vida. ■

Durán SAFETY

¡Visítanos!

LA BOUTIQUE DE LA ROPA LABORAL

- + Protección ocular y de manos.
- + Calzado de seguridad.
- + Higiene y protección sanitaria.
- + Uniformidad laboral.

TRABAJA SEGURO, PROTEGIDO Y CON ESTILO

www.ferreteriaduran.es

Talavera
925 814 365

Illescas
925 501 796

Naval Moral
927 535 538

LA TALAVERA DESCONOCIDA: HISTORIA DE SUS CALLES

7. CALLE CERERÍA

- CALLE DE LOS CASCAJOSOS, s. XV
- CALLE DE LAS CERERÍAS, ss. XVI-XVII
- CALLE DE LA CERERÍA, ss. XVIII-XX
- CALLE DEL CAPITÁN BENITO LUQUE, 1921-1937
- CALLE DE LA CERERÍA, 1937-

El primer nombre más antiguo que encontramos para esta calle es el curioso topónimo de *Calle de los Cascajosos*, que aparece en documentos del siglo XV. Palabra derivada de "cascajo", ya se registra en el castellano en el siglo XII, y alude a la abundancia de guijos, posiblemente por la pavimentación primitiva hecha a base de cantos rodados.

La Calle de la Cerería debe su nombre a los artesanos y comerciantes relacionados con este oficio. La cerería es el arte del cerero, así como la casa o tienda donde trabajaba o vendía el producto. La cera se ha utilizado tradicionalmente para hacer velas, encerar maderas, papel, telas y cuero, y como conservante e impermeabilizante. Con el cristianismo pasará a tener un sentido religioso, simbolizando la carne de Cristo por su aspecto puro e indestructible. Este concepto provocará la extensión de su uso en el culto en forma de luminarias, velas y cirios pasuales.

La especialización de ciertas vías urbanas durante la Baja Edad Media, con la concentración de mercaderes o artesanos que ejercían sus oficios en un mismo espacio urbano, es un fenómeno muy común en España. Permitía una mayor comodidad para los vecinos, potenciales clientes, y abarataba los costos de producción de las manufacturas, al tiempo que el concejo tenía regulada y controlada la actividad de una manera más eficaz. Dicho requisito y características lo cumplen, además de esta calle, otras como la de los Mesones, Carnicerías, Zapaterías (actual de San Francisco) y la de los Herreros, que estaba situada en la Corredera del Cristo.

También hay que destacar que esta calle, durante la etapa moderna, ss. XVI-XVIII, estuvo jalonada de varias casas señoriales y solarie-

gas, de la nobleza y la hidalguía talaveranas. Tenía además una buena comunicación con el extrarradio, a través de la denominada Puerta de la Villa, al final de la calle, donde se encontraba el Puente de la Villa para cruzar el arroyo Portiña, y se daba paso al barrio de mesones y posadas de la Cruz Verde.

En la zona más extrema de la calle hace esquina con la Calle Marquesitas. Es muy probable que el nombre de esta calle se fijara a principios del siglo XIX, pues ya se registra como tal

callejero talaverano, se debe a la presencia de vecinos con un reconocimiento social o relevante entre el vecindario. Las Marquesitas bien pudieron ser las descendientes de aquel don Diego Marqués o de la misma doña Leonor.

Igualmente, en la acera derecha, en lo que hoy es la calle Bernardo González, existió un pequeño callejón denominada Plaza de los Agradecidos hasta mediados del siglo XX. Posiblemente tomó este nombre de los Rodríguez Agraz,



en el padrón de 1816. En un plano de 1830 ya aparece como Calle Marquesitas. La denominación cuenta con dos hipótesis: por una parte, el nombre estaría relacionado con las herederas del que fue regidor del ayuntamiento talaverano en los primeros años del siglo XVIII, Don Diego Marqués (apellido, no título) de las Varillas, que residía cerca del lugar donde se encuentra la calle; y por otra, con Doña Leonor Marqués de Guzmán, mujer de condición hidalga, también vecina de la calle Marquesitas. Cabe pensar que la nominación que un día tomó la calle, como sucede en otros casos del

familia de hidalgos que habitaban junto a la Puerta de la Villa en el siglo XVII. La denominación debía de ser popular y se oficializó sólo a partir de la década de 1830.

Curiosamente, la calle Cerería no ha experimentado cambios en su toponimia desde la Edad Media. Tan sólo unos años antes de la Guerra Civil parece que fue denominada oficialmente con el nombre de Capitán Luque, sin apenas repercusión popular, hasta que el 2 de marzo de 1937 la Comisión Gestora municipal volvió a reponer su denominación tradicional. ■

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...



**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**