

Futurart

CLAVES EMPRESARIALES Y SOLIDARIAS



HOSPITAL PARQUE MARAZUELA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y ASISTENCIA INTEGRAL EN TALAVERA



LO HACEMOS POSIBLE
COCEMFE
TALAVERA



TIENE LA PALABRA
JAIME DAVID
CORREGIDOR MUÑOZ



EN VALOR
HDAD. DONANTES SANGRE
TALAVERA Y COMARCA



DE CERCA
INCUBADORA ALTA
TECNOLOGÍA / ZMOVE



EMPRESARIA
ANNA BANANA
STUDIO



Ayuntamiento de Talavera de la Reina

INCUBADORA DE ALTA TECNOLOGÍA DE TALAVERA DE LA REINA



TALAVERA TECNOLÓGICA

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
COCEMFE TALAVERA

[7] A FONDO
HOSPITAL PARQUE MARAZUELA

[11] DE LEY
AEQUITAS LEGIS ABOGADOS

[12] TIENE LA PALABRA
JAIME DAVID CORREGIDOR MUÑOZ

[15] PUBLICIDAD CON CIRITIONE
TOMÁS ARRIERO

[16] EN VALOR
HERMANDAD DE DONANTES DE SANGRE
DE TALAVERA Y COMARCA

[19] DE UN VISTAZO
POLAR STOCK

[20] DE CERCA
INCUBADORA ALTA TECNOLOGÍA / ZMOVE

[22] EMPRESARIA
ANNA BANANA STUDIO

[24] MARKETING ONLINE
ALBERTO BERMEJO

[25] ENTRE LÍNEAS

[26] GALA FUNDACIÓN FUTURART

[28] DEPORTES
IGROSO

[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

EL CLIENTE, EL VERDADERO PATRÓN DE NUESTRO SALARIO



JOSÉ LUIS BODAS

En este editorial inspirado como cliente y consumidor de ciertas experiencias vividas personalmente poco recomendables, quiero recordar el valor del cliente en la empresa.

Por más innovadores que sean los productos, por más impecable que sea el servicio o por más modernas que sean las instalaciones, sin clientes, no hay ingresos. Y sin ingresos, no hay ni empresa, ni salarios. Esta realidad tan simple como poderosa está detrás de la célebre frase de Henry Ford: *"No es el empleador quien paga los salarios. Los empleadores solo manejan el dinero. Es el cliente quien paga los salarios"*.

Los clientes son el motor que impulsa el crecimiento y la supervivencia de cualquier negocio. Desde la tienda de la esquina hasta las grandes corporaciones, todos dependen de la confianza y la preferencia de los consumidores. Cada compra es un voto de confianza hacia la propuesta de valor de la empresa y una oportunidad para que vuelva; por eso, es esencial que la atención al cliente esté como prioridad en cualquier estrategia empresarial.

Si nos detenemos a pensar sobre los salarios y el sustento de los empleados, debemos tener presente que estos ingresos provienen directamente de los bolsillos de los clientes. Cada euro que un cliente gasta en nuestro negocio es una pieza clave que sustenta los salarios y mantiene en funcionamiento a toda la empresa. Esto nos recuerda que trabajar en mejorar continuamente la experiencia del cliente no es solo una cuestión de competitividad, sino una necesidad que afecta a todos los niveles de la organización.

Ahora bien, ¿cómo pueden las empresas asegurarse de no perder de vista la importancia del cliente y que no caiga en el olvido? Para conseguirlo, la clave está en una cultura organizacional que valore al cliente como la prioridad número uno. Esto implica no solo ofrecer productos de calidad, que también ¿pero de qué sirve tener la mejor calidad si casi invitamos a que el cliente no vuelva? Escuchar sus necesidades, anticipar sus expectativas y personalizar el servicio son elementos esenciales para construir relaciones duraderas. Y este enfoque debe empezar desde arriba, con un liderazgo que refuerce la importancia del cliente en cada decisión.

Sin embargo, es habitual estar más pendientes por salvar una mala reseña pública que por entender y valorar verdaderamente la importancia económica y emocional que el cliente aporta al negocio. Aunque una buena reseña es relevante, no deberíamos perder de vista que lo verdaderamente importante es la satisfacción y fidelidad del cliente, lo que realmente impulsa la sostenibilidad empresarial.

Termino volviendo a recordar que el cliente es quien realmente paga los salarios. Los clientes son el fundamento sobre el cual se construyen negocios sostenibles y exitosos. Por tanto, cuidemos que todos los esfuerzos y recursos destinados a innovar, crecer y mejorar, no los echemos a perder por olvidar que es el cliente quien tiene la última palabra y al que nos debemos. Hagamos de esta verdad nuestra brújula empresarial y asegurémonos de nunca perder de vista a nuestro verdadero jefe: el cliente. ■

COCEMFE TALAVERA

PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO 2025

El pasado 29 de noviembre, COCEMFE Talavera fue elegida como Proyecto Empresarial Solidario de Fundación Futurart. Por eso, la primera visita del año del Embajador 2025 de la Fundación, Pedro Durán y del presidente José Luis Bodas, no podía ser a otro lugar que a sus instalaciones.

Allí pudieron conocer a su presidenta Arancha Moreno Vizcaíno, la tesorera África Fernández Gómez, y al técnico de empleo David Sotelo Vázquez. Además de saber más sobre las necesidades, proyectos y objetivos de la asociación. Sin duda el mejor punto de partida para comenzar a trabajar de la mano.

UNA HISTORIA DE COMPROMISO DESDE 1990

El origen de COCEMFE Talavera se remonta a 1990, cuando un grupo de personas en Talavera de la Reina decidió dar respuesta a la creciente necesidad de crear una entidad que abogara por los derechos de las personas con discapacidad física y orgánica. A pesar de que ya existían organizaciones dedicadas a otras discapacidades, como las intelectuales o las de la infancia, COCEMFE Talavera surgió con el objetivo de atender a un colectivo muchas veces olvidado.

“Comenzamos en un pequeño piso cedido por el Ayuntamiento, ofreciendo servicios básicos como asesoramiento y empleo. Fue gracias a la dedicación y trabajo de personas como Gloria Sánchez-Clemente, Ángel Camuñas, Pascual Villaescusa, y otros más que conseguimos sentar las bases de lo que es COCEMFE Talavera hoy”, nos cuenta Arancha Moreno, presidenta de la asociación. Desde que iniciasen su actividad hasta nues-



Un centro integral de discapacidad logrado tras décadas de esfuerzo y dedicación.



tros días, profesionales, asociados, familiares y voluntarios siempre han trabajado para remar siempre en la misma dirección.

Un trabajo a través del cual han ido consiguiendo pequeños objetivos que les han llevado siempre a mejorar sus servicios y a poder ayudar

más y mejor. Y así fue como en 2010, después de muchos esfuerzos, se materializó el objetivo de crear centro de atención integral a la discapacidad, un espacio que creció con el apoyo de organismos municipales, ministeriales y regionales.

DE UNA VISIÓN MODESTA A UN CENTRO INTEGRAL

La de COCEMFE Talavera es, al igual de la de todos los usuarios de la asociación, una historia de superación y ganas de seguir adelante. David nos cuenta cómo al principio desde el centro solo ofrecían fisio-

terapia a un pequeño número de personas, pero hoy cuentan con programas que incluyen terapias ocupacionales, logopedia y fisioterapia, atendiendo a más de 300 personas cada año.

Pero COCEMFE Talavera ofrece mucho más, y es que uno de los pilares fundamentales de su labor, es el Sistema de Integración Laboral (SIL). Desde la asociación no solo brindan soporte físico y emocional, sino que también consiguen que personas con discapacidad puedan acceder al empleo, algo que para muchas otras entidades resulta aún difícil.

EL DOLOR CRÓNICO: UN DESAFÍO QUE COCEMFE TALAVERA HA DECIDIDO ABORDAR

El dolor crónico es una condición invisible pero devastadora que afecta a millones de personas en el mundo. Por eso, desde COCEMFE Talavera han querido poner sus ojos, y sus esfuerzos, en esta problemática y en mejorar la vida de aquellas personas que, como Arancha, presidenta de la asociación, conviven con el dolor.

Su historia es solo un ejemplo más de lo que sufren cada día miles de pacientes. En 2015 sufrió una hemorragia cerebral y a partir de ahí su vida cambió para siempre. "Mi dolor es constante, en una escala del 0 al 10, yo vivo todos los días con un dolor de 9. Es algo que no me deja descansar, ni en días festivos ni en vacaciones, es una presión diaria que me consume físicamente y emocionalmente". Según nos cuenta la propia Arancha, hay días en los que ni siquiera puede levantarse de la cama.

Sin embargo, no todo está perdido, y es que en COCEMFE Talavera, han apostado por un tratamiento innovador: la estimulación transcraneal por corriente directa (tDCS). Esta terapia consiste en el uso de un casco con electrodos para estimular áreas específicas del cerebro, lo

Innovación contra el dolor crónico: tratamientos con tDCS para mejorar la calidad de vida.



que ha demostrado reducir considerablemente el nivel de dolor en ciertos pacientes. Un tratamiento que, aunque no elimina el dolor completamente, sí supondría un cambio considerable en la calidad de vida de cada paciente. Sin embargo, este tratamiento tiene un coste elevado, lo que limita el acceso para muchas personas en situa-

ciones económicas difíciles. Por eso, el proyecto con el que COCEMFE Talavera se postuló para ser Proyecto Empresarial Solidario tiene mucho que ver con este tratamiento.

LA LUCHA POR UN ACCESO JUSTO

La asociación ha comenzado a ofrecer el tratamiento con tDCS

gracias al Programa de Ayudas y Becas, creado en honor a compañeros y usuarios fallecidos. Esta iniciativa tiene como objetivo cubrir parcial o totalmente los costes de las terapias para aquellas personas con recursos limitados. El objetivo es, según África Fernández, proporcionar a los pacientes una oportunidad de acceder a estos



Ferreras Fotografía



[6] LO HACEMOS POSIBLE

tratamientos sin que el coste sea una barrera.

Por otro lado, COCEMFE Talavera enfrenta desafíos logísticos y financieros, como el elevado coste de mantenimiento de los equipos, contratación de personal y la gestión de las instalaciones. Por lo que toda ayuda que puedan recibir será de gran valor para seguir adelante con este proyecto.

TODOS PODEMOS AYUDAR

Como una entidad sin ánimo de lucro y de utilidad pública, COCEMFE Talavera recibe apoyo a través de donaciones de particulares y empresas. La junta de COCEMFE Talavera nos recuerda que las empresas que colaboran con ellos pueden beneficiarse de deducciones fiscales en sus impuestos, lo que les permite hacer un aporte significativo sin que les afecte económicamente. Y, además, dejan claro que todas las aportaciones, ya sean grandes o pequeñas, son fundamentales para mantener los servicios esenciales de fisioterapia, terapia ocupacional, logopedia y adquisición de equipos necesarios para seguir brindando la mejor atención posible.

La lucha contra el dolor crónico y la discapacidad no tiene fin, pero proyectos como el de COCEMFE Talavera son una luz de esperanza para muchos. Por eso, es crucial que todos entendamos lo difícil que es vivir con dolor constante y aportemos nuestro granito de arena.

UN AÑO LLENO DE ESPERANZA

La elección por parte de las em-

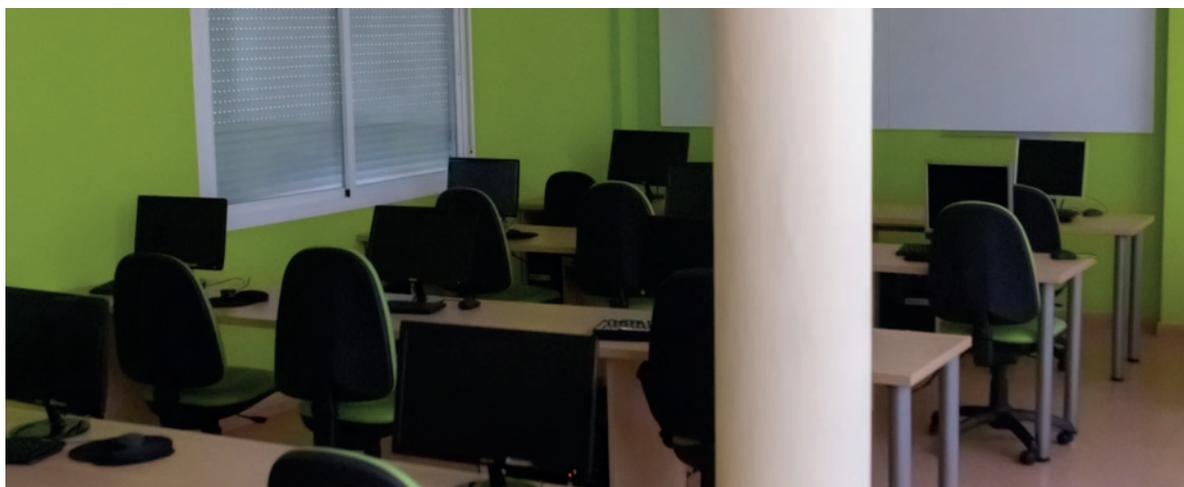
presas que forman Fundación Futurat de COCEMFE Talavera como Proyecto Empresarial Solidario ha supuesto un gran impulso para la asociación. Desde COCEMFE Talavera agradecen a

todos los asociados de la Fundación su apoyo y son conscientes de que, aunque la lucha por un futuro más inclusivo nunca termina, con apoyo es mucho más fácil de sobrellevar.

Desde Fundación Futurart esperamos que esta condición de Proyecto Empresarial Solidario pueda mejorar la vida de todos aquellos que lo necesitan. ¡Porque juntos lo hacemos posible! ■



La lucha contra el dolor crónico, un desafío que la asociación aborda con compromiso y esperanza.



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)

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

www.carnicerialapaz.com **COMPRA ONLINE**

HOSPITAL PARQUE MARAZUELA: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y ASISTENCIA INTEGRAL EN TALAVERA



En el corazón de Talavera se encuentra el Hospital Parque Marazuela, un referente sanitario que combina innovación tecnológica, asistencia integral y un fuerte compromiso con la comunidad.

Bajo la dirección de Pedro-Guzmán Uceda Cobo, este centro no solo destaca por su cuadro médico multidisciplinar y sus especialidades punteras como la neurociencia y la unidad de la obesidad, sino también por su agilidad en la atención al paciente y la inversión constante en tecnología avanzada. Hemos hablado con su director para conocer más acerca de los valores, servicios y proyectos que consolidan su liderazgo en la sanidad privada de la región.

Una oportunidad para saber más sobre este centro con una larga experiencia y trayectoria en la ciudad, y que a día de hoy sigue siendo un referente de salud y bienestar para los cientos de pacientes que confían en él cada vez que lo necesitan.



¿Cuáles son los servicios médicos más destacados que ofrece HOSPITAL PARQUE MARAZUELA?

Somos un centro hospitalario con servicio de urgencias 24h, bloque quirúrgico y 2 plantas de hospitalización.

Disponemos de laboratorio de análisis clínicos propio y un completo servicio de radiodiagnóstico que incluye TAC y RMN de última generación y un área de consultas externas con un cuadro médico de más de 30 especialidades, tanto médicas como quirúrgicas.

¿Contáis con especialidades únicas o pocos comunes que marquen las diferencias entre este y otros centros?

Tenemos el cuadro médico más completo de nuestra área de influencia y contamos con unidades especializadas multidisciplinares, tales como la **unidad de la mujer** y **unidad de la**

mama, formadas por diversas especialidades como ginecología, cirugía y radiología intervencionista o la **unidad de la obesidad** y **unidad de la diabetes**, integradas por especialistas en endocrinología, aparato digestivo, psicología, nutrición y medicina del deporte. Estamos poniendo en marcha también la nueva **unidad de neurociencias**, integrada por neurología, neuropsicología, neuropsiquiatría, que permitirán prestar terapias especializadas.

La ciencia y la tecnología avanzan a pasos agigantados. ¿Re-

sulta complicado estar a la vanguardia? ¿Cómo lo conseguís?

El equipamiento tecnológico es fundamental para mejorar la calidad asistencial del paciente, por ello en Hospitales Parque mantenemos nuestro compromiso de estar siempre a la vanguardia de la tecnología, manteniendo estrategias para la adquisición, implementación y mantenimiento de los equipos médicos y técnicas más avanzadas del momento.

¿Por qué dirías que os eligen vuestros pacientes?

Nuestros pacientes nos eligen por diversos factores, pero des-

tacaría la capacidad para atender de forma integral la gran mayoría de los problemas de salud. Somos el único hospital privado en un radio de 80 km. con atención continua, servicios completos de diagnóstico de alta tecnología, el más amplio catálogo de servicios y cirugía de primer nivel.

También considero que nuestros pacientes valoran cuestiones como la rapidez en la atención, la calidad asistencial, mayor libertad de elección de profesionales y acceso sencillo a recursos avanzados (equipos de última generación y técnicas innovadoras).

¿Cuántos profesionales forman parte de la plantilla de Hospital Parque Marazuela? ¿De dónde provienen?

En nuestro centro prestan servicios más de 130 trabajadores en plantilla y 60 profesionales médicos, de estos últimos la mayoría proceden del área de Talavera y su comarca, pero también tene-

“Somos el único hospital privado en un radio de 80 kilómetros con atención continua, servicios completos de diagnóstico de alta tecnología y cirugía de primer nivel”





mos profesionales residentes en Toledo y, sobre todo, en Madrid.

¿Cuál es la filosofía de trabajo de Hospital Parque Marazuela?

Nos enfocamos en ofrecer a nuestros pacientes una asistencia sanitaria integral, mediante una amplia variedad de servicios médicos y un alto nivel de especialización, con el fin de satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas. Además, buscamos generar valor a la sociedad, mediante el compromiso y calidad de todos nuestros profesionales.

Todo ello basado en la mejora continua de la calidad asistencial,

mediante la integración de los mejores profesionales, inversión en tecnología, mejora y modernización constante de nuestras instalaciones y adecuación del servicio asistencial y excelente trato al paciente.

¿Cuál ha sido la evolución del Hospital Parque Marazuela y qué objetivos os marcáis para el próximo año?

Desde la llegada de Hospitales Parque a Talavera, en el año 2021, nuestro centro ha experimentado un importante crecimiento de actividad, prácticamente duplicándose en dicho periodo. Para poder tener una idea de la dimensión del cambio, basta destacar que hemos pasado de tener 13 especialidades médicas en el centro a más de 30.

La importante inversión realizada en nuestro centro, más de 3 millones de euros, en la mejora de las instalaciones, incorporación de nuevo equipamiento tecnológico, ampliación del cuadro médico y cartera de servicios, han contribuido a mejorar la calidad asistencial prestada en nuestro. Durante el pasado año 2024, hemos prestado más de 150.000 actos y hemos atendido a más de 30.000 pacientes.

Nuestro objetivo para el 2025 es



seguir incrementando nuestro cuadro médico y cartera de servicios para poder ofrecer a todos los habitantes de Talavera y comarca el mejor servicio sanitario posible para poder satisfacer sus demandas asistenciales. Todo ello basado en la mejora continua de todos los procesos que influyen en la calidad asistencial.

¿Qué últimas incorporaciones o cambios han tenido mejor acogida por parte de los pacientes?

Con la apertura del nuevo edificio

de consultas hemos podido poner en marcha nuevas especialidades muy demandadas, tales como nuestro servicio de fisioterapia o las nuevas áreas de odontología y medicina estética.

Todos estos servicios han tenido una magnífica acogida, fruto de la combinación de unas magníficas instalaciones dirigidas por reputados profesionales.

¿De dónde vienen vuestros pacientes?

Aunque la inmensa mayoría de nuestros pacientes provienen del área sanitaria de Talavera (78 municipios), también tenemos un número importante que acuden de otras zonas limítrofes, tales como la comarca del Campo Arañuelo (Cáceres) y la del Valle del Tiétar (Ávila).

¿Qué es lo que más demandan?

¿Y qué crees que es lo que más valoran de Hospital Parque Marazuela?

Los pacientes demandan una mayor calidad asistencial, basada en una atención médica eficaz,

“En el último año hemos atendido a más de 30.000 pacientes consolidándonos como un pilar fundamental para Talavera y su comarca”

“Hemos pasado de tener 13 especialidades médicas en 2021 a más de 30 en la actualidad”



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)



segura y centrada en el paciente. En Hospitales Parque ofrecemos rapidez en la atención, acceso a los mejores profesionales y equipamiento tecnológico, así como una atención personalizada.

¿Cuál es la evolución de la sanidad tanto pública como privada en nuestra zona?

La sanidad en Talavera ha evolucionado con mejoras significativas en infraestructuras y servicios.

A lo largo de estos últimos años la sanidad pública ha experimentado diversas mejoras y ampliaciones para adaptarse a las

necesidades crecientes de la población, con la puesta en marcha de nuevos servicios en el Área Integrada de Talavera.

“Nuestro objetivo para 2025 es seguir ampliando el cuadro médico y la cartera de servicios para responder mejor a las demandas asistenciales de los habitantes de Talavera y alrededores”

En cuanto a la sanidad privada, con la llegada de Hospitales Parque, también ha experimentado un crecimiento notable, destacando la reciente inauguración del nuevo edificio de consultas, con 1.200 m2.

La colaboración entre los sectores público y privado ha sido fundamental para atender la demanda sanitaria de Talavera y su zona de influencia. ■

Pisciebora
Con la Garantía de **polarstock**

Especialistas en la Reforma de tu Baño

MUEBLES DE BAÑO Y ACCESORIOS **SANITARIOS** **MAMPARAS**
PLATOS DE DUCHA **GRIFERÍA**

C/ Luis Braille, 11 - Pol. Ind. La Floresta
45600 Talavera de la Reina (Toledo) 925 894 061 / 638 13 09 20

NOVEDADES EN EL IRPH PARA ESTE 2025: MAYOR TRANSPARENCIA Y SIN PLAZOS PARA RECLAMAR

El polémico Índice de Referencia de Préstamos Hipotecarios – conocido como IRPH– volvía a ser noticia en diciembre de 2024 con una sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (en adelante, TJUE) que abre la puerta a nuevas reclamaciones por ser un índice abusivo. Un nuevo fallo positivo para los consumidores que podría significar un importante alivio económico.

Pero, ¿qué dicta exactamente el Tribunal? ¿Cómo afecta esta nueva sentencia a los hipotecados?

Hay que resaltar que el texto hace especial mención a la transparencia como condición para considerar este índice abusivo o no. Así, el Tribunal europeo ha determinado que **las cláusulas IRPH pueden ser declaradas abusivas si no se cumplieron los estándares de transparencia previstos**, ya que esto supondría que el consumidor ha partido de una situación de desventaja frente al banco.

¿Cuáles son esos requisitos de transparencia?

Según el TJUE, son tres requisitos indispensables sin los cuales esta cláusula puede considerarse abusiva.

1. Era necesario remitir a los clientes a la publicación oficial del índice y a la circular del Banco de España en la que se recomendaba aplicar un diferencial nega-



tivo a las hipotecas referenciadas al IRPH para compensar su forma de cálculo.

2. En caso de no hacerlo, era imprescindible que los bancos proporcionasen toda la información sobre el índice, la manera de calcularlo y la advertencia del Banco de España sobre el mismo.

3. Debían realizarse comparaciones entre la aplicación del IRPH, el uso de otros índices y los tipos de intereses promedios del mercado en el momento de la contratación.

Si no se cumplen estos estándares, la cláusula que referencia el IRPH se considera nula por falta de transparencia, y por tanto abusiva.

¿Puedo reclamar si mi hipoteca está o estaba referenciada al IRPH?

Éste es otro de los puntos positivos de la sentencia del TJUE. Podrán reclamar aquellos clientes que tengan una hipoteca referenciada a este índice y consideren que no fueron informados adecuadamente.

Pero además, el Tribunal recalca que también pueden reclamar aquellos clientes que hayan tenido una hipoteca con este índice, aunque la misma ya esté liquidada.

Por tanto, una de las principales novedades que establece la sentencia del TJUE es que **no existe un plazo de prescripción para reclamar el IRPH**.

Y si logro demostrar la falta de transparencia en mi contrato hipotecario, ¿qué puedo obtener?

Si se demuestra la falta de transparencia a la hora de firmar la hipoteca referenciada al IRPH, y por tanto se considera una cláusula abusiva, el cliente puede obtener, en primer lugar, una reducción de intereses a pagar por su préstamo hipotecario, cambiando el índice de referencia al conocido Euribor u otro más bajo. Además, podría obtener la devolución de intereses cobrados en exceso.

La sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea es un punto de inflexión que permitirá a muchas familias reclamar intereses abonados en exceso en sus hipotecas referenciadas al IRPH y aliviar considerablemente sus cargas económicas. Si tu hipoteca está vinculada a este índice y crees que puedes estar afectado por su falta de transparencia, es el momento de actuar. Consúltanos y juntos estudiaremos tu caso. ■



**ESPECIALISTAS EN
HIGIENE INDUSTRIAL**

**C/Luis Braille, 4
Polígono La Floresta
45600 Talavera de la Reina**

925 81 90 31 | 639 452 482

www.talaverahigiene.com

talaverahigiene

Lavandería.	Complementos de higiene.
Cocina.	Artículos de un solo uso.
Superficies y suelos.	Ambientación.
Baños.	Industria agroalimentaria.
Celulosa.	






















JAIME DAVID CORREGIDOR MUÑOZ:

“NUESTRAS COMARCAS OFRECEN CALIDAD DE VIDA. TENEMOS HISTORIA, TRADICIÓN Y RAÍCES, ESTAMOS ORGULLOSOS DE NUESTRO PASADO Y QUEREMOS SEGUIR TRABAJANDO POR NUESTRO FUTURO”

Conocer la situación de los pueblos de nuestra comarca es fundamental para tomarle el pulso al conjunto de la zona en la que desempeñamos nuestra actividad profesional y nuestra vida personal. Por eso, en esta ocasión nos hemos acercado hasta el Ayuntamiento de Navalcán para hablar con su Alcalde, Jaime David Corregidor Muñoz. Hemos repasado junto a él su trayectoria y la de su pueblo además de poner sobre la mesa algunas de los objetivos que como ciudadanos de una misma comarca deberíamos tener muy presentes.

Corregidor, además, ejerce como Delegado Provincial de Sanidad, un cargo que le permite trabajar con mayor profundidad en defensa de los derechos y el bienestar de los habitantes de nuestra zona. Sin duda un interlocutor de lo más indicado para mantener esta conversación sobre política, desarrollo y, cómo no, el futuro de Talavera y su comarca.

Hace un año y medio aproximadamente renovaste como alcalde de Navalcán. ¿Qué balance haces de tu trayectoria al frente del consistorio?

Durante estos 18 meses hemos seguido trabajando intensamente para conseguir lo mejor para Navalcán, y sinceramente creo que lo estamos consiguiendo. Además de seguir potenciando y mejorando la formación y el empleo, el bienestar social, la cultura, el deporte y el resto de áreas, se han hecho realidad proyectos muy demandados por los navalqueños como: la declaración de



“Ser alcalde y estar en contacto permanente con tus vecinos te ayuda a conocer la realidad del día a día”



BIC (Bien de Interés Cultural) del tejidillo o acolchado navalqueño y traje de vistas. Un hito histórico que culminó en abril del 2024 con la publicación en el DOCM, la puesta en marcha de la renovada “Ruta Sierra del Águila”, en la que se puede disfrutar de un entorno medioambiental privilegiado. Sin olvidarnos de la puesta en marcha de la Escuela Infantil desde octubre del pasado año, la renovación de la iluminación del campo de fútbol o la construcción del gimnasio municipal que será una realidad en este año.

Volvamos a tus inicios ¿Qué te llevó a querer dedicarte a la política?

Fueron las ganas de trabajar por mi pueblo y cambiar las cosas. Aunque era muy joven porque me presenté con 21 años en 1999, tenía claro que nuestro pueblo necesitaba un cambio, y a pesar de que muchos ciudadanos piensan que la política no sirve para nada, yo estoy convencido de que sirve para avanzar, mejorar y dar respuesta a los problemas y necesidades de la sociedad.

Además eres Delegado Provincial de Sanidad ¿cómo compaginas estos dos cargos? ¿Te ayuda ser alcalde para tu condición de Delegado conociendo más de cerca las necesidades de los ciudadanos?

Tengo la suerte de tener un gran equipo de Gobierno en el Ayuntamiento, y eso me facilita mucho poder dedicar el tiempo necesario a la Delegación. Es cierto que son muchas horas al día, pero para mí es fundamental el trabajo en equipo y la cercanía.



“Nuestra comarca debe ser responsable de su futuro y trabajar por ello”

Ser alcalde y estar en contacto permanente con tus vecinos te ayuda a conocer la realidad del día a día, y efectivamente esa experiencia me ayuda a poder desarrollar mi labor como delegado.

¿Cuáles son las primeras reivindicaciones o necesidades de la provincia por las que trabajas en tu faceta de Delegado?

Desde la Consejería trabajamos para seguir mejorando la asistencia sanitaria de toda la provincia con más recursos, más infraestructuras sanitarias con la cons-

trucción de nuevos centros de salud o consultorios, con la dotación de equipamiento tecnológico en todas las gerencias de la provincia, o la puesta en marcha de nuevos servicios sanitarios, como en el hospital de Talavera.

Vivimos tiempos convulsos en nivel político, de tensión y casi extremos... ¿Crees que afecta esta situación a la forma en la que los ciudadanos perciben la labor de los políticos más cercanos?

Me da mucha pena la crispación constante, el ruido y el enfrentamiento político que vivimos diariamente, creo que así es imposible llegar a acuerdos que mejoren la vida de los ciudadanos. No me gusta cuando se generaliza, ni escuchar que todos los políticos son iguales, porque no es cierto. Respeto que cada uno tenga su opinión o ideología como no puede ser de otra manera, pero el insulto, la falta de respeto o traspasar ciertos límites no van conmigo, ni con mi forma de entender la política.

Y en cuanto a los jóvenes ¿Crees que se interesan por la política o le dan la importancia de en realidad tiene para el día a día de todos?

Escuchar que a los jóvenes no les importa la política creo que no es del todo cierto. Estoy convencido que a muchos sí, aunque no sean la mayoría.

Quisiera aprovechar esta entrevista para pedirles que reflexionen, que contrasten la información que les llega y sobre todo que se formen su propia opinión. Las redes sociales son muy necesarias y son uno de los grandes avances de este siglo, pero por ellas circula mucha información falsa de manera interesada. Necesitamos una juventud crítica, pero bien informada.

Nuestra comarca siempre recla-



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

ma una mayor atención por parte del gobierno regional, ¿Cuáles crees que son las necesidades más urgentes? ¿Deberíamos cambiar algo de nuestro discurso para llegar a conseguir nuestros objetivos?

El gobierno regional ha sido el primero en aprobar una ley para luchar contra la despoblación, con medidas que benefician a las empresas, a los ciudadanos y a los ayuntamientos. Tenemos un gobierno pionero en hacer leyes y tomar medidas en favor de los pueblos y comarcas desfavorecidas y lo viene demostrando desde hace años. Ese es el camino y es lo prioritario, el gobierno regional lo tiene claro.

Por poner algunos ejemplos, en nuestras comarcas como son la Campana de Oropesa, la Sierra de San Vicente o la Jara, los ayuntamientos pudimos hacer en la pasada legislatura inversiones de todo tipo gracias a las ITI, en la legislatura presente hemos podido poner en marcha escuelas infantiles y al ser comarcas desfavorecidas recibimos más recursos económicos en los planes de empleo para la contratación de desempleados.

Nuestra comarca debe ser responsable de su futuro y trabajar por ello, no sirve estar todo el día lamentándose y echar la culpa a los demás, somos una zona necesaria para el progreso de la provincia, el gobierno regional lo sabe y apuesta por ello.

Trabajas con todo un equipo de gobierno para conseguir mejo-

“Necesitamos una juventud crítica, pero bien informada”



“Los empresarios de Talavera y comarca siempre han sido ejemplo de trabajo, esfuerzo y dedicación”

ras pero ¿hay alguna causa por la que luches especialmente o que creas que es absolutamente imprescindible?

Es fundamental que fijemos población y para eso es necesario que ofrezcamos todos los servicios necesarios, como estamos consiguiendo en Navalcán. También es necesario que se cree empleo estable, y aunque en los pueblos se pueden generar nuevos yacimientos de empleo, el motor económico de la comarca tiene que ser Talavera.

Nuestra Fundación está sostenida por empresarios de la zona ¿Cuál crees que es la situación de nuestras empresas? ¿Cuál es

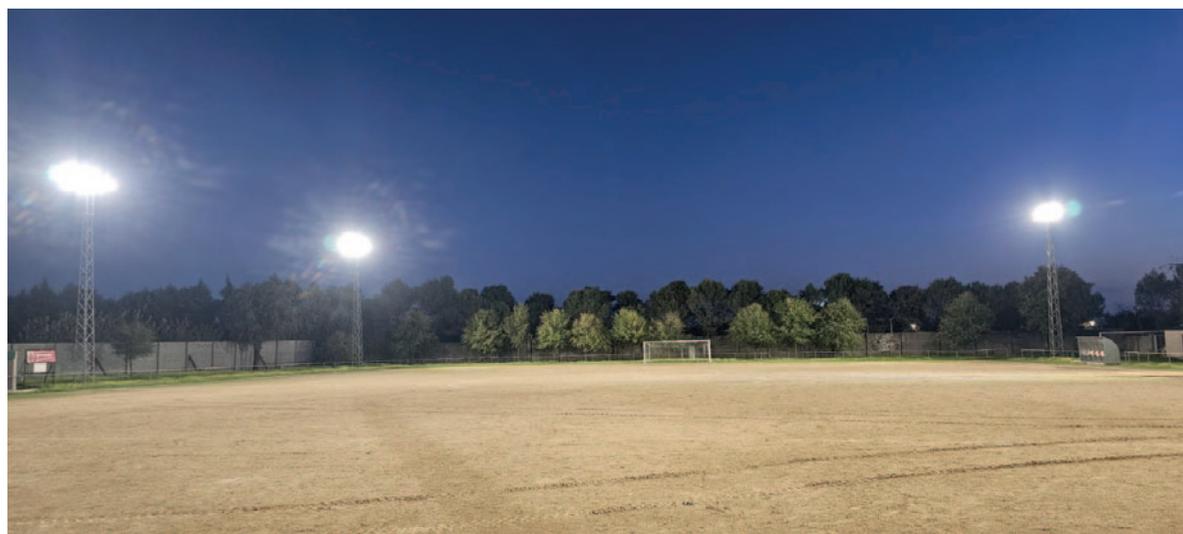
su presente y qué futuro les espera a corto-medio plazo?

Los empresarios de Talavera y comarca siempre han sido ejemplo de trabajo, esfuerzo y dedicación. Necesitan que Talavera haga comarca y que la comarca haga Talavera en sectores como el comercio, servicios o restauración. La llegada de META será un antes y un después que estoy convencido que cambiará la realidad empresarial y social de Talavera y su comarca. Es ya una realidad, pero cuando terminen las obras y entre en funcionamiento, creo que tendremos que valorar mucho más de lo que lo hemos hecho, a todos los que lu-

charon y creyeron en el proyecto desde el primer día. No me gusta personalizar, pero sin el anterior gobierno de la ciudad hoy no estaríamos hablando de META.

¿Qué dirías que ofrece nuestra comarca a todas aquellas empresas/industrias que buscan un lugar en el que instalar sus sedes?

Tenemos una comarca con muchos recursos y oportunidades que ofrecer, que desde los Ayuntamientos trabajamos por intentar atraer empresas, aunque sabemos que no es fácil. Los alcaldes somos aliados de todos aquellos empresarios que quieran invertir en nuestros pueblos. ■





Textos: Tomás Arriero

PUBLICIDAD CONSCIENTE PARA GANAR CONFIANZA Y CREAR CAMPAÑAS MÁS HUMANAS

¿Has desconfiado alguna vez de un anuncio publicitario? ¿Muchas veces?

Vivimos en un mundo donde los consumidores están expuestos a miles de mensajes publicitarios cada día. Esta sobreexposición no solo genera saturación, sino también una desconfianza.

El «Marketing consciente» o «Mindful marketing» viene a buscar un enfoque consciente de la publicidad en un mundo saturado de mensajes.

No se trata solo de vender productos, sino de conectar con los valores, emociones y expectativas del público de una manera genuina y responsable.

Simon Sinek, autor de *Start With Why*, dice que «las personas no compran lo que haces, compran por qué lo haces», lo que definiría perfectamente el mindful marketing: colocar el propósito y la conexión humana en el centro de las estrategias publicitarias.

Pero ¿cómo lo hacemos? Veamos algunos aspectos clave que definen esta tendencia.

TRANSPARENCIA COMO PILAR FUNDAMENTAL

La publicidad debe ser honesta y directa, evitando exageraciones o promesas engañosas. Según un estudio de Label Insight, el 94% de los consumidores son más leales a una marca que ofrece total transparencia.

Por ejemplo, una campaña de cosmética natural podría mostrar el origen de sus ingredientes, las condiciones de producción y las certificaciones ecológicas en lugar de centrarse en beneficios superficiales.

EDUCAR EN LUGAR DE VENDER

El mindful marketing apuesta por anuncios que vayan más allá del consumo inmediato. Estos mensajes buscan educar al público, compartiendo información útil que



beneficie al consumidor y fomente un consumo responsable.

Por ejemplo, una empresa de alimentos orgánicos podría lanzar una campaña explicando los beneficios de reducir el desperdicio alimentario, incluyendo consejos prácticos para aprovechar mejor los productos que venden.

HISTORIAS AUTÉNTICAS Y EMOCIONALES

En el mindful marketing, las marcas buscan construir una conexión emocional profunda con su audiencia a través de historias reales y significativas. Esto no solo humaniza a la empresa, sino que también genera un impacto duradero en el consumidor. Por ejemplo, una compañía de energía renovable podría mostrar la historia de una comunidad que ha mejorado su calidad de vida gracias a sus servicios, destacando cómo contribuyen a un mundo más sostenible.

ENFOQUE EN LOS VALORES COMPARTIDOS

El consumidor moderno busca marcas que se alineen con sus valores personales. La publicidad consciente destaca el impacto positivo de la empresa en aspectos como la igualdad, la diversidad o la sostenibilidad.

Por ejemplo, una marca de ropa

podría centrar su publicidad en su compromiso con la producción ética y la inclusividad, mostrando modelos de diferentes edades, tallas y etnias.

FOMENTO DEL CONSUMO RESPONSABLE

En lugar de incentivar compras impulsivas, el mindful marketing promueve la reflexión y la responsabilidad en el consumo. Esta filosofía busca construir una relación a largo plazo con el consumidor basada en la confianza y el respeto.

Por ejemplo, una empresa de electrodomésticos podría lanzar anuncios que enfatizan la durabilidad y la eficiencia energética de sus productos, animando a los clientes a invertir en calidad en lugar de cantidad.

PUBLICIDAD INCLUSIVA Y REPRESENTATIVA

La publicidad consciente reconoce la diversidad de la sociedad y busca representarla de manera auténtica y respetuosa. Esto incluye evitar estereotipos y asegurarse de que todos los grupos se sientan vistos y valorados.

Por ejemplo, una marca de juguetes podría lanzar una campaña mostrando niños y niñas de diferentes culturas y capacidades ju-

gando juntos, promoviendo la inclusión y la empatía.

IMPACTO AMBIENTAL POSITIVO

Las marcas que integran la sostenibilidad en sus valores y procesos tienen la oportunidad de destacarlo en sus campañas. Esto no solo atrae a consumidores conscientes, sino que también refuerza el compromiso de la empresa con el medio ambiente.

Por ejemplo, un fabricante de calzado podría crear anuncios que detallan cómo utilizan plástico reciclado en sus productos y cómo compensan sus emisiones de carbono.

CONEXIÓN LOCAL Y PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

El mindful marketing también se apoya en la construcción de relaciones significativas a nivel local. Las empresas que participan activamente en eventos comunitarios o que colaboran con causas locales demuestran su compromiso con el bienestar de la comunidad.

Por ejemplo, una pequeña cafetería podría promover campañas donde parte de las ganancias se destinen a apoyar proyectos educativos en su barrio.

En definitiva, el mindful marketing representa un cambio en la forma de hacer publicidad. Se aleja del enfoque tradicional centrado en la venta inmediata para centrarse en un modelo más humano, consciente y alineado con los valores de los consumidores.

Al integrar todos los valores que hemos visto con anterioridad, las marcas no solo fortalecen su reputación, sino que también construyen relaciones más profundas y duraderas con su público.

En un mundo donde la conexión emocional y los valores compartidos son fundamentales, la publicidad consciente no es solo una opción, es una necesidad. ■



HERMANDAD DE DONANTES DE SANGRE DE TALAVERA Y COMARCA MEDIO SIGLO REGALANDO VIDA

Donar sangre es la forma más sencilla, solidaria y fácil de ayudar a quienes lo necesitan. Una actividad que, afortunadamente, cada día gana más adeptos pero cuya importancia nunca está de más recordar. Y es que donar sangre es donar vida y es la mejor manera que tenemos de apoyarnos entre nosotros.

La Hermandad de Donante de Talavera trabaja sin descanso para concienciar sobre la importancia de donar. Una institución que acaba de cumplir 50 años y que está, gracias a todos donantes de sangre de la zona, más viva que nunca.

Hemos hablado con Felipe Fondón, presidente de la Hermandad de Donantes de Sangre de Talavera y su comarca, y Marcos Rosell, secretario general, para conocer más a fondo la labor vital que realizan y brindar con ellos su 50º aniversario, un hito que celebraron por todo lo alto, destacando su compromiso con la donación altruista y la ayuda al prójimo.

UNA CELEBRACIÓN EMOTIVA

Tal y como nos cuentan nuestros protagonistas, la celebración del 50º aniversario de la Hermandad fue un homenaje cargado de emoción, gratitud y compañerismo. Según Felipe, "la asamblea fue un espectáculo".

Un evento en el que tanto trabajadores como donantes vivieron una jornada inolvidable. "Aún hoy me sigo encontrando con donantes que me dicen lo bien que se lo pasaron y, sobre todo, lo emocionante que fue compartir ese día". El éxito del evento fue tal que aunque desde la Hermandad son conscientes de que no es algo que pueda celebrarse todos los años debido al esfuerzo logístico que supone poner en marcha este tipo de celebraciones. Sí se plantean planificar uno cada cinco años para así mantener la expectación y la ilusión de todos los asistentes además de garantizar una organización impecable.

EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

La Hermandad nació en 1974 y, desde



“En la actualidad unas 15.000 personas en Talavera y su comarca forman parte activa de la Hermandad”



entonces, ha visto un crecimiento impresionante en donaciones y en apoyo ciudadano. En 2024 lograron recolectar 10.000 bolsas de sangre, una cifra histórica para la región. El presidente de la Hermandad recalca la importancia de estos resultados y es que "Hace seis o siete años esto era impensable. Estábamos en 3.500 o 4.000 bolsas. Hoy somos un ejemplo en Castilla-La Mancha y quizá en toda España, gracias al compromiso del donante".

Esta cantidad cobra un mayor valor cuando somos conscientes del impacto que tiene cada una de ellas. Y es que es importante saber que cada bolsa de sangre tiene un impacto directo y es capaz de salvar a tres personas distintas. Un dato resume la importancia de la donación y el consiguiente agradecimiento que profesan desde la Hermandad a los miles



“Los donantes son verdaderos héroes anónimos, regalando su vida para salvar la de otros”



de donantes que, día a día, deciden aportar su sangre y su tiempo para salvar vidas.

TODOS TENEMOS UN GRAN PODER

Y es que según nos cuentan Felipe y Marcos, los donantes son personas normales y corrientes. Por eso, cualquiera para que cumpla los requisitos mínimos para poder donar sangre. Solo tiene que tomar la decisión de ir a donar para marcar la diferencia y aportar su granito de arena para salvar a quienes lo necesitan.

Los donantes son sin duda los grandes protagonistas de la Hermandad, por eso siempre que se realizan maratones en localidades o con motivo de alguna fecha.

Desde la Hermandad lanzan comunicados masivos (cuentan con más de 16.000 contactos) a través de WhatsApp con el objetivo de hacer saber a los donantes cuándo y cómo pueden ir a donar. Una herramienta magistralmente gestionada por Marcos que se ha convertido en fundamental para conseguir la colaboración de todos y las buenas cifras de las que tan orgullosos se sienten. Pero nada de lo que consiguen desde la Hermandad sería posible sin el equipo profesional compuesto por médicos, enfermeros y técnicos que también forman parte de ella. Además, el grupo de administrativos y voluntarios son otra parte indispensable para que la organización funcione como un reloj.



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



TALAVERA, UN REFERENTE EN SOLIDARIDAD

El compromiso de Talavera y su comarca con la donación de sangre es asombroso. La media de donantes en relación con la población es, según sus dirigentes, de las mejores de España. Desde la Hermandad nos recuerdan que cada donación es un acto imprescindible: "Sin sangre no hay vida. Si faltara, muchas familias perderían a sus seres queridos" aseguran Felipe y Marcos.

Por eso, la Hermandad trabaja incansablemente para mantener este espíritu solidario, sobre todo entre los jóvenes. Periódicamente, desde los colegios hasta los institutos, promueven campañas de concienciación para que los menores de hoy sean los héroes del mañana.

DESMONTANDO MITOS SOBRE LA DONACIÓN

En la actualidad, los temores infundados relacionados con la donación de sangre han disminuido significativamente. Sin embargo, aún persisten ciertas creencias que los miembros de la Hermandad trabajan para desmentir y aclarar. Uno de los mitos más comunes es el miedo al contagio durante el proceso. Felipe y Marcos nos aseguran que esto no es posible, ya que todo el material empleado es completamente estéril y se utiliza una sola vez.

Además, según comentan nuestros

interlocutores, hay quienes afirman que, cuando les duele la cabeza, saben que necesitan donar y que, después de hacerlo, el dolor desaparece. Aunque no existe respaldo científico para este fenómeno, evidencia el profundo vínculo emocional que muchas personas tienen con este acto altruista.

CERCAÑÍA Y CONSTANCIA PARA SEGUIR ADELANTE

El éxito en las donaciones de Talavera no es casualidad. Se sustenta en una atención excepcional. Desde el primer contacto, la comunicación personalizada marca la diferencia. La Hermandad organiza también maratones de donación, que se han

convertido en eventos importantes tanto en el hospital como en espacios públicos como centros comerciales, en diferentes puntos de la comarca... Cada edición atrae a cientos de donantes por lo que permanentemente tienen que buscar espacios en los que poder atender a todos aquellos que quieren donar sangre.



REGALAR SANGRE ES SALVAR VIDAS

Felipe y Marcos nos animan a conocer todas las ventajas que tiene para la sociedad y la salud de todos el donar sangre. Y es que la donación de sangre no solo garantiza tratamientos y operaciones urgentes, sino que además está cargada de humanidad. "En 15 minutos, puedes salvar tres vidas. ¿Qué acto puede ser más placentero y significativo?"

Para ser donante solo se necesitan tres requisitos básicos: ser mayor de 18 años, pesar más de 50 kilos y estar en buen estado de salud. Las puertas de la Hermandad están abiertas cada día, incluida su sede en el hospital. Además, cuentan con una unidad móvil que se desplaza por los pueblos de la comarca.

Desde la Hermandad animan a todos a dar el paso de convertirse en donantes. Porque no hay gesto más noble y solidario. Además, donar desde Talavera es seguir sumando y dando ejemplo de todo lo que juntos podemos conseguir. ■



POLAR STOCK, RECONOCIDO POR EL SECTOR EN LOS PREMIOS A LA EXCELENCIA EN LA DISTRIBUCIÓN

El grupo, que porta ADN talaverano en su grupo empresarial, ha sido reconocido como tercer mejor punto de venta de la zona Norte por su delegación en Bilbao y ha conseguido la nominación entre los cinco mejores puntos de venta en la zona Centro con su delegación en Valladolid. Con estos reconocimientos, el Grupo POLAR STOCK refuerza su potencial a nivel nacional al ver reconocido su trabajo por parte de los profesionales del sector.

POLAR STOCK ha sido reconocido como tercer mejor punto de venta en la zona Norte de la Península por su delegación de Bilbao en los **I Premios C a la Excelencia en la Distribución** en el sector HVAC organizados por el grupo C de Comunicación, en los que además ha conseguido ser nominado entre los cinco mejores puntos de venta en la zona centro con su delegación de Valladolid.

Unos galardones que han sido otorgados a través de una encuesta anónima realizada por la agencia Análisis e Investigación entre los profesionales del sector, y en la que **POLARSTOCK Bilbao** estaba nominado en la categoría para grupo de compras en la zona Norte de la Península, y **POLAR STOCK Valladolid** en la categoría de mejor punto de venta en la zona Centro.

El tercer premio conseguido por **POLAR STOCK Bilbao** pone de relieve la **confianza del sector en el equipo** humano y logístico de este punto de venta, que abrió sus puertas hace algo más de un año, y que se convierte así en un reconocimiento especial al esfuerzo y dedicación de todo el personal de esta delegación y a su afán por ofrecer las mejores soluciones y asesoramiento al profesional. La vocación de servicio de Grupo POLAR STOCK también ha sido reconocida con la

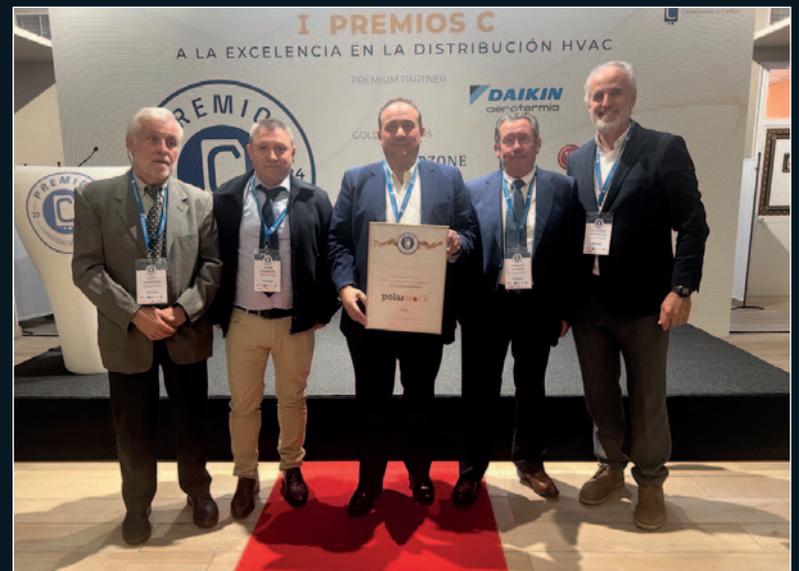


nominación de la delegación de Valladolid como mejor punto de venta de la zona Centro en esta primera edición de los Premios C a la Excelencia en la Distribución.

LA FUERZA DEL GRUPO

El **Grupo POLAR STOCK** es especialista y referente en el mundo de la climatización, energías renovables, tuberías, fontanería, baños, piscinas, riego y electricidad, con un equipo humano de más de 100 profesionales y con una red de siete delegaciones repartidas entre la zona centro y norte de España: delegaciones en Madrid (Villalba y Navalcarnero), Castilla León (Zamora, Palencia, Valladolid), Castilla-La Mancha (Talavera) y Bizkaia (Bilbao). Gracias a su almacén logístico de más de 5.000 metros cuadrados, **Grupo POLAR STOCK** tiene acceso a un stock habitual de más de 10.000 referencias, lo que facilita y asegura una disponibilidad de stock garantizada y un suministro rápido a nuestros clientes.

Grupo POLAR STOCK es el resultado de la unión de dos empresas, Ebor e Ynstalia, dos referentes en el sector de la distribución de material para instalaciones y soporte técnico al profesional. ■

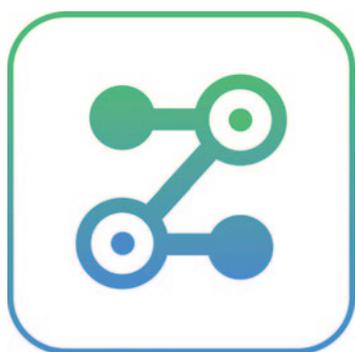


INCUBADORA ALTA TECNOLOGÍA TALAVERA DE LA REINA

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 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.



ZMOVE



Zmove nació con una idea sencilla pero poderosa: cambiar la forma en que las personas se desplazan en la ciudad. Desde Talavera de la Reina, un grupo de jóvenes emprendedores decidió enfrentar el caos del tráfico, los altos costes del transporte y el impacto ambiental del modelo actual. ¿La solución? Una aplicación que facilita compartir coche entre personas que hacen trayectos similares, con un enfoque claro en empresas y sus empleados.

El equipo detrás de Zmove está formado por Mario Gómez, emprendedor desde los 13 años, y Diego Estévez, ingeniero naval y abogado que aporta el rigor analítico necesario para dar forma a las ideas. Junto a ellos, Bruno Piñeiro, experto en movilidad y estrategia, y Fer Ramos, el cerebro tecnológico, han construido una plataforma que combina innovación, sostenibilidad y funcionalidad.



La plataforma está diseñada para ayudar a las empresas a mejorar la movilidad de sus equipos.

Su origen, en Talavera de la Reina, es también una declaración de intenciones: una solución local para un problema global. Zmove no es solo una app más en el mundo del transporte compartido. Lo que la diferencia es su enfoque en el ámbito empresa-

rial. En lugar de centrarse exclusivamente en usuarios individuales, la plataforma está diseñada para ayudar a las empresas a mejorar la movilidad de sus equipos. Esto incluye la implementación de herramientas que les permitan registrar datos de desplazamientos,

calcular los ahorros en emisiones y generar informes de sostenibilidad. Todo esto se enmarca en un contexto cada vez más exigente, donde normativas como la Ley de Movilidad Sostenible requieren a las empresas tomar medidas concretas para reducir su impacto ambiental.

La mecánica de la plataforma es simple: un empleado publica su trayecto indicando origen, destino y horario, y otros compañeros de empresa o de zonas cercanas pueden unirse al viaje. La app permite planificar trayectos de forma eficiente, ahorrar tiempo y compartir gastos. Por ejemplo, un trayecto de 10 kilómetros cuesta 3,75 €, con un pequeño recargo por cada kilómetro adicional. Zmove, a su vez, monetiza este servicio cobrando una comisión por cada viaje realizado. Este sistema transparente y asequible facilita su adopción tanto por empresas como por usuarios individuales.

Los beneficios son claros desde el primer uso. Para los empleados, compartir coche significa reducir gastos de gasolina y mantenimiento, encontrar alternativas al transporte público y, sobre todo, aliviar el estrés que suelen causar los desplazamientos diarios. Al mismo tiempo, se crean vínculos entre compañeros, convirtiendo lo que antes era un viaje rutinario en una experiencia más amena y humana. Al final del mes, los usuarios descubren que no



solo han ahorrado dinero, sino también emisiones contaminantes, contribuyendo a una movilidad más sostenible.

Para las empresas, Zmove representa una oportunidad única de mejorar su responsabilidad social y medioambiental. Además de reducir las emisiones de CO2, las compañías pueden beneficiarse del ahorro energético generado

de compiten con plataformas consolidadas y deben adaptarse constantemente a cambios regulatorios, el reto de mantenerse relevantes es constante. Pero es precisamente este entorno el que motiva al equipo a innovar. La empresa está trabajando en nuevas funcionalidades para su app, buscando siempre mejorar la experiencia del usuario y ampliar su

Su impacto práctico ya se está viendo en las empresas que han adoptado su modelo.

por sus empleados al utilizar la app. Este ahorro, traducido en certificados de ahorro energético (CAE), permite a las organizaciones cumplir con las normativas ambientales y, en muchos casos, monetizar estos esfuerzos. Todo esto se traduce en una ventaja competitiva en un mercado donde la sostenibilidad no es solo un valor añadido, sino una exigencia creciente.

Pero Zmove no solo se queda en la teoría. Su impacto práctico ya se está viendo en las empresas que han adoptado su modelo. Trabajadores que antes enfrentaban largos trayectos en solitario ahora comparten coche con compañeros que viven cerca, reduciendo considerablemente el número de vehículos en circulación. Esto no solo descongestiona las calles, sino que también mejora la puntualidad y la productividad de los equipos. Los datos hablan por sí solos: menos coches, menos emisiones y menos costes.

Sin embargo, no todo ha sido fácil para Zmove. En un mercado don-

de alcance. Además, tienen planes ambiciosos de expansión, explorando mercados internacionales donde la movilidad sostenible es una prioridad.

El futuro de Zmove está lleno de posibilidades. Su modelo no solo responde a las necesidades actuales de movilidad, sino que también se anticipa a los cambios que están por venir. Con un enfoque que combina tecnología, sostenibilidad y comunidad, esta plataforma está marcando el camino hacia un nuevo paradigma de transporte, donde compartir coche no solo es práctico, sino también necesario.

Desde Talavera de la Reina, Zmove lanza un mensaje claro: el transporte compartido es el futuro, y ellos están aquí para liderar ese cambio. En un mundo donde cada vez más empresas buscan soluciones sostenibles, Zmove se presenta como un aliado estratégico, demostrando que es posible moverse mejor, ahorrar más y cuidar el planeta al mismo tiempo. ■



El mejor escaparate para tu empresa

Contrata tu publicidad con nosotros

Otra forma de ser solidario

FUNDACION
Futurart

PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

www.fundacionfuturart.es

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



FUNDACIÓN FUTURART

ANNA BANANA STUDIO, EL ARTE DE APOSTAR POR TU PASIÓN Y TU CIUDAD

Con tan solo 24 años, Ana González Pérez, conocida artísticamente como Anna Banana, se ha abierto camino en el mundo del arte contemporáneo. Pintora y diseñadora, esta joven artista ha conseguido, gracias a su talento y perseverancia, establecerse en un mercado tan complejo como el del arte, todo ello sin perder su esencia y su pasión por su ciudad natal, Talavera.

Con su humildad y su arte, Anna Banana ha demostrado que los sueños se pueden alcanzar. Su inspiradora historia y su afán de acercar el arte a todos los públicos han convertido a esta joven artista en referente tanto en nuestra ciudad como fuera de ella.

Nos hemos acercado hasta su estudio situado en la calle Mesones 2 para descubrir su arte, conocer cuáles son sus fuentes de inspiración y mirar junto a ella hacia su prometedor futuro.

Anna Banana es un nombre de lo más peculiar y pegadizo pero... ¿Qué y quién hay detrás de este concepto?

Ana Banana, es el nombre artístico que elegí hace años y con el que comencé en mi carrera.

Estudié Bellas Artes y Diseño de Moda en la Universidad Francisco de Vitoria. Aunque esta no fue mi primera opción porque empecé estudiando Derecho. Elegí este camino porque creía que, por mucho que me gustase el arte, sería bueno tener formación en algo más convencional. Pero lo cierto es que mi carrera de abogacía duró tres semanas y es que me di cuenta de que mi vena artística latía con mucha más fuerza y era a ella a quien debía hacer caso. Así que me decanté finalmente por el arte como formación y por vocación.

Afortunadamente a día de hoy puedo decir que ha sido la mejor decisión que he tomado en mi vida. Hoy estoy plenamente dedicada al arte



y puedo vivir de él. Toda una satisfacción.

Un decisión muy valiente, ¿cómo fueron tus inicios en el arte?

Desde pequeña siempre me ha gustado. Estuve en el conservatorio de música y me atraían las artes, pero realmente no destacaba demasiado en dibujo. Fue con 18 años, en la universidad, cuando empecé a pintar más en serio y a compartir mis trabajos en Instagram. Sorprendentemente, a raíz de eso, algunas galerías de Madrid me contactaron y organicé mi primera exposición estando aún en tercero de carrera. De ahí en adelante todo fue creciendo poco a poco.

Anna Banana Studio está en pleno centro de Talavera. Algo que muchos podrían considerar un reto. ¿Qué te llevó a apostar por la ciudad?

Talavera siempre ha sido especial para mí. Aunque gran parte de mis ventas son fuera, quería que mi obra y mi centro de trabajo estuvieran aquí. Soy hija y nieta de empresarios, así que he crecido con esa mentalidad emprendedora. Sabía que abrir un estudio en Talavera sería un desafío, pero también una oportunidad para acercar el arte a la gente de aquí. Abrí el estudio con 22 años, sin saber demasiado de gestión o economía, pero aprendí rápido y estoy muy contenta con la decisión.

¿Te has encontrado con obstáculos al emprender en Talavera?

La burocracia nunca es sencilla y más cuando es el primer negocio que abres y no conoces demasiado los trámites que hay que llevar a cabo o las normativas que hay que cumplir. Esto quizá fue lo más complicado pero al final todo se consigue pidiendo ayuda y confiando en profesionales.

¿Cómo describirías tu estilo artístico y tus fuentes de inspiración?

Mi estilo es una mezcla entre pai-

sajismo, figuración y arte contemporáneo. Al principio pintaba abstracción, pero no me llenaba del todo. Quiero que el espectador vea algo concreto, algo que le invite a opinar, aunque no entienda "técnicamente" de arte. Mi gran inspiración es Turner, adoro su trabajo y su manera de transmitir emociones. Busco que quien vea mis cuadros pueda reconocer mi estilo y conecte con él.

Creo que todos podemos opinar sobre arte aunque no seamos grandes entendidos. Lo bueno del arte precisamente es que siempre despierta algo en quien lo observa y eso es algo que me encanta.

¿Quiénes son tus clientes habituales?

Tengo dos tipos principales de clientes: los coleccionistas, que compran obras ya hechas para sus colecciones, y personas comunes que buscan decorar su hogar con arte o invertir en él. Intento que mis obras puedan llegar a todo tipo de público y para ello adapto su tamaño, estructura... Por ejemplo, los más jóvenes, eligen obras pequeñas y asequibles, como acuarelas. Intento adaptarme a todos los públicos y democratizar el arte para que quien esté interesado en lo que hago pueda tener acceso a mis obras y sentirse también inspirado por ellas en el día a día.

¿Cómo llegas hasta tus clientes potenciales?

Las redes sociales están siendo una gran plataforma, comencé compartiendo y explicando mis cuadros en Instagram y ahora he empezado a trabajar también con TikTok donde comparto mi trabajo y procesos creativos. A través de las redes sociales me contactan muchos de mis clientes. Además, por supuesto, estoy disponible en



mi estudio de Talavera, siempre con cita previa, para atender a quienes quieran una obra concreta, deseen encargar un cuadro en concreto... ¡Me encanta estar en contacto con la gente y es una parte de mi trabajo que no cambio por nada!

En plena era de la inteligencia artificial, ¿cómo crees que afecta esto al mundo del arte?

Creo que el arte es uno de los pocos campos que la inteligencia artificial no puede reemplazar del todo. Aunque pueda generar imágenes, el proceso artesanal y la conexión humana que hay detrás de una obra hecha a mano no tienen comparación. Eso sí, considero que la IA puede ser una herramienta más, igual que el iPad que uso para mis trabajos digitales. Depende de cómo se utilice pero lo que está muy claro es que lo que cada artista pone y expresa en cada obra es muy difícil de imitar por una inteligencia artificial.

¿Cómo imaginas que habrá evolucionado Anna Banana en 10 años?

Me veo siendo fiel a mi esencia, manteniéndome en el sector y viviendo del arte. Me caso este año, así que espero formar una familia mientras sigo creciendo como artista. Sueño con exponer fuera de España y seguir evolucionando mi estilo, pero siempre sin prisa y con pasos firmes.

¿Qué mensaje darías a alguien que quiera emprender pero no se atreve?

Que lo intenten. El mayor error es no intentarlo. Si te equivocas, siempre habrás aprendido algo que te podrá servir en el futuro. Empezar requiere corazón y ganas, y aunque yo he tenido suerte, también he trabajado mucho. Que confíen en ellos mismos y no tengan miedo de dar el primer paso. ■

**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

CÓMO LIDIAR CON LA NEGATIVIDAD ONLINE: RESEÑAS, COMENTARIOS Y EL ARTE DE LA BUENA RESPUESTA

En un mundo cada vez más interconectado, la opinión de los usuarios puede propagarse a gran velocidad por las redes sociales, los foros o los sitios especializados en reseñas. Para cualquier negocio —ya sea un restaurante, una tienda de barrio o una gran empresa— esta realidad se traduce en algo muy concreto: la imagen se construye (y se destruye) también en el entorno digital. A continuación, se presentan claves prácticas para gestionar las críticas, responder con acierto y, si es posible, convertir los problemas en oportunidades de crecimiento.

COMPRENDER LA IMPORTANCIA DE LAS RESEÑAS ONLINE

Muchas personas consultan las opiniones de otros clientes antes de decidir dónde comer, qué producto comprar o qué servicio contratar. Un comentario negativo sin réplica puede dar a entender que la empresa no presta atención a los clientes o, peor aún, que no le importa.

No todas las críticas son iguales
Puede haber críticas fundamentadas (por ejemplo, un producto defectuoso o una mala atención) y otras que surgen por malentendidos o incluso por simple afán de dañar la reputación. Es importante distinguirlas: no se afrontan de la misma manera las quejas con razón que las que están escritas con ánimo de perjudicar.

CÓMO RESPONDER CON EFICACIA Y EMPATÍA

Mantener la calma

Aunque el tono del comentario sea ofensivo, la peor reacción es responder del mismo modo. Si entras en un enfrentamiento público, corres el riesgo de dañar la imagen de tu negocio todavía más. Lo fundamental es mostrar una actitud tranquila y profesional.

Agradecer y reconocer

Responder de manera educada y empezar con un "Gracias por tu comen-



tario" o "Gracias por hacérselo saber" muestra respeto hacia el cliente. Incluso cuando la crítica parezca injusta, agradecer demuestra madurez corporativa. Si la queja tiene fundamento, reconoce el error: un "Lamentamos el inconveniente" o "Sentimos que no hayas tenido la experiencia que esperabas" abre la puerta a un diálogo constructivo.

Ofrecer soluciones

Siempre que sea posible, expón medidas para remediar la situación. Esto puede consistir en una compensación (un descuento, un producto de reemplazo, una invitación a repetir la experiencia) o en un simple compromiso de investigar lo sucedido y mejorar. Lo importante es dejar claro que tomas en serio el problema y que actuarás en consecuencia.

Ejemplo de respuesta recomendada:

"Gracias por compartir tu experiencia. Sentimos mucho que nuestro servicio no haya cumplido con tus expectativas. Queremos solucionarlo de inme-

diato: por favor, escríbenos un mensaje privado con tus datos de contacto para entender mejor lo ocurrido y poder compensarte por las molestias."

CONSEJOS PARA MANEJAR ESCENARIOS COMPLICADOS

Críticas falsas o malintencionadas

En ocasiones, aparecen comentarios que buscan dañar tu reputación sin un motivo real. Si tienes pruebas de que se trata de una reseña falsa (por ejemplo, que la persona nunca fue cliente o describe hechos imposibles), puedes contactar con la plataforma en cuestión para solicitar su eliminación. Mientras tanto, responder de forma educada y breve —indicando que no se reconocen los hechos— demuestra ante el resto de lectores tu transparencia.

Debates interminables

Algunos clientes pueden querer prolongar la discusión en público. Una buena táctica es invitarlos a continuar la conversación en privado, por correo electrónico o teléfono, con el

objetivo de encontrar una solución lejos de los focos. Esto evita que el hilo se convierta en un diálogo sin fin y te permite atender el caso de manera más personalizada.

PREVENIR EN LUGAR DE LAMENTAR: MEJORA CONTINUA

Escucha activa

Cada crítica, incluso la más ruda, encierra una oportunidad de mejora. Si notas que varios clientes señalan el mismo defecto (por ejemplo, retrasos en las entregas, problemas de stock, atención poco amable), es posible que tengas un fallo interno que convenga revisar. Abordar esas deficiencias no solo reduce futuras críticas, sino que demuestra tu compromiso con la calidad.

Invitar a las reseñas positivas

Una de las maneras más eficaces de diluir las críticas negativas es motivar a los clientes satisfechos a compartir su experiencia. No se trata de forzar ni de manipular, sino de sugerir amablemente: "Si has quedado contento con nuestro producto/servicio, nos encantaría que lo contaras en redes o en nuestra ficha de Google". De este modo, se equilibra la balanza y se genera confianza.

En la era de la hiperconectividad, **hacer oídos sordos a las críticas online ya no es una opción**. Monitorear los comentarios, aprender de ellos y responder con empatía puede marcar la diferencia entre perder la confianza del público o, por el contrario, ganarlo para siempre. Si bien la negatividad en internet puede asustar, una gestión inteligente, basada en la serenidad y la voluntad de mejora, puede derivar en una **oportunidad** valiosa para fortalecer la imagen y la relación con los clientes.

Porque, al final, la presencia digital no es solo un escaparate: es un espacio abierto de conversación. Cómo elijas participar en esa conversación dirá mucho de tu marca. ■

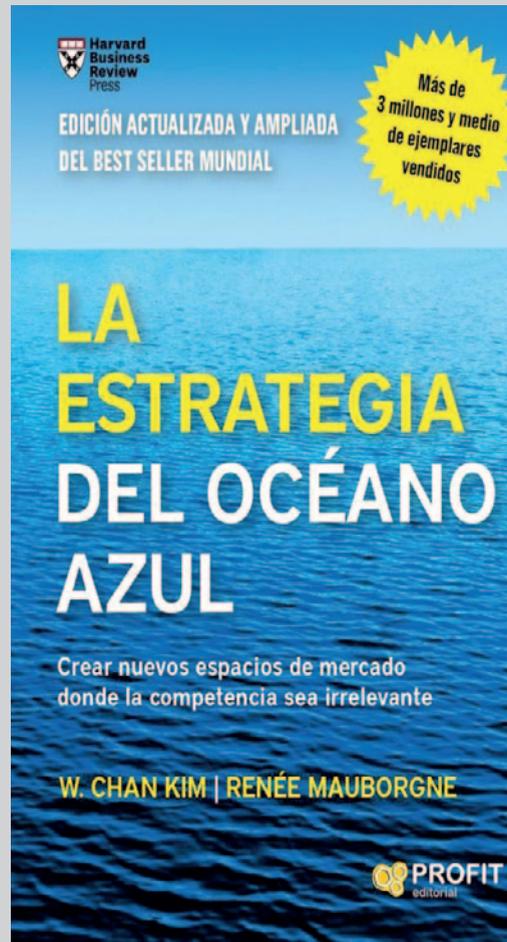
“LA ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL”

(Autores: W. Chan Kim y Renée Mauborgne)

En esta ocasión nuestra recomendación gira entorno a una obra esencial para empresarios y emprendedores que buscan escapar de la competencia feroz en mercados saturados (llamados “océanos rojos”) y crear espacios de mercado completamente nuevos, llenos de oportunidades (los “océanos azules”). Este libro ofrece una visión estratégica para innovar y crecer de manera sostenible, alejándose de la lógica convencional de competir únicamente por precio, calidad o cuota de mercado.

La mayoría de las empresas luchan en mercados donde las reglas están claramente definidas y la competencia es intensa, lo que reduce la rentabilidad y lleva a guerras de precios. Los océanos rojos representan esta lógica agotadora. Los autores recomiendan cambiar la perspectiva hacia la creación de valor único y diferenciador, en lugar de luchar por una porción de un mercado ya establecido.

La clave está en identificar necesidades insatisfechas, ofrecer soluciones disruptivas y redefinir la experiencia del cliente. Esto requiere mirar más allá de los límites tradicionales de la industria, cuestionando suposicio-



nes sobre cómo se deben hacer las cosas. Por ejemplo, empresas como Cirque du Soleil crearon “océanos azules” combinando elementos de teatro y circo para ofrecer un producto único.

Los océanos azules se construyen mediante la innovación de valor: la combinación de diferenciación e innovación que reduce costos mientras aumenta el valor percibido por los clientes. Esto implica eliminar características que no generan valor, reducir costos innecesarios, mejorar aspectos clave que importan al cliente y crear nuevos elementos innovadores.

“La Estrategia del Océano Azul” es una invitación para los empresarios a reimaginar sus negocios desde una perspectiva innovadora. En lugar de seguir las normas y competir con los jugadores establecidos, les anima a ser pioneros, explorar oportunidades desconocidas y construir un futuro rentable para sus empresas. Aplicar las enseñanzas de “La Estrategia del Océano Azul” puede marcar la diferencia entre sobrevivir en un mercado saturado y liderar una industria completamente nueva. ■

Durán SAFETY

¡Visítanos!

LA BOUTIQUE DE LA ROPA LABORAL

Somos especialistas en EPIS:

- + Calzado de seguridad
- + Protección respiratoria, ocular y de manos
- + Trabajos en altura, etc...

TRABAJA SEGURO, PROTEGIDO Y CON ESTILO

www.ferreteriaduran.es

Talavera 925 814 365

Illescas 925 501 796

Navalmoral 927 535 538

XX GALA BENÉFICA DE FUNDACIÓN FUTURART: UNA NOCHE DE EMOCIONES Y SOLIDARIDAD

El pasado 29 de noviembre celebramos nuestra tradicional Gala Benéfica, un evento que, en esta ocasión, era aún más especial al tratarse del vigésimo aniversario de la Fundación.

Palomarejos Golf fue el lugar elegido para reunir a asociados, autoridades, asociaciones y amigos de Fundación Futurart. Los asistentes, con su colaboración y compromiso, hicieron de la noche una velada inolvidable.

RECONOCIMIENTO A EMPRESAS SOLIDARIAS

Como cada año, las empresas solidarias que cumplen diez años como asociadas a la Fundación tuvieron un espacio especial durante la Gala. Y es que no hay mejor ocasión para agradecer su compromiso que en el evento que celebra la solidaridad de todos. **Juan Carlos Callejo Patarro e IPETA Talavera** eran las empresas que cumplían en 2024 una década de solidaridad.

En esta ocasión, además del reconocimiento de las empresas solidarias que cumplían 10 años con la Fundación, se homenajeó a aquellas que llevan colaborando con Futurart desde el primer momento. Estas empresas, que vieron desde el inicio el valor de formar parte de Fundación Futurart, reconocieron en ella el vehículo más sencillo y solidario con el que apoyar, a través de sus empresas, a aquellas asociaciones que trabajan por mejorar la vida y el bienestar de quienes más lo necesitan dentro de Talavera y su comarca.

Aequitas Abogados, Agrícola El Prado, Casty, Datacontrol, Durán Ferretería, Fersomatic, Carnicería La Paz, Mahou Talavera (Grupo Voldis), Tecnigraf, Gonzalo Cerrajeros, Talavera Higiene, Vifesa, Centro Residencial San Diego y Polarstock fueron las empresas homenajeadas por sus



veinte años de compromiso con Fundación Futurart.

La Fundación no sería posible sin todas las empresas que, en algún momento, decidieron colaborar con la Fundación. Por ello, este fue el momento perfecto para agradecer a las más veteranas su labor como piezas clave en la creación de un tejido empresarial comprometido con el impacto social.

Además, y como no podía ser de otra forma, también se dio una cálida bienvenida a aquellas empresas solidarias que se unen por primera vez a la historia de Futurart: **Eventos Talavera, Construcciones H. Mendo, Casa Rural La Ermita de Salinas, Showland, Talavera Tecnológica y Lacados Durán.**

PREMIOS FUTURITOS DE HONOR

Otro de los momentos más esperados en la **XX Gala Benéfica de Fundación Futurart** fue la entrega de los prestigiosos **Futuritos de Honor**, galardones que destacan las iniciativas ejemplares dentro del mundo empresarial solidario. Este año, el reconocimiento a la **Empresa Solidaria** fue para **Datacontrol Asesores**, una organización que ha demostrado, año tras año, su apoyo a los proyectos de Fundación Futurart. El título de **Embajador de Fundación Futurart para 2025** fue otorgado a **Pedro Durán**, de **Ferretería Durán**, una figura clave que servirá como representante y promotor de los valores y objetivos de la Fundación durante el próximo año.

UNA APORTACIÓN SOLIDARIA MÁS ALLÁ DE LO ECONÓMICO

Sin duda, uno de los momentos más especiales de la Gala fue la entrega del cheque solidario a **TEA Talavera**, la asociación elegida como **Proyecto Empresarial Solidario 2024**. Gracias al esfuer-



zo conjunto de todas las empresas solidarias asociadas a Fundación Futurart, se logró recaudar un total de **7.225 euros**, que serán destinados a reformar y adecuar un nuevo local. Las palabras de agradecimiento de **TEA Talavera**, sumadas a la emoción de los asistentes, fueron el testimonio perfecto de lo que significa trabajar en conjunto por una causa común.

DESCUBRIENDO EL PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO 2025

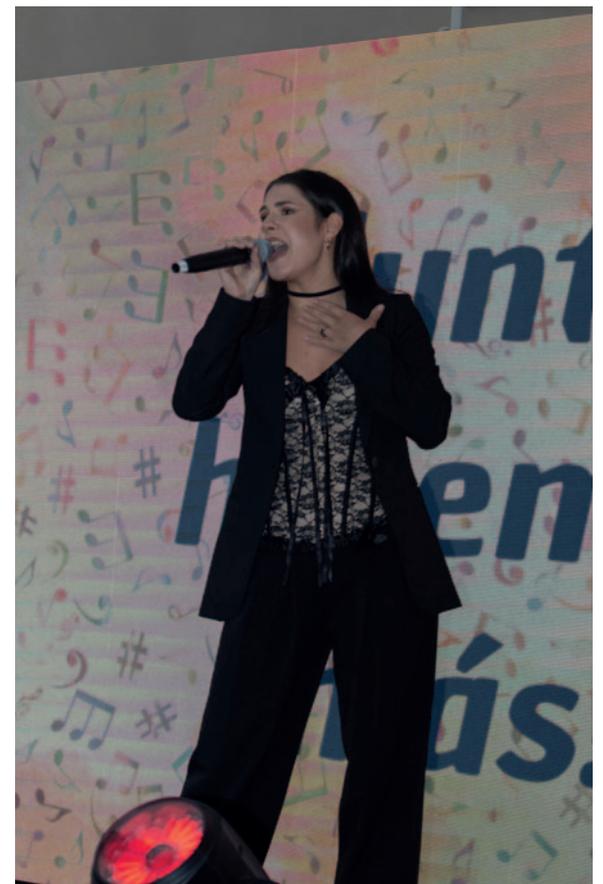
Una vez entregada la aportación solidaria al Proyecto Empresarial 2024, llegó el momento de conocer la causa por la que trabajaremos durante el 2025. Las empresas solidarias, a través de votación, decidieron que **COCEMFE Talavera** será la entidad seleccionada.

La asociación trabaja desde 1990 en la defensa de los derechos y el bienestar de las personas con discapacidades físicas y orgánicas, ofreciendo atención integral y promoviendo la inclusión laboral. Su nombramiento no solo simboliza un reconocimiento a su labor, sino también una oportunidad para seguir ampliando sus programas y ayudar a más personas que lo necesitan.

POR MUCHOS AÑOS MÁS

La XX Gala Benéfica de Futurart llegó a su fin, pero el compromiso de la Fundación y de las empre-

sas que la componen seguirá intacto. Prueba de ello es la ilusión y la emoción que se respiró durante todo el evento, y la solidaridad que empresas y empresarios demuestran día a día. Ya en 2025, y con un nuevo Proyecto Empresarial Solidario por el que trabajar, desde Fundación Futurart solo nos queda agradecer a todos los que aportan su granito de arena para que, año tras año, podamos seguir ayudando a quienes lo necesitan. **¡Gracias por hacerlo posible! ■**





QUE LA MEMORIA NO OLVIDE

¿SABÍAS QUE DELGADO MECO FUE JUGADOR BLANQUIAZUL?

El histórico preparador físico —del doblete de Clemente en el Athletic y la Selección de España— fue temporada y media portero del extinto Talavera CF y en donde se retiró como futbolista —jugaba de portero— tras sufrir una grave lesión. Te lo contamos...

A Manuel Delgado Meco muchos de nuestros lectores pueden asociarle al fútbol del País Vasco por su vinculación al Athletic de Bilbao, Javier Clemente y la Selección Nacional de España. Pero hay mucho más de eso en quien, conocido como Manolo en el mundo del fútbol, tiene ADN manchego y, además, fue jugador del extinto Talavera CF. ¿Cuántos de ustedes conocían esta vinculación? El día de San Fermín de este, Manolo Delgado Meco cumplirá 80 años y desde la Ciudad de las Cerámicas hemos querido tributarle este simpático homenaje. Si desean seguir leyendo se lo narramos sin necesidad de que investiguen.

Decíamos en la entradilla que nuestro protagonista del presente capítulo que Manuel Delgado Meco nació en Alcázar de San Juan el 7 de julio de 1945, en la calle General Primo de Rivera. Hijo de Adoración Meco Portillo de Alcázar de San Juan y Antonio Delgado Moreno-Manzanaro de Herencia. Manolo estudia en las Escuelas Ferroviarias, posteriormente en la Academia "Balmes" de los PP. Trinitarios y se matricula en Ingeniería Técnica Industrial en la Escuela de la calle Embajadores de Madrid. Se le concede una beca de la Diputación Provincial de Ciudad Real para cursar la recién creada carrera de Educación Física en el Instituto Nacional de Educación Física de Madrid. Esta beca, que mantendrá a lo largo de todo el perio-



Delgado Meco en sus comienzos como portero allá en Alcázar de San Juan.

do de estudios, fue con cargo a los porcentajes de las quinielas. Finalmente consigue titularse en la especialidad de Fútbol. Personalmente siempre recordaré su interés porque yo siguiese sus pasos, aconsejando a mi padre e incluso facilitándome los impresos para hacer la matrícula, que finalmente desestimé optando por cursar en Ciudad Real los estudios de Magisterio. Desde muy niño Manolo, como la

mayoría de los niños de su edad, jugaba al fútbol y al baloncesto, en todos los sitios, calles, eras y plazas. En ese tiempo fue jugador de baloncesto con Acción Católica, Balmes C.B. etc., y con la selección de Alcázar quedó campeón Regional. A los 15 años fue fichado por el Villafranca, que tenía como entrenador a Juan Garrido. Con el paso de los años, Manolo recuerda con cariño a sus antiguos compañeros y los invita

a cenar para reverdecer antiguos episodios y viejas amistades. Lo suyo, en un principio, era la portería. Con el Real Madrid se proclamó subcampeón de España juvenil y campeón con el equipo amateur. **"Recuerdo la primera vez en la Ciudad Deportiva, que abrieron una caseta y dijeron: Ahí tenéis la ropa, y todo el mundo salió corriendo a por ella"**.

Con 17 años jugó en San Mamés con la selección de Castilla. Con 19 entrenaba los jueves en el Santiago Bernabéu con el primer equipo blanco y **"una defensa en la que estaban Santamaría, Casado, Pachín y compañía... Tenía proyección y fui siendo cedido"**, relata nuestro protagonista. Jugó tres años en el Calvo Sotelo, unos meses en el Manchego mientras hacía la mili, dos años en el Boetticher y otros dos en el Talavera CF. Con los de Puertollano, disputó su único partido en Segunda división contra el Málaga. **"Sustituí a Arbea, que tuvo una conmoción cerebral, y perdimos 7-0, pero a mí solo me metieron cinco. Y eso que uno de nuestros centrales era Marquitos, que había sido campeón de Europa con el Real Madrid, el abuelo de Marcos Alonso, actual jugador hoy del Celta de Vigo"**, cuenta riéndose. En poco tiempo, dos lesiones graves lo machacaron: **"Jugando en el Boetticher fuimos a Tenerife y allí había un jugador famoso, el Tigre Barrios, que me partió la mandíbula"**. La siguiente sería ya defendiendo la elástica talaverana.

EN TALAVERA

Tras recuperarse —le costaría lo suyo— del percance llegaría a la Ciudad de la Cerámica para firmar por el conjunto blanquiazul talaverano. Presidía la entidad talaverana don Aurelio Lozano, relevado por Manuel García Oliva a finales de 1971 y nos encontrábamos en la temporada 70-71 en una Talavera en la que aún había 5.000 niños sin escolarizar pese a que el consistorio presidido por don Justiniano Luego adquiría 20.000 metros cuadrados en el Polígono La Solana para la construcción de grupos escolares. Y un año en el que nuestra cerámica sigue obteniendo premios y reconocimientos a nivel nacional o las Escuelas de Nuestra Señora del Prado obtienen el Primer Premio Nacional del concurso de RTVE, dotado con 200.000 pesetas en material escolar, 50.000 para los monitores —maestros— y un viaje de 15 días visitando dos o más países para 45 de sus alumnos.

Al frente de la entidad blanquiazul tenemos como entrenador al madrileño, nacido en 1928 y fallecido en 1995, Domínguez —Ángel Domínguez Crisol— en su primera temporada tras sustituir a Hermínio Mielgo y Luis Elices Cuevas en la segunda. Como compañeros de viaje se encontraría a los Valiella, Bermejo, Soto, Arnedo, Casquero, Ruiz Romanillos, Domingo, Sigüenza, Lelio, Cantudo, Marro, José María, Luis o Arranz, entre otros varios más.

No pudo disfrutar de muchas oportunidades el portero manchego puesto que en un encuentro en Salamanca un jugador le dio una patada en los testículos en un partido. **“Lo pasé muy mal y me tuvieron que operar”**, relataba nuestro protagonista, que además asegura que se trataba de Rial —Santiago Bartolomé Rial—, un jugador del Plus Ultra que más



Manolo Delgado Meco, toda una institución en el Athletic (Foto: Juan Echeverría).

tarde lo sería del Salamanca. Nosotros lo ponemos en cuarentena, puesto que en ese momento dicho jugador aún no había recalcado con el cuadro charro y pertenecía al conjunto madrileño.

Con tal condicionamiento Manolo viviría en nuestra Ciudad las dos últimas temporadas de su vida como jugador de fútbol, ya que después de tan grave lesión y siendo ya licenciado en Educación Física, toma la decisión de dedicarse a la enseñanza del fútbol.

Lo vivido en los años posteriores, cuando Manolo comienza su actividad como Técnico y Pedagogo de la Educación Física y Deporte en la Escuela Nacional de Entrenadores de Fútbol, darían de sí para varios capítulos. Pero eso ya es harina para otro costal, y nosotros nos hemos limitado en el presente a dar a conocer al mundillo del fútbol local y comarcal que una leyenda de este deporte, porque Manolo lo es por muchas razones, estuvo durante dos años entre nosotros. ■



Nuestro protagonista junto a Pujol en sus tiempos en la selección de España.



Algunos de los que serían compañeros de nuestro protagonista en el Talavera CF

LA TALAVERA DESCONOCIDA: HISTORIA DE SUS CALLES

9: CALLE ARCO DE SAN PEDRO

- CALLE DE LA RÚA, ss. XV-XVI
- ARCO DE SAN PEDRO, ss. XVI-XIX
- CALLE DE PADILLA, 1888-1937
- CALLE ARCO DE SAN PEDRO, desde 1937

La articulación del entramado urbano a partir de las vías de comunicación preexistentes, o condicionadas por la existencia de puertas en el recinto amurallado en las ciudades tradicionales es una constante. En Talavera tenemos varios ejemplos en los que las aberturas en las cercas o lienzos defensivos han vertebrado la orientación de las calles, pero también la memoria colectiva se ha encargado de perpetuar el nombre del lugar tomando la denominación de la antigua puerta o postigo, o de algún edificio significativo cercano. En la Baja Edad Media, la iglesia mudéjar parroquial de San Pedro, dada su cercanía a una de las puertas principales de acceso al Cuerpo de la Villa, influirá en la denominación del entorno más cercano, incluida la calle y sus aledaños.

La puerta de San Pedro era una de las tres de origen romano que tenía el primer recinto amurallado de Talavera. Posiblemente daba paso al *cardus* o calle principal en sentido norte-sur de la *Caesaribriga* tardorromana. En la *Talabirra* musulmana siguió jugando un papel primordial como punto de acceso de primer orden a la medina, pues además comunicaba el arrabal exterior con el barrio del zoco o mercado.

En la Baja Edad Media la puerta fue reformada bajo la prelatura del señor de la villa el arzobispo Pedro González de Mendoza, en



La calle en 1904 una vez derribado el arco.

1493, dotando al arco de decoración tardogótica, y colocando una imagen de bulto de la Virgen bajo doselete, que actualmente se encuentra en la basílica de Nuestra Señora del Prado. La parte alta de la puerta, adarve y torre albarrana aneja de la muralla acogía la cárcel de hidalgos hasta el siglo XIX.

En el siglo XVII se decoró el frontal norte de la muralla sobre la puerta con una representación pictórica con motivos alegóricos y simbólicos de la exaltación del Santísimo Sacramento. No en vano esta calle y su arco estuvieron asociados además a los recorridos festivos religiosos, especialmente la procesión del Corpus

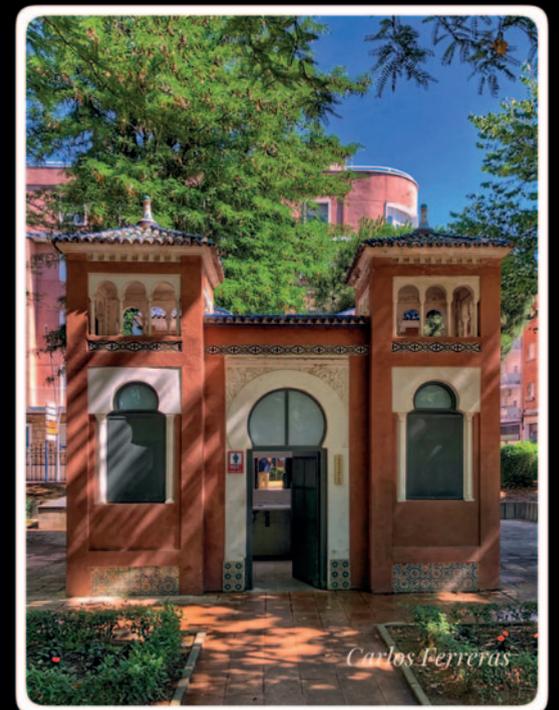
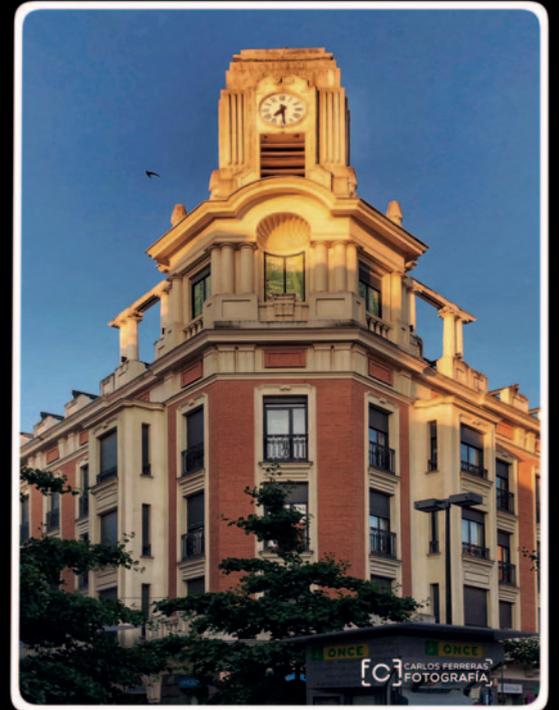
Christi en aquella Talavera barroca que tanto valor daba a la ornamentación escénica y teatral. El arco y tramo de muralla se derribaron en 1886 en una operación urbanística desafortunada, con el objeto de dejar despejada la calle por motivos higiénicos. En 1934, también se derriba la torre albarrana lateral para construir el nuevo edificio del reloj.

En realidad la vía urbana ofrecía una confluencia hacia el antiguo arco por uno y otro lado, de tal manera que el elemento urbano primaba sobre el resto de la calle. Posteriormente, bajo la etapa del alcalde republicano Justiniano Luengo (1885-91), según acuerdo de 12 de mayo de 1888, se le asigna el nombre de Juan de Padilla destacado líder toledano de las revueltas comuneras de Castilla. El primitivo y tradicional nombre se vuelve a recuperar con la entrada en vigor de las disposiciones de la Comisión Gestora militar franquista en 1937. ■



Pinturas al fresco del Arco de San Pedro, s. XVII.

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**