

Futurart

CLAVES EMPRESARIALES Y SOLIDARIAS



COMERCIAL ROMO VETERINARIA AL SERVICIO DEL SECTOR PRIMARIO DESDE HACE 40 AÑOS



LO HACEMOS POSIBLE
COCEMFE
TALAVERA



EMPRESARIA
MIRIAN
TOLEDANO



DE CERCA
KOKO
ESTUDIO



DE UN VISTAZO
TABORACROM



EN VALOR
INCUBADORA ALTA
TECNOLOGÍA / TESLEX



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
COCEMFE TALAVERA

[7] FUNDACIÓN FUTURART INFORMA

[8] A FONDO
COMERCIAL ROMO VETERINARIA

[12] PUBLICIDAD CON CIRITIONE
TOMÁS ARRIERO

[13] EMPRESARIA
MIRIAN TOLEDANO

[17] MARKETING ONLINE
ALBERTO BERMEJO

[18] DE CERCA
KOKO ESTUDIO

[22] DE LEY
AEQUITAS LEGIS ABOGADOS

[23] DE UN VISTAZO
TABORACROM

[25] ENTRE LÍNEAS

[26] EN VALOR
INCUBADORA ALTA TECNOLOGÍA / TESLEX

[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

¿BUENA SUERTE O BUEN HACER?



JOSÉ LUIS BODAS

A menudo hablamos del concepto “buena suerte” y lo asociamos al éxito en las empresas. Sin embargo, cuando al ámbito empresarial se refiere, es importante destacar que lo que muchas veces se denomina “buena suerte” es consecuencia de la preparación, la perseverancia y la capacidad de tomar decisiones inteligentes. En otras palabras, el éxito de las empresas no depende exclusivamente del azar, sino sobre todo de la capacidad de adaptarse, aprender y detectar oportunidades de manera proactiva.

En contra posición, un infortunio puede ser visto como “mala suerte” cuando habitualmente se puede tratar de una serie de desaciertos o decisiones desafortunadas que desencadenan en consecuencias negativas y que podrían haber sido evitadas si se hubiera tenido un enfoque diferente. Por ejemplo, un error en la estrategia de marketing o la falta de investigación de mercado podría ser interpretado como “mala suerte”, pero en realidad, es una falta de preparación o una mala decisión que podría haberse previsto.

¿Les suena la frase “mientras más trabajo más suerte tengo”? Estoy convencido que no solo lo han oído, sino que muchos lo están experimentando. Viene a sugerir que, a mejor hacer, mayores serán las posibilidades de alcanzar el éxito o lograr los resultados deseados. En este sentido, es fácil caer en la tentación de pensar que las empresas que logran destacarse lo hacen por algún golpe de suerte que las coloca en una posición privilegiada. Sin embargo, cuando pro-

fundizamos en las historias de estas empresas, descubrimos que su éxito es el resultado de años de esfuerzo y toma de decisiones inteligentes, algo que muchas veces no se ve desde fuera. Esta “buena suerte” que se percibe, en realidad, es consecuencia de una cultura empresarial sólida, basada en el trabajo constante y la capacidad de adaptarse a los cambios del mercado.

Finalmente, es importante resaltar que la suerte también se construye a largo plazo a través de la reputación que una pyme va construyendo con el tiempo. Empresas que se esfuerzan por ofrecer productos de calidad, por brindar un excelente servicio al cliente y por mantener una gestión transparente y ética social, generan una confianza que les permite acceder a nuevas oportunidades. Esta reputación, forjada a lo largo de los años, se convierte en una suerte que, aunque puede parecer fortuita, es la consecuencia de un trabajo constante y un buen hacer.

Desde este punto de vista, la “buena suerte” no es más que una interpretación acertada o no de las circunstancias a las que nos enfrentamos. Aquellos que creen que la suerte está a su favor lo achacan con gran acierto en lo que han logrado gracias a sus aciertos, habilidades o preparación. Por el contrario, quienes sienten que no tienen “buena suerte” pueden estar interpretando erróneamente los fracasos como algo externo y fuera de su control, cuando en realidad mayoritariamente son factores internos. ■



COCEMFE TALAVERA

PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO 2025

Este año, como dijimos en el número anterior, COCEMFE Talavera es el proyecto empresarial solidario 2025 con su proyecto: **Estimulación transcraneal de corriente directa (TDCs): mejora de insomnio, afasia, dolor crónico.**

En este número nos vamos a centrar en los motivos que nos han llevado a presentar este proyecto.

En nuestra experiencia de más de 20 años trabajando para mejorar el bienestar físico de las personas con discapacidad, nos encontramos que existen **alteraciones físicas que inciden muy directamente en la sensación de bienestar físico**, ellas son:

- **EI INSOMNIO** como alteración del sueño, que impide lograr un buen estado físico y mental de la persona. Existe una relación bidireccional entre el sueño y la salud.

Este trastorno del sueño se da en una tercera parte de la población (30%), siendo más frecuente en personas mayores, mujeres y en personas con enfermedades psiquiátricas. La mayoría de los casos de insomnio tienen un inicio agudo, coincidiendo con situaciones de estrés, y tienden a cronificarse en el 60 % de los casos.

Cuando una persona duerme mal durante cierto tiempo se producen alteraciones físicas y mentales que pueden derivar a enfermedad.

El insomnio repercute en el estado vigilia del individuo por producir disminución de la concentración, falta de energía física y alteraciones del comportamiento y de las emociones (irritabilidad), que afectan de modo importante en su calidad de vida.

Los **síntomas** más habituales son:

- Disminución de la concentración.
- Falta de energía física.
- Alteraciones del comportamiento.

- **La AFASIA** como trastorno del lenguaje que es la pérdida total o parcial de los procesos implicados en la formulación o comprensión del lenguaje como consecuencia de un daño cerebral. En España cada año se producen alrededor de 25.000 nuevos casos de afasia. A pesar de esta elevada prevalencia es un trastorno poco conocido por nuestra sociedad.

El lenguaje nos sirve para comunicarnos, pero además es una herramienta del pensamiento, con él la persona afirma su inteligencia y actúa sobre su entorno. Perder esta capacidad es uno de los trastornos más devastadores que puede haber. Tiene repercusión en muchos aspectos:

- **Cambios neuroconductuales.** Para la persona que lo sufre provoca impotencia, incredulidad, frustración y rabia, de ahí que puedan aparecer cambios neuroconductuales a consecuencia de la misma lesión cerebral que provocó la afasia, es decir, al ser de origen orgánico, el paciente tiene dificultades para controlar cambios a nivel comportamental como pueden ser la labilidad emocional, la hipomanía, la indiferencia, las reacciones catastróficas o la anosognosia. Esto suele disminuir paulatinamente con la reorganización de conexiones cerebrales. Además de estos cambios, la persona con afasia puede presentar reacciones emocionales, son respuestas afectivas que se presentan ante los cambios que sufre el paciente como conse-

cuencia de la afasia, como la negación, la depresión, la ansiedad y la angustia o el enfado.

- **Alteración del equilibrio familiar.** Cuando un miembro de la familia tiene afasia se ven alterados el equilibrio y la dinámica familiar y debido a este cambio se inicia un proceso de aceptación, de adaptación y de reorganización, por lo que es muy importante que se conserve el vínculo afectivo entre los componentes familiares para recorrer juntos estas etapas del proceso, alcanzar un equilibrio y conseguir que la afasia forme parte de la vida cotidiana. El grado de aceptación depende de la severidad de la afasia, la autonomía del paciente, su personalidad y el vínculo familiar previo.

La afasia por sí misma no altera los rasgos básicos de la personalidad, pero al tratarse de una alteración del lenguaje pueden verse afectados aspectos como la espontaneidad, la precisión, la agilidad, las bromas, la ironía, necesarios en los distintos tipos de discurso o conversación.

- **EI DOLOR CRÓNICO**, que se da cuando el dolor no termina una vez resuelta la causa que lo originó, persistiendo en el tiempo y pudiendo afectar a diferentes esferas de nuestra vida, tanto emocional, familiar como laboral. Cuando este dolor persiste más de 3 meses después de haber cesado la causa desencadenante, se trata de una entidad propia, se considera dolor crónico y una enfermedad en sí misma.

En nuestro país, un 32% de la población adulta sufre algún tipo de dolor. **La prevalencia de dolor crónico llega al 17% de la población es-**



Aplicación de TDCs mientras se realiza actividad de atención centrada.

pañola, y de dicho porcentaje, un 47% padecen dolor a diario.

La Sociedad Española del Dolor estima que entre el 40% y el 80% de las consultas médicas están relacionadas con el dolor, siendo la causa más frecuente por la que los pacientes acuden al centro médico. **Desde el punto de vista laboral, el dolor crónico es el causante de casi el 50% de todo el absentismo** y del 60% de la incapacidad laboral permanente. Los síntomas dependen del tipo de dolor, siendo diferente si deriva de:

-**Sistema osteomuscular:** los pacientes que sufren dolor derivado de sus músculos, tendones o huesos lo refieren normalmente como opresivo y bien delimitado, pudiendo

empeorar con los movimientos y la actividad física.

- **Sistema visceral:** suele describirse como un dolor sordo, profundo, mal delimitado y, frecuentemente, asociado a síntomas como náuseas, sudoración, mareos y problemas urinarios.

- **Sistema nervioso:** el dolor derivado de la lesión directa sobre uno o más nervios se describe como pinchazo, punzante o descarga eléctrica, y se acompaña de síntomas como pérdida de sensibilidad (hormigueo) y pérdida de fuerza.

Aparte de estos síntomas físicos y debido a que el dolor crónico puede afectar a la esfera emocional, familiar y laboral, está frecuente-

mente asociado con **síntomas ansioso-depresivos**, que es igual de importante tratarlos adecuadamente.

El 80% de nuestros usuarios refiere dolor crónico de más de 6 meses de evolución, que limita sus actividades de la vida diaria. Pero es un dolor multilocalizado y de diferentes tipos: músculo - esquelético, neuropático, orgánico, etc. en ocasiones todos a la vez, en ocasiones cada vez un tipo de dolor.

Estas alteraciones, **presentes en el 90% de nuestros usuarios**, se ha demostrado que pueden aminorar sus síntomas cuando se aplican tratamientos novedosos como la tDCS o estimulación transcraneal por corriente directa que es una técnica de neuromodulación cerebral no invasiva e indolora que aplica una corriente galvánica a baja intensidad sobre el cuero cabelludo (transcraneal) con el objetivo de estimular áreas específicas del cerebro.

La **estimulación eléctrica transcraneal** consiste en un procedimiento que mediante el uso de corrientes eléctricas con intensidades bajas consigue estimular diferentes áreas cerebrales. Tal y como se indica en el nombre, el procedimiento es transcraneal, es decir, la corriente se aplica desde la parte externa del cráneo, sin ser una técnica invasiva que necesita abrir el cráneo para realizar la estimulación. Pese a que todavía se encuentra en investigación, la estimulación eléctrica transcraneal se muestra como un tratamiento seguro y muy prometedor.

Mediante la colocación de los electrodos se aplica corriente eléctrica de baja intensidad, totalmente imperceptible para el paciente. La estimulación se ha utilizado en una gran variedad de problemas de **dolor crónico** (fibromialgia, cefaleas, dolor de espalda, neuralgias...), **insomnio y afasia**. La estimulación mejora la función cognitiva superior, tal como la atención, la memoria, la capacidad de trabajo...

La técnica de la estimulación eléctrica transcraneal funciona colocando un par de electrodos en el cráneo. Una vez implantados y asegurados de que todo está correctamente preparado, se aplica una corriente eléctrica con una intensidad muy débil que se dirige al encéfalo durante unos minutos.

[6] LO HACEMOS POSIBLE

Gracias al uso de estas corrientes se genera un campo eléctrico que puede regular y modular la actividad de las neuronas.

La activación o no de las neuronas varía en función de su despolarización, un proceso eléctrico que se puede modificar. A su vez, cabe destacar que en función del tipo de corriente utilizada se conseguirán unos efectos u otros.

Así, se sabe que a través de la estimulación eléctrica transcraneal con la aplicación de corriente directa las neuronas alteran su tasa de descarga. Los cambios pueden durar desde minutos a horas una vez realizada la estimulación en función de sus parámetros. De esta forma, a través de la estimulación se puede cambiar el rendimiento de los individuos en varias tareas y formas cognitivas.

Otra de las formas de estimular es utilizando corriente alterna a frecuencias aleatorias, especialmente en el córtex motor, una vez que se ha expuesto durante diez minutos a esta corriente, se vuelve más activo. De esta forma, las neuronas que han sido sometidas a esta corriente responderán mejor a la estimulación y ante tareas motoras.

La duración del tratamiento es de en torno a diez sesiones, con cinco sesiones a la semana durante dos semanas consecutivas. La duración de las sesiones oscila entre veinte y treinta minutos.

No se requiere una preparación especial de cara a someterse a la estimulación. En este caso una vez que el paciente acude a la consulta del especialista, éste le colocará un par de electrodos, como esponjas húmedas con suero fisiológico en los lugares deseados del cráneo: uno en la zona frontal de la derecha y un segundo electrodo en la zona parietal de la izquierda. Los electrodos se sujetan con una cinta para evitar que se mueva.



No se necesitan cuidados especiales tras realizar la estimulación. De hecho, el único efecto secundario que se puede notar durante la misma es un ligero cosquilleo en la zona en la que se aplica la descarga.

En próximos números os iremos mostrando la metodología de trabajo que usamos en CO-CEMFE Talavera para cada tipo de caso, centrándonos en un caso en concreto.

Hasta el próximo número ... ■

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**

PRÓXIMA VISITA A COCEMFE CON EMPRESARIOS: UN ENCUENTRO DE SOLIDARIDAD Y NETWORKING

¡Apúntate! correo@fundacionfuturart.es

El próximo **25 de abril**, Fundación Futurart llevará a cabo una visita con empresarios solidarios de Fundación Futurart a **COCEMFE Talavera**, enmarcada dentro del **Proyecto Empresarial Solidario 2025**. Este evento representa una oportunidad única para fortalecer los lazos entre empresas solidarias de Fundación Futurart y Cocemfe, fomentando además la colaboración y la Responsabilidad Social Corporativa.

Un encuentro que dará comienzo a las 11:45 h y terminará a las 13:30 h y que permitirá a los asistentes conocer de cerca la labor que realiza COCEMFE y así como la de las empresas asociadas a Fundación Futurart con el objetivo de contribuir a hacer una sociedad más justa y mejor ayudando a quienes más lo necesitan a través del Proyecto Empresarial Solidario 2025, este año en favor de Cocemfe.

UN EVENTO CLAVE PARA EMPRESAS SOLIDARIAS

La visita a COCEMFE Talavera no solo busca dar visibilidad al trabajo de esta entidad, sino que también ofrece a los empresarios una experiencia enriquecedora para su desarrollo personal y profesional y experimentar de primera mano su aportación a la sociedad.

NETWORKING Y VISIBILIDAD PARA TU EMPRESA

Uno de los aspectos más destacados de esta



jornada es la oportunidad de **establecer contactos y crear nuevas alianzas**. Se fomentará el intercambio de ideas y experiencias, permitiendo a los empresarios conocer otros proyectos y posibles socios estratégicos.

Además, el evento ofrecerá un espacio para que las empresas asistentes den a conocer su labor y compromiso con la responsabilidad social. Esta es una excelente ocasión para fortalecer la imagen de marca y demostrar un compromiso real con la inclusión y la solidaridad.

La asistencia a esta jornada es totalmente gratuita, pero es necesario inscribirse previamente

para garantizar la organización del evento, ya que las plazas son limitadas. Los interesados pueden confirmar su asistencia enviando un correo a correo@fundacionfuturart.es.

No pierdas la oportunidad de ser parte de este **evento solidario y empresarial**, donde la colaboración y el compromiso social se convierten en herramientas clave para el crecimiento de nuestras empresas y nuestra sociedad.

¡Te esperamos el 25 de abril en COCEMFE Talavera para vivir una jornada de networking, solidaridad y aprendizaje! ■

PROGRAMA DE LA JORNADA

La mañana estará estructurada en diversas actividades que garantizarán una experiencia completa y enriquecedora para todos los asistentes:

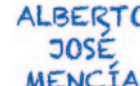
Recepción y Visita guiada a las instalaciones de Cocemfe. Breve explicación de los servicios que ofrece COCEMFE Talavera y su impacto en la comunidad.

Cafe y convivencia. Un momento clave del evento, donde los asistentes podrán participar en dinámicas de networking, compartir experiencias y generar nuevas oportunidades de colaboración.

RSC - beneficios fiscales- becas PAB. Breve charla sobre los beneficios fiscales y la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa en el mundo empresarial y la importancia de la implicación empresarial en estas iniciativas.

Testimonio personal: Un espacio donde la presidenta de la asociación compartirá su experiencia y visión sobre la labor de COCEMFE.

Clausura.



COMERCIAL ROMO VETERINARIA, AL SERVICIO DEL SECTOR PRIMARIO DESDE HACE 40 AÑOS

Pocas empresas pueden presumir de llevar en activo cuarenta años, Comercial Romo Veterinaria es una de las empresas más longevas de nuestra ciudad y todo un ejemplo de adaptabilidad y resiliencia a los cambios del sector al que se dedica y a los del mercado en general.

Hemos hablado con José Luis Romo, fundador y gerente de la empresa, para conocer de cerca la historia de esta empresa, las soluciones que ofrece y compartir con él su visión sobre la evolución de la industria, las posibilidades de crecimiento y planes de futuro de la empresa. Una conversación donde la experiencia y la rigurosidad marcan el ritmo. ¡No te la puedes perder!

Hace 40 años que pusiste en marcha Comercial Romo Veterinaria. ¿Cómo recuerdas los inicios y qué te llevo a crear una empresa como esta?

Efectivamente, han pasado cuarenta años desde que decidimos abrir la empresa para dar servicio al sector sanitario y de nutrición animal en Talavera de la Reina y comarca. Antes de abrir Comercial Romo Veterinaria yo trabajaba en otra compañía del mismo sector, concretamente desde el año 1973 y cuando aquel camino profesional terminó, decidí inaugurar Comercial Romo Veterinaria en busca de nuevas oportunidades, por tanto, mi experiencia acumulada en el sector es de 52 años.

Tras analizar el mercado, mi esposa y yo decidimos emprender este proyecto. Y aunque, como suele pasar, los inicios no fueron fáciles. Poco a poco, fuimos ampliando nuestra zona de ventas y creciendo como empresa. Con el tiempo, incorporamos a más empleados y nos hemos ido trasladando a diferentes locales debido al crecimiento de nuestro negocio, hasta ubicarnos donde nos encontramos actualmente; en la calle Alfonso XI, número 7, en el polígono La Floresta. Desde aquí continuamos ofreciendo nuestros servicios a nuestros clientes.

Sin lugar a dudas 40 años dan para mucho y para pasar por todo tipo de etapas y momentos. ¿Cuáles han sido los principales hitos y desafíos en la evolución de Comercial Romo Veterinaria?

Desde el principio, nos hemos enfocado en ofrecer a nuestros clientes productos de calidad y un servicio basado en la confianza y la seriedad. A lo largo del tiempo, hemos afrontado cambios importantes en el sector, como la digitalización o la implementación



Aniversario
40
 1985 - 2025
**Años al servicio
 de la Salud
 y Nutrición Animal**

***Estamos
 especializados
 en la venta de
 medicamentos
 veterinarios.
 Nuestra clave ha
 sido la seriedad y el
 compromiso con
 nuestros clientes.***



de recetas electrónicas entre otras normas en vigor que nos imponen las distintas administraciones.

Además, nuestra trayectoria en el sector ha hecho que podamos ir apoyándonos en diferentes firmas de distribución y laboratorios de alta calidad, para brindar el mejor servicio posible a nuestros clientes. Esto nos ha permitido mantenernos en el mercado durante tantos años, algo que ni en este sector ni en ningún otro es sencillo en los tiempos que corren.

Aunque tras tantos años de trayectoria, habrá muchas personas que no conozcan la empresa. ¿Cómo definirías Comercial Romo Veterinaria para quienes no sepan qué soluciones podéis ofrecer?

Estamos especializados en la venta de medicamentos veterinarios. La realidad es que

funcionamos como una auténtica farmacia veterinaria. Además, ofrecemos productos de nutrición animal, como leches maternizadas para corderos, cabritos y terneros, así como

***Desde el principio,
 nos hemos enfocado en
 ofrecer a nuestros
 clientes productos de
 calidad y un servicio
 basado en la
 confianza y la
 seriedad.***

correctores vitamínicos y minerales para la elaboración de piensos. También abastecemos a clientes con molinos, fábricas de pienso y cooperativas. En definitiva ofrecemos todo aquello que los ganaderos necesitan para cuidar de su ganado y mantener sanos a sus animales.

Desde la fundación de la empresa y hasta nuestros días, ¿Cómo crees que ha evolucionado el sector ganadero?

Sin lugar a dudas ha habido una gran transformación. Muchos pequeños ganaderos han desaparecido debido a la falta de relevo generacional o por las crecientes exigencias del sector. En cambio, las explotaciones más grandes han seguido expandiéndose. Esta consolidación ha cambiado el mercado, ya que estos grandes productores suelen comprar directamente a los laboratorios, lo que



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)



hace que las pequeñas distribuidoras, como la nuestra, tengan más dificultades para competir. Aún así podemos estar orgullosos de seguir prestando servicio y contar con una cartera de clientes fieles que valora nuestro trabajo y atención.

Desde hace un tiempo no solo os centráis en el sector ganadero, también contáis con una sección dedicada a los animales de compañía. ¿Qué importancia tienen los productos para mascotas dentro de Comercial Romo?

La demanda de productos para animales de compañía ha crecido significativamente. Un nuevo Real Decreto establece que las clínicas veterinarias no pueden vender medicamentos, sino que deben recetar los tratamientos y derivar a establecimientos autorizados como el nuestro o a farmacias convencionales. Nosotros hemos visto una oportunidad en este sector y nos hemos adaptado para ofrecer un servicio ágil y accesible a quienes necesitan medicamentos para sus mascotas.

Bajo tu punto de vista ¿qué crees que distingue a Comercial Romo Veterinaria en este sector tan competitivo?

Sinceramente creo que nuestra clave ha sido la seriedad y el compromiso con nuestros clientes. Esto ha sido una prioridad constante para todo nuestro equipo humano. Y es que



desde nuestros inicios, nuestro objetivo siempre ha sido aportar valor a sus explotaciones y negocios, lo que nos ha permitido fidelizar a nuestra clientela a lo largo de los años. Algo que, afortunadamente gracias a nuestro trabajo y el compromiso de todo el equipo humano que conformamos Comercial Romo Veterinaria hemos conseguido día a día. **¿Qué consejo darías a quienes tienen a su cargo animales en cuanto a su cuidado y bienestar?**

Hoy en día, todos los ganaderos son profesionales y cuentan con el respaldo de veterinarios y técnicos especializados. La clave está en seguir sus recomendaciones y garantizar el cumplimiento de las normativas sanitarias. La formación continua y el acceso a productos de calidad son fundamentales para mantener la salud de los animales. Y en este sentido desde Comercial Romo Veterinaria podemos ofrecer todo lo necesario para cumplir las normativas y contribuir al cuidado de sus animales.

¿Cómo han influido las políticas agrarias y ganaderas en el desarrollo de la empresa?

Las regulaciones han cambiado mucho en estos años, volviéndose cada vez más estrictas. Adaptarnos a estos cambios ha sido un desafío constante, pero también nos ha permitido

profesionalizar aún más nuestro negocio. Hoy en día, la documentación y el cumplimiento normativo son clave para operar en este sector.

¿Cuáles han sido las últimas novedades que habéis incorporado a la empresa?

Hemos incorporado una nueva sección de farmacia veterinaria enfocada a animales de compañía. De este modo, ahora, además de atender a ganaderos, también podemos ofrecer medicamentos para mascotas, permitiendo a los dueños de animales de compañía acceder a tratamientos de manera rápida y cómoda.

¿Cuáles son los objetivos de Comercial Romo Veterinaria?

Nuestro enfoque es mantener la estabilidad de la empresa y seguir ofreciendo un servicio de calidad a nuestros clientes. La siguiente generación, en este caso mi hija Patricia ya está involucrada en el negocio, y nuestro equipo está capacitado para seguir adelante durante muchos años. Por lo que espero que la empresa pueda continuar ofreciendo soluciones a lo largo del tiempo.

Comercial Romo Veterinaria es otra muestra más de que el buen hacer, el compromiso y el seguir evolucionando son la mejor manera de continuar adelante como empresa y mantenerse a lo largo de los años. Estamos convencidos de que estos cuarenta años de Comercial Romo han sido solo el principio. ¡Enhorabuena! ■

Nuestra trayectoria en el sector ha hecho que podamos ir apoyándonos en diferentes firmas de distribución y laboratorios de alta calidad.





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



EL MEDIO IMPORTA TANTO COMO EL MENSAJE EN PUBLICIDAD. CLAVES PARA ELEGIR CORRECTAMENTE DÓNDE ANUNCIARSE

A menudo veo cómo las marcas dedican grandes esfuerzos a perfeccionar el mensaje de sus anuncios, pero descuidan algo fundamental: el medio en el que lo emiten. Elegir el canal adecuado no es solo una cuestión práctica; es crucial para que tu mensaje realmente conecte con tu público objetivo.

El medio publicitario es el canal mediante el que transmites tu mensaje y es decisivo.

Puede ser televisión, radio, prensa escrita, vallas publicitarias o plataformas digitales como Instagram, Facebook o Google Ads. Parece sencillo, pero elegir mal puede hacer que tu campaña fracase, incluso si tienes el mensaje más creativo y poderoso del mundo.

Un anuncio puede cambiar completamente su impacto dependiendo del medio elegido. Imagina un producto dirigido a jóvenes de 18 años anunciado exclusivamente en periódicos impresos. Probablemente estarías desaprovechando recursos, ya que es un medio que esta audiencia utiliza poco. Por otro lado, anunciar productos financieros complejos en TikTok tampoco sería efectivo, porque el contexto y el público no encajarían con tu mensaje.

Cada medio tiene una audiencia única. **Entender a tu audiencia es clave para seleccionar el medio adecuado.** Si tu producto está dirigido a personas mayores o de mediana edad, la radio convencional, ciertos programas de televisión y prensa escrita pueden ser opciones acertadas. Según el Estudio General de Medios este tipo de audiencia en España prefiere estos canales tradicionales.

Credibilidad y reputación son las claves ocultas del éxito publicitario. La credibilidad del medio afecta directamente a la percepción de tu anuncio. Un spot en un canal prestigioso y de renombre automáticamente otorga confianza a tu mensaje. Al Ries y Jack Trout, grandes referentes en posicionamiento, destacan en su obra *Posicionamiento: la batalla por su mente* que la reputación del canal influye poderosamente en la percepción del consumidor.

Estudios recientes muestran que los **anuncios en medios con alta reputación logran hasta un 30% más de aceptación y credibilidad** entre los consumidores que aquellos en



medios menos conocidos o percibidos como poco fiables.

El contexto también juega un papel crucial.

Si tu anuncio es emocional, la televisión o plataformas de video online podrían ser las mejores opciones, ya que la combinación de imagen, música y narrativa refuerza su impacto emocional.

Kevin Lane Keller, experto en branding, afirma en su libro *Administración Estratégica de Marca* que un medio que refuerce el contexto adecuado multiplica exponencialmente la efectividad de un mensaje publicitario.

No todos los medios tienen el mismo coste ni ofrecen el mismo retorno de inversión.

Mientras que anunciarse en televisión puede requerir grandes presupuestos, la radio local puede alcanzar un rentabilidad muy interesante y campañas digitales permiten inversiones más controladas y segmentadas.

Esto no significa que siempre debas optar por el medio más barato, sino por aquel que ofrezca la mejor relación entre coste y beneficio según tus objetivos y audiencia. La clave es medir y analizar constantemente tus objetivos y optimizar tu estrategia.

Cada medio tiene su propio formato y reglas que debes respetar.

No es lo mismo crear contenido para Instagram, donde prima lo visual y lo inmediato, que para radio, donde el mensaje debe ser breve, claro e impactante en pocos segundos. El publicista Luis Bassat

insiste en que adaptar la creatividad al medio es vital para el éxito de cualquier campaña publicitaria.

A la hora de elegir un medio para nuestra publicidad existen **multitud de trampas en las que podemos caer, errores fatales.** Muchos cometen errores como apostar solo por el medio más económico o ignorar dónde se encuentra realmente su audiencia. Otro error típico es no adaptar el mensaje al medio, causando que pierda fuerza y efectividad. Evitar estos errores pasa por una buena investigación previa y una planificación estratégica adecuada.

Existen numerosos casos de éxito en España. Campañas como las de Ikea, que utiliza formatos digitales para conectar emocionalmente con su audiencia joven, o la DGT, que combina radio y televisión para llegar masivamente a los conductores adultos, demuestran claramente que la elección estratégica del medio es decisiva para alcanzar objetivos concretos.

En definitiva, debes elegir estratégicamente el medio más adecuado para tu marca o negocio. Recuerda que decidirte correctamente por el medio es tan importante como el mensaje en sí mismo. No caigas en la trampa de pensar que cualquier canal vale. Analiza, planifica, adapta y mide. Solo así lograrás que tu publicidad conecte realmente con tu público y obtenga los resultados que necesitas. ■

MIRIAN TOLEDANO

EMPRESARIA DEL BIENESTAR MENTAL Y EMOCIONAL

En la actualidad el estrés, la carga mental y el poco espacio para la reflexión y el autocuidado marcan, desafortunadamente, nuestro día a día. Por eso, hablar de bienestar emocional y entrenamiento mental es más importante que nunca. La protagonista de nuestra sección "Empresarias" de este número de nuestra revista lo sabe bien. Mirian Toledano es psicoterapeuta especializada en este campo y ha dedicado su carrera a ayudar a las personas a desarrollar su potencial y mejorar su calidad de vida.

Su pasión por este ámbito la llevó a fundar **MINDCENTER**. En esta entrevista nos adentramos en su visión sobre la importancia de la salud emocional en todos los ámbitos de la vida. ¡De lo más interesante!

Primero vamos a conocerte un poco, ¿quién eres y a qué te dedicas?

Soy Mirian, psicoterapeuta especializada en entrenamiento mental y bienestar emocional. Mi vocación siempre ha sido ayudar a las personas a desarrollar su potencial, mejorar su calidad de vida y gestionar sus emociones de manera saludable.

Desde hace años, me he enfocado en aplicar mis conocimientos en diferentes ámbitos, incluyendo la empresa, porque considero que la salud emocional no solo es clave en la vida personal, sino también en el éxito profesional y organizacional.

Por ello, fundé **MINDCENTER** en Talavera de la Reina, un espacio dedicado a proporcionar herramientas y estrategias para mejorar el bienestar, reducir el estrés y potenciar el rendimiento, tanto en individuos como en equipos de trabajo.

¿Cuáles fueron los principales desafíos que ha enfrentado al emprender en este sector y cómo los ha superado?

Emprender en el ámbito de la salud mental siempre ha tenido ciertos desafíos. Uno de los principales fue el estigma asociado a la psicología. A pesar de los avances, aún existe la creencia de que acudir a un profesional de la salud mental es solo para quienes tienen problemas graves, cuando en realidad, el entrenamiento mental es fundamental para cualquier persona que quiera mejorar su vida.

Para superar este obstáculo, trabajé mucho en la divulgación y educación, mostrando a las personas que cuidar su mente es igual de importante que cuidar su cuerpo. Utilicé redes sociales, charla y colaboraciones con empresas, para normalizar la conversación sobre salud mental y bienestar.

Otro reto fue diferenciarme en un mercado en crecimiento. Para ello, aposté por un enfoque basado en la neurociencia y en metodologías innovadoras, como el *mindfulness*, la inteligencia emocional, entrenamiento mental y estrategias de alto rendimiento mental. Además, he seguido formándome continua-



Desde hace años, me he enfocado en aplicar mis conocimientos en diferentes ámbitos, incluyendo la empresa.



mente para ofrecer a mis clientes herramientas de vanguardia que realmente generen cambios significativos.

¿Cómo consigues diferenciarte en el mercado?

En **MINDCENTER** trabajo con un enfoque integral, combinando conocimientos científicos con estrategias prácticas que se adaptan a la vida real de las personas y las empresas.

Me diferencio en varios aspectos:

Enfoque basado en la neurociencia y el entrenamiento mental: No me limito a la psicología tradicional, sino que aplico técnicas respaldadas por estudios sobre el funcionamiento del cerebro y la gestión emocional.

Personalización de los programas: Cada persona o empresa tiene necesidades únicas, por lo que diseño estrategias adaptadas a sus objetivos y circunstancias.

Trabajo con empresas y profesionales: Además de ayudar a individuos, colaboro con empresas que buscan mejorar el bienestar de sus empleados y potenciar su liderazgo, lo que me permite impactar en un ámbito más amplio.

Gracias a esta combinación, he conseguido crear un espacio de referencia en el sector del bienestar emocional y el desarrollo personal.

Eres muy activa en redes y en ellas envías tips para diferentes personas y perfiles, ¿Cómo decides las temáticas sobre las que hablar o a quién dirigirte?

Las temáticas que abordo en redes sociales surgen principalmente de dos fuentes: las inquietudes que veo en mis clientes y las tendencias actuales en bienestar emocional. Me gusta ofrecer contenido que sea útil y aplicable en la vida cotidiana, por lo que suelo enfocarme en aspectos como la gestión del estrés, la inteligencia emocional, la motivación y el equilibrio entre vida personal y laboral.

Además, adapto mi comunicación a diferentes perfiles: desde personas que buscan mejorar su bienestar hasta empresarios que quieren optimizar el rendimiento de sus equipos. La clave está en conectar con sus necesidades y proporcionarles herramientas prácticas que puedan implementar fácilmente.

¿Quién es tu público objetivo principalmente? ¿Cómo llegas hasta él?

Mi público es diverso, pero principalmente trabajo con:

Personas que quieren mejorar su bienestar emocional y su rendimiento.

Empresas que buscan potenciar el liderazgo y la productividad de sus empleados.

Profesionales que necesitan herramientas para gestionar el estrés y mejorar su desempeño.

Para llegar a ellos utilizo diferentes estrategias, como redes sociales, charlas, talleres y colaboraciones con otros profesionales. Además, el boca a boca ha sido clave; cuando alguien experimenta un cambio positivo, suele recomendar mis servicios a otras personas.

¿Cómo crees que percibe el ciudadano de a pie el cuidar la salud mental? ¿Estamos cada vez más concienciados sobre la importancia de cuidarnos en este sentido?



Afortunadamente, la percepción sobre la salud mental ha cambiado mucho en los últimos años. Cada vez hay más conciencia sobre la importancia de gestionar las emociones y el bienestar psicológico, tanto a nivel personal como laboral.

Sin embargo, aún hay barreras por derribar. Algunas personas todavía ven la salud mental como algo secundario o solo buscan ayuda cuando los problemas ya son graves. Es importante seguir educando y normalizando el autocuidado emocional como parte de una vida saludable.

¿Cuáles son los principales factores que afectan la salud mental de los empresarios y cómo pueden gestionarlos?

Los empresarios y emprendedores suelen enfrentarse a múltiples desafíos que pueden afectar su salud mental. La presión constante, la incertidumbre económica, la toma de decisiones complejas y la responsabilidad sobre empleados y clientes pueden generar altos niveles de estrés. Algunos de los factores más comunes que afectan su bienestar emocional son:

Carga de trabajo y estrés prolongado:

Muchos empresarios sienten que tienen que estar disponibles 24/7, lo que dificulta la desconexión y genera agotamiento.

La multitarea y la acumulación de responsabilidades pueden aumentar la ansiedad y disminuir la eficacia.

Incertidumbre y miedo al fracaso:

La inestabilidad económica, los cambios en el mercado y la competencia pueden generar ansiedad y miedo a no alcanzar los objetivos.

La presión de tomar decisiones acertadas puede llevar a la parálisis por análisis, es decir, dudar en exceso antes de actuar.

Soledad en la toma de decisiones:

Muchos empresarios sienten que deben cargar con todas las decisiones sin apoyo o asesoramiento.

La falta de un círculo de confianza para compartir preocupaciones aumenta el estrés.

Dificultad para delegar:

La sensación de que "nadie hará las cosas como yo" puede llevar a una sobrecarga innecesaria.

No confiar en el equipo provoca agotamiento y falta de tiempo para pensar en estrategias a largo plazo.

Desequilibrio entre vida personal y laboral:

El emprendimiento puede absorber todo el tiempo y energía, dejando de lado la familia, los amigos y el autocuidado.

No establecer límites claros entre el trabajo y la vida personal puede llevar al agotamiento emocional.

¿Cómo gestionar estos factores?

Existen estrategias efectivas para manejar estos desafíos y proteger la salud mental:

Aprender a delegar: No se puede hacer todo solo. Confiar en un equipo bien preparado es clave para reducir la carga de trabajo.

Tener una red de apoyo: Contar con un mentor, coach o grupo de empresarios con los que compartir experiencias y consejos.

Practicar técnicas de gestión del estrés: *Mindfulness*, respiración profunda y pausas activas pueden ayudar a mantener la calma en momentos de presión.

Organizar el tiempo de manera eficiente: Planificar el día con prioridades claras y establecer horarios de descanso.

Normalizar el autocuidado: Dormir bien, hacer ejercicio y desconectar del trabajo son esenciales para mantener un rendimiento óptimo.

Aceptar que los errores forman parte del proceso: No todo será perfecto, pero cada fracaso es una oportunidad de aprendizaje.

¿Qué prácticas recomiendas para mantener un equilibrio entre la vida laboral y personal?

Uno de los mayores desafíos para empresarios y tra-



bajadores es lograr un equilibrio saludable entre su vida profesional y personal. El trabajo es importante, pero no puede ser el único centro de nuestra vida, ya que el bienestar emocional y físico también juegan un papel fundamental en el éxito a largo plazo.

Aquí algunas prácticas efectivas para lograr ese equilibrio:

1. Establecer límites claros entre el trabajo y la vida personal

Definir horarios específicos de trabajo y respetarlos tanto como sea posible.

Evitar responder correos o atender llamadas fuera del horario laboral.

Crear rituales de desconexión, como un paseo al final del día o practicar un hobby.

2. Priorizar y organizar tareas eficientemente

Utilizar técnicas como la matriz de Eisenhower para diferenciar entre lo urgente y lo importante.

Aplicar la técnica Pomodoro o bloques de trabajo concentrado con pausas activas.

Delegar tareas cuando sea necesario para evitar sobrecarga.

3. Aprender a decir "no"

No aceptar más responsabilidades de las que realmente se pueden manejar.

Poner límites a las demandas de clientes, socios o incluso familiares cuando interfieren con el descanso.

4. Cuidar la salud física y emocional

Mantener una rutina de ejercicio regular, ya que ayuda a reducir el estrés y mejora la energía.

Dormir bien y llevar una alimentación equilibrada para mejorar la concentración y el rendimiento.

Incluir momentos de relajación y recreación en la agenda semanal.

5. Desconectar digitalmente

Evitar revisar correos o mensajes de trabajo antes de dormir.

Reducir el tiempo frente a pantallas y dedicar más tiempo a actividades sin tecnología.

Establecer "días sin pantalla" o periodos sin redes sociales para mejorar la calidad del descanso mental.

6. Dedicar tiempo a relaciones personales y pasatiempos

Pasar tiempo de calidad con la familia y amigos sin interrupciones laborales.

Recuperar hobbies que generen satisfacción y relajación.

Viajar o hacer escapadas cortas para desconectar del entorno laboral.

7. Practicar la autocompasión y la flexibilidad

No castigarse por no ser "perfecto" en el balance entre trabajo y vida personal.

Aceptar que habrá momentos de mayor carga laboral, pero compensarlos con periodos de descanso.

Ser flexible con las expectativas y adaptar las estrategias según las necesidades del momento.

El equilibrio entre vida laboral y personal no significa dividir el tiempo en partes iguales, sino asegurarse de que cada aspecto de la vida recibe la atención adecuada para un bienestar integral.

¿Qué papel juega la inteligencia emocional en la gestión empresarial y cómo puede desarrollarse?

La inteligencia emocional es una de las habilidades más importantes en el mundo empresarial. Un líder

con alta inteligencia emocional puede gestionar mejor su equipo, tomar decisiones acertadas bajo presión y resolver conflictos de manera efectiva.

¿Por qué es tan importante la inteligencia emocional en la empresa?

Mejora la toma de decisiones

Un empresario con buen control emocional no se deja llevar por impulsos o estrés en momentos críticos. Analiza las situaciones con claridad y responde de manera racional en lugar de reaccionar emocionalmente.

Fomenta un ambiente de trabajo positivo

Un líder con inteligencia emocional sabe cómo motivar a su equipo y generar confianza.

Un entorno donde se manejan bien las emociones mejora la productividad y la satisfacción laboral.

Facilita la resolución de conflictos

La capacidad de empatizar con los demás ayuda a entender diferentes puntos de vista.

Se evitan reacciones impulsivas y se buscan soluciones equilibradas.

Aumenta la resiliencia y la capacidad de adaptación

Un empresario con inteligencia emocional maneja mejor la incertidumbre y los cambios en el mercado. Se recupera más rápido de los fracasos y aprende de los errores.

¿Cómo se puede desarrollar la inteligencia emocional?

Autoconocimiento

Reflexionar sobre las propias emociones y patrones de pensamiento.

Llevar un diario emocional para identificar situaciones que generan estrés o malestar.

Autocontrol emocional

Practicar técnicas de regulación como respiración profunda o *mindfulness*.

Aprender a pausar antes de reaccionar en momentos de tensión.

Empatía

Escuchar activamente a los empleados y clientes sin juzgar.

Ponerse en el lugar de los demás antes de tomar decisiones.

Habilidades sociales y comunicación asertiva

Expresar ideas y emociones de forma clara y respetuosa.

Aprender a negociar y gestionar desacuerdos sin confrontaciones agresivas.

Automotivación

Establecer metas realistas y enfocarse en el crecimiento personal.

Mantener una actitud positiva ante los desafíos.

Un empresario con inteligencia emocional no solo mejora su propia gestión, sino que también impacta positivamente en su equipo y en la cultura organizacional de su empresa.

¿Algo más que quieras destacar?

Sí, me gustaría resaltar la importancia de cambiar la mentalidad con respecto al bienestar emocional, tanto en el ámbito personal como en el empresarial. Durante mucho tiempo, la salud mental ha sido un tema secundario en muchas organizaciones, cuando en realidad es un pilar fundamental para el éxito y el crecimiento sostenible.

Cuidar la mente no es un lujo ni una moda pasajera; es una inversión en calidad de vida y productividad. Un trabajador emocionalmente estable es más eficiente, creativo y comprometido, mientras que un empresario que gestiona bien sus emociones puede liderar con más claridad y resiliencia.

Además, quiero hacer un llamado a la acción a empresarios, emprendedores y profesionales para que integren estrategias de bienestar en su día a día. No se trata solo de reaccionar cuando aparecen problemas, sino de prevenirlos a través del desarrollo personal, el entrenamiento mental y la creación de entornos de trabajo saludables.

Por último, quiero animar a todos a dedicar tiempo a sí mismos, a su crecimiento personal y a su bienestar. No hay éxito empresarial sin equilibrio emocional, y cuanto antes entendamos esto, más felices y exitosos seremos en todos los aspectos de la vida. ■



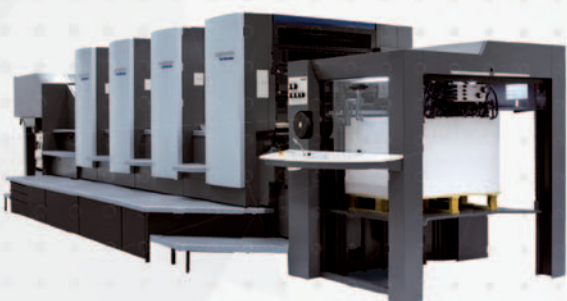
TECNIGRAF[®]

soluciones gráficas

Tecnigraf **tedamás**

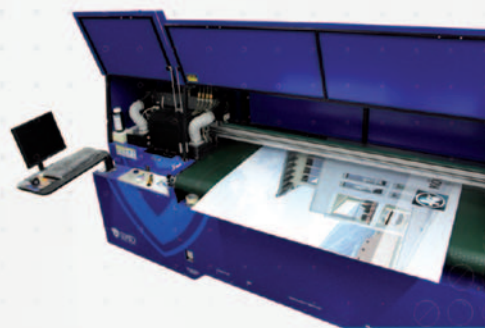
IMPRESIÓN OFFSET

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



IMPRESIÓN GRAN FORMATO

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



IMPRESIÓN DIGITAL

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



DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

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



PREIMPRESIÓN

Anticiparse al resultado final para los mejores resultados.

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

www.tecnigraf.es comercial@tecnigraf.es

FUNDACIÓN[®]
Futurart
PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
www.fundacionfuturart.es

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

LA ECONOMÍA DE LA ATENCIÓN: CÓMO DESTACAR ANTE CLIENTES DISTRAÍDOS



Era una mañana normal en la cafetería de Sara, situada en el centro del barrio. Mientras observaba a sus clientes, notó algo que la inquietó: la mayoría estaban más pendientes de sus móviles que del café que tenían delante o de conversar con quienes les acompañaban. Ese momento fue revelador: su pequeño negocio competía a diario contra cientos de notificaciones, mensajes y distracciones digitales.

Sara estaba experimentando, sin saberlo, el reto de la llamada "economía de la atención", un fenómeno actual donde captar unos segundos del interés del cliente es cada vez más complicado. Pensó: ¿Cómo puedo lograr que mi cafetería destaque frente a tantas distracciones?

Decidió empezar por algo simple pero efectivo. En lugar del típico cartel que anunciaba el "mejor café", escribió: "Tu café listo en menos de 2 minutos". El cambio fue sorprendente: la promesa concreta y atractiva llamó rápidamente la atención de quienes pasaban por la calle. No estaba vendiendo café, estaba vendiendo tiempo.

Impulsada por este pequeño éxito, Sara decidió explorar otras estrategias. Comenzó a compartir en sus redes sociales historias breves pero reales que ocurrían cada día en su negocio. En uno de esos vídeos de apenas 20 segundos, contó cómo ayudó a Pedro, un cliente habitual, a preparar una pequeña sorpresa para el aniversario con su esposa. Ese contenido, sencillo y auténtico, tuvo muchas más interacciones que cualquier publicidad convencional.

Poco después, descubrió el poder de generar curiosidad. Empezó a publicar mensajes intrigantes, como: "¿Sabes por qué 8 de cada 10 clientes vuelven a elegirnos?". Esa pregunta sencilla generó interés inmediato, invitando a la gente a descubrir más sobre su cafetería y fomentando conversaciones y visitas constantes.

Además, entendió que tenía algo único que nadie más podría replicar fácilmente: su identidad local. Comenzó a involucrarse en eventos del barrio, mencionaba en sus publicaciones tradiciones locales y utilizaba un lenguaje cercano, familiar y auténtico para su comunidad. Esto creó una conexión emocional más fuerte con sus clientes, quienes empezaron a sentirse parte activa del negocio.

Finalmente, Sara se enfocó en ofrecer una atención personalizada en redes sociales. Respondía rápidamente mensajes y comentarios, mostrando interés genuino por cada cliente. Esta cercanía digital fortaleció la confianza y la fidelidad, ayudando a mantener su atención a largo plazo.

Con el tiempo, Sara comprendió que destacar en esta nueva economía no dependía de grandes presupuestos, sino de conectar de manera auténtica, directa y empática con sus clientes.

Tú, al igual que Sara, puedes empezar hoy mismo a captar la atención de tus clientes de manera sencilla y efectiva. ¿Estás listo para intentarlo? ■



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

KOKO ESTUDIO: INNOVACIÓN, DISEÑO Y COMPROMISO





Siempre es un placer dar la bienvenida a nuevas empresas solidarias a la familia de Fundación Futurart, por eso no hemos querido dejar pasar la oportunidad de acudir hasta las calle Sol para visitar a los nuevos asociados de la Fundación.

Koko Estudio tiene más de 32 años de trayectoria en el sector de la decoración y la reforma integral de viviendas y en este 2025 ha iniciado un nuevo camino en su Responsabilidad Social Corporativa uniéndose a Futurart. Sin duda la ocasión perfecta para conocer a fondo la misión y visión de esta empresa que ya es un referente en su campo y que a pesar de los innumerables cambios que hay dentro de él consigue mantenerse a la vanguardia con el fin de ofrecer a sus clientes justo lo que buscan.

ESPECIALISTAS EN HOGARES

Desde el número 34 de la calle Sol de Talavera de la Reina, Jesús Manuel Corrochano, gerente de Koko Estudio, y el resto de su equipo, ponen a disposición de sus clientes su experiencia y especialización en reformas integrales que abarcan desde cocinas, lo que

aseguran es su especialidad, hasta la renovación de baños, armarios, puertas de paso, mamparas y suelos laminados.

Su método de trabajo se basa en un asesoramiento personalizado que permite plasmar las ideas de cada cliente y convertirlas en realidad, creando espacios funcionales, estéticos y ergonómicos.

EN LA VARIEDAD ESTÁ EL GUSTO

Según nos cuenta Jesús Manuel, la clientela de Koko Estudio es muy diversa. Aunque de un tiempo a esta parte los jóvenes se han convertido en un perfil muy destacado de su cartera de clientes. Estos, asegura Jesús, destacan por sus ideas frescas y modernas con las que buscan actualizar su vivienda con las últimas tendencias en decoración.

Y es que comenzar a renovar o a formar el hogar de nuestros sueños abre ante nosotros un

gran abanico de posibilidades. Por ejemplo, en el en el ámbito de las cocinas, los clientes de Koko Estudio buscan cajones con sistemas de extracción innovadores y soluciones que optimicen el espacio. Mientras que en los baños predominan las líneas minimalistas con encimeras más ligeras y materiales de última generación.

Todo lo que buscan aquellos que se encuentran en plena reforma está en Koko Estudio, donde además pueden contar con un equipo de profesionales expertos que les aportan seguridad e ideas claras dentro de lo estresante que puede ser una reforma para muchos de los que inician este proceso en casa.

EVOLUCIÓN Y ADAPTACIÓN COMO SEÑA DE IDENTIDAD

Como en casi todos los ámbitos, el sector de las reformas y la decoración ha experi-

Su método de trabajo se basa en un asesoramiento personalizado que permite plasmar las ideas de cada cliente y convertirlas en realidad.



mentado una transformación acelerada en los últimos años impulsada, sobre todo, por la innovación tecnológica en materiales como la madera y la cerámica. Mantenerse al día con estos avances representa un reto constante para Koko Estudio, ya que requiere inversiones continuas para ofrecer a sus clientes lo último en diseño y funcionalidad. Pero es algo que con trabajo y tesón consiguen y que les permite mantenerse al día y ofrecer a sus clientes exactamente lo que necesitan.

EL MERCADO INMOBILIARIO, UN FACTOR A TENER EN CUENTA

Además de las modas, las tendencias y los cambios en los distintos materiales. La evolución y la situación del mercado inmobiliario, es algo que también influye en esta empresa talaverana. Y es que marca el ritmo de consumo y la forma de contratar servicios de los clientes que se ponen en sus manos.

Desde su experiencia, Corrochano afirma que en Talavera, las reformas en viviendas de segunda mano han ganado protagonismo debido al elevado precio de la obra nueva, lo que ha llevado a muchos compradores a optar por la renovación de sus hogares en lugar de adquirir una vivienda recién construida. No obstante, la empresa también trabaja en proyectos de obra nueva, manteniendo un equilibrio entre ambos segmentos.

CONSTRUIR UNA BUENA BASE

Tras treinta y dos años de trayectoria, en Koko Estudio son conscientes de que lo que más aprecian sus clientes de ellos es la profesionalidad, la calidad del servicio y, sobre todo, la puntualidad en los plazos de entrega. Cumplir con las fechas acordadas y cuidar cada detalle, desde la idea, pasando por el diseño a cargo de su interiorista Elisa Gomez Hernando hasta la finalización del proyecto son compromisos clave para la empresa, con los que se han ganado la confianza del público a lo largo de más de tres décadas.

UN FUTURO LIGADO A LA CIUDAD

De cara al futuro, en Koko Estudio tienen claro que el crecimiento de la ciudad jugará un papel fundamental en el desarrollo de la empresa. En su opinión, Talavera ha experimentado años de retroceso económico, pero en los últimos tiempos se observa una reactivación



Crean espacios funcionales, estéticos y ergonómicos para el hogar.





del comercio y la actividad empresarial, lo que genera optimismo en el sector.

Además, la empresa ha basado su estrategia de captación de clientes en el boca a boca, consolidando su reputación a través de recomendaciones. A pesar de contar con presencia en redes sociales, su mayor fortaleza radica en la satisfacción de los clientes, quienes continúan confiando en sus servicios y recomendándolos. Sin duda la mejor garantía de que seguirán siendo una de las primeras opciones de todos aquellos que deseen darle un cambio a su vivienda.

NUEVO COMPROMISO CON FUNDACIÓN FUTURART

Recientemente, Koko Estudio ha dado un paso más en su compromiso con la sociedad al convertirse en

empresa solidaria de Fundación Futurart. Tal y como nos cuenta el propio Jesús, esta decisión ha estado motivada por la admiración hacia el trabajo de la Fundación y el deseo de contribuir a una causa social que impacte positivamente en la comunidad. Para el gerente de Koko Estudio, invertir en solidaridad es una de las mejores formas de generar un impacto real en la sociedad.

Estamos seguros de que esta nueva alianza será un nuevo punto de partida para esta empresa, que con una sólida trayectoria y un enfoque basado en la innovación; se mantiene como un referente en Talavera.

Y es que no hay nada que enriquezca más el tejido empresarial de nuestra ciudad que el contar con empresas que apuesten por la excelencia, la cercanía con sus clientes y la solidaridad. ■



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

¿QUE ES UN HOLDING EMPRESARIAL? VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Una **SOCIEDAD HOLDING** es una empresa cuyo objeto social es la tenencia de participaciones de terceras empresas. En un holding existe una sociedad que se denomina "matriz" y una serie de sociedades que dependen de la matriz que se conocen como "filiales"

Existen **dos tipos de holding** en la actualidad, puros y mixtos.

Holding pura: hacen referencia a las sociedades en las que su objeto social y actividad se centra en la gestión y administración de las participaciones de las sociedades dependientes, es decir en la tenencia, cobro de dividendos y en la venta de las participaciones por lo que no realizan actividad empresarial como tal.

Holding mixta: estas sí pueden tener fines comerciales y actividades económicas. Es el tipo de holding más popular debido a que generan mayores beneficios fiscales.

Las holdings son especialmente útiles para:

Estructurar grupos empresariales con varias sociedades operativas bajo un mismo paraguas.

Optimizar la fiscalidad en la distribución de dividendos y la transmisión de participaciones.

Proteger el patrimonio empresarial y diferenciar riesgos.

Reinvertir los beneficios de forma eficiente en nuevas inversiones o adquisiciones.

Herramienta clave para la planificación sucesoria.

REQUISITOS DE UNA EMPRESA HOLDING:

Para que una empresa pueda considerarse como sociedad holding debe cumplir con los siguientes requisitos:

Su objeto social y el activo principal de la sociedad debe ser la tenencia de acciones o participaciones de terceras empresas.

Debe tener actividad económica, en caso contrario se considera que son sociedades patrimoniales. Su actividad radica en dirigir y gestionar las participaciones empresariales.

Las participaciones que ostente deben ser, como mínimo, del 5% del capital social de la participada. Debe contar con una organización clara de medios personales y materiales



VENTAJAS DEL HOLDING EMPRESARIAL:

Las principales ventajas de las empresas holding son de carácter fiscal:

Se evita la doble imposición en el Impuesto de Sociedades: Los beneficios que las filiales reparten a la sociedad holding están exentos de impuestos y retenciones. Sólo tributarán cuando los accionistas reparten dividendos a título particular desde la sociedad holding.

- Esto solo será posible en los casos en los que el holding ostente al menos el 5% de la sociedad participada de la que reciba los dividendos o en la que se originen las rentas durante al menos un año.

Existe exención plena de plusvalías generadas por la venta de participaciones, lo que da mucha flexibilidad para entrar y salir de una sociedad como accionista

- Esto solo será posible en los casos en los que el holding ostente al menos el 5% de la sociedad participada de la que reciba los dividendos o en la que se originen las rentas durante al menos un año.

Los grupos de empresas que se estructuran como holding pueden optar por el régimen de consolidación fiscal. Esto permite compensar las pérdidas y beneficios de las distintas filiales, de manera que el grupo tributará por el resultado consolidado.

- Este régimen es particularmente útil para optimizar la carga fiscal del grupo y reducir el impacto de pérdidas individuales en algunas de las filiales. Están exentas de Impuesto de Patrimonio y permiten una reducción en la base imponible del Impuesto de Sucesiones del 95%.

DESVENTAJAS DEL HOLDING EMPRESARIAL:

En cuanto a las desventajas, podemos nombrar algunas como:

Rivalidad interna entre las distintas organizaciones que integran el holding.

Pérdida de la identidad corporativa. La identidad corporativa se puede diluir, ocasionando dificultades para implantar una cultura común.

Limitaciones para la participación en la gestión de algunas organizaciones que componen el holding.

Falta de información y de comunicación entre las empresas del grupo que genere fricciones

Mayor complejidad administrativa: La creación y gestión de un holding implica una mayor complejidad administrativa y legal.

En cuanto al **IVA**, para las holding puras, se niega de forma absoluta el carácter económico de su actividad a los efectos del impuesto, por lo que, **no podrán deducir el IVA** soportado como consecuencia de los gastos incurridos en el desarrollo de su actividad. En el caso de las holding mixtas se reconoce **el derecho a deducir el IVA soportado** por los gastos incurridos en el desarrollo de la actividad.

Se aconseja realizar una investigación exhaustiva para determinar si la adopción de un Holding es la solución óptima para una empresa. Es esencial contar con asesoramiento adecuado para garantizar el éxito a largo plazo de esta estrategia. ■



**ESPECIALISTAS EN
HIGIENE INDUSTRIAL**

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

925 81 90 31 | 639 452 482

www.talaverahigiene.com

talaverahigiene

Lavandería,
Cocina,
Superficies y
suelos,
Baños,
Celulosa.

Complementos de
higiene,
Artículos de un
solo uso,
Ambientación,
Industria agroalimentaria.






















TABORACROM: TRES DÉCADAS DE PASIÓN POR LA FOTOGRAFÍA EN TALAVERA



Capturar momentos, retratar el día a día e inmortalizar instantes es clave para conocer nuestro pasado y disfrutar de nuestro presente. La fotografía es ese arte capaz de conseguirlo y quienes se ponen detrás de la cámara, los encargados de hacer esa magia que envuelve cada obra capaz de emocionar y conquistar a quien la observa.

En Taboracrom llevan cerca de treinta años trabajando y siendo punto de encuentro de los amantes de esta disciplina. La Asociación de Fotógrafos de Talavera nació en 1996 y a día de hoy es todo un referente en el panorama fotográfico y cultural de la región. Hemos hablado con Javier Moreno, más conocido como "Piri", presidente de Taboracrom para conocer un poco más sobre esta iniciativa y descubrir las metas que se plantean para el futuro. ¿Nos acompañas?

UN NACIMIENTO LIGADO A LA ESCUELA DE ARTE

Taboracrom nació en el entorno de la Escuela de Arte de Talavera, la fotografía era una más de las disciplinas del programa formativo de la escuela. Pero tanto profesores como alumnos detectaron la necesidad de crear algo más estructurado alrededor de este arte y así fue fundada Taboracrom en 1996.

La primera gran actividad de la asociación tuvo lugar en 1997 y fue un certamen de fotografía que, al año siguiente, ya se convirtió en un evento de alcance nacional. Desde entonces, la organización ha continuado creciendo y diversificándose, abarcando no solo el ámbito fotográfico, sino también la organización de eventos benéficos y actividades solidarias.

UN ESPACIO ABIERTO A TODOS LOS NIVELES

Uno de los valores fundamentales de Taboracrom es su inclusividad, actualmente; la asociación cuenta con 67 socios, que van desde aficionados que apenas empiezan a explorar el mundo de la fotografía, hasta profesionales de renombre. Este ambiente diverso permite que cualquier persona interesada en la fotografía pueda encontrar su espacio dentro de la asociación, sin importar su nivel de experiencia.

MARATONES Y CERTÁMENES QUE YA SON UNA TRADICIÓN

Entre los eventos más emblemáticos de Taboracrom está el Maratón Fotográfico, que además de



ser una actividad lúdica, tiene un importante componente solidario. Y es que cada año recolectan material para organizaciones como Asociación Aurelio de León o Cruz Roja. De esta forma, aportan su granito de arena a la sociedad a través de su pasión por la fotografía.

El Certamen Nacional, por otro lado, permite que Talavera se proyecte más allá de sus fronteras. Según nos cuenta Javier, "recibimos participación de todo el país e incluso de otros lugares como Brasil o Argentina. Aunque la normativa exige que el ganador asista a la entrega de premios, lo que limita un poco la participación internacional, seguimos teniendo una gran acogida". Sin duda una gran iniciativa que coloca a nuestra ciudad en el mapa imprimiéndole una gran importancia en el mundo del arte y la fotografía.

LA FOTOGRAFÍA COMO ARTE

La fotografía es mucho más que capturar momentos, es crear arte a través del objetivo. Para el presidente de Taboracrom; una buena fotografía debe combinar técnica y emoción. No basta con que esté bien compuesta, enfocada y expuesta correctamente; también tiene que transmitir algo. Y es que una gran fotografía es aquella que consigue impactar al espectador y evocar sentimientos.

UN LEGADO CULTURAL EN TALAVERA

Más allá de sus propios eventos, Taboracrom trabaja de manera constante por contribuir de manera significativa al enriquecimiento cultural de Talavera. Algo que consiguen con la puesta en marcha de exposiciones de renombre en espacios tan emblemáticos de nuestra ciudad como El Sal-



vador o el Centro Cultural Rafael Morales. Además, y como no podía ser de otra manera, la asociación también se involucra en la formación de nuevos talentos a través de sus jornadas fotográficas, donde tanto principiantes como expertos pueden aprender de reconocidos profesionales del sector.

UNA CÁMARA AL ALCANCE DE TODOS

Lejos de lo que pudiéramos pensar en un primer momento, los profesionales que forman parte de Taboracrom perciben el hecho de que ahora gracias a los dispositivos móviles todos podamos tener una cámara de fotos en nuestras manos, como algo muy positivo.

Javier nos asegura que "antes, para hacer fotos de calidad, necesitabas equipos costosos y conocimientos técnicos. Ahora, cualquier persona puede empezar con un móvil y descubrir su pasión por la imagen". Una pasión en la que muchos se inician a través de su móvil, pero de la que después buscan aprender más sobre composición, técnica y manejo de cámaras profesionales en asociaciones como Taboracrom, haciendo que el grupo de amantes de la fotografía siga creciendo cada día.

UNA MIRADA HACIA EL FUTURO

Uno de los grandes proyectos de Taboracrom es la creación de un Centro de la Imagen de Talavera y su Comarca. Su intención es digitalizar archivos fotográficos antiguos y negativos para crear un archivo histórico accesible para investigadores y ciudadanos.

Un ejemplo destacado de esta labor es la digitalización de un archivo que incluyó más de 50.000 negativos escaneados profesionalmente y que ha permitido preservar para siempre grandes momentos de la historia de la ciudad. Este trabajo, realizado de manera altruista por Taboracrom en colaboración con el Colectivo Arrabal, fue presentado en el Centro de Estudios de Castilla-La Mancha (UCLM) en el X Encuentro de Historia de la Fotografía 2024; todo gracias a la cesión generosa y altruista de la familia Rodríguez y la colaboración y financiación del Organismo Autónomo Local de Cultura (OAL), sin duda un gran impulso para Taboracrom.

Otro de los grandes objetivos de la asociación es contar con una sede, un espacio donde almacenar y exhibir este patrimonio, organizar talleres y actividades, y crear un laboratorio de revelado analó-

Una gran fotografía es aquella que consigue impactar al espectador y evocar sentimientos.



Uno de los valores fundamentales de Taboracrom es su inclusividad.

gico. Unapetición que ya está en conocimiento de las autoridades y que permitiría a Taboracrom continuar con su labor de preservación y difusión cultural.

CON LOS BRAZOS ABIERTOS

Formar parte de Taboracrom es muy sencillo. Aquellos que deseen asociarse solo tienen que ponerse en contacto con ellos a través de internet o participar en los diferentes talleres que organizan, que están también abiertos a no asociados, y desde ahí ponerse en contacto con la asociación para convertirse en miembros de la misma. El precio de la cuota que se paga de forma anual para ser miembro de Taboracrom es absolutamente simbólico y queda amortizado desde el pri-

mer día gracias a la gran cantidad de actividades, talleres y exposiciones que se organizan desde Taboracrom y a las que los socios pueden acceder con descuentos y ventajas exclusivas.

Con una lista de asociados en constante crecimiento y proyectos ambiciosos en marcha, Taboracrom sigue consolidándose como un referente en la fotografía en Talavera. Su compromiso con la difusión del arte fotográfico y la preservación de la memoria visual de la región los convierte en un pilar fundamental del panorama cultural local. Y es que, con casi 30 años de historia, la asociación sigue evolucionando, pero manteniendo su esencia: ser un punto de encuentro para los amantes de la fotografía, donde la pasión y el aprendizaje se combinan para crear arte y comunidad. ■

Comercial Veterinaria ROMO
PRODUCTOS ZOOSANITARIOS - SALUD Y NUTRICIÓN ANIMAL
MEDICAMENTOS VETERINARIOS
NUTRICIÓN ANIMAL: Piensos, correctores y aditivos
LECHES MATERNIZADAS PARA: Terneros, corderos, cabritos
PRODUCTOS ZOOSANITARIOS Y ANTIPARÁSITOS
INSECTICIDAS, DESINFECTANTES Y RATICIDAS
MATERIAL VETERINARIO Y GANADERO
PIENSOS PARA PERROS Y GATOS

Comercial ROMO Veterinario
Aniversario 40 años al servicio de la Salud y Nutrición Animal 1980-2020

FARMACIA VETERINARIA Y PRODUCTOS GANADEROS
FARM FAES Nutrición y Salud Animal
INGASO TecnoVit

C/Alfonso XI, Nº 7 - Polígono La Floresta - Talavera de la Reina 925 803 791 romo@comercialromo.com

EL MÉTODO LEAN STARTUP / ERIC RIES

El Método Lean Startup de Eric Ries es una guía esencial para empresarios y emprendedores que buscan desarrollar negocios innovadores de manera eficiente y con menos riesgos. Su enfoque se centra en validar ideas y productos rápidamente en el mercado antes de invertir grandes recursos, fomentando la agilidad y la adaptabilidad. Aquí un resumen con recomendaciones clave del método:

Crear, Medir, Aprender: El corazón del Lean Startup es el ciclo de experimentación. Comienza con una hipótesis, desarrolla un Producto Mínimo Viable (MVP) y lanza al mercado rápidamente. Recopila datos reales de los usuarios para aprender y ajusta tu producto o modelo de negocio según los resultados.

Producto Mínimo Viable (MVP): En lugar de perfeccionar un producto durante meses, lanza una versión básica que permita probar la viabilidad y recabar feedback. Esto reduce el riesgo y acelera la innovación.

Iteración sobre perfección: La mejora continua es más valiosa que intentar alcanzar la perfección desde el principio.

Los errores y fracasos no son finales, sino oportunidades para aprender y ajustar el rumbo.

Métricas relevantes: No te dejes atrapar por métricas vanidosas (como likes o visitas superficiales). Enfócate en datos



que realmente midan el progreso hacia los objetivos clave de tu negocio, como la retención de clientes o el crecimiento de ingresos.

Pivota cuando sea necesario: Si los datos muestran que el modelo actual no funciona, no tengas miedo de pivotar hacia una nueva dirección. Esto significa ajustar el producto, público objetivo o modelo de ingresos para encontrar lo que realmente funciona.

Valida rápido y barato: Antes de gastar recursos significativos, valida cada idea de negocio o característica a través de experimentos pequeños y económicos.

Cultura de innovación: Fomenta un entorno donde el aprendizaje, la flexibilidad y la aceptación del fracaso sean pilares clave. Esto motiva a los equipos y favorece la creatividad.

Aplicar este método no solo ayuda a evitar pérdidas de tiempo y dinero, sino que también impulsa la capacidad de adaptarse a los cambios del mercado, un requisito indispensable en el entorno empresarial actual. ■



Durán

Ferretería

GAMA FORESTAL Y JARDINERÍA

- Cortacesped • Desbrozadoras
- Cortasetos • Motosierras • Sopladores
- Motoazadas • Pulverizadores





¿Preparados para el buen tiempo?







Talavera
925 814 365



Illescas
925 501 796



Navalmoral
921 535 538

www.ferreteriaduran.es






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.



TESLEX

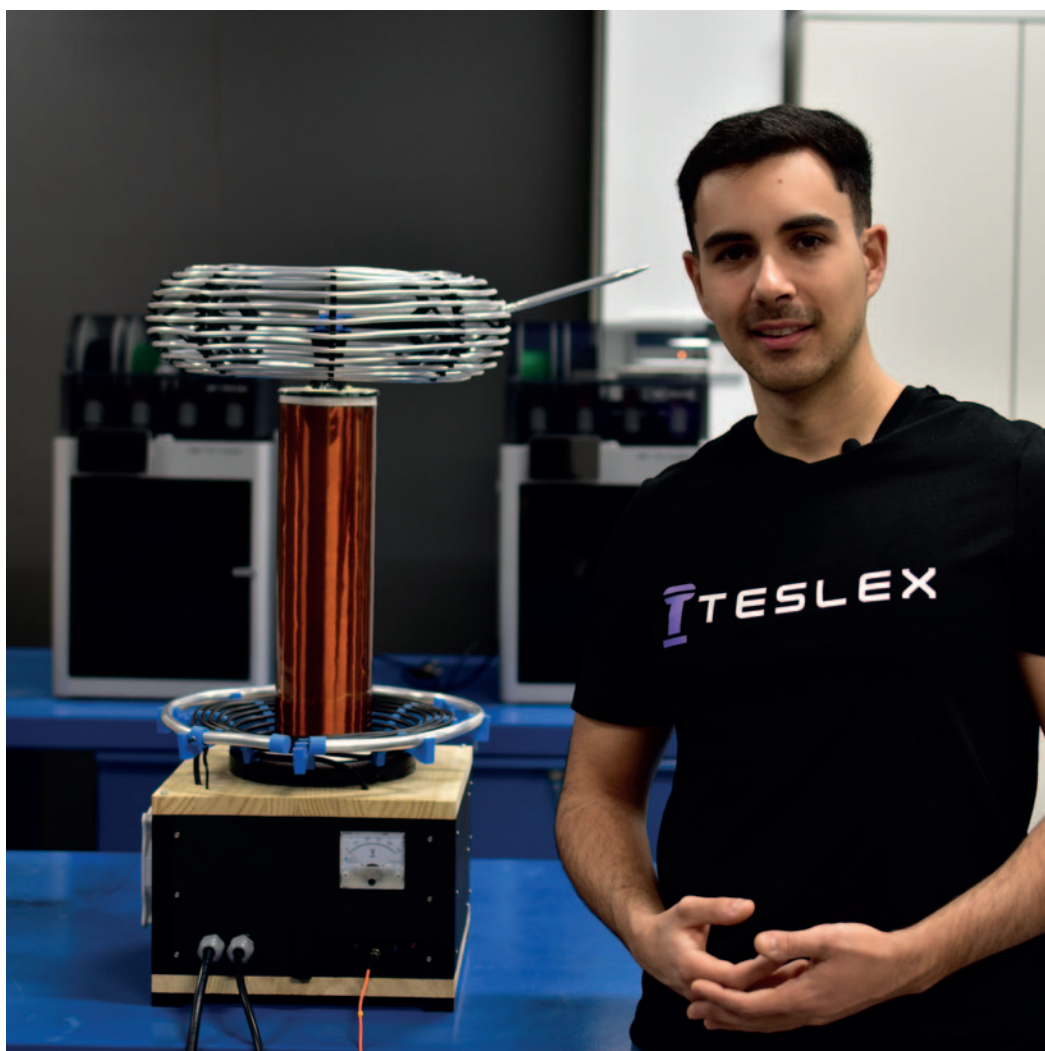
INNOVACIÓN EN LA TRANSMISIÓN DE ELECTRICIDAD INALÁMBRICA

TESLEX es una tecnología revolucionaria que permite la transmisión de electricidad sin cables, eliminando las limitaciones de los sistemas de distribución convencionales. Su objetivo es optimizar la eficiencia energética, reducir el impacto ambiental y ofrecer soluciones escalables para la electrificación de industrias, ciudades y hogares.

Detrás de TESLEX se encuentra Alejandro Cascos, Ingeniero Eléctrico apasionado por la ciencia y la tecnología. A lo largo de los años, ha desarrollado equipos de transmisión inalámbrica de alta potencia con recursos limitados, demostrando que la perseverancia y el ingenio pueden superar cualquier obstáculo, así como la importancia de la investigación autodidacta. La chispa que encendió este sueño nació al presenciar una tormenta eléctrica y preguntarse si esa colosal energía podría ser aprovechada de alguna manera. Desde ese momento, el objetivo ha sido claro: desarrollar un sistema alternativo de transmisión de electricidad.

ESTA TECNOLOGÍA PRESENTA MÚLTIPLES VENTAJAS:

Integración arquitectónica: Puede incorporarse en edificios, eliminando la necesidad de ca-





bleado visible y reduciendo costes de instalación y mantenimiento.

Escalabilidad: Desde aplicaciones domésticas hasta la transmisión de energía a nivel industrial y urbano.

Optimización de recursos: Disminuye la dependencia de materiales como cobre y aluminio, reduciendo la huella ecológica del sistema eléctrico.

Seguridad y fiabilidad: Minimiza riesgos eléctricos relacionados con cables defectuosos o sobrecargas en la infraestructura actual.

IMPACTO Y APLICACIONES

La electrificación sin cables tiene aplicaciones inmediatas en sectores clave como:

Industria y manufactura: Alimentación inalámbrica de maquinaria, evitando paradas de producción por fallos en el cableado.

Movilidad eléctrica: Carga de vehículos eléctricos sin conexión física, facilitando la transición hacia una infraestructura libre de estaciones de carga convencionales.

Hogares y edificios inteligentes: Eliminación de enchufes tradicionales y redes eléctricas visibles, optimizando el diseño y la eficiencia energética.

Infraestructura energética: Posibilidad de escalar la tecnología a la distribución de electricidad desde puntos de generación renovable

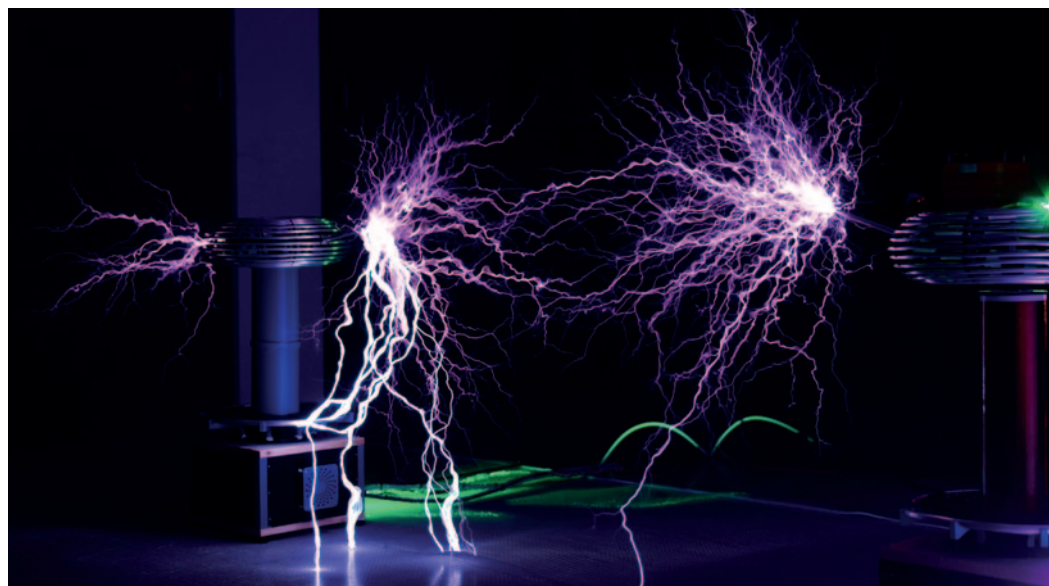
hasta centros de consumo, reduciendo pérdidas en transporte de larga distancia.

El futuro de TESLEX es ambicioso: convertir esta visión en una empresa líder en la revolución energética, colaborando con sectores clave como la movilidad eléctrica, las ciudades inteligentes y la generación de energía renovable. Con una estrategia clara de desarrollo e inversión, este proyecto no solo representa una innovación tecnológica, sino también una oportunidad de negocio para aquellos que quieran formar parte de una nueva era en la transmisión de electricidad.

Además, el desarrollo de TESLEX está enfo-

cado en la comercialización de sistemas adaptables a diversas industrias. La tecnología tiene el potencial de convertirse en un estándar en la distribución de energía, atrayendo inversión tanto del sector tecnológico como del energético. La innovación tecnológica junto con un enfoque estratégico permitirá transformar la forma en que el mundo accede y consume energía.

En definitiva, TESLEX no es solo un avance en la Ingeniería Eléctrica; es el inicio de una nueva era en la transmisión de energía, con un impacto tangible en la eficiencia, sostenibilidad y desarrollo global. ■





QUE LA MEMORIA NO OLVIDE

LA AGONÍA DEL TALAVERA CF 40 AÑOS ATRÁS... (I)

Nos encontramos en el año 1985 y el fútbol español afronta su más importante reestructuración hasta ese momento, de cara a la campaña siguiente. Nuestro fútbol blanquiazul ya inmerso en graves consecuencias económicas no está a la altura esperada en lo deportivo y se vio obligado a atravesar el desierto de varios años de penurias hasta recuperarse. Nombres de presidentes como los de Núñez Jerónimo, Isidoro Sánchez o Federico Gómez pertenecen a los históricos momentos que les narramos. Y así se lo queremos contar...

Preside la RFEF José Luis Roca cuando el Comité Ejecutivo de la Liga de Fútbol Profesional —que presidía Antonio Baró Armengol— un primer esbozo de lo que pretendía que fuera la competición en la temporada 86/87. Uno de los principales motivos eran las deudas de los clubes profesionales que ascendían o se aproximaban a los 16.000 millones de pesetas. Estamos en mayo del mencionado 1985 —se cumplirán 40 años en este 2025— y su propuesta suponía mantener la Primera división con los 18 equipos que había. En Segunda división habría dos grupos con 18 equipos cada uno que proponía la desaparición de la Segunda división B. Este proceso traía como novedad la instauración del mal denominado play-off; una serie de liguillas de seis equipos que se jugaría al final de la Liga regular y serviría para determinar la clasificación final y los puestos de campeón de liga, ascensos y descensos, en base a acumular los puntos obtenidos en ambas fases. En Primera, los seis primeros clasificados jugarían por el Campeonato y los puestos de acceso a la Copa de la UEFA excepto uno, los seis intermedios jugarían por ese puesto restante en la UEFA, y los seis últimos tratarían de evitar los puestos de descenso. En Segunda, los seis primeros de



Isidoro Sánchez Colado, el expresidente ya fallecido en 2020. Desde aquí nuestro homenaje con cariño.



Federico Gómez se ha despedido no hace mucho tiempo como presidente del actual CF Talavera SAD.

cada grupo se distribuirían en otros dos grupos de seis, ascendiendo a Primera los dos campeones y el mejor subcampeón, mientras que los otros veinticuatro equipos formarían cuatro grupos de seis, descendiendo a Tercera los colistas de cada grupo y los dos peores excluyendo a estos.

Se había establecido una fecha concreta para dar formato a esta propuesta de LFP: el 19 de julio de la Asamblea General. En ésta se esperaba mucho más que controversias y discrepancias, puesto que el acuerdo tampoco dejó satisfechos a los clubes de Segunda B y se aprobó con su abstención: la Primera División quedaba exactamente igual que en la propuesta inicial; la Segunda A quedaba compuesta por un único grupo de dieciocho equipos, distribuyéndose en la segunda vuelta los doce primeros en dos grupos para disputar los tres puestos de ascenso, y los seis últimos en otro que decidiría los tres de descenso; la Segunda B quedaba reducida a un único grupo de veintidós equipos, que no disputarían segunda fase. Y al ser una temporada de transición, no se modificaban los ascensos ni descensos en Primera y Segunda A, pero sí en Segunda B, de donde sólo ascenderían los campeones de los dos grupos, descendiendo a Tercera división los clasificados a partir del noveno puesto incluido, ascendiendo de esta última categoría únicamente cuatro equipos. Maratoniana sesión, sin duda, la de aquel 19 de julio de 1985, que no logró un mínimo acuerdo hasta bien entrada la tarde y la propuesta de la LFP fue aprobada sin más modificación que la ampliación a seis de los puestos de ascenso de Tercera a Segunda B en la temporada de transición y el consiguiente descenso de los octavos clasificados de ambos grupos de esta última categoría.



El extinto Talavera CF con el internacional Enrique Morán, rodeado con un círculo, que no pudo mantener la categoría en la campaña 85/86, fecha de la gran remodelación del fútbol español.

EL TALAVERA CF EN EL GRUPO II

En este grupo se encontraría inmerso del Talavera CF que estaba presidido por Fernando Núñez Jerónimo. Para no extendernos en exceso en la competición, que fue titánica desde la jornada primera hasta la última, dejar constancia que se llegó a la última jornada con Xerez y Linense con 45 puntos y Córdoba y Ceuta con 43 disputándose la plaza de ascenso, Granada sin nada en juego con 41, y Alcoyano y Poblense con 40, Calvo Sotelo y Orihuela con 39 y Levante con 38 luchando por dos de permanencia. Con su victoria por 1-0 sobre el Ceuta, el Xerez consiguió el campeonato y el ascenso, mientras el Alcoyano vencía por 2-0 al Talavera y el Poblense por 2-1 al Granada y ocupaban ambos los puestos aún pendientes de permanencia. Calvo Sotelo, Orihuela, Levante, Parla, Plasencia, Talavera, Linares, Betis Deportivo, Manacor, Alcalá, Jaén, Algeciras y Lorca fueron los conjuntos descendidos a Tercera división.

El descenso del conjunto blanquiazul supuso todo un lastre para los jugadores, la afición y la junta directiva de Núñez Jerónimo y entrenado por Martín Doblado, que cuenta en su plantel con los Valero, Iglesias, España, Juan,

Ayúcar, Robles, Fernando, Chino, Pedro Álvarez, Angelín, Moisés, Lolo, José Antonio Trigueros, Monzón, Rivas, Andrés, Paco Sanz, Gabi, Pedrazo, Tito Angulo o el internacional Enrique Morán. Algunos de ellos seguirían en el club, mientras que un buen número del resto puso pies en polvorosa ante la crítica situación que ofrecía el panorama de la entidad blanquiazul.

Ésta opta por la dimisión y tras no pocas llamadas al relevo nadie parece estar dispuesto a hacerse cargo de un club endeudado. Isidoro Sánchez Colado —fallecido en noviembre de 2020 a los 81 años de edad— opta por hacer cargo del club, que según los datos de antaño se cifraba en 18 millones de las antigua pesetas de deuda, ante la insistencia de un grupo de incondicionales blanquiazules y la cabeza visible de Federico Gómez. Al bueno de Isidoro no le quedó más remedio que dar un paso al frente y asumir el riesgo —él dejaría muy en claro que, de su patrimonio particular, dedicado al huevo y el pollo, ni un duro pondría— de ejercer la **"máxima autoridad"**, aún siendo consciente que él de fútbol... *"ni pajolera idea"*. Se trataba, sin duda alguna, del reto más importante para el talaveranismo futbo-

lero desde la época —mediados los años setenta— en la que hubo de solicitarse donativos a los socios y las empresas para sacar al club adelante, presidido entonces por Teo Lor Frontelo.

Lo que vendría a continuación bien merecería un capítulo aparte. Para la subsistencia de la entidad aparecería la figura de una especie de cooperativismo entre directivos y jugadores, con la venta de boletos como eje fundamental para hacer viable económicamente al club blanquiazul. Y por otro, la firme decisión de echar mano de la cantera apoyándose en el ya fallecido Javier García-Verdugo al frente de la parcela técnica y y apoyándose en un gran San Prudencio y Juvenil, que tuvo a Fernando Retamal, Félix Hernández y Francisco Sánchez Gil, o "Paco Pepino", como verdaderos artífices de sacar a flote un excelente ramillete de jugadores, a los que algún cronista definió como la **"Quinta de la ensalada"**. Fueron los Mimi, Santi, Garza, Manolo Hernández, Pitu Rosado, Marcos, Alberto Sánchez, Loren, Jesús, Adrado, Javi Valero, Fernando, Ángel Martín, Goiko, Pablo Barroso y otros más los que hicieron posible la continuidad del fútbol en el Club. ■

LA TALAVERA DESCONOCIDA: HISTORIA DE SUS CALLES (10)

CALLE y PLAZA DE LA TRINIDAD**TRINIDAD, Calle**

- Barrio de la Trinidad, s. XVI-XVIII
- Calle de la Trinidad, 1865-1912.
- CALLE DE EMILIO CASTELAR, 1912-1925.
- CALLE Y PLAZA DEL CARDENAL REIG Y CASANOVA 1925-1931.
- CALLE DE LA TRINIDAD, 1937

El antiguo barrio formado en torno al camino que llevaba a la Sierra de San Vicente y lugares como San Román de los Montes, tenía determinados hitos referenciales en su entorno como el monasterio de trinitarios, del siglo XVII, o la ermita de San Juan con su pequeño barrio circundante. La calle empezó a generar una actividad mercantil e industrial desde el siglo XIX, convirtiéndose ya en el siglo XX en una de las arterias principales de acceso al centro urbano, sobre todo por servir de continuidad al itinerario que seguían los viajeros que utilizaban la estación de ferrocarril a través del Paseo de la Estación.

En 1912 se bautiza la vía con el nombre del famoso político y orador Emilio Castelar y Ripoll (Cádiz, 1832 - San Pedro del Pinatar, Murcia, 1899) en un claro homenaje del gobierno local al que fuera uno

de los presidentes de la efímera Primera República Española.

Posteriormente, al hilo de la celebración en Talavera de la Asamblea Eucarística de 1925 presidida por el arzobispo y cardenal toledano Enrique Reig y Casanova, el ayuntamiento acordó en agradecimiento darle su nombre a la plaza de la Trinidad, nombre que no tuvo demasiada aceptación popular. Igualmente por motivos claramente políticos de exaltación del bando nacional, a propuesta del concejal Sr. Arriero González en sesión de 15 de junio de 1939 se acuerda renombrar a esta plaza de la Trinidad con el nombre del fundador de Falange Española, José Antonio Primo de Rivera, denominación que tampoco llegó a calar ni a mantenerse de facto. Tendría que ser a partir de 1958 cuando el ayuntamiento vuelve a dedicarle otra calle al "ausente", en la nueva avenida abierta en la prolongación de la Calle Carnicerías.

En el solar ocupado hasta principios de los años 1970 por el complejo monástico del convento de los Padres Trinitarios, conocido como la Trinidad, convertido en los primeros años del siglo XX en fábrica de harinas, hasta su demolición, se abrieron las dos nuevas calles de San Isidro y El Greco.

TRINIDAD, Plaza

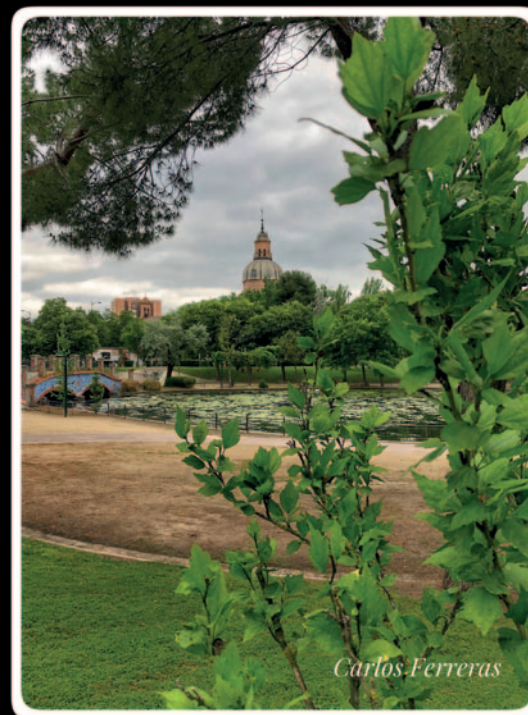
- Extramuros de la Puerta de Toledo, ss. XV- XIX.
- (Palenque de la Trinidad), ss. XVII-XX.
- PLAZA DE LA TRINIDAD, 1937
- PLAZA DE JOSE ANTONIO, 1939
- PLAZA DE LA TRINIDAD, 1958-

El antiguo palenque del convento de la Trinidad había creado por delante un espacio abierto, amplio y expedito, en el que durante mucho tiempo se celebraron las ferias, lugar que además servía de concentración de viajeros y mercancías, en un cruce de comunicaciones: la antigua cañada de los Alfares y la entrada principal de Talavera por este flanco, como era la Puerta de Toledo, al principio de la calle San Francisco. Aquí estuvo el famoso Parador o Mesón de las Tres Puertas, y antiguos alfares de loza talaverana.

El carácter de espacio abierto lo mantuvo durante toda su historia y guarda su esencia de plaza pública. En este espacio solían celebrarse e a principios del siglo XVI los alardes de caballeros de la honra, o paradas militares de los vecinos con caballos y revisión de tropas. ■



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**