

Futurart

CLAVES EMPRESARIALES Y SOLIDARIAS

THE HEARTBEAT
OF OUR INDUSTRY

bauma, Munich, April 7-13, 2025



*El futuro de Vifesa
ya está en marcha*



LO HACEMOS POSIBLE
COCEMFE
TALAVERA



TIENE LA PALABRA
FELIPE GARCÍA
DÍAZ-GUERRA



DE CERCA
COMPLEJO RURAL
DEL TIÉTAR



ENTREVISTA
JOAQUÍN RODRIGO
EBORACAR

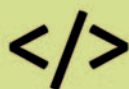


EN VALOR
INCUBADORA ALTA
TECNOLOGÍA / BOKEROON



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



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA
Y FUNCIÓN PÚBLICA



Fondos Europeos

Cámaras
Fundación INCYDE



Ayuntamiento de
Talavera de la Reina

[4] LO HACEMOS POSIBLE
COCEMFE TALAVERA

[7] A FONDO
VIFESA

[11] PREMIO CIUDAD DE TALAVERA
PEDRO DURÁN DEOCAL

[12] PUBLICIDAD CON CIRITONE
TOMÁS ARRIERO

[13] TIENE LA PALABRA
FELIPE GARCÍA DÍAZ-GUERRA

[16] MARKETING ONLINE
ALBERTO BERMEJO

[17] DE CERCA
COMPLEJO RURAL DEL TIÉTAR

[20] ENTREVISTA
EBORACAR Y EUROMÓVIL

[23] DE UN VISTAZO
CUADERNA

[25] DE LEY
AEQUITAS LEGIS ABOGADOS

[26] EN VALOR
INCUBADORA ALTA TECNOLOGÍA / BOKEROON

[28] DEPORTES
IGROSO

[30] MOTOR Y EMPRESA
EBORACAR

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

¿Y SI CRECER NO ES SIEMPRE LA META?



JOSÉ LUIS BODAS

En el ámbito empresarial, hablar de crecimiento parece casi una obligación. Facturar más, contratar más, expandirse más... Más. Siempre más. Pero, ¿y si por un momento nos permitimos cuestionar esta narrativa? ¿Y si el verdadero éxito no fuera crecer sin pausa, sino **sostener una empresa saludable y equilibrada a lo largo del tiempo**?

No me malinterpreten: crecer puede ser positivo, necesario incluso en determinadas fases. Pero también puede convertirse en una trampa si no está bien fundamentado. Crecer por presión externa, por comparación o simplemente por inercia puede poner en riesgo la esencia, la estabilidad y, en muchos casos, la salud del propio empresario.

¿Cuántas veces hemos visto negocios exitosos colapsar por crecer demasiado rápido? ¿O empresarios agotados física y emocionalmente por haber “empujado” su empresa más allá de lo sostenible? La rentabilidad, el equilibrio personal y la calidad del servicio no siempre acompañan al crecimiento desmedido. Es lo que llamamos morir de éxito.

Por eso propongo una reflexión: **crecer está bien, pero no a cualquier precio**. A veces, crecer no significa hacer más, sino **hacerlo mejor**. A veces, el éxito está en consolidar lo que ya funciona, en mejorar proce-

sos, en cuidar al equipo, en fidelizar al cliente, en optimizar recursos, en aumentar el margen en lugar de la facturación.

En otras palabras, **crecer en profundidad y no solo en amplitud**. Este enfoque también nos permite redefinir lo que entendemos por éxito. Porque una empresa que no duplica sus ingresos cada año, pero mantiene un equipo motivado, clientes satisfechos, tiempo para la vida personal del empresario y unas finanzas sanas... ¿no es acaso un caso de éxito?

Cada empresa, cada proyecto, tiene su ritmo ideal. Saber escucharlo y respetarlo es un signo de madurez empresarial. Se trata de diseñar una empresa que funcione no solo en cifras, sino también en coherencia con el estilo de vida que su líder desea. ¿De qué sirve facturar más si cada paso hacia adelante te aleja de tu vida personal, tu familia o tu salud?

Termino poniendo sobre la mesa esta idea poco habitual pero profundamente necesaria: **no toda empresa tiene que crecer sin parar**. Algunas simplemente tienen que mantenerse fuertes, rentables y en equilibrio. Porque en un mundo que corre sin parar, tener una empresa sostenible —en todos los sentidos— es, sin duda, una forma muy valiente y sabia de triunfar. ■



COCEMFE TALavera

PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO 2025

-¡Hola de nuevo!

En el número anterior os abrimos paso a lo que será en concreto el proyecto empresarial solidario de este año: **la aplicación de tDCS en insomnio, entrenamiento motor, dolor crónico y afasia.**

Pero en este número y en el siguiente, os mostraremos el trabajo que hacemos día a día en nuestra entidad a través de los servicios que tenemos.

Desde sus inicios, COCEMFE Talavera tiene como **misión** la promoción, defensa de los derechos y mejora de las condiciones de vida de las personas con discapacidad física y orgánica de Talavera de la Reina y comarca, así como conseguir su plena inclusión y participación activa en todos los ámbitos de la sociedad. La misión de la entidad se traduce en la atención a las demandas de nuestro colectivo y de ellas, a su vez establecemos nuestras diferentes líneas de actuación o **Servicios:**

■ Atención Psicosocial **Servicio de Atención Psicosocial (S.A.P.S.)**

- Apoyo Psicológico
- Voluntariado
- Accesibilidad

■ Integración Laboral **Servicio de Integración Laboral (S.I.L.).**

- Orientación y Empleo
- Formación Ocupacional

■ Estimulación y Rehabilitación Física **Servicio de Estimulación y Rehabilitación Física (S.E.R.F.).**

- Fisioterapia
- Terapia Ocupacional
- Logopedia

■ Atención Diurna: **Servicio de Atención Diurna (S.A.D.).**

- Fomento de la Autonomía Personal

- Promoción de la Autonomía Personal

- Transporte Adaptado

- Conciliación Familiar

En esta ocasión pasamos a hablaros de dos de nuestros servicios, que podríamos decir que son del área psicosocial de la entidad:

SERVICIO DE INTEGRACIÓN LABORAL (S.I.L.):

Es un servicio de COCEMFE Talavera desde el que trabajamos todos los aspectos relacionados con la inclusión de la persona usuaria en el mercado laboral hasta lograr su contratación. Este programa está íntegramente financiado por el programa INCORPORA de la Fundación La Caixa, y está compuesto por un técnico de empleo, nuestro compañero David.

Todos los servicios de COCEMFE Talavera tienen un protocolo que anualmente es revisado por la comisión del sistema de gestión de calidad.

Cuando un usuario se acerca al S.I.L.: se siguen las siguientes pautas

Recepción usuario: información y orientación laboral del usuario a través del programa Incorpora de La Caixa.

Valoración del usuario por el técnico de Inserción Laboral: donde se elabora una entrevista individual, valorando las habilidades y expectativas del usuario; así como evaluando las necesidades de formación y reciclaje.

Elaboración del itinerario de in-



serción Laboral: se da de alta en el programa rellenando la ficha de empleabilidad en el programa Incorpora de La Caixa. Se le ofrece al usuario información sobre recursos de empleo, y se le ayuda en la preparación del currículum.

Formación: si el usuario cree necesario ampliar su formación o adecuarla al mercado laboral, se le deriva a los cursos de formación en las entidades locales, en función de sus necesidades formativas.

Pero a nivel de empresa, ¿cómo actúa el S.I.L.?

Inserción Laboral: se realizan visitas a empresas de la localidad y comarca informando del servicio y del programa Incorpora, se participa en candidaturas de empleo ordinario y/o protegido. Se hace una pre - selección de los currículums del programa, derivando a la empresa los más acordes con las ofertas presentadas.

Seguimiento contratación: el S.I.L. no acaba cuando se deriva el currículum; se hace un seguimiento manteniendo contactos tanto de usuarios como con las empresas contratantes.



Revisión objetivos: se hacen reuniones mensuales de prospección y bimensuales con los servicios de coordinación regional del programa Incorpora.

Seguimiento del S.I.L.: se realiza una memoria anual de las actuaciones realizadas en el programa y se pasa un cuestionario de satisfacción a los usuarios.

Dentro del Servicio de Integración Laboral, también se incluye el programa de Formación de COCEMFE Talavera, donde se realizan cursos de Modalidad II del SEPE; C COCEMFE - Talavera lleva realizando cursos de formación más de 15 años, con lo que tenemos amplia experiencia en la organización y ejecución de los

mismos. En la actualidad, estamos realizando el **Curso de Atención Sociosanitaria a Personas dependientes en Instituciones Sociales**, con un aula de 15 alumnos.

SERVICIO DE APOYO PSICOSOCIAL (S.A.P.S):

El S.A.P.S. de COCEMFE Talavera responde a una necesidad de nuestro colectivo de recibir no sólo rehabilitación física y empleo, sino de un apoyo más integral donde entren tanto la parte mental como social.

Este servicio consta de tres áreas:

Apoyo psicológico:

Esta área consta de una psicóloga que realiza atención individual

especializada a personas con discapacidad o en situación de dependencia; pero también al entorno de la persona, los llamados "cuidadores no profesionales", la familia: esposas/os, hijos/as, madres, padres, hermanos/as, que rodean a la persona con discapacidad o en situación de dependencia, y que también sufren, o se resienten de la nueva situación adquirida.

Son sesiones, de una hora de duración, con la periodicidad que terapeuta y usuario determinen; y un coste adecuado a la situación económica de nuestros usuarios (muy por debajo del coste de mercado).

Voluntariado:

La promoción y el fomento del Voluntariado es uno de los objetivos del Plan Estratégico actual de COCEMFE Talavera, buscamos alcanzar un voluntariado comprometido con la sociedad en su conjunto, que sea capaz de cuestionar las causas y orígenes de la inequidad, para comprometerse con el trabajo en pro de la inclusión de las personas con discapacidad.

El voluntariado de COCEMFE Talavera son un conjunto de personas empáticas y comprometidas con los derechos de las personas con discapacidad, que entienden que muchos pequeños gestos a nivel local provocan las grandes transformaciones globales.

[6] LO HACEMOS POSIBLE

Nuestro programa de voluntariado, en la actualidad, cuenta con 35 voluntarios/as que participan en las salidas de Ocio Inclusivo que se realizan con las aulas del programa Fomento de la Autonomía Personal del S.A.D.

Cada año se publican en el tablón de anuncios de la entidad, el listado de actividades en las que participará el programa de voluntariado.

Y todos los años, realizamos nuestros Juegos al aire libre, que consiste en una jornada de convivencia de todos los servicios de la entidad en nuestro parque de la Alameda de COCEMFE Talavera. Este servicio se financia íntegramente con fondos de la propia entidad.

Accesibilidad:

COCEMFE Talavera para el año 2025 dentro de sus objetivos de calidad, tiene previsto la puesta en marcha definitiva del Programa de Accesibilidad Universal (en adelante P.A.U.), que incluya un protocolo de actuación acorde al Sistema de Gestión de Calidad que tenemos implantado en nuestra entidad desde 2022.

El Programa de Accesibilidad Universal (P.A.U.) es una NECESIDAD actual de la sociedad, en la que día a día aumenta la responsabilidad del cuidado de las personas con discapacidad y/o dependientes, tanto a nuestros progenitores que requieren de cuidados rehabilitadores debido a demencias o trastornos cerebrovasculares que les imposibili-



Becas PAB



**PARA TRATAMIENTOS
REHABILITADORES INDIVIDUALES**

¡COLABORA! por sólo

**250€
al AÑO**

- ✓ Fisioterapia
- ✓ Terapia Ocupacional
- ✓ Logopedia
- ✓ Apoyo psicológico

Contacta con nosotros

☎ 925 824 950

✉ info@cocemfetalavera.es

Destinadas a personas con discapacidad y/o en situación de dependencia sin recursos de Talavera de la Reina y comarca

tan desarrollar de manera óptima su actividad diaria, como a nuestras parejas que han sufrido una discapacidad sobrevenida.

Pretendemos realizar un plan donde se encuadren todas las discapacidades: físicas, orgánicas, sensitivas, intelectuales; de tal modo que podamos ofrecer a las entidades de nuestra localidad información y asesoramiento en materia de accesibilidad.

También queremos ser un lugar, donde la persona con discapacidad pueda informar de las situaciones de discriminación en materia de accesibilidad; realizar un protocolo donde primero se informe a la entidad que no cumple la normativa de accesibilidad, dando asesoramiento en esta materia a las entidades que así lo requieran.

De momento, estamos a la búsqueda de financiación para poder poner en marcha este programa tan necesarios tanto para nuestro colectivo, como para la sociedad talaverana y comarcal actual. Queremos recordaros que desde 2022 COCEMFE Talavera ha puesto en marcha las **Becas PAB**. Becas que con la aportación anual de 250 € por parte de particulares o empresas, suponen una gran ayuda para poder realizar los tratamientos rehabilitadores necesarios, a personas que por motivos económicos soliciten esta ayuda.

En próximos números, continuaremos mostrándoos nuestro trabajo, a través de nuestros servicios... nos vemos!!! ■



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

Carnicería LA PAZ
Desde 1969

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

www.carnicerialapaz.com **COMPRA ONLINE**



EL FUTURO DE VIFESA YA ESTÁ EN MARCHA

La empresa con alma talaverana de maquinaria de prefabricados de hormigón, afronta una nueva etapa de expansión e innovación con la vista puesta en la transformación del sector.

Con una trayectoria que supera el medio siglo, Vifesa ha evolucionado de ser una firma local a convertirse en uno de los referentes mundiales en la fabricación de maquinaria automatizadora para productos de hormigón. Su historia es un testimonio de cómo la pasión, el conocimiento técnico y una visión empresarial clara pueden convertir una iniciativa local en un referente internacional.

Desde su fundación en 1970 en Talavera de la Reina por Antonio Villaverde, Vifesa ha sido sinónimo de calidad, solidez y fiabilidad en el diseño y producción de máquinas destinadas a la fabricación de elementos prefabricados de hormigón. Su evolución ha estado marcada por una constante adaptación a las demandas del mercado, apostando siempre por la innovación tecnológica, la formación de su capital humano y la expansión internacional como pilares fundamentales de su estrategia empresarial.

Ahora la empresa inicia una nueva etapa con Alexander Sierra al frente combinando los valores más identificables de la compañía con una ambiciosa apuesta por el futuro, la modernización, sostenibilidad, presencia global y liderazgo industrial.

Hemos hablado con ellos para conocer un poco más qué ofrecen a sus clientes, cómo se gestiona una empresa de dimensión internacional y descubrir de cerca todo aquello que les hace líderes.

De Talavera al mundo: una historia de resiliencia y expansión

Fundada hace 50 años por Antonio Villaverde, Vifesa nació como una



En su nueva etapa Vifesa apuesta por modernización, sostenibilidad e internacionalización, sin perder la esencia que ha hecho de la empresa una marca reconocida durante generaciones.



compañía ligada al diseño y construcción de equipos de producción de tubos de hormigón, bloques y otros elementos prefabricados, destacándose por la robustez de sus máquinas y la atención al detalle. La combinación de ingeniería de precisión, materiales de alta calidad y un servicio al cliente cercano y personalizado le permitieron crecer rápidamente y posicionarse como una empresa de referencia en su región.

Por eso, poco a poco fueron diversificando su actividad, iniciando la fabricación de maquinaria especializada para el hormigón prefabricado, lo que acabaría convirtiéndose en el núcleo de su identidad. Desde entonces, han recorrido un camino de evolución tecnológica constante, pasando de soluciones rudimentarias a líneas automatizadas de última generación, siempre bajo el principio de la eficiencia industrial.

La sede central continúa en Talavera de la Reina, donde mantiene una conexión profunda con la comunidad local. La ciudad no solo alberga la matriz de la empresa, sino que ha sido testigo y participe de su crecimiento. Vifesa se ha convertido en una marca reconocida por generaciones en la zona, aunque ahora su huella va mucho más allá del territorio español.

Hoy, la compañía cuenta con ubicaciones internacionales –como la recientemente abierta en Dubái y una próxima en Mónaco–, y opera con éxito en mercados de alto crecimiento como Emiratos Árabes Unidos, Egipto, Libia, Argentina, Colombia o España. Esta proyección internacional le ha permitido amortiguar el impacto de las grandes crisis recientes, como la financiera de 2008, la pandemia de 2020 o la actual inestabilidad geopolítica en Europa del Este.

Gracias a esta expansión, Vifesa ha logrado posicionarse como pro-



veedor de referencia para grandes constructoras, ingenierías civiles y empresas de prefabricado. Su presencia en mercados internacionales no solo ha ampliado su alcance comercial, sino que ha enriquecido su know-how técnico, al trabajar en entornos y condiciones diversas, adaptando sus productos a normativas y exigencias locales.

Tecnología al servicio de la eficiencia

Uno de los factores que más ha caracterizado a Vifesa es su apuesta continua por la innovación. Desde sus inicios, la empresa ha invertido de forma constante en investigación y desarrollo, incorporando nuevas tecnologías en sus procesos y productos. A medida que la industria evolucionaba hacia modelos más automatizados y sostenibles, Vifesa supo adaptarse, introduciendo mejoras en electrónica, control digital, sensores inteligentes y software especializado. Hoy en día, su catálogo incluye una amplia gama de productos que van desde máquinas de fabricación de tuberías y piezas especiales, hasta

sistemas de armaduras metálicas, volteadores automáticos, equipos de laboratorio para pruebas de resistencia y estanquidad, y soluciones integrales para plantas de prefabricado. Cada máquina está diseñada para responder a altos estándares de calidad y eficiencia, con un enfoque modular que facilita su transporte e instalación. Pero eso no es todo, en el corazón de la oferta de Vifesa está el proceso de vibrocompresión, una tecnología que permite fabricar piezas de hormigón de forma eficiente, rápida y con altos estándares de calidad. Aunque se trata de una técnica consolidada en la industria, la empresa ha sabido adaptarla a los nuevos tiempos incorporando sistemas de automatización y con-

trol que reducen los tiempos de producción y mejoran la precisión del producto final.

En cuanto a la innovación en el ámbito logístico, algo clave en este sector, la empresa está volcada en los nuevos modelos diseñados para facilitar su transporte e instalación, lo que permite reducir costes y acelerar la puesta en marcha de los proyectos, aspectos clave en grandes obras de infraestructura. Y como evolucionar es la clave para seguir adelante, en esta nueva etapa, Vifesa afronta el reto de la integración de tecnologías digitales en la maquinaria, como sensores inteligentes, software de monitoreo y gestión remota de equipos. Estas innovaciones no solo optimizan el uso de recursos, sino que también

permiten anticipar fallos, reducir el mantenimiento y mejorar el ciclo de vida útil de los equipos.

Resiliencia y transformación

El sector de la construcción, al que Vifesa está ligado, ha atravesado momentos complejos en las últimas décadas, como la crisis financiera de 2008, el colapso del mercado inmobiliario en varios países, la pandemia de COVID-19 y el aumento del coste de materias primas derivado de tensiones geopolíticas. Aún así la empresa ha sabido surfear estas olas con una estrategia clara: diversificación de mercados, inversión en tecnología y fortalecimiento de su estructura organizativa.

Un gran equipo que lo impulsa todo

Actualmente, Vifesa emplea a unas 70 personas de manera directa, y colabora con más de 45 representantes de ventas en todo el mundo. La empresa mantiene una política activa de formación continua, invirtiendo en la capacitación de sus trabajadores, tanto en aspectos

VIFESA es un ejemplo de cómo una visión estratégica y el capital humano comprometido pueden convertir los desafíos globales en oportunidades de crecimiento e impacto positivo.



técnicos como en competencias digitales y de gestión.

Uno de los objetivos más ambiciosos de la empresa es duplicar su plantilla a lo largo de 2025 y alcanzar seguir aumentándola de cara al 2026. Este crecimiento se enmarca en su plan de expansión, que contempla la apertura de nuevas líneas de producción, alianzas estratégicas. Sin duda una gran oportunidad para aquellos profesionales que quieran formar parte de una empresa tan sólida como próspera.

Una nueva etapa: modernización, sostenibilidad y cercanía

En esta nueva era de su historia, la dirección actual de VIFESA ha optado por impulsar una nueva etapa en la que confluyen tres ejes estratégicos: innovación tecnológica, modernización organizativa y una mayor vinculación social y comercial con sus entornos.

La empresa está inmersa en una profunda renovación de su catálogo de maquinaria. Las nuevas líneas de producto buscan mayor eficiencia, transportabilidad e instalación simplificada, con especial énfasis en incorporar automatización, robotización y tecnología sensorica. Esta apuesta tecnológica no solo tiene un impacto positivo en el rendimiento de sus equipos, sino que también responde a una demanda creciente de sostenibilidad en la industria de la construcción.

Bauma 2025: escaparate internacional de un nuevo modelo de empresa

La presencia de VIFESA en Bauma 2025, la feria de construcción más

importante del mundo celebrada en Múnich, ha marcado un punto de inflexión en esta etapa de relanzamiento. Durante el evento, la compañía presentó al público su nueva familia de equipos, caracterizados por su eficiencia energética, facilidad de montaje y capacidad de producción optimizada.

Clientes, aliados estratégicos, técnicos y profesionales del sector pudieron conocer de primera mano las últimas innovaciones de la marca, consolidando su imagen como empresa referente a nivel global. La acogida fue positiva y permitió estrechar vínculos comerciales, explorar nuevos mercados y visibilizar el compromiso de Vifesa con el desarrollo tecnológico y la sostenibilidad industrial.

Y es que el éxito de esta participación no solo se mide en oportunidades de negocio, sino también en reputación de marca y posicionamiento estratégico. Para la compañía, el evento ha supuesto una valiosa oportunidad para mostrar su nuevo rumbo y enviar un mensaje claro: Vifesa está lista para liderar los desafíos del futuro.

Visión empresarial: superar nuevos retos

Aunque Vifesa ha controlado históricamente un tercio del mercado global de maquinaria para prefabricados de hormigón, ahora buscan superar nuevos retos y salir de su "zona de confort". Consciente del prestigio ganado, Alexander Sierra subraya que ha llegado el momento de romper con ese modelo conservador y apostar por un crecimiento más ambicioso.

Esta visión se traduce en una doble estrategia: por un lado, consolidar



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)



su liderazgo en los mercados donde ya tiene presencia, y por otro, abrir nuevos territorios en regiones con alto potencial, como África y Asia. Estas zonas emergentes no solo demandan infraestructuras, sino también soluciones industriales más sostenibles, lo que representa una oportunidad clara para la tecnología que ofrece Vifesa.

La nueva etapa también contempla el fortalecimiento de la estructura organizativa de la empresa. Gracias a su alto grado de autosuficiencia -con departamentos internos de pintura, corte, doblado, electricidad o neumática-, la compañía puede asumir retos de producción complejos y adaptar sus procesos con rapidez. Esta independencia operativa se convierte en un activo clave para su desarrollo futuro.

Compromiso social y liderazgo

Aunque históricamente Vifesa ha mantenido un perfil bajo en cuanto a presencia en la sociedad talaverana. Uno de los objetivos de esta nueva fase es estrechar lazos con

la comunidad. En Talavera, la compañía quiere ampliar su participación en proyectos sociales, culturales y formativos, reforzando su papel como referente local. De hecho es la primera vez en sus más de diez años como Empresa Solidaria de Fundación Futurart es en este momento cuando han considerado que era el momento de aparecer por primera vez en las páginas de nuestra revista. Una decisión que es sin duda toda una declaración de intenciones de todo lo que está por venir.

A nivel internacional, su compromiso con la sostenibilidad y la creación de empleo también cobra fuerza. La expansión prevista supondrá no solo la creación de nuevos puestos de trabajo, sino también la transferencia de conocimiento industrial a través de la formación técnica y la colaboración con instituciones educativas y profesionales.

Para Alexander Sierra, el futuro de Vifesa no solo pasa por crecer como empresa, sino también por

ejercer un liderazgo positivo dentro del sector: "Queremos ser una empresa que inspire, que no se conforme con hacer las cosas como siempre se han hecho, sino que se atreva a innovar, a probar, a liderar el cambio".

Una gran camino por recorrer

Con la mirada puesta en el futuro, Vifesa se erige como un símbolo de evolución industrial que trasciende generaciones. Su historia de medio siglo no es solo un testimonio del tiempo, sino una declaración de principios: la innovación como motor, la adaptabilidad como herramienta y la responsabilidad como guía. En un sector tan competitivo como el industrial, donde los ciclos tecnológicos se acortan y las exigencias ambientales se intensifican, el verdadero valor de una empresa no solo se mide en cifras, sino en su capacidad para anticiparse, transformarse y liderar.

La ambición de Vifesa no se limita al crecimiento económico. Su apuesta por la excelencia operativa

evidencia un enfoque integral que armoniza rentabilidad con impacto positivo. En este contexto, Vifesa no solo está construyendo estructuras físicas, sino también un nuevo paradigma industrial donde la eficiencia convive con la ética, la tecnología con la tradición, y el crecimiento con la responsabilidad social y el compromiso con aquellos que le rodean.

Cada paso que da hacia el futuro está respaldado por una trayectoria sólida, un equipo comprometido y una visión empresarial que no teme romper moldes.

Podríamos decir sin miedo a equivocarnos que Vifesa no es únicamente una empresa que ha sobrevivido al paso del tiempo; es una organización que ha sabido evolucionar, aprender y proyectarse como referente de una nueva generación industrial. En un entorno donde solo sobreviven los que se reinventan, Vifesa no solo se mantiene: lidera, transforma e inspira. Y ese, sin duda, es su mayor logro. ■

PEDRO DURÁN DEOCAL

PREMIO CIUDAD DE TALAVERA A LA ECONOMÍA

El embajador de la Fundación Futurart durante todo este año 2025, recogía el pasado mes de abril el tradicional carrito de Mondas realizado en cerámica con el que se identifican estos premios y que le otorgaba el ayuntamiento de Talavera en la categoría de Economía.

El escenario del teatro Palenque de Talavera de la Reina albergaba el último jueves de abril, y dentro de la programación de Mondas, la entrega de los XXIII Premios Ciudad de Talavera que reconocieron, como en cada edición, a los colectivos y particulares que en sus respectivos ámbitos destacan por su contribución a la sociedad de Talavera.

Y ha querido la casualidad que, en el caso de nuestro embajador, se hayan cumplido hace unos días exactamente medio siglo desde que Pedro Durán comenzara su trayectoria empresarial en el sector de la ferretería, subido a una bicicleta que le servía como vehículo de reparto. Algo que hacía "apretando" y sin desfallecer, porque todo aquello que vendía fuera de horas le conllevaba una comisión.



Una experiencia profesional que le llevó en 1982 a emprender un nuevo camino cuando, subido a una furgoneta,

iba vendiendo algo de material ferretero. Pedro, de una hacía dos; y las dos las convertía en tres en aque-

llos tiempos de mucha ilusión y de no menos ganas... pero con pocos recursos económicos.

Si en aquellos comienzos alguien hubiera vaticinado que Pedro Durán y su ferretería iban a convertirse en el referente que hoy es, pocos hubieran apostado por la dimensión que ha alcanzado Grupo Durán: un modelo de empresa con más de 100 empleos directos, con su almacén central en Talavera de la Reina y sus dos delegaciones en Illescas y Naval Moral de la Mata.

La diversificación del negocio ha sido la hoja de ruta en su concepción empresarial, por ello se entiende su apuesta por sectores como la ferretería, la promoción inmobiliaria, los servicios agropecuarios o las fábricas de pienso.

Un proyecto empresarial y vital que no se entiende sin su compromiso social por el que intenta devolver a Talavera y su comarca lo mucho que le han dado. Compromiso que tiene adquirido desde el principio con esta fundación y por el que le estamos eternamente agradecidos. ¡Felicidades a Pedro y a Durán Ferretería! ■



OPisciebora

Con la Garantía de **polarstock**

PRESUME DE PISCINA LIMPIA Y CRISTALINA

- * ANÁLISIS
- * ACCESORIOS
- * TRATAMIENTOS
- * PRODUCTOS QUÍMICOS
- * CLORADORES SALINOS
- * LIMPIAFONDOS AUTOMÁTICOS

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

925 894 061 / 638 13 09 20





BRANDING SONORO Y CUÑAS DE AUDIO EN LA ERA DEL PODCAST Y LA IA

Durante años, la publicidad en radio y podcast ha tenido un duro competidor con el vídeo y las redes sociales. Hoy, gracias al auge de la radio a la carta y digital, los podcasts, los altavoces inteligentes y las nuevas posibilidades que ofrece la inteligencia artificial, el audio está más de moda que nunca como medio para nuestra publicidad. Así lo dicen los datos, los expertos y los resultados tanto de las grandes marcas como de los negocios locales.

El sonido está más vivo que nunca.

Según el informe Digital Audio Advertising Report 2024 de IAB Europe, más del 61% de los internautas escucha audio digital semanalmente, y un 38% escucha podcasts de forma habitual. Pero lo más interesante no es el dato en sí, sino el tiempo de atención: los oyentes de audio prestan un nivel de atención mucho mayor que los usuarios en redes sociales o incluso en vídeo. Aquí no hay scroll. Aquí se escucha de principio a fin.

En España, los datos son igual de reveladores. Según el Estudio Anual de Audio Digital 2024 de IAB Spain, un 83% de los oyentes de podcast recuerdan al menos una marca mencionada en el episodio, y un 42% afirma haber buscado más información tras escuchar un anuncio sonoro.

Además, **la radio tradicional sigue teniendo un peso fundamental en el ecosistema sonoro**. Según el EGM (1ª ola 2025), más de 23 millones de personas escuchan la radio a diario en España, con un tiempo medio de escucha de casi 2 horas. Además, según el informe "Trust in Media" de la EBU (2023), la radio es el medio más fiable para los ciudadanos europeos, por encima de televisión y redes sociales.

Si hablamos de **branding sonoro**, o identidad sonora, nos referimos al conjunto de elementos auditivos que representan a una marca: un jingle, una voz reconocible, una música característica... Lo ideal sería que al oír un sonido el consumidor recuerde nuestra marca o uno de nuestros productos. Manfred Spitzer, neurocientífico alemán, decía que "el sonido se graba antes que la imagen". Es decir,

recordamos antes una melodía que una imagen.

Otro dato relevante es que, según un estudio de Audio Branding Academy, **las marcas que utilizan una identidad sonora coherente aumentan el reconocimiento de marca un 96% más rápido que aquellas que no la usan**. Recordamos de McDonald's su "pa pa pa" y de Netflix su icónico ta-dum.

La radio sigue ofreciendo beneficios clave: cobertura masiva, frecuencia alta y credibilidad. Según Radiocentre UK y Ebiquity ("ROI Multiplier Study"), la radio proporciona un retorno medio de 7,70 € por cada euro invertido. Y en muchas campañas locales, como las realizadas por autoescuelas o comercios de barrio, sigue siendo el canal más efectivo.

- Distribuye tus cuñas en radios locales y podcasts.

Busca las radios de tu ciudad o comarca con mayor audiencia y que se adapten a tu público objetivo.

Colabora con podcasters afines a tu sector o audiencia.

Te cuento **algunos casos reales de éxito**:

- Nespresso relanzó su campaña sono-



Las cuñas de radio en la era del podcast y la IA siguen siendo tan efectivas como siempre, pero han evolucionado. Ya no hablamos solo de cuñas de 20 segundos en la radio FM. Ahora los anuncios viven también en podcasts, streamings, skills de Alexa, vídeos de TikTok, reels o incluso como respuesta en un chatbot con voz. Son más flexibles, más dirigidas, y pueden personalizarse en función del oyente.

En la radio y en los podcasts, especialmente si las cuñas son leídas por el propio presentador, la efectividad es muy alta. Según Nielsen Podcast Ad Effectiveness (2023), el recuerdo de marca supera el 70%, y en campañas bien segmentadas, la intención de compra puede subir entre un 10% y un 24%.

Veamos **cómo aprovechar el poder del audio para nuestra pyme o negocio**:

- Crea una identidad sonora clara:

Puedes usar un jingle breve.

Usa siempre la misma voz, tono y estilo en tus cuñas.

Escoge una música coherente con tu marca.

- Aprovecha cuñas breves pero impactantes:

Captura atención en los primeros 3 segundos.

Lanza un mensaje emocional o aspiracional.

Usa una llamada a la acción clara y directa.

- Aprovecha los recursos de tu proveedor o usa IA para producir sin gastar demasiado.

ra en 2023 con un jingle minimalista y cuñas personalizadas en - Spotify. Resultado: incremento del 21% en intención de compra en el segmento 30-50 años.

- Autoescuelas Lara en Madrid usó cuñas con voz juvenil y humor, segmentadas por barrio: aumentaron matrículas un 18% en tres meses.

- Estudio de Veritonic (2023): cuñas con tono positivo, música original y llamada a la acción superaron en un 35% la tasa de respuesta frente a las genéricas.

Después del auge del vídeo y las redes sociales, muchas marcas han vuelto a descubrir algo fundamental: **el sonido conecta emocionalmente de forma inmediata, profunda y duradera.** ■

FELIPE GARCÍA DÍAZ-GUERRA

RECTOR DE LA BASÍLICA DE NUESTRA SEÑORA DEL PRADO

“LA BASÍLICA ES EL CORAZÓN ESPIRITUAL DE TALAVERA”



En el corazón espiritual de nuestra ciudad se alza la Basílica de Nuestra Señora del Prado, un lugar que no solo constituye un patrimonio histórico y artístico de la ciudad, sino también un pilar vital en la vida espiritual y social de sus habitantes. Al frente de este emblemático templo se encuentra Don Felipe García Díaz-Guerra, un sacerdote cuya vida ha estado marcada por una vocación profunda, un compromiso firme con la comunidad y una sensibilidad única hacia las necesidades de los más vulnerables. Además de su papel como rector de la Basílica, Don Felipe dirige la Fundación Madre de la Esperanza, una institución que es desde hace años

un referente y que se dedica a la inclusión de personas con discapacidad intelectual o del desarrollo, tanto en el ámbito educativo como en el laboral, residencial y del ocio. Su testimonio, sereno y apasionado, es una muestra del papel fundamental que la Iglesia puede seguir desempeñando en una sociedad en constante cambio.

Nos hemos acercado hasta la Basílica

de Nuestra Señora del Prado para hablar con él sobre su camino vocacional, su visión pastoral, el papel de la Basílica, los retos de la Iglesia actual y el compromiso con las personas con discapacidad. Además, aprovechamos esta entrevista para conocer un poco más de cerca todo lo que la Basílica aporta a los fieles, y viceversa, y analizar juntos el papel que la Iglesia tiene en nuestra socie-

dad y cómo los jóvenes se acercan a ella. Sin duda la ocasión perfecta para descubrir la misión de Don Felipe como sacerdote, servidor, formador y guía espiritual en el siglo XXI.

¿Cómo comenzó su vocación sacerdotal y qué momentos destacaría en su trayectoria hasta convertirse en rector de la Basílica de Nuestra Señora del Prado?

Mi vocación se fue fraguando de una manera muy natural, dentro de lo sobrenatural que es la llamada de Dios. Crecí en una familia cristiana con una educación católica tanto en la parroquia como en un colegio católico. Durante mi adolescencia viví en Madrid, en plena Transición Española,

“Como santuario, queremos potenciar tres dimensiones fundamentales: la acogida, la celebración y la evangelización”

una época convulsa, pero también muy rica en experiencias.

Participaba en grupos juveniles y, poco a poco, fue surgiendo en mí la idea del sacerdocio. Recuerdo que alrededor de los 15 o 16 años fue la primera vez que pensé: "Si Dios me llamara a ser sacerdote..." Aunque en ese momento no le di mayor importancia, hubo un punto de inflexión muy claro: el año 1982 cuando participé en una peregrinación a Santiago de Compostela. Yo tenía entonces 16 años, y durante esa peregrinación, especialmente en la cripta del apóstol Santiago, sentí una claridad interior muy intensa. Le dije al Señor: "Lo que tú quieras, aquí estoy".

Ese momento fue decisivo. Poco después comencé a hablar con un sacerdote que me orientó, participé en encuentros con otros jóvenes con inquietudes similares, y todo coincidió con la primera visita de Juan Pablo II a España, lo cual también me impactó profundamente. Al terminar COU, pedí el ingreso en el seminario de Toledo y el resto es historia.

Entonces, ¿podemos decir que el Camino de Santiago marcó el comienzo de su vocación?

Sin duda. Para mí, Santiago tiene mucho que ver con mi historia personal. Aquella peregrinación fue el despertar definitivo de mi vocación. Desde entonces, el Apóstol ha sido una figura muy presente en mi camino espiritual.

¿Cómo fue su formación y primeros años como sacerdote?

Me ordenaron sacerdote siendo bastante joven, con 24 años. El entonces arzobispo, el Cardenal don Marcelo González Martín, decidió que completara mi formación. Así que me trasladé a estudiar a Madrid, allí cursé Sociología, y me especializaré en Moral Social y Doctrina Social de la Iglesia. Durante estos años también colaboré activamente en la pastoral universitaria de Madrid, como capellán de Ciencias en la Universidad Complutense.

Terminados mis estudios, en 1994, fui destinado por primera vez a Talavera, a la Parroquia de Santa María la Mayor y la Iglesia de San Francisco. Tras tres años, el nuevo Arzobispo de Toledo, D. Francisco Álvarez, me envió a Roma para continuar mis estudios, pero tuve que interrumpirlos



"No podemos permitir que la sociedad se acostumbre a excluir a las personas con discapacidad"



porque en 1998 fui nombrado Rector del Seminario Menor. Durante cinco años trabajé intensamente en la pastoral vocacional.

En 2003 fui nombrado rector de la Basílica del Prado y, además, Vicario episcopal de Talavera y su comarca, cargo que ocupé hasta 2021. Fue entonces cuando nuestro actual Arzobispo, D. Francisco Cerro, me encomendó que, sin dejar de ser Rector de la Basílica, asumiera la di-

rección general de la Fundación Madre de la Esperanza. Han sido años muy ricos, con momentos de discernimiento, servicio y renovación continua.

¿Qué ha significado para usted estar al frente de un templo tan emblemático como la Basílica del Prado?

Es un privilegio enorme. Decimos que la Basílica es el corazón espiritual de Talavera y no es una frase he-

cha. Es un lugar hermoso, en un entorno singular como son los jardines del Prado, pero, sobre todo, es un espacio de fe viva.

Cada día acuden muchas personas a rezar, a presentar sus intenciones, a confesarse. Es un santuario donde la espiritualidad popular se manifiesta de forma intensa y muy humana. La devoción mariana aquí es profundamente conmovedora. Desempeñar este cargo me ha permitido acercarme más a la religiosidad popular a la que percibo muy intuitiva, sincera y auténtica.

¿Qué iniciativas pastorales destacaría actualmente en la Basílica?

Este 2025 estamos volcados en el Año Jubilar convocado por el Papa Francisco. Una de las actividades más destacadas ha sido la salida de la imagen de la Virgen del Prado los días 30 y 31 de mayo, con una concentración de imágenes marianas de toda la comarca.

Como santuario, queremos potenciar tres dimensiones fundamentales: la acogida, la celebración y la evangelización. Queremos que quienes lleguen, tanto feligreses habituales como visitantes, se sientan bienvenidos y acompañados.

Estamos impulsando proyectos de restauración patrimonial. También buscamos relanzar el coro y, si encontramos los medios, me encantaría crear una escolanía infantil.

En cuanto a la evangelización, procuramos ofrecer espacios de formación y oración que alimenten tanto el corazón como la mente.

¿Cómo se manifiesta la devoción de



los talaveranos por la Virgen del Prado?

De una forma constante y muy conmovedora. Desde las 7 de la mañana, cuando abrimos la Basílica, hay personas entrando para visitar a la Virgen. Muchos me dicen que no pueden comenzar el día sin pasar por allí. Es un remanso de paz para ellos. Esa devoción diaria es muy significativa, y en las grandes celebraciones, como las Mondas o la fiesta de la Virgen del Prado, se manifiesta de forma multitudinaria. La gente viene con lágrimas en los ojos, a agradecer, a pedir, a buscar consuelo. Es una religiosidad muy viva.

También dirige la Fundación Madre de la Esperanza. ¿Cuáles son sus objetivos principales en este momento?

La Fundación lleva más de 50 años trabajando por la inclusión de personas con discapacidad. Nuestro objetivo es ofrecer una atención integral: educativa, laboral y social. Uno de los retos más urgentes es la inserción laboral. En Talavera las oportunidades son escasas en general, pero mucho más para las personas con discapacidad. Otro gran desafío es el envejecimiento de nuestros usuarios. Muchos empezaron con nosotros de niños y hoy son personas mayores. La sociedad, y nosotros también, necesitamos recursos adecuados para acompañarlos en esta etapa de la vida. Además, promovemos su inclusión en todos los ámbitos: ocio, deporte, vida social. No podemos permitir que la sociedad se acostumbre a excluirlos.

¿Cómo describiría la situación actual de la Iglesia en Talavera? ¿Qué desafíos considera más urgentes?

La Iglesia en Talavera comparte los retos de la Iglesia Diocesana, Española y Universal. Uno de los más urgentes es la transmisión de la fe a las nuevas generaciones. Existe una ruptura generacional evidente en muchos ámbitos. Debemos seguir proponiendo el Evangelio como camino de sentido, de vida, de esperanza.

También enfrentamos el reto de la integración cultural. Talavera ha cambiado mucho: hay una creciente población inmigrante. Algunos son católicos, otros no. Tenemos que encontrar el modo de integrar, sin perder nuestra identidad pero fomentando la acogida y el enriquecimiento mutuo.

Por otro lado, dentro de la comunidad católica, debemos trabajar la comunión, la coordinación entre parroquias y organismos. Tenemos sacerdotes y estructuras, pero necesitamos unidad de acción pastoral.

¿Qué expectativas tiene respecto al nuevo Papa y el rumbo de la Iglesia en esta nueva etapa?

El Papa tiene un papel central como guía espiritual. En los últimos siglos ha sido decisivo en la orientación de la Iglesia. Yo espero de él, como de cualquier Papa, que sea un referente en el fortalecimiento de la fe. Todo indica que es un hombre de Dios, sereno, profundo, comprometido. Me conmovió que se presentara con el saludo pascual "la paz con vosotros", tan centrado en Jesucristo. Veo en él una continuidad con Fran-



cisco, especialmente en el diálogo con el mundo, el compromiso con la paz y el deseo de unidad en medio de un mundo muy polarizado.

Creo que puede ser un revulsivo muy positivo para la Iglesia, como lo fue en su día Juan Pablo II. Hay signos esperanzadores y mucho por hacer, pero también muchas razones para la confianza.

¿Qué mensaje enviaría a los fieles de Talavera?

Dos mensajes en uno, debemos con-

fíar en el futuro, ser hombres y mujeres de esperanza, nace de saber que Dios es el Señor de la historia, que es él quien nos guía. Y que abrir el corazón por medio de la fe nos da un futuro.

Y que además tenemos que trabajar juntos, en comunión buscando puntos de encuentro para construir una Talavera mejor, un país mejor y un mundo mejor y, sobre todo, en paz. Todo esto, desde nuestra posición de Iglesia. ■

LO QUE SU TIENDA DECÍA NO ERA LO QUE ELLA QUERÍA CONTAR



Carolina lleva más de diez años con su tienda de cerámica en Talavera. Un pequeño local con alma, lleno de piezas hechas a mano: platos, tazas, jarrones, cuencos... Todo trabajado con mimo, sin prisas. Es de esas tiendas que, cuando entras, te dan ganas de tocarlo todo y olerlo todo.

Y, sin embargo, hace poco me confesó algo que le rondaba la cabeza desde hacía tiempo:

—Hay gente que me dice que mi tienda es preciosa, pero no vuelven. Y cuando intento vender online, siento que la marca no transmite lo que soy. No se nota el cariño que hay detrás.

Carolina había montado su web en un par de tardes. El logo se lo había hecho una amiga. Las publicaciones de Instagram eran una mezcla de fotos con filtro, frases inspiradoras y alguna promo que lanzaba cuando se acordaba. Todo funcionaba “más o menos”. Pero todo era demasiado genérico. Demasiado aleatorio.

—Es como si tuviera muchas piezas sueltas, pero ninguna historia —me dijo. Y tenía razón.

No le fallaba el producto. Le fallaba la forma de presentarlo.

Ese fue el punto de partida. **No para cambiar lo que hacía, sino para empezar a mostrarlo con intención.**

Le propuse algo sencillo: crear un pequeño **manual de identidad**. Nada complicado. Solo definir cómo quería presentarse al mundo. Qué colores la representaban (tiramios por tonos tierra, como sus esmaltes). Qué tipo de letra encajaba con su estilo. Qué palabras sí, y qué palabras no. Qué imágenes contaban



su historia sin necesidad de poner un párrafo explicativo.

Durante semanas, fuimos ajustando detalles: cómo quedaba el logo sobre fondo claro, cómo se veían las tarjetas de agradecimiento en los pedidos, qué tono usar en los pies de foto. Empezamos a construir una identidad que no fuera solo “bonita”, sino coherente. Que dijera: esto es Carolina. Esto es suyo.

Cuando todo empieza a encajar

Lo curioso fue que, **sin grandes cambios en el producto**, empezó a pasar algo diferente. Clientes que compraban por primera vez online le escribían mensajes como: “Me encantó cómo venía empaquetado todo. Se nota que está hecho con cariño.” “No sabía que había una tienda así en Talavera. Vi tu Instagram y tuve que pasarme.”

Nada de eso venía de haber cambiado su producto. **Venía de haber alineado su imagen con lo que ya hacía bien.**

No se trata de parecer más. Se trata de parecer tú

No hace falta tener una agencia detrás para construir una marca con sentido. Pero sí hace falta **parar un momento y preguntarte:**

¿Cómo estoy mostrando mi negocio?

¿Se ve tan cuidado como realmente es?

¿Todo lo que hago —carteles, posts, presupuestos, correos— cuenta la misma historia?

Carolina entendió que **su marca no era solo el logo**. Era cómo hablaba en redes. Cómo entregaba los pedidos. Cómo saludaba en la web. Cómo se sentía todo.

Y eso, al final, **también es marketing.** ■



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

COMPLEJO RURAL DEL TIÉTAR: UN NUEVO REFUGIO EN FRESNEDILLA



Tras consolidar su proyecto de *Complejo Rural El Mesón* en la Sierra de San Vicente como uno de los referentes del turismo rural en la zona, Carlos Llorente vuelve a apostar por el entorno natural, el descanso de calidad y los espacios pensados para compartir. Su nuevo proyecto, *Complejo Rural del Tiétar*, abre sus puertas en el pequeño municipio abulense de Fresnedilla, en pleno Valle del Tiétar. Un enclave tranquilo y con encanto que, sumado al buen hacer del equipo gestor, aspira a convertirse en un nuevo referente para quienes buscan desconectar del ritmo urbano sin renunciar al confort.

La filosofía de este nuevo complejo mantiene intactos los pilares que han hecho triunfar sus anteriores alojamientos: atención personalizada, amplias instalaciones, privacidad para grandes grupos y una integración respetuosa con el entorno. Pero este proyecto suma, además, una historia de recuperación patrimonial y una dosis extra

de versatilidad que lo convierten en una apuesta singular dentro del turismo rural de Castilla y León.

UNA ANTIGUA POSADA CON NUEVA VIDA

El origen del *Complejo Rural del Tiétar* está en un edificio emblemático del pueblo: la antigua posada de

Fresnedilla. Este conjunto de construcciones tradicionales ya había sido adaptado como alojamiento rural años atrás, incluso contaba con un pequeño restaurante. Sin embargo, la pandemia obligó a su cierre, y durante un tiempo permaneció inactivo, esperando una segunda oportunidad.

Carlos, con años de experiencia a sus espaldas y buen ojo para detectar el potencial de este tipo de espacios, no tardó en reconocer en esta propiedad el escenario ideal para su siguiente proyecto. "No fue algo improvisado", nos cuenta. "Llevaba tiempo buscando un lugar con estas características: amplio,





con varios edificios, salones grandes y muchas habitaciones”.

A partir de ahí, se puso en marcha un proceso de reforma integral que respetó la esencia del lugar. Los antiguos edificios que habían sido caballerizas, almacenes o viviendas de apoyo agrícola fueron transformados en tres edificaciones destinadas íntegramente al uso turístico. El resultado es un espacio funcional pero con carácter, que conserva parte del alma rural del lugar sin renunciar a la comodidad de las instalaciones actuales.

VERSATILIDAD Y CAPACIDAD: UNA FÓRMULA PENSADA PARA COMPARTIR

Uno de los grandes atractivos del *Complejo Rural del Tiétar* es su capacidad para adaptarse a diferentes tipos de grupos. En total, el conjunto dispone de **21 habitaciones y puede alojar hasta 67 personas**, lo que lo convierte en una de las casas rurales con mayor capacidad de la zona. Pero lejos de ser un único bloque masificado, el complejo se ha dividido inteligentemente en **tres unidades independientes**, lo que permite su uso modular.

Dos de las edificaciones están

“El Complejo Rural del Tiétar recupera la antigua posada de Fresnedilla para convertirla en un espacio único para el descanso”

siempre disponibles para los huéspedes: una de ellas incluye dos grandes salones y una cocina completamente equipada; la otra alberga 16 habitaciones que garantizan comodidad sin renunciar a la privacidad. La tercera unidad, más pequeña, se puede abrir o mantener cerrada según las necesidades del grupo, lo que permite reducir costes y adaptar la estancia a distintos tamaños.

Esta flexibilidad ha sido clave para atraer tanto a grupos grandes que buscan celebraciones privadas como a empresas que necesitan espacios para encuentros corporativos, reuniones o retiros. También se adapta bien a familias numerosas, grupos de amigos o eventos especiales como bodas y comuniones. La posibilidad de cerrar parte de las instalaciones o reservarlas en exclusiva garantiza privacidad y control del entorno, al-

go muy valorado tras la pandemia.

Un entorno pensado para disfrutar en cualquier época del año

Más allá de las habitaciones, el *Complejo Rural del Tiétar* cuenta con amplios **espacios comunes y exteriores** diseñados para el disfrute colectivo: jardín, piscina, zona de barbacoa, barra de bar al aire libre... Todo distribuido para que cada grupo pueda vivir su estancia a su ritmo. En verano, los exteriores cobran protagonismo; en los meses fríos, los grandes salones interiores permiten disfrutar del entorno sin preocuparse por el clima.

“Lo que más valora la gente es poder estar juntos, sin interferencias, y tener tanto espacio para moverse”, explica Carlos. A esto se suma la tranquilidad de Fresnedilla, un pequeño pueblo del Valle del Tiétar que ofrece paz, naturaleza y buenas conexiones con Madrid, lo que

lo convierte en un destino accesible y atractivo para escapadas de fin de semana o vacaciones más largas.

ATENCIÓN PERSONALIZADA: EL TOQUE HUMANO QUE MARCA LA DIFERENCIA

En un momento en el que proliferan las casas rurales que funcionan con códigos digitales, entradas sin contacto y gestión a distancia, Carlos ha optado por mantenerse fiel a su modelo: **una atención personalizada** y presencial en cada entrega de llaves. “No se trata solo de enseñar la casa. Estos alojamientos son grandes, tienen muchos espacios y detalles que conviene explicar. Además, me gusta conocer a quien se aloja en mis casas”, afirma.

Este enfoque no solo mejora la experiencia de los huéspedes, sino que también le permite recibir feedback directo, resolver dudas al momento y generar una relación de confianza.

ALTA OCUPACIÓN Y CLIENTES QUE REPITEN

Desde la pandemia, el turismo rural ha experimentado una transformación, con un aumento notable en la demanda de casas completas y en-



*“En un mundo cada vez más digital
apuestan por la atención
100% personalizada”*



*La fidelidad
de sus clientes
es uno de los
grandes logros
del proyecto”*

reservas y una presencia destacada en Google, donde acumula reseñas muy positivas.

CUATRO ALOJAMIENTOS Y UN ESTILO PROPIO

Con este nuevo proyecto, Carlos suma ya **cuatro alojamientos rurales** en funcionamiento. Dos de ellos, incluido el recién inaugurado, están pensados para grupos numerosos; el tercero tiene capacidad para unas 30 personas y el cuarto es un acogedor apartamento para seis. Una variedad que le permite responder a diferentes perfiles de cliente, pero siempre dentro de una misma filosofía: turismo rural de calidad, con personalidad y atención cercana.

UNA APUESTA SÓLIDA POR EL TURISMO RURAL

El *Complejo Rural del Tiétar* es mucho más que una casa rural. Es el resultado de años de experiencia, de saber escuchar al cliente y de entender qué busca quien elige el turismo rural como opción de descanso. Es también una muestra de cómo la recuperación de espacios tradicionales puede hacerse con respeto y visión de futuro, contribuyendo a dinamizar el entorno rural y a mantener vivo el patrimonio local.

Fresnedilla gana así un nuevo recurso turístico, y Carlos añade una joya más a su particular colección de espacios para compartir. El turismo rural, bien gestionado, tiene todavía mucho que ofrecer. Y propuestas como estas son una prueba de ello. ■

tornos más íntimos. “Muchos clientes repiten y cada vez más grupos buscan alojamientos donde no tengan que compartir espacios con desconocidos”, comenta.

Aunque aún es pronto para hacer balance del año, las perspectivas son muy positivas. Y es que Carlos nos cuenta que esta temporada, incluso los meses tradicionalmente más flojos, la mayoría de sus alojamientos han registrado buenos niveles de ocupación. Para el verano, las reservas están prácticamente completas, algo que se ha vuelto habitual en sus casas gracias a una combinación de fidelidad de clientes, presencia en redes y campañas bien dirigidas.

Además, cada vez son más los clientes que repiten. Carlos estima que **más de la mitad de sus reservas provienen de grupos que ya se han alojado en alguno de sus complejos anteriormente**, lo que refleja una fidelidad que no es fácil de conseguir en el sector. A esto se suma una estrategia de visibilidad online bien planificada: web propia, campañas en redes sociales, colaboración con plataformas de

EBORACAR Y EUROMÓVIL

TRES DÉCADAS AL VOLANTE CON LA EXCELENCIA COMO COMPAÑERA DE VIAJE

El de la automoción es un sector con larga trayectoria y tremendamente marcado por la innovación tecnológica, las tendencias e incluso la situación económica de cada época. Por eso, resulta poco frecuente encontrar empresas que logren equilibrar una trayectoria empresarial sólida, que no se conforme con hacerlo de siempre y que siga avanzando con ilusión y decisión tras 30 años de actividad.

Sin embargo, ese es precisamente el caso de Eboracar y Euromóvil, compañías afines con más de treinta años de experiencia que no solo representan a algunas de las marcas más reconocidas del sector, sino que además se han consolidado como referentes de buen hacer empresarial en Castilla-La Mancha.

Asentadas en la comarca de Talavera de la Reina, estas marcas han sabido mantener sus raíces locales mientras evolucionaban al ritmo del mercado, apostando por la calidad, la cercanía con el cliente y una visión empresarial centrada en las personas.

Ahora, en un gesto que reafirma su compromiso con el entorno, el grupo al que pertenecen ha dado un paso más al integrarse en la Fundación Futurart, ocasión que aprovechamos para conocer de primera mano los motivos de esta decisión, así como la historia, los valores y los planes de futuro de este grupo automovilístico. Para ello, hemos hablado con Joaquín Rodrigo, representante del grupo quien nos ha hablado de su filosofía empresarial, actualidad del sector e incluso nos ha dado algunos consejos de lo más útiles para decidirnos por un coche u otro en caso de que estemos buscando un vehículo nuevo o matriculado.

¿Cómo se organiza un grupo como el vuestro, formado por varias empresas y con varias marcas, pero con un alma común?



En realidad, funcionamos como una única empresa, aunque legalmente estemos divididos en distintas sociedades. Esta estructura responde a cuestiones legales y fiscales, ya que algunos fabricantes del grupo Volkswagen no permiten que un mismo concesionario represente a diferentes marcas del grupo. Por eso, tenemos una empresa especializada en SEAT y CUPRA, otra en que gestiona Volkswagen, Audi y Škoda. Pero compartimos sinergias, tanto en personal como instalaciones y sobre todo, una misma filosofía empresarial.

Vuestra historia comenzó hace más de tres décadas. ¿Cómo ha evolucionado el grupo desde entonces?
Empezamos con la venta de camio-



“Nos llena de orgullo ver cómo familias enteras han confiado en nosotros generación tras generación”



“Generar empleo directo a profesionales de la zona es una de nuestras grandes satisfacciones”



nes, y siete años después entramos en el mundo del turismo. Desde entonces, hemos seguido creciendo de manera estable. Siempre hemos apostado por la cercanía con el cliente, el compromiso y la continuidad. Nos llena de orgullo ver cómo familias enteras han confiado en nosotros generación tras generación.

¿Qué papel juega el contar con profesionales de la zona en vuestro proyecto?

Es uno de nuestros mayores orgullos. Actualmente contamos con grupo 65 trabajadores. Lo importante no es solo la cifra, sino la estabilidad

y el desarrollo profesional de las personas. Nos gusta que los empleados empiecen con nosotros y se jubilen aquí. Muchos lo han hecho. Eso dice mucho de nuestro estilo de gestión y de su calidad como profesionales.

En un sector tan competitivo, ¿qué os diferencia realmente de otros concesionarios?

La realidad es que los concesionarios podemos parecer a simple vista bastante similares unos de otros, pero sí hay valores que nos hacen aunar proximidad con globalidad. La relación cercana con los clientes, el arraigo local, la identificación con

marcas como SEAT, que los españoles sentimos como propias... Todo eso crea una conexión emocional que va más allá de la simple venta. Además, la llegada de CUPRA nos ha permitido atraer a un público más joven, interesado en la deportividad y la innovación.

La forma de consumir evoluciona y cambia constantemente en todos los sectores. ¿Cómo ha cambiado el perfil de vuestros clientes en los últimos años?

Hoy diferenciamos claramente dos perfiles: uno que busca un coche práctico, económico y fiable, y otro con más capacidad adquisitiva que elige vehículos de alta gama para complementar su movilidad. Pero en ambos casos, lo que más se valora es el asesoramiento personalizado. Por eso nuestros asesores ya no son “vendedores”, sino auténticos asesores para elegir el coche que mejor se adapte a cada cliente.

Hablemos de movilidad eléctrica. ¿Qué papel juega en vuestro día a día?

¡El tema del momento! Cada vez hay más usuarios interesados en este tipo de vehículos, pero la demanda todavía no va al ritmo que marca la legislación. Bajo mi punto de vista hoy por hoy, los híbridos enchufables son la opción más sensata: permiten moverse diariamente sin usar com-



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

bustibles fósiles, con autonomías eléctricas superiores a los 130 km. Además, la red de carga ha mejorado mucho. Lo que falta es información veraz: los bulos han frenado más al coche eléctrico que la falta de ayudas o el retraso de las subvenciones creadas para fomentar su adquisición.

¿Cómo veis el futuro del sector y de vuestro grupo en particular?

Europa se enfrenta a una regulación excesiva que, como señalaba en su último informe el economista Mario Draghi, puede poner en desventaja a nuestras empresas frente a otros mercados. Necesitamos flexibilidad. El híbrido enchufable es un buen paso intermedio.

En cuanto a nosotros, queremos seguir creciendo poco a poco, quizá ampliar territorios, pero sin perder nuestra esencia. Dentro de diez años, espero que sigamos siendo lo mismo: una empresa cercana, sólida y comprometida.

Puede que alguno de nuestros lectores se encuentre en pleno proceso de búsqueda de nuevo vehículo ¿qué consejo le darías a alguien que esté pensando en cambiar de coche?

Que se informe bien. Más allá de modas o titulares llamativos, cada persona tiene unas necesidades concretas. El híbrido enchufable cu-



“Nuestros asesores ya no son ‘vendedores’, sino auténticos asesores para elegir el coche que mejor se adapte a cada cliente”

bre muchas de ellas, pero hay quien necesita un eléctrico puro o incluso un vehículo diésel o gasolina. Lo importante es hablar con un profesional, dejarse aconsejar y evitar caer en bulos o desinformaciones.

Hace poco que os habéis incorpora-

do como Empresa Solidaria a Fundación Futurart, ¿Qué os llevó a sumaros a Fundación Futurart?

Fue una decisión natural. Llevábamos tiempo pensándolo y finalmente nos unimos. Es importante devolver a la sociedad parte de lo que reci-

mos. Las organizaciones como Fundación Futurart hacen una labor fundamental, y nuestro grupo tenemos la vocación de servicio que nos hace implicarnos más en actividades en favor de la sociedad. Lo hacemos con gusto y convencimiento. ■



Durán

Ferretería

Pásate a batería.

PÁSATE A MAKITA



Makita

Por una sociedad descarbonizada...



Talavera
925 814 365



Illescas
925 501 796



Navalmoral
927 535 538

www.ferreteriaduran.es







CUADERNA: TRES DÉCADAS AL SERVICIO DE LA HISTORIA VIVA DE TALAVERA

La revista Cuaderna es una publicación imprescindible en la investigación, defensa y divulgación del patrimonio histórico y cultural de Talavera de la Reina y su comarca. Un proyecto que, desde que vio la luz, ha ido creciendo y ganando adeptos, y que acaba de cumplir 30 años.

Tres décadas en las que cada número ha transmitido la historia de nuestra ciudad a todos los que se han querido acercar a conocer nuestro pasado, para entender nuestro presente y mirar hacia el futuro.

Hemos hablado con César Pacheco y Benito Díaz, historiadores y fundadores de Cuaderna, sobre el nacimiento y la evolución de este gran proyecto, así como los planes de futuro que tienen para que pueda adaptarse a los nuevos tiempos sin perder un ápice de su esencia.

UNA CHISPA EN LOS 90

Corría el año 1994 cuando César Pacheco y Benito Díaz, quienes formaban parte del equipo docente de la UNED, decidieron canalizar su inquietud histórica en un nuevo formato: una revista abierta, rigurosa y contextualizada.

De esta forma nació Cuaderna, un proyecto único con la intención de superar los tópicos y leyendas tradicionales de la historia local. Y es que, según nos cuentan, su intención desde el principio fue hacer historia desde la investigación.

Por eso, Cuaderna siempre se propuso como un espacio riguroso pero accesible, sin renunciar al análisis profundo ni a la diversidad de enfoques. El primer número tuvo buena acogida, y lo que nació como una apuesta modesta —con la previsión de editar dos números al año— ha terminado consolidándose como una referencia, con más de 200 artículos publicados.

UN PROYECTO INDEPENDIENTE CON VOCACIÓN PÚBLICA

Lo que diferencia a Cuaderna de

otras publicaciones similares es su carácter autónomo. Lejos de estar impulsada por instituciones, nace de una asociación cultural independiente: el Colectivo de Investigación Histórica Arrabal. Una organización con un modelo de autogestión que otorga a sus responsables una gran libertad editorial.

Y aunque es cierto que ha contado ocasionalmente con apoyos públicos, la línea editorial se ha mantenido ajena a presiones políticas o institucionales.

En sus páginas han encontrado espacio desde jóvenes estudiantes de la UNED hasta expertos consagrados. El objetivo de Cuaderna siempre ha sido dar voz a trabajos con base documental sólida, desde artículos cortos hasta estudios más elaborados. Entre sus autores más destacados figura incluso Paloma Sánchez-Garnica, hoy reconocida novelista, que publicó su primer texto en Cuaderna sobre la Junta de Beneficencia durante la ocupación napoleónica.

HALLAZGOS QUE CAMBIAN LA NARRATIVA

Muchos de los trabajos publicados han tenido un impacto notable en el conocimiento del pasado talaverano. Uno de los ejemplos más significativos es el artículo de Benito Díaz sobre el motín del pan, un episodio desconocido hasta entonces y que inauguró la primera edición de la revista.

También destacan estudios sobre el Trienio Liberal, el aeródromo de Velada o investigaciones genealógicas que han aportado nuevas perspectivas sobre familias históricas de la comarca.

Gracias a su metodología —que combina fuentes archivísticas, arqueológicas y orales—, Cuaderna ha contribuido a desmontar mitos, revisar interpretaciones y enriquecer la historiografía local desde una mirada crítica y documentada.

PRESENTACIÓN
n° 21-22
revista CUADERNA

con la participación del
CORO DE ADULTOS DE LA ESCUELA MUNICIPAL DE MÚSICA Y DANZA
EUSEBIO RUBALCABA

y la intervención de
PABLO ROJAS: "UNA LECTURA DE EL CORBACHO DEL ARCIPRESTE DE
TALAVERA"

Organiza
**CENTRO CULTURAL
EL SALVADOR**
Miércoles 18 de octubre
19:30 horas

“La intención desde el principio fue hacer historia desde la investigación”



RIGOR Y CERCANÍA: LA FÓRMULA CUADERNA

Una de las claves del éxito de Cuaderna es el difícil equilibrio entre la calidad académica y la accesibilidad para el lector general. Aunque no se rige por un sistema formal de revisión por pares como las revistas científicas indexadas, el equipo editorial realiza una selección exigente. Benito y César lo tienen claro: no todo vale.

Por este motivo se han rechazado trabajos que no alcanzaban el nivel requerido, independientemente del tema que se tratase o del autor que lo firmase.

El criterio principal es que los artículos estén bien fundamentados, cuenten con aparato crítico y utilicen fuentes primarias. Pero la pluralidad también es un valor esencial; de hecho, se publican enfoques diversos, incluso cuando no coinciden con la visión de la dirección.

PATRIMONIO EN RIESGO Y POR REDESCUBRIR

A pesar de los avances logrados desde los años 80 en materia de conservación y puesta en valor del patrimonio, César y Benito coinciden en que aún hay retos pendientes. Las murallas del Charcón y la calle Carnicerías son dos ejemplos de un patrimonio monumental que necesita más atención.

También subrayan la importancia de recuperar el patrimonio inmaterial, desde tradiciones y oficios hasta modos de vida rurales que marcaron la identidad talaverana hasta bien entrado el siglo XX.

En este sentido, destacan la necesidad de potenciar los archivos locales, especialmente el archivo municipal y el archivo parroquial de la Colegial, con fondos que se remontan al siglo XI.



EL LEGADO VIVO DE LAS MONDAS

Recientemente, los fundadores de Cuaderna fueron invitados a ofrecer el pregón de las Mondas 2025, sin duda una de las fiestas más emblemáticas y características de la ciudad. César Pacheco fue el encargado de pronunciarlo en representación del Colectivo de Investigación Histórica Arrabal. Y, según nos cuenta, "fue un honor y un gran reconocimiento a estos 30 años de trabajo".

Benito y César coinciden en que aún

hay que seguir trabajando para recuperar y conservar tradiciones de fiestas como estas, pero también hay que aprender a respetar cada matiz para aportar rigor histórico a cada una de ellas, manteniendo así su esencia y, por ende, parte de nuestra identidad.

Son muchos los profesionales que hoy trabajan en la línea de nuestros interlocutores para conseguir la recuperación de esta tradición, que hoy vive un renovado impulso. Pero



destacan con especial cariño y admiración la labor fundamental de figuras como Ángel Ballesteros.

HACIA EL FUTURO: MÁS PLURALIDAD, MÁS HISTORIA

Lejos de agotarse, Cuaderna sigue generando nuevas ideas, números en preparación y proyectos por venir. La base de su longevidad, explican sus fundadores, ha sido su compromiso con el rigor, la pluralidad y el amor por la historia de su tierra. Talavera, su patrimonio y su memoria colectiva han ganado mucho gracias a este esfuerzo silencioso pero tenaz de todos los que hacen posible la revista en cada edición. Y es que Cuaderna no es solo una revista: es un ejemplo de cómo la sociedad civil puede custodiar su propia historia y hacerla dialogar con el presente. ■

“El criterio principal es que los artículos estén bien fundamentados, cuenten con aparato crítico y utilicen fuentes primarias”

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 Veterinaria

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

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 SUPREMO PROTEGE AL CONSUMIDOR.

LA BANCA DEBE DE RESPONDER POR EL PHISHING SI NO PRUEBA NEGLIGENCIA DEL CLIENTE

El Tribunal Supremo ha sentado un precedente importante para los derechos de los consumidores al dictaminar que los bancos deberán asumir la responsabilidad por el dinero sustraído a través de técnicas de phishing, salvo que puedan demostrar de forma clara la negligencia grave por parte del cliente afectado.

Así se desprende de una sentencia relativa a un caso en el que el titular de una cuenta bancaria en la entidad Ibercaja sufrió varias retiradas de efectivo y pagos con tarjeta por un importe superior a 83.000 euros, y sin autorización. El afectado se dirigió a la entidad financiera cuando empezó a recibir notificaciones de dichas operaciones, consiguiendo recuperar algo más de 27.000 euros; sin embargo, el banco se negó a reembolsar el resto del dinero sustraído.

Según la sentencia, al no haberse acreditado negligencia grave del usuario, "es la entidad bancaria la que debe responder del reintegro de las cantidades dispuestas de forma fraudulenta, sin que corresponda a los clientes/usuarios prevenir ni averiguar las modalidades de riesgos que el sistema conlleva".



Por tanto, el Supremo avala al cliente y su actuación al informar de inmediato a la entidad bancaria, y recuerda que éste sólo será responsable "cuando haya incumplido deliberadamente o por negligencia grave una o varias de sus obligaciones" en materia de seguridad.

Entonces, ¿qué significa esta sentencia?

La decisión del Alto Tribunal establece que no basta con que la entidad financiera afirme que el cliente fue engañado por un fraude digital; ahora, si no se puede probar que el cliente actuó con una conducta imprudente o ne-

gligente, el banco tendrá que reembolsar el dinero robado.

En otras palabras, el simple hecho de que un usuario haya caído en una estafa de phishing —por ejemplo, al introducir sus datos en una página falsa que imitaba a la de su banco— no es suficiente para eximir a la entidad de su deber de protección y seguridad.

Esta sentencia fija jurisprudencia al obligar a las entidades bancarias que demuestren la imprudencia grave del cliente estafado para evitar la devolución del dinero sustraído; una circunstancia que redundará en el esfuerzo de los bancos por mejorar sus siste-

mas de seguridad. Además, esta sentencia anima a las víctimas de phishing o fraude digital a reclamar con mayor respaldo legal.

Hasta ahora, muchas entidades se amparaban en supuestas "malas prácticas" del cliente para rechazar la devolución del dinero. Sin embargo, la justicia ha dejado claro que la carga de probar esa negligencia no puede recaer en quien ha sido víctima del fraude.

En Aequitas Legis Abogados somos especialistas en Derecho Penal y Derecho Bancario. Por eso, somos tus mejores aliados. ¿Hablamos? ■



ESPECIALISTAS EN HIGIENE INDUSTRIAL

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

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

 925 81 90 31 | 639 452 482

 www.talaverahigiene.com

 [talaverahigiene](https://www.instagram.com/talaverahigiene)



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.



BOKEROON

NACE PARA RESOLVER LA INCERTIDUMBRE QUE SIENTEN MUCHOS INVERSORES CRIPTO

¿En qué consiste tu emprendimiento?

Bokeroon nace para resolver una situación cada vez más común: la incertidumbre que sienten muchos inversores cripto al no tener el control total de sus activos. Creamos una aplicación visual, sencilla e intuitiva que permite vincular todas sus criptomonedas en un solo lugar, con claridad, alertas, gráficos y datos comprensibles.

Está pensada para usuarios que ya han dado sus primeros pasos en el mundo cripto, pero que no son expertos. Personas que valoran la información clara, precisa y visual para tomar decisiones más informadas. Nuestra propuesta se diferencia por hacer fácil lo que ahora es confuso: ver de un vistazo la evolución de tu cartera, tu exposición, tus errores... incluso si no te gusta lo que ves, al menos sabes a qué te enfrentas. El objetivo es ambicioso: llegar a estar entre los 10 proyectos más potentes de su red y sector.

¿Qué motivo te ha llevado a emprender?

La idea surgió de forma natural, conversando con otros inversores dentro de una comunidad. Descubrimos que todos teníamos una misma ne-



cesidad: controlar nuestras inversiones sin sentir que estamos a ciegas. A partir de ahí, empecé a estructurar la solución y me fui perfilando como la persona que debía liderarla. También hay un componente personal importante: el deseo de libertad. No para trabajar menos, sino para

decidir cuándo hacerlo. Poder estar presente en momentos vitales con mi familia, sin depender de horarios rígidos, era clave para mí. No tengo referentes concretos, pero sí un enfoque muy claro: hay cosas que yo debo estar (a nivel personal, familiar...) y quiero poder hacerlo.



Emprender era la única vía realista que me permitía construir algo propio y alineado con esos valores.

Además, me gusta ser claro y directo, aunque a veces no sea lo más cómodo. Bokeroon nace de esa filosofía: aunque no te guste lo que ves, necesitas saberlo.

¿Por qué decides entrar en la incubadora?

Buscaba acompañamiento, claridad y apoyo. La incubadora me ofrecía algo que necesitaba: saber si lo que estaba haciendo tenía sentido, si los pasos que daba eran correctos o me dejaba algo importante atrás. Además, acceso a formación, mentores y una red de contactos clave.

Me atrajo especialmente poder contar con profesionales técnicos y humanos que no tenía a mi alcance. Personas que me ayudaran a aterrizar lo que tenía en la cabeza y llevarlo a otro nivel. También me aportaba visibilidad y seriedad ante agentes externos.

Sabía que Bokeroon necesitaba validarse, profesionalizarse, mejorar... y moverse. Y esto, además, está ocurriendo en Talavera, lo que tiene un valor añadido para mí.

Y no sólo por lo que recibo, sino por lo que aportamos entre todos. Cada



proyecto en la incubadora tiene su experiencia, conocimientos y visión. Al compartirlo, todos crecemos. Es un entorno colaborativo muy enriquecedor.

Hoy el acceso a recursos, soporte y formación ha sido clave. Bokeroon no estaría donde está sin el seguimiento que he recibido. Ha sido esencial para darle estructura, claridad y viabilidad.

¿Qué dificultades os habéis encontrado al emprender que se han solventado con la incubadora?

El mayor reto ha sido entender bien toda la parte fiscal y legal. Pensaba que tenía las cosas claras, pero descubrí que había muchos detalles importantes que no conocía, y que podían afectar al futuro del proyecto. También me costaba descomponer tareas. Veía todo como un gran bloque y no sabía por dónde empezar. Aprender a dividir, delegar y pedir ayuda ha sido un cambio enorme.

En lo financiero, tenía muchas dudas. ¿Estoy siendo realista con las previsiones? ¿Son números creíbles? Poder presentar el proyecto a expertos y recibir feedback real, con sentido, ha sido un punto de inflexión. Me ha dado seguridad.

Sin la incubadora, probablemente me habría bloqueado. Pero escuchar a alguien con experiencia decirte "esto va bien" te empuja. Te da permiso para avanzar.

Hoy el proyecto tiene una estructura clara. Sabemos cómo monetiza, a quién va dirigido y qué pasos debe seguir. Es un proyecto ambicioso, sí, pero ahora también es sensato.

¿Qué está siendo lo mejor del proceso de poner en marcha tu proyecto?

Uno de los momentos más especiales ha sido comprobar que instituciones públicas están valorando seriamente financiar el proyecto. Con los documentos que hemos preparado, lo ven como algo sólido. Y eso me da confianza.

También me ha sorprendido la reacción de los mentores. Pensaba que lo criticarían o lo verían como una locura. Pero no ha sido así. Han analizado la estructura, no sólo la idea, y me han ayudado a ver que hay un camino real por delante.

He aprendido que no tengo que hacerlo todo solo. Que puedo asociarme, delegar, compartir... Eso, para alguien que venía de hacerlo todo a lo "bruto", es un cambio importante. Lo más emocionante es ver que pronto podremos tener una herramienta en manos de usuarios reales. Pasar del concepto a la acción. Da vértigo, pero también mucha ilusión. Y he descubierto que puedo con más de lo que creía. He crecido, me toman en serio y me he dado cuenta de que sí, emprender es duro, pero cuando ves resultados, te das cuenta de que sí puedes. Y eso vale mucho. ■





QUE LA MEMORIA NO OLVIDE

60 AÑOS YA DEL PRIMER EMPEÑO BLANQUIAZUL POR ASCENDER DE CATEGORÍA FUTBOLÍSTICA

En 1965 el extinto Talavera CF disputó la eliminatoria de ascenso a Segunda división ante un CD Eibar en el que jugaba la leyenda colchonera Gárate. El Utebo CF es el primer obstáculo para que el actual conjunto blanquiazul ascienda a Primera RFEF, siete décadas después de aquella cita.

Principios de este mes de mayo de 2025 y recibo el encargo de don José Luis Bodas —el jefe de la cosa— de preparar el presente reportaje con el Talavera de la Reina SAD, inmerso en el play-off de ascenso a Primera RFEF. El sorteo de hace unas fechas en la sede federativa de Las Rozas deparaba, al conjunto que tiene a Josué Blázquez Coletto como CEO y a Javier Vázquez y Toni García como máximos responsables de la parcela técnica, un doble enfrentamiento con el conjunto aragonés del Utebo, tercer clasificado del grupo II de Segunda RFEF. Cuando sean impresas estas páginas es muy probable que ya se conozca si el club de la familia Jiménez —los propietarios— sigue inmerso en la pugna por el ascenso o, por el contrario, los aragoneses donde destaca el blanquiazul Frodo como goleador, serán los finalistas por una plaza en la Primera RFEF, donde ya se encuentran los paisanos del Pedro Escartín, el CD Guadalajara, equipo campeón del grupo V donde han militado los nuestros. En referencia directa a como titulamos, hemos de echar la vista atrás a sesenta años antes. Corría la temporada 1964-65 y al frente del Talavera CF estaba don Víctor Laredo. La parcela técnica correspondía a dos Luis Elices y el equipo se había proclamado subcampeón del grupo XIV de Tercera división, en el que el Rayo



Los jugadores del Eibar y Talavera un 16 de mayo de 1965 en El Prado. El joven Gárate rodeado con un círculo.



Una formación del Eibar con Gárate en el centro de los jugadores agachados.



GROVIK 2001



Durán
Ferretería

El Retorno
Producciones



EBORA
Extinción

LOGISTICA CAROSAN



Formación del Talavera actual. FOTO: TALAVERA SAD

Vallecano se había proclamado campeón totalizando 56 puntos y 26 positivos; invicto y con sólo 4 empates en las 30 jornadas disputadas. A su estela los blanquiazules sumaron 47 puntos y 12 positivos, y tercero el Plus Ultra. Nos encontrábamos en el mes de abril de aquel 1965 y el sorteo Deporó deparó un enfrentamiento con el conjunto guipuzcoano del Eibar, subcampeón del grupo IV de aquella Tercera división de antaño, que había sumado 46 puntos. El primer enfrentamiento se disputaría en la Ciudad de la Cerámica el domingo 16 de mayo en horario casi del mediodía, las 15:45, para no coincidir con la primera corrida de las Ferias de San Isidro. Asimismo se pensó en asfixiar al rival, poco acostumbrado a los rigores del calor que en ese mes hacía en Talavera. El Talavera CF alinearía a Pepín, De la To-



Luis Elices que como jugador fue portero del Betis y Córdoba era el entrenador del conjunto blanquiazul en aquella eliminatoria.

rré, Luis, Guío, Buján, Bernal, Santos, Manzanares, Basora, Alía y Hernández. Por el Eibar jugaron Muguiondo, Lozano, Arrieta, Castillo, Araniegui, Larrabeitia, Ocariz, Pinedo, Duñabeitia, Icenta y un jovencísimo José Eulogio Gárate, que tan sólo contaba con 20 años de edad. El conjunto eibarrés sorprendió al talaverano con un planteamiento casi desconocido para la época, reflejado en un 5-3-2 que sorprendió a los presentes en una Municipal El Prado a rebotar y convertido en un horno tanto en las gradas como en el polvoriento terreno de juego. Al final de un choque que arbitró el andaluz Sánchez de los Ríos el marcador reflejó un 0-1, gol que tendría la autoría de Pinedo. El partido de vuelta se jugó el domingo 23 de mayo. En tierras vascas esperaba, además del césped encharcado, un conjunto potente

como demostraría el 5-0 con el que finalizaba el mismo y donde Gárate, autor de dos goles, volvió a demostrar su clase y el por qué de su llamada al Atlético de Madrid de Vicente Calderón. Iceta, Ocariz y Duñabeitia completarían la manita de un choque arbitrado por el señor Olavarria, y que llevaría al Eibar a disputar la fase final ante un Cádiz que le superó en el partido de desempate. Esta fue la primera cita del conjunto representativo de Talavera para cambiar de categoría. Tres años después el equipo volvería a intentarlo con el mismo Luis Elices en el banquillo y sólo tres jugadores de la primera cita (Pepín, Luis y Santos), topándose en esta ocasión con los andaluces del CD Jerez, a los que tuvo KO en Chapín, pero a los que dejó reamarse para acabar venciendo por 2-4 y el 1-1 en Talavera. ■

SECCIÓN PATROCINADA POR:



ELECTRIFICACIÓN: MÁS ALLÁ DEL VEHÍCULO

Con motivo del 30.º aniversario de **Euromóvil y Eboracar**, en esta sección patrocinada por las firmas celebramos el impulso de la electrificación "más allá del vehículo": un enfoque que integra no solo los automóviles, sino también la infraestructura, la gestión energética y la colaboración público-privada que hará posible una movilidad verdaderamente sostenible.

La oferta actual en el mercado ejemplifica el avance tecnológico en dos frentes complementarios. Por un lado, existen híbridos enchufables con autonomías eléctricas que superan los 133 km, como muestran modelos del Grupo Volkswagen y SEAT, capaces de cubrir sobradamente los desplazamientos diarios sin activar el motor de combustión. Por otro, los vehículos 100 % eléctricos ya alcanzan autonomías de hasta 670 km, que permite viajes de largo recorrido con una única recarga.

Infraestructura: la clave para la confianza del usuario

El despliegue masivo de cargadores ultrarrápidos es esencial para superar la «ansiedad de autonomía» y garantizar la fluidez de la experiencia de usuario. Las principales marcas europeas han unido esfuerzos y acuerdos con operadores nacionales para llevar puntos de carga a estaciones de servicio tradicionales y nuevos corredores de movilidad. Este compromiso se traduce en proyectos conjuntos con empresas energéticas y concesionarios, donde fabricantes y entes públicos comparten costes y riesgos para acelerar la implantación.

Eboracar y Euromóvil, como referentes en la distribución y postventa de vehículos, se alinea con esta visión: sus instalaciones ya incorporan cargadores ultrarrápidos de última generación, capaces de suministrar



más de 150 kW y recargar un 80 % de batería en menos de 30 minutos. Además, mantiene acuerdos con marcas para estandarizar conectores y protocolos de pago, facilitando el acceso universal a sus clientes.

Más allá del vehículo: gestión energética y renovables

La electrificación completa exige pensar en el vehículo como un nodo dentro de un ecosistema energético. Concesionarios y flotas corporativas pueden convertirse en microrredes inteligentes, integrando paneles solares, almacenamiento estacionario y sistemas de gestión de energía (V2G). Así, la recarga puede optimizarse en horarios de coste reducido y aprovechar excedentes renovables, reduciendo costes operativos y emisiones indirectas. Algunos proyectos piloto de V2X (vehicle-to-everything) ya están en marcha en Europa, donde flotas de autobuses eléctricos vuelven a la red parte de la energía almacenada en sus baterías durante picos de demanda.

Carga ultrarrápida en autovías españolas

Recientemente, el Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible ha aprobado un programa piloto para instalar ocho nuevas áreas de servi-

cio dotadas exclusivamente de estaciones de recarga ultrarrápida en la Red de Carreteras del Estado. Los emplazamientos seleccionados cubren las principales autovías: A-8, A-2, A-4, A-3, AP7. Estas áreas han recibido luz verde con una inversión total cercana a 50 millones € integrando exclusivamente equipos de carga ultrarrápida, zonas de restauración y servicios complementarios para conductores.

En paralelo, Iberdrola despliega una red de recarga ultrarrápida que garantizará, al menos, un punto de suministro cada 50 km a lo largo de las seis radiales (A1, A2, A3, A4, A5, A6) y los tres corredores principales (Mediterráneo, Cantábrico y Ruta de la Plata). De este modo, se pretende cubrir eficientemente todas las capitales de provincia y principales núcleos urbanos.

Implicaciones empresariales y sociales

Para las flotas corporativas, contar con una infraestructura de recarga densa y fiable se traduce en reducción de costes operativos y mejora de la huella de carbono. La colaboración público-privada en España sienta un precedente: la licitación de estos proyectos abre vías para la inversión extranjera, impulsa la crea-

ción de empleo local en construcción y mantenimiento. En el ámbito social, ampliar la red de recarga fomenta la inclusión de usuarios que carecen de infraestructura residencial, como quienes viven en edificios sin garaje propio. Asimismo, estimulará el acceso de colectivos vulnerables a vehículos de cero emisiones, gracias a planes de subvención y modelos de suscripción flexibles.

Conclusión

La electrificación del sector automovilístico es un proceso que trasciende la evolución del vehículo. Implica el despliegue de infraestructuras, la gestión inteligente de la energía y la colaboración estrecha entre fabricantes, operadores energéticos y administración. Con iniciativas como las estaciones ultrarrápidas en las autovías españolas y la red de Iberdrola, España avanza hacia un modelo de movilidad sostenible que, a su vez, responde a los valores de innovación y compromiso social de las marcas.

A medida que cumplimos 30 años de historia en Euromóvil y Eboracar, reafirmamos nuestro compromiso de impulsar este cambio de paradigma y acompañar a empresas y usuarios en la transición eléctrica, más allá del vehículo.



Tu vehículo nuevo o matriculado **con** **etiqueta medioambiental**



SKODA



Vehículos
Comerciales



SEAT



CUPRA

**Das
Welt
Auto.**

Av. Fco. Aguirre 422 - 424, Talavera de la Reina
Ventas: Euromovil 925 82 71 24 / Eboracar 925 82 62 68
www.eboracar.com / www.euromovitalavera.com



**HERRAMIENTAS · MAQUINARIA · TORNILLERÍA
CERRAJERÍA · PROTECCIÓN LABORAL**

TU FERRETERÍA DE SIEMPRE



COBERTURA EN 6 PROVINCIAS



90.000 PRODUCTOS EN STOCK



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**