

Futurart

CLAVES EMPRESARIALES Y SOLIDARIAS



DATA CONTROL SIEMPRE AL LADO DE LAS EMPRESAS



TIENE LA PALABRA
ALFREDO VÁZQUEZ



DE CERCA
**MECPROJECT
INGENIERÍA**



EMPRESARIA
**ELENA LAPOLE
FÁBRICA DE EMPRESAS**



EN VALOR
**DERAZA
IBÉRICO**



DE UN VISTAZO
**MARTA COGOLLOS
CORTE INGLÉS**

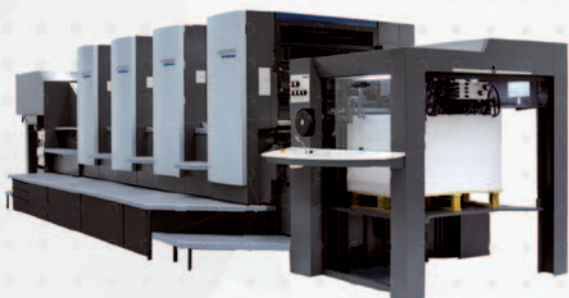
TECNIGRAF[®]

soluciones gráficas

Tecnigraf **tedamás**

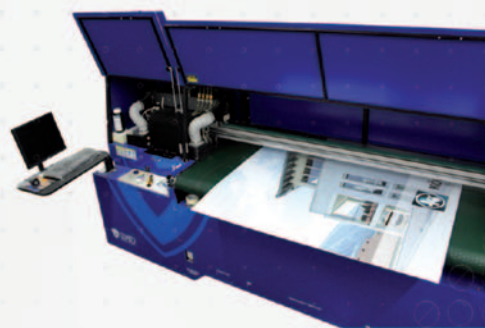
IMPRESIÓN OFFSET

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

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

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

[4] LO HACEMOS POSIBLE
ATAEM

[6] TIENE LA PALABRA
ALFREDO VÁZQUEZ

[9] DE LEY
ENCLAVE ABOGADOS

[10] A FONDO
DATACONTROL

[14] DE CERCA
MECPROJECT INGENIERÍA

[16] EMPRESARIA
ELENA LAPOLE

[18] PUBLICIDAD CON CIRITIONE
TOMÁS ARRIERO

[19] ENTRE LÍNEAS

[20] EN VALOR
DERAZA IBÉRICO

[22] DE UN VISTAZO
MARTA COGOLLOS

[24] INICIATIVAS
DURÁN SAFETY

[26] DEPORTES
IGROSO

[28] CULTURA
CÉSAR PACHECO / COLECTIVO ARRABAL

[30] MARKETING ONLINE
ABRAHAM AMOR

[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

PARÁLISIS POR EL ANÁLISIS



JOSÉ LUIS BODAS

A quién no le ha ocurrido que repetidamente se posponen tareas y decisiones sin más argumento que recopilar cuanta más información mejor, más clientes, más datos, más ventas, más, más y más, justificándolo con el argumento de que cuanta más información, más acertada será la decisión, sin duda, así sería si no entramos en una situación de bloqueo mental. En estos casos podemos considerar que más es menos, ya que se deja de actuar en situaciones en que tenemos que tomar decisiones importantes y que por un exceso de información posponemos una y otra vez. El exceso de análisis complica la toma de decisión puntual por el esfuerzo cognitivo que se precisa y nos bloquea mentalmente, es lo que se entiende por parálisis por el análisis.

Les recuerdo que en estos casos viene bien recurrir a la conocida Ley de Pareto, también llamado el principio 80/20, un concepto que afirma que aproximadamente el 80% de los resultados proviene del 20% de las causas. Esta regla se está aplicando en diversas áreas de las empresas y ha demostrado ser un recurso valioso para apoyarnos en la toma de decisiones y comprender la distribución de los recursos y el impacto de las actividades en los resultados.

Les dejo algunas de las aplicaciones más importantes dentro del contexto empresarial, donde este principio nos

ayuda a optimizar la eficiencia y maximizar los beneficios.

Aproximadamente el 80% de los ingresos de una empresa proviene del 20% de sus clientes más rentables. Por lo tanto, es fundamental identificar a estos clientes clave y enfocar los esfuerzos de marketing y atención al cliente en ellos.

A la hora de identificar nuestros productos o servicios estrella, en muchos casos, el 80% de los ingresos se generará a partir del 20% de los productos o servicios más vendidos. Al conocer esta distribución, las empresas pueden concentrar sus esfuerzos de producción, marketing y distribución en esos productos o servicios más rentables.

Y es especialmente relevante para la gestión de nuestro tiempo. El 80% de los resultados se pueden lograr en el 20% del tiempo disponible. Esto implica identificar las tareas críticas y urgentes que tienen un impacto significativo en los objetivos y enfocarse en ellas.

Y por último recomiendo tenerlo muy presente en nuestro día a día para el control de nuestra energía, ya que el 80% de los problemas o defectos provienen del 20% de las causas. Al analizar y abordar esas causas principales, a nivel personal, de entrada vamos a estar más felices y en el ámbito empresarial podemos mejorar significativamente la calidad de nuestros productos y servicios, y así aumentar la satisfacción del cliente. ■

¿QUÉ ES LA FISIOTERAPIA?



Se define como el conjunto de métodos, actuaciones y técnicas que, mediante la aplicación de medios físicos, curan, previenen, recuperan y adaptan a las personas afectadas de disfunciones somáticas o a las que se desea mantener en un nivel adecuado de salud.

En ATAEM la definición de fisioterapia varía, ya que, nuestra misión no es eliminar la lesión, sino trabajar en las secuelas físicas provocadas por la enfermedad o daño del sistema nervioso central o periférico, como por ejemplo, alteraciones en la marcha, pérdida de fuerza, de equilibrio; por ello, trabajamos para dar el mayor nivel de independencia a la persona afectada y así mejorar su calidad de vida.

Para ello, contamos con dos fisioterapeutas que trabajan en la sede y otros dos fisioterapeutas que trabajan en los domicilios; atendemos, además de pacientes con esclerosis múltiple, a pacientes con ELA, ataxia, ACV, lesiones medulares y distrofias musculares como Duchenne.

¿En qué consiste la valoración inicial?

En primer lugar, se hace una valoración inicial que se compone de:

- Anamnesis, que consiste en una entrevista donde se recogen los

datos personales, cómo y cuándo apareció la enfermedad, tratamiento farmacológico, etc.

- Evaluación de la fuerza muscular y del rango articular.

Evaluación de la marcha y el equilibrio.

- Exploración sensitiva.

- Evaluación del grado de espasticidad, en caso de que exista.

- Cada seis meses se realiza una valoración de seguimiento; pero en el caso de los pacientes con esclerosis múltiple que cursan con brotes, si sufren un brote, se hace una valoración tras dicho brote.

¿Cuáles son los objetivos del tratamiento?

El objetivo principal es mantener la capacidad funcional del paciente el mayor tiempo posible, y conseguir un nivel óptimo de calidad de vida en la medida que sea posible.

Los objetivos son:

- Mantener la amplitud articular completa de todas las articulaciones para evitar la rigidez y espasticidad.

- Mantener y mejorar la fuerza muscular.

- Mantener y mejorar la coordinación y el equilibrio.

- Aumentar la resistencia a la fatiga.

- Mejorar las capacidades respiratorias.



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)



- Reeducar y mantener los mecanismos posturales normales.
- Mantener la deambulación.
- Reducir y mejorar las alteraciones a nivel sensitivo.

¿De qué se compone el tratamiento?

La sesión es individualizada, es decir adaptada a cada paciente, algo muy importante ya que cada paciente tiene una sintomatología variada y diferente a la que hay que tratar de forma personalizada.

También es importante tener en cuenta, a la hora de planificar la sesión, uno de los síntomas más frecuentes e incapacitantes que es la fatiga. El profesional tiene que saber cuándo realizar pausas, y el paciente saber identificar su fatiga.

Las diferentes técnicas de tratamiento que se emplean son:

- Cinesiterapia (movilizaciones pasivas, activo asistidas, activo resistidas)
- Estiramientos

- FNP (Facilitación Neuromuscular Propioceptiva)
 - Masoterapia
 - Drenaje linfático manual
 - Bobath
 - Ejercicios para mejorar las alteraciones sensitivas a través de diferentes texturas, temperaturas
 - Ejercicios de coordinación
 - Ejercicios para trabajar el equilibrio tanto estático como dinámico
 - Trabajo de la marcha en paralelas y marcha con ayudas técnicas
 - Termoterapia (calor) y crioterapia (frío),
 - Fisioterapia respiratoria
 - Electroterapia: TENS (corrientes analgésicas), corrientes excitomotoras
- Aparte del tratamiento que reciben en ATAEM, les aconsejamos que practiquen ejercicio físico suave de manera habitual, como por ejemplo salir a caminar, hidroterapia (piscina), método Pilates, ya que diferentes estudios han demostrado importantes beneficios del ejercicio en enfermedades neurodegenerativas. ■

ALFREDO VÁZQUEZ, PRESIDENTE DE FEPEMTA:

“El buen hacer el empresario talaverano es uno de sus grandes valores”

La Federación de Empresarios de Talavera (Fepemta) lleva en activo más de tres décadas con el único objetivo de velar por los intereses del tejido empresarial de Talavera y su comarca. Un tiempo en el que la forma de trabajar, de emprender y de poner en marcha proyectos ha evolucionado a la vez que ha ido haciéndolo el resto del mundo.

Alfredo Vázquez es el Presidente de FEPEMTA desde hace poco más de un año. Él es la cabeza visible y la voz de todos aquellos empresarios que se unen a la federación para luchar juntos por sus intereses y mejorar la situación de todos. Hemos hablado con Alfredo sobre qué inquieta a los empresarios talaveranos, cuál es su situación y qué expectativas de futuro tienen a corto-medio plazo todas las empresas de nuestra zona. Un retrato fiel de la realidad empresarial de Talavera, de la mano de una de las personas que más conoce a quienes cada día suben la persiana de sus negocios.

FEPEMTA tiene una amplia trayectoria y es conocida por casi todos pero... Para aquellos que no la conozcan o que no sepan exactamente cuál es su cometido. ¿Puedes contarnos qué es FEPEMTA?

Somos una federación de empresarios de Talavera y su comarca, que lucha por los intereses de todas las empresas. Actuamos como asesoría y gestoría, pero tanto la directiva como el personal se dedican a atraer inversión para poder conseguir los objetivos de la federación.

Las empresas que forman parte de FEPEMTA tienen a su alcance diferentes herramientas de gestión y además están al día de todas las modificaciones de leyes y permisos que afecten al desarrollo de su actividad.



Los jóvenes se están olvidando de los oficios.

Trabajamos juntos y por el bien común.

Lo que les garantiza la seguridad de estar haciendo las cosas bien. Trabajamos juntos y por el bien común. El que entre en FEPEMTA buscando un interés personal no lo va a encontrar... Lo que sí encontrará es el beneficio común de todas las empresas que componen la federación, que es por lo que realmente trabajamos y la razón por la que seguimos adelante. En estos treinta años hemos conseguido grandes cosas para el tejido empresarial de talavera y hemos resuelto las consultas de aquellos empresarios que necesitaban acompañamiento u orientación en alguna de las fases de su trayectoria empresarial. Además formamos parte de movimientos talaveranos como la Mesa por la Recuperación de Talavera y Comarcas, de la que somos parte importante y sede para sus reuniones, somos miembros de la Plataforma en Defensa del Tajo y estamos colaborando notablemente en la promoción turística y patrimonial de la ciudad. También somos interlocutores directos con la administración.

En nuestra zona existen empresas que se dedican a diferentes sectores. ¿Hay alguno que predomine más que otro dentro de los socios de Fepemta?

El sector industrial y el de la construcción son los que más predominan; cerrajeros, fontaneros, albañiles... También es verdad que es uno de los que más predomina en Talavera de forma general, lo sé de primera mano porque me dedico a este sector. Lo que también me hace ser consciente de que donde más trabajo están encontrando este tipo de empresas es en Madrid y alrededores.

¿Hay algún sector que se resista a entrar en Fepemta?

Nos encantaría poder contar con el

sector agroalimentario de nuestra comarca al completo. Es cierto que algún ganadero de forma independiente sí que está asociado, pero sería bueno contar con el conjunto, por ejemplo, a través de las cooperativas de la zona. Además, estamos trabajando en iniciativas que beneficiarían a todos, por lo que sería muy interesante poder ir de la mano.

El tejido empresarial de Talavera es muy amplio y hay distintas empresas que no se acercan hasta Fepemta. ¿Qué mensaje les enviarías?

Nuestra filosofía es la de ayudarnos entre nosotros, creemos firmemente que la unión hace la fuerza. Y es que no es lo mismo negociar en cualquier ámbito en solitario que contar con cientos de empresas que trabajan por conseguir lo mismo. Al final se consigue mucho más unidos. Y no solo hablo a nivel político, hablo también a nivel privado, de precios... ¡Es siempre mejor negociar juntos!

Llevas año y medio como Presidente de Fepemta. ¿Cómo han sido estos meses? ¿En qué proyectos estás enfocado?

Han sido meses muy intensos, de cambios y de trabajar mucho para conseguir llevar a cabo nuestros proyectos. Acabamos de celebrar la iniciativa «De par en par» un proyecto que hemos llevado a cabo junto a la Vicaría para la vida Consagrada en el que los cinco conventos de la ciudad han abierto sus puertas en una experiencia piloto. Además, con motivo de este evento se ha iniciado también la jornada de la tapa conventual donde han podido participar numerosos hosteleros talaveranos, iniciativa que nos gustaría hacer extensiva a todos ellos. Incluso Carlos Maldonado y Pablo Adeva han diseñado un menú especial para la ocasión servido en el Claustro de Santa Catalina. Con la puesta en marcha de este tipo de eventos lo que pretendemos es, por una parte que se conviertan en tradición. Y, por la otra, atraer ese capital de fuera para que se quede aquí y que Talavera poco a poco se vaya recuperando.

Debemos actualizar nuestros negocios para que sigan funcionando



Tú mejor que nadie conoces la situación de las empresas de nuestra ciudad. Tienes la posibilidad de tomarles el pulso cada día. ¿Cuál es su situación?

La gran problemática de los empresarios es que no encuentran trabajadores cualificados en materias específicas. En el sector industrial, por ejemplo, hace falta personal de mantenimiento, albañiles... Los jóvenes se están olvidando de estos oficios. Y nuestro problema como empresarios es que no podemos ofrecerles remuneraciones del todo atractivas debido a los costes laborales.

Hablemos del futuro... ¿Lo hay para los proyectos empresariales?

En el sector de la construcción no creo que haya problema en nuestra zona. Es uno de los que mejor está funcionando. Además, se trata de un sector en el que la digitalización y la robotización están aún lejos de irrumpir. Se trata de trabajos que no puede hacer una máquina.

¿Son las empresas la solución a esa falta de empleo que siempre ha acusado Talavera? ¿Tienen las empresas capacidad de crear empleos?

Las empresas de Talavera tienen la capacidad y quieren crear esos pue-

tos de calidad, pero desafortunadamente en muchas ocasiones la legislación se lo impide. Debemos tener en cuenta que el coste de mantener en plantilla a un trabajador es muy elevado. Las empresas deben facturar grandes cantidades para poder pagar a cada uno de ellos y además conseguir beneficios, si se redujese el coste laboral todo sería más sencillo y beneficioso para empresarios y trabajadores.

¿Esta dificultad y presión fiscal de la que hablas es igual en nuestra ciudad o en nuestra comunidad autónoma que en otras provincias?

Es más o menos la misma en todo el territorio nacional, pero es verdad que en ciudades más grandes como Madrid se concentra una mayor actividad y por lo tanto hay más trabajo para todos. Lo que hace que las empresas puedan llegar más fácilmente a esas sumas de las que hablábamos antes para mantener a sus trabajadores. Lo cierto es que no estamos lejos de Madrid y si somos capaces de crear conexiones con la capital podríamos crecer de forma exponencial.

El primer paso que hay que dar para poner en marcha una empresa es emprender. ¿Qué consejo les darías a esos futuros empresarios?

La clave es tener ilusión y ganas de hacer lo que uno hace. Pero nada de esto sirve sin trabajo. Mi consejo es que se fijen en los mejores, a día de hoy casi todo está inventado y si queremos dedicarnos a algo una buena opción es observar como lo hacen los demás e intentar mejorarlo. Esto solo se consigue con trabajo y más trabajo.

¿Qué objetivos comunes tienen los empresarios asociados a FEPEM-TA?

Nos gustaría que se mejorasen las infraestructuras, tanto aquellas que permiten el transporte de mercancías como el de personas. La mejora de las carreteras, un tren de alta velocidad o el famoso puerto seco del que llevamos tiempo escuchando hablar, recortaría bastante los costes

además de disminuir los tiempos. En definitiva somos redactores y firmantes del Pacto por la Recuperación de Talavera y Comarca y es en ese pacto donde se encuentran gran parte de las soluciones a nuestros problemas.

Como federación tenéis trato directo con las instituciones. ¿Os sentís escuchados?

La verdad es que siempre que hemos contactado con el Ayuntamiento o hemos ido a visitarles hemos sido muy bien recibidos. Pero también es cierto que, por diferentes motivos, ninguno de los proyectos que les hemos presentado hasta ahora les ha encajado, incluso aquellos que financiábamos nosotros mismos. En otros ayuntamientos como el de Cazalegas sí que hemos podido llevar a cabo algunos proyectos.

En general las relaciones las instituciones son buenas pero costosas. El año pasado estuvimos a punto de lanzar junto al Ayuntamiento de Talavera un mercado de Navidad que pudiera atraer a gente de fuera, pero al final no se consiguió por tiempos, organización... ¡El año que viene volveremos a intentarlo!

Tú que conoces bien las empresas de la zona. ¿Cuáles crees que son sus puntos débiles?

En cuanto al comercio tenemos como problemas graves el relevo generacional y la falta de rentabilidad. Los hijos no continúan con el negocio de sus padres y éstos al jubilarse se ven obligados a cerrar. Es por eso que los comercios de toda la vida que conocíamos en Talavera están desapareciendo. La cerámica resiste un poco más por el empuje que le da ser emblema de nuestra ciudad, su declaración por la UNESCO y cierto cariño que recibe desde las instituciones, pero sigue con el problema del recambio generacional y la forma de canalizar el producto al gran público. La digitalización y los centros comerciales han hecho mucho daño al comercio de nuestra zona, pero también es inevitable que los hábitos de consumo cambien. Por eso, los co-



FEPEMTA busca y trabaja por el beneficio conjunto

mercios deben actualizarse e posicionarse en internet para poder llegar más fácil y directamente a su público, además de trabajar en adecuar y embellecer nuestras zonas comerciales para hacerlas más apetecibles para pasear y consumir.

¿Y cuáles son los puntos fuertes de las empresas talaveranas?

Sin ninguna duda su profesionalidad. Hay muchas empresas que lo hacen realmente bien, que se mantienen al día, formadas y actualizadas para poder ofrecer lo mejor a sus clientes. El buen hacer el empresario talaverano es uno de sus grandes valores.

¿Qué te decidió a aceptar el cargo de Presidente de FEPEMTA?

La federación llevaba más de 30 años en activo y llegó el momento de buscar un nuevo presidente, me propusieron para el puesto y en un principio tuve cierto reparo. Pero después no tuve ninguna duda, porque yo además estaba en la junta directiva anteriormente y sabía lo necesaria que es la federación para las empresas de la zona. He conseguido reunir a un grupo joven con ganas de mejorar la situación del tejido empresarial de Talavera y con mucha ilusión. Y por eso estamos trabajando, para lu-

char por los intereses de todos los empresarios de la zona que al final también son los nuestros. Es un trabajo duro en el que recibimos muchas felicitaciones pero a través del cual también nos llegan algunas críticas. Pero es cierto que siempre va a haber alguien que no esté de acuerdo con lo que haces. Nosotros intentamos hacerlo lo mejor posible y avanzar en la buena dirección algo que, creo, estamos consiguiendo.

¿Qué objetivos se plantea FEPEMTA?

El objetivo principal es aumentar en número de asociados, sin financiación no podemos hacer grandes cosas... Nos cuesta atraer al empresario ya que muchas veces la mentalidad, comprensible por otra parte, es la de buscar el beneficio y reducir costes. Pero hay que entender que FEPEMTA busca y trabaja por el beneficio conjunto y eso se consigue con un trabajo continuo tanto por parte de la federación, de los empresarios de manera individual y, ¿por qué no decirlo? También de las instituciones. Si conseguimos entre todos emular federaciones empresariales como la valenciana, tendríamos una herramienta de cambio fundamental, ellos han sido los principales impulsores del Corredor Mediterráneo por poner un ejemplo. Si nosotros tuviéramos más músculo, hay cosas fundamentales como el soterramiento y otras cuestiones que no se pondrían en discusión, ya que contarían con el apoyo cohesionado de un tejido empresarial fuerte, volcado en su ciudad y comarcas.

¿Hay algo que quieras decir a los empresarios de Talavera?

Me gustaría pedirles que sigan confiando en nosotros, que se acerquen y nos conozcan. Que vean de cerca el trabajo que hacemos y comprueben por ellos mismo cómo vamos en la dirección correcta. Nuestra filosofía es la de ayudarnos entre todos, ir todos a una y nunca sentir como competencia a las empresa vecinas, sino como compañeros. Solo así conseguiremos todo lo que nos proponemos. ■



¿EXISTE EL TESTAMENTO DIGITAL?



Las modas son pasajeras. Es una cuestión intrínseca en ellas. Y de las modas no se escapa ni la realidad jurídica.

Últimamente se habla del **"TESTAMENTO DIGITAL"** como si tuviera existencia y virtualidad propia, pretendiendo integrarlo en el abanico que el Código Civil mantiene desde su promulgación allá por el siglo XIX. Pero no, **no es un Testamento nuevo**, sino que las "Disposiciones Testamentarias en materia de patrimonio digital" deben referirse a esa parte de bienes y derechos hereditarios (siquiera intangibles, algunos de ellos) que podemos transmitir a nuestro fallecimiento y que, entendemos, se hacen necesarias incluir en nuestro Testamento para evitar posteriores problemas.

Todos tenemos hoy cuentas de correo, suscripciones online, cuentas bancarias y fondos financieros (criptomonedas), cuentas de servicios y contraseñas, así como videos, fotografías y documentos en la nube; y qué decir de los discos duros externos, o de los PC's, blogs, portales y páginas web, redes sociales, ...

Pues bien, como Abogado

aconsejo que cuando comparemos a la Notaría a otorgar Testamento (el "Testamento Notarial" es el más común de todos) no olvidemos nombrar a una persona a la que autoricemos a: 1) gestionar todos nuestros archivos y, 2) para que disponga de todos nuestros datos digitales, sea para conservarlos, eliminarlos, o entregarlos o traspasarlos a un heredero.

Nosotros estamos especializados en redactar este tipo de **Disposiciones Testamentarias Digitales e incluirlas en los Testamentos** que confeccionamos para, posteriormente, en sede notarial, se produzca el Otorgamiento de las Últimas Voluntades de cualquier persona: El Testamento.

De esta manera conseguimos que el "Patrimonio Digital" sea defendido por la persona que se nombre en el Testamento, lo que va a facilitar que esta persona pueda dirigirse a los prestadores de servicios de la sociedad de la información al objeto de acceder a dichos contenidos e impartirles las instrucciones convenientes sobre -como decimos- su uti-

lización, destino o supresión. La primera vez que se ha hablado del denominado "Testamento Digital" ha sido en el artículo 96 de la **Ley de Protección de Datos y Garantía de Derechos Digitales** (Ley Orgánica 3/2018, de 05 de diciembre). En esta Ley lo que viene a preverse es qué va a suceder con la información de carácter digital del Testador.

También es muy relevante indicar que el Testador puede prohibir que determinadas personas accedan a los "contenidos digitales del Causante". No es cuestión baladí que determinemos en nuestras Últimas Disposiciones Testamentarias qué persona/s no accederá/n a nuestras cuentas de correo electrónico o a nuestras fotografías o videos que podemos tener guardados "en la nube".

Otro día os hablaré del "Derecho al Olvido en búsquedas de Internet" y del "Derecho al Olvido en servicios de redes sociales y servicios equivalentes", que se regulan en los artículos 93 y 94 de la Ley de Protección de Datos y Garantía de Derechos Digitales (LO 3/2018). ■



especialistas en higiene industrial

Productos químicos para la hostelería e industrias.

Artículos de limpieza en general.

Celulosas y artículos desechables de un solo uso.

Sistemas de ambientación.

Limpieza y desinfección con equipos de espuma.



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

Tel.: 925 81 90 31

DATACONTROL

SIEMPRE AL LADO DE LAS EMPRESAS

Tan importante es conocer a las nuevas empresas y los proyectos que van viendo la luz en Talavera, como seguir de cerca la evolución y trayectoria de aquellas empresas que llevan desarrollando su actividad durante años. Por eso, en esta ocasión, hemos querido acercarnos hasta Datacontrol. Una empresa fundada en el año 1981 que lleva a cabo la actividad de asesoría y el servicio integral de todo tipo de empresas en los ámbitos fiscal, contable, tributario, laboral, mercantil y jurídico-procesal.

Datacontrol es una de las empresas más longevas de nuestra ciudad, un ejemplo de buen hacer a lo largo de los años que, cuatro décadas después de que abrieran sus puertas, les ha llevado a seguir activos y cosechando éxitos a día de hoy. En la actualidad un equipo de 32 profesionales compone su plantilla, todos ellos expertos dispuestos a dar lo mejor de sí mismos, tanto a todos aquellos clientes de Talavera que solicitan sus servicios como a los que llegan desde otros lugares atraídos por la buena reputación de esta asesoría.

Los más de 40 años de experiencia de Datacontrol trabajando junto a las empresas y autónomos de nuestra zona, les permiten conocer a fondo su situación y poder hacer un retrato de cuál es el panorama en el que el tejido empresarial de Talavera desarrolla su actividad. Hemos hablado con Ángel Mariano García Loarte y José García Barroso, dos de los cuatro socios que regentan Datacontrol, sobre la situación actual de las empresas de nuestra zona, las posibles mejoras que podrían aplicarse para impulsarlas un poco más y, cómo no, la forma en la que Datacontrol puede ayudarlas.



Los empresarios talaveranos tienen un alma de trabajador incansable que les impulsa a seguir adelante a pesar de encontrarse con más o menos dificultades en el camino.

¿EL ESCENARIO PERFECTO?

El primer tema que tratamos con los expertos de Datacontrol es el análisis de la situación de las empresas y cómo viven sus clientes los cambios a los que tienen que adaptarse de manera casi diaria. Ambos coinciden en que la presión fiscal, los cambios en la cuota de autónomos o las últimas novedades en cuanto a la reforma laboral, son aspectos que afectan de forma directa a las empresas, no solo de nuestra zona, sino de todo el país. Empresas que tienen que ir modificando su forma de trabajar, de desarrollar su actividad y de contratar a medida que cambia la legislación. Una legislación y unas modificaciones de las que los pro-

fesionales de Datacontrol están siempre pendientes y al día con el objetivo de orientar y asesorar a todos sus clientes para conseguir que este tipo de modificaciones puedan afectarles lo menos posible y que, por supuesto, puedan acatarlas todas para continuar con su actividad de una forma totalmente acuerdo a la ley.

Los profesionales de Datacontrol coinciden en que hay temas como la presión fiscal que afectan a las empresas de forma directa a la hora de seguir adelante o de hacer crecer su negocio. Pero también saben que los empresarios talaveranos tienen un alma de trabajador incansable que les impulsa a seguir adelante a pesar de encontrarse

con más o menos dificultades en el camino.

LA EVOLUCIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL

Teniendo delante a dos profesionales con más de 40 años en el sector y que llevan acompañando a las empresas todo este tiempo, no podemos resistirnos a preguntarles sobre cuál ha sido la evolución de las empresas desde que iniciaron su andadura como consultores con Datacontrol en 1981 hasta nuestros días. Pues bien, aunque ambos coinciden en que hemos avanzado en muchos aspectos a nivel social, cultural y empresarial... Sí que reconocen que, en el caso de su trabajo, y por ende en lo que también

afecta a sus clientes, la administración de Talavera ha ido perdiendo personal y notoriedad en favor de Toledo. Lo que a ellos les supone una ralentización en su trabajo debido a que cualquier incidencia, entrega de documentación, etc. Que tengan que llevar a cabo, deben hacerla en la capital. Algo que sin duda supone que los trámites lleven algo más de retraso y, por lo tanto, los resultados, resoluciones o respuestas que demandan los clientes se demoren en el tiempo. Además, bajo su experiencia, ahora que estamos en plena campaña del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, nos cuentan que años atrás los trámites y las normas eran mucho más sencillas, por lo que cada persona o empresario entendía mucho mejor el proceso al que se estaba sometiendo. En la actualidad hay muchos más requerimientos que son prácticamente imposibles de controlar por los ciudadanos, lo que hace que necesiten cada vez con más frecuencia la orientación de profesionales como los de Datacontrol, por muy sencilla que pueda parecer cualquier operación de este tipo.

Por otro lado, nos comentan que es muy importante resaltar que la inseguridad jurídica motivada por una legislación que se lleva a cabo con excesiva urgencia y de cambios constantes, supone en las empresas un miedo a iniciar determinadas inversiones que con una mayor estabilidad normativa, sin duda se hubieran llevado a cabo. Esa inseguridad genera un pánico inversor negativo de cara al fomento empresarial local, nacional e internacional. Según Datacontrol, sería muy importante generar una segu-



Es muy importante generar una seguridad jurídica que garantice el normal funcionamiento económico sin riesgos normativos de carácter tributario o mercantil.

ridad jurídica que garantice el normal funcionamiento económico sin riesgos normativos de carácter tributario o mercantil.

EN CONSTANTE FORMACIÓN

Siempre es importante mantenernos actualizados en nuestro trabajo, nos dediquemos a lo que nos dediquemos. Pero lo cierto es que en el caso de los profesionales de

Datacontrol, el estudiar cada día es casi una obligación. Y es que, como comentábamos, la normativa cambia de forma frecuente y además es diferente para cada comunidad autónoma. Algo que en Datacontrol también deben tener muy en cuenta ya que no solo trabajan en Talavera, sino que además lo hacen en lugares como Cáceres, Madrid o Barcelona.

LA IMPORTANCIA DE LA DIGITALIZACIÓN

La digitalización es un término que, de un tiempo a esta parte, está encima de la mesa de todas las empresas. Por eso, hemos querido también conocer la opinión sobre ella tanto de Ángel Mariano y José como de sus clientes, quienes acuden también a ellos para que les aconsejen sobre temas relacionados con la digitalización y cómo abordarla.

“Está claro que para algunas empresas es fundamental. Nosotros, sin ir más lejos, hemos tratado de digitalizar nuestros métodos de trabajo y nos ha facilitado muchas labores” cuentan nuestros protagonistas. “Pero es cierto que algunas empresas están entrando en el mundo de la digitalización un poco a ciegas” continúan.

Y es que, según los expertos de Datacontrol, la digitalización de una empresa se debe hacer sabiendo para qué y qué beneficios aportará. Ellos recomiendan no dejarse llevar por las ofertas y las facilidades que algunas instituciones o empresas del sector les ofrecen y asegurarse de que los softwares que lleguen a instalar en su empresa, tengan de verdad una utilidad y les ayuden a mejorar su forma de trabajo.

Del mismo modo que tienen claro que la digitalización es necesaria, nuestros interlocutores también saben que hay muchos otros sectores a los que no podrá llegar de forma integral, como puede ser el sector primario. Ya que hay ciertos trabajos y actividades que solo pueden desempeñar las personas. Y eso también es algo a tener en cuenta y que nos ayuda a aportar valor a este tipo de oficios.

El mejor escaparaté para tu empresa

Contrata tu publicidad con nosotros

Otra forma de ser solidario

FUNDACION
Futurart

PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

www.fundacionfuturart.es

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



FUNDACIÓN FUTURART

LOS PROFESIONALES NECESARIOS

Precisamente de estos trabajos que deben seguir siendo presenciales, también hablamos con ellos como conocedores de todo el tejido empresarial de Talavera. Y aprovechamos para preguntarles si se están perdiendo realmente estos oficios. Ángel Mariano y José no es que crean que están desapareciendo exactamente, pero sí que están evolucionando. Ya que para dedicarse al sector primario en la actualidad, es necesaria una gran cantidad de conocimientos, por lo que lo ideal sería que las universidades y centros educativos apoyasen este tipo de formación, dando valor así a estas profesiones tan tradicionales como necesarias en nuestros días.

LA SITUACIÓN DE LOS AUTÓNOMOS Y LA EMPRENDEDURÍA

Los autónomos son un porcentaje bastante importante de la clientela de Datacontrol. Por eso, conocen muy bien su situación y cuáles son sus problemas. En Datacontrol creen que sigue habiendo emprendedores con gran vocación y con proyectos de lo más interesantes para salir adelante. Pero, bajo su punto de vista, también creen que en ocasiones el hecho de emprender o de "ser tu propio jefe" está demasiado idealizado y parece que todo el mundo pueda abrir su propia empresa con mucha más facilidad de lo que se corresponde con la realidad.

Es cierto que las ayudas y subvenciones pueden ayudar a aquellos emprendedores que desean poner en marcha su proyecto. Pero, desde Datacontrol aconsejan a todos aquellos que estén pensando en emprender, que estudien muy bien el negocio que quieren abrir y que se informen de todos los trámites que hay que llevar a cabo, así como todas las obligaciones fiscales con las que tiene que cumplir un autónomo y más adelante una pequeña empresa. Estar bien informado y asesorado es la mejor garantía para que una empresa pueda despegar.



La digitalización de una empresa se debe hacer sabiendo para qué y qué beneficios aportará.

UN ASESORAMIENTO PERSONALIZADO

En Datacontrol saben que no solo los autónomos y futuros emprendedores necesitan orientación. Por eso, ofrecen una gran variedad de servicios para cubrir las necesidades de empresas y particulares. Economistas, auditores, abogados... Un gran equipo de profesionales está a disposición de todos los que puedan necesitarles en las oficinas de Datacontrol, para ofrecerles servicios personalizados y que permitan a cada cliente tener la tranquilidad de que todos sus asuntos y trámites están en buenas

manos. Algo que sin duda aporta un gran sosiego a todas aquellas personas que buscan garantías de que las cosas se están haciendo bien.

La empatía es otro de los puntos fuertes del equipo de Datacontrol además, de la preocupación constante por entender las necesidades de sus clientes y de seguir un estricto cumplimiento de las normas deontológicas. Características que les han permitido crear una cartera de clientes estable y satisfecha, compuesta por instituciones, profesionales y empresas de diferentes sectores y tamaños. Quienes

depositan cada día su confianza en Datacontrol, aportando valor a su trabajo, lo que les impulsa a seguir adelante.

AL PIE DEL CAÑÓN

Datacontrol es el ejemplo de que 40 años de trayectoria dan para mucho pero, sobre todo, de que puede seguirse manteniendo la ilusión tras más de cuatro décadas de actividad. Ángel Mariano y José nos cuentan cómo sus objetivos siguen siendo los mismos que cuando comenzaron: la satisfacción del cliente. Algo que consiguen mediante su trabajo ayudando a las



personas que tienen una actividad económica, aportándoles seguridad jurídica y protegiéndoles de todos los problemas que puedan ir surgiendo a lo largo del desarrollo de su actividad. Siempre de forma eficiente y dentro de la ley, ajustándose a los costes fiscales y a las normativas. En definitiva, en Datacontrol trabajan cada día para hacer eficiente el funcionamiento económico de las empresas y ayudarlas a continuar.

Una meta que les impulsó a poner en marcha Datacontrol allá por el año 1981 y que hoy en día siguen alcanzando con cada uno de los clientes que cruza las puertas de su despacho.

EL FUTURO DE TALAVERA

Pero si algo tienen claro los expertos de Datacontrol, es que hay futuro y esperanza para las empresas de Talavera y su comarca. Históricamente los empresarios de nuestra zona han demostrado que, pese a las dificultades, son capaces de

Estar bien informado y asesorado es la mejor garantía para que una empresa pueda despegar.

luchar y de seguir adelante y continúan haciéndolo. Están buscando los huecos que existen en el mercado para ocuparlos. Además, según comentan Ángel Mariano y José, no podemos olvidar la reactivación que poco a poco se va viviendo en el sector primario y el impulso que parece que llegará por parte del sector industrial y logístico a nuestra ciudad y que será una gran inyección para la economía de la zona.

Para alcanzar estas metas y muchas más que puedan ayudar a que el tejido empresarial de Talavera sea más fuerte y estable. Desde Datacontrol remarcan la importancia de que nuestra ciudad sea tenida en cuenta por la

Administración y por las instituciones como el nudo estratégico que es y que sea reforzada en materia de comunicaciones. Para conseguir así que los jóvenes talaveranos que se marchan a Madrid a trabajar, puedan desempeñar su actividad en la capital, pero sigan manteniendo su lugar de residencia en Talavera. Con el objetivo de seguir haciendo que nuestra ciudad crezca, se potencie el consumo y que el tejido empresarial se reactive del todo.

Sea como sea, lo que está claro es que en Talavera existen una gran cantidad de empresas, grandes, medianas o pequeñas, con un gran potencial y un prometedor futuro por delante. Empresas a las que

desde Datacontrol seguirán asesorando y ayudando para garantizar su seguridad y tranquilidad.

No hay nada mejor para un empresario que ponerse en manos de profesionales para tener absoluta tranquilidad, y poder dedicarse a su negocio que es en lo que de verdad debe ser experto. Del mismo modo que los profesionales de Datacontrol lo son en todo lo que tiene que ver con la asesoría y la administración de las empresas de nuestra zona.

Siempre es un placer compartir impresiones y algo de tiempo con empresas que se han convertido en todo un referente en su sector y en toda la comarca, gracias a su buen hacer, experiencia y dedicación. Y es que son pocas las empresas que llevan más de 40 años ejerciendo su actividad en nuestra ciudad, pero estamos seguros de que gracias a ellos y a la orientación que les brindan a empresas y emprendedores, dentro de algunas décadas serán muchas más. ¡Sigamos aprendiendo unos de otros! ■

Pisciebora

Con la Garantía de **polarstock**

- * Análisis
- * Accesorios
- * Tratamientos
- * Productos químicos
- * Cloradores salinos
- * Limpiafondos automáticos

AMIGOS DE TU PISCINA

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

925 894 061 / 638 13 09 20

MECPROJECT INGENIERÍA

PROYECTOS QUE SE CUMPLEN Y EMPRESAS QUE SIGUEN ADELANTE

Siempre es un placer conocer la historia de emprendedores que, pese a las dificultades del mercado y la competencia que puede haber en su sector. Confían en lo que hacen, crean un proyecto a su medida y deciden dar luz verde a poner en marcha su propia empresa y a trabajar como siempre habían soñado.

Este es el caso de Ruben Oliva de su socio Juan Pablo. Dos profesionales de la ingeniería que tras tiempo dedicados a trabajar por cuenta ajena y desarrollar proyectos en su tiempo libre. Decidieron convertir esa actividad extra en su verdadera profesión creando MecProject Ingeniería. Una empresa con alma talaverana con dos líneas de negocio muy marcadas.

Por un lado, podemos contar con MecProject para la homologación de vehículos. Y, por otro, pueden ser nuestros mayores aliados para la puesta en marcha de proyectos de instalaciones en nuestras empresas y hogares, como pueden ser los fotovoltaicos y de cualquier otra índole. MecProject ha visto la luz en octubre de 2022, pero los años de trabajo y experiencia de sus creadores la convierten en una empresa consolidada y capaz de ofrecer todas las garantías. Hemos hablado con sus fundadores sobre los servicios que ponen a disposición de sus clientes, sus proyectos de futuro y la idea de alcanzar todas sus metas.

Paso a paso

Rubén trabajaba como ingeniero en una empresa y en sus ratos libre, cómo autónomo, se dedicaba a la homologación de vehículos. Un servicio de lo más útil y necesario para concesionarios y particulares ya que al adquirir, por ejemplo, un coche de importación, es imprescindible una correcta homologación que se adapte a la legislación de nuestro país y que garantice la seguridad

para conductores y pasajeros. Además, también se encargaba de realizar proyectos de reformas de 4x4, tuning, camperizaciones de furgonetas...

Una actividad que cada vez le demandaba más tiempo, con la que disfrutaba y por la que comenzó a crear el proyecto MecProject junto a Juan Pablo. Ingeniero y compañero de estudios de Rubén. Juntos pusieron en marcha esta empresa en la que además de la homologación de vehículos, abarcan todo lo que tiene que ver con obras de instalaciones fotovoltaicas. Ellos se encargan de diseñar el proyecto y de toda la parte burocrática: permisos, legalizaciones, subvenciones. En definitiva todo lo necesario para que el proyecto cumpla todos los requisi-

tos de viabilidad. En MecProject trabajan mano a mano con los instaladores para garantizar que cada proyecto, reforma o instalación cumpla todos los permisos pertinentes, sean seguros y eficientes.

El tándem perfecto

Rubén y Juan Pablo trabajan a nivel nacional, llevando a cabo proyectos en toda España. Rubén se encarga de gestionarlos desde su oficina en Talavera de la Reina y Juan Pablo viaja revisando proyectos y haciendo las gestiones pertinentes que necesitan hacerse de forma presencial, reunirse con clientes...

El objetivo de MecProject es realizar proyectos a nivel internacional también. Pero, de momento, su intención es darse a conocer en las em-

presas de nuestra ciudad tanto para trabajar juntos como para poder conocer profesionales con los que contar para llevar a cabo futuros proyectos.

Un gran futuro por delante

Y es que las dos líneas de negocio que mantienen en MecProject están enfocadas a dos sectores que tienen un gran crecimiento y que prometen un gran futuro en los próximos años. Según nos cuentan los responsables de MecProject, el nicho de la homologación de los vehículos arrancó en los años 90 y aunque está muy explotado lo cierto es que hay mucho trabajo: concesionarios, clubes de tuning, de motos, reformas de 4x4... Además, aunque la camperización de furgonetas

En MecProject trabajan mano a mano con los instaladores





siempre ha tenido su público, es cierto que a raíz de la pandemia el interés por esta actividad y forma de vida ha crecido, lo que refuerza un poco más el futuro de la homologación de esta línea de negocio.

En lo que a energía e instalaciones fotovoltaicas se refiere, lo cierto es que el sector está experimentando un crecimiento espectacular. Por eso, en MecProject han querido diferenciarse de sus competidores ofreciendo instalaciones completas. De esta manera se convierten aliados de los instaladores al gestionar toda la legalización de la obra, peticiones de subvenciones, permisos a los ayuntamientos (esto es imprescindible ya quien lo firma debe tener una titulación superior).

Gracias a estos servicios que lleva a cabo MecProject, los instaladores pueden dedicarse a su verdadero trabajo con la tranquilidad de que el papeleo del proyecto que tienen entre manos está perfectamente ges-

Quieren trabajar con profesionales de la zona para seguir apostando por Talavera

tionado y optimizado. Algo que además repercute en el cliente ya que se despreocupa de todo gracias a la confianza que les aporta dejar el proyecto en manos de expertos. Además de estos servicios, en MecProject esperan incorporar muy pronto el diseño de otros proyectos centrados en el gas o la aerotermia. Todo para poder ofrecer un servicio integral a sus clientes y ayudarles en todo lo que puedan necesitar.

Visualizar objetivos

Desde que MecProject se pusiera en marcha, el objetivo principal de los dos socios ha sido mantener el ritmo de trabajo, hacerse un hueco en el sector y fidelizar a todos sus clientes gracias al excelente servicio que ofrecen.

Pero Rubén y Juan Pablo, por supuesto, quieren ir mucho más allá. Por eso, quieren ampliar sus servicios mediante la puesta en marcha de todo tipo de proyectos (fotovoltaicos, electricidad, calefacción, fontanería...). Su idea es convertirse en los ingenieros de referencia de diferentes instaladores para trabajar de la mano ayudándoles a dar forma a todos los proyectos de sus clientes.

Como emprendedores de raza, nuestros protagonistas no quieren quedarse solo ahí. En un futuro pretenden seguir haciendo evolucionar su empresa ofreciendo formación para otros profesionales e, incluso, creando diferentes softwares diseñados especialmente para ingenieros como ellos. ¿Quién mejor que un

ingeniero para conocer las necesidades de otro?

La aventura de emprender

Como siempre, nos interesa conocer la opinión de aquellos que se han embarcado en la aventura de la emprendeduría y saber cómo está siendo su experiencia. Los fundadores de MecProject coinciden en que para poner en marcha un negocio, lo primero de todo es estar seguros de conocer el sector y estudiar bien el mercado en el que quieren entrar con su nueva empresa. "Lo cierto es que trabajar por cuenta ajena te aporta una seguridad que no te da el emprender un negocio, al menos al principio", comenta Rubén. Pero según su propia experiencia, tiene claro que trabajar por un proyecto en el que confías y que has levantado con tu esfuerzo y tu trabajo es, sin ninguna duda, algo de lo más divertido.

Desde Talavera al resto del mundo

Rubén (talaverano de pura cepa) y su socio Juan Pablo han apostado por comenzar su negocio en nuestra ciudad porque creen en ella. Quieren quedarse en ella y crear sinergias con otras empresas de la zona para poder así retroalimentarse entre ellas y crear un ritmo de trabajo circular, que ponga en valor los buenos profesionales que se encuentran en nuestra comarca. Algo muy importante y destacable de MecProject, una empresa con un gran futuro por delante que desde su oficina en Talavera pretende llegar a lo más alto. ¡Ojala se cumplan sus deseos! ■



PRODUCTOS ZOOSANITARIOS SALUD Y NUTRICIÓN ANIMAL

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

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

ELENA LAPOLE, GERENTE DE FÁBRICA DE EMPRESAS

“El tejido empresarial de Talavera es fuerte y está lleno de posibilidades”

No hay nada más emocionante que ver cómo un proyecto que en un principio era una idea, o casi un sueño, se convierte en una empresa de éxito capaz de ayudar a su propietario evolucionar como persona y de forma profesional. Pues bien, este es el día a día de Elena Lapole, gerente de Fábrica de Empresas y protagonista de nuestra sección dedicada a las mujeres empresarias de nuestra ciudad.

Elena es además asesora empresarial por lo que ayuda a todos aquellos con un sueño profesional de emprendimiento o de autoempleo, a estudiar todas sus opciones y a elegir las que son mejores para sacarlo adelante. Una profesional amante de su trabajo y de Talavera que vive el día a día con aquellos que luchan por sacar adelante su negocio. ¿La conocemos un poco mejor?

¿Cuál es tu trayectoria profesional?

Llevo dedicándome a los emprendedores desde el 2006 en espacios públicos. De hecho, mi último trabajo antes de llegar a Fábrica de Empresas fue en el vivero de empresas de Carabanchel del Ayuntamiento de Madrid. Estar al lado de los emprendedores y de las personas que quieren sacar adelante sus proyectos ha sido siempre una parte muy importante de mi trabajo.

¿Cómo surge la idea de Fábrica de Empresas?

Yo siempre había querido volver a Talavera, creo que es una ciudad que tiene mucho potencial. Por eso, en 2017 junto a David Santillana, mi socio en Fábrica de Empresas, decidimos poner en marcha este pro-



yecto con el fin de ofrecer la oportunidad a los emprendedores y a las empresas, ubicar su proyecto en un espacio con todo lo necesario para arrancar su negocio.

Las empresas ubicadas en el centro tienen incluida en el alquiler todo los servicios: mobiliario, limpieza, conexión a internet, suministros... Algo que les facilita mucho su labor diaria. Además, no tenemos contrato de permanencia, es un alquiler mensual que se renueva cada mes. Lo que también libera de mucha presión a la hora de gestionar los gastos de la nueva empresa.

¿Es el talaverano emprendedor?

¡Sin ninguna duda! En Talavera hay muchas ganas de hacer cosas y de seguir creciendo. Fábrica de Empresas lleva seis años activa y por aquí han pasado muchos emprendedores y proyectos. Es más, me atrevería a decir que cerca de un

Talavera es una ciudad llena de posibilidades y con mucho potencial

80% han salido adelante. Emprender es duro y hay que trabajar mucho, pero también es ilusionante y una muy buena forma de generar ese autoempleo que muchos buscan. Es una salida profesional estu-
penda.

¿Cuál es el mejor momento para emprender?

¡Todos! Siempre es buen momento para poner en marcha esa idea que nos ronda por la cabeza y hacerla realidad. Es cierto que hay que trabajar mucho, estudiar todas las posibilidades y tener las cosas muy claras. Pero con trabajo, esfuerzo y un pelín de suerte pueden conseguirse grandes cosas.

Estando en nuestra sección de mujeres empresarias y en un lugar como este... No podemos no hablar de ellas. ¿Son emprendedoras las talaveranas?

Las mujeres cada vez tienen más hueco en el sector empresarial. Las encontramos sobre todo como profesionales liberadas: arquitectas, abogadas... Pero también hay otras muchas que se han decantado por el sector de la salud y la belleza. Esta rama está creciendo mucho en nuestra ciudad en los últimos años y son ellas quienes lideran esta expansión.

Nos comentabas que siempre has estado ligada al mundo de los em-



prendedores. ¿Qué te hizo tomar la decisión de especializarte para dedicarte a ellos?

La verdad es que tras tantos años trabajando con los emprendedores aún no tengo claro si el emprendedor nace o se hace. Pero estoy convencida de que hay una pequeña parte que tiene que ser intrínseca en cada persona. Y yo la tengo. Por eso me gusta acompañar a los emprendedores (como yo lo fui algún día) en su camino. Es muy bonito ver cómo nacen las ideas y cómo van convirtiéndose en negocios sólidos, solventes y rentables. Es muy gratificante ver cómo esa semilla crece y sentir también el agradecimiento de los emprendedores.

¿Qué dirías que es lo mejor de tu trabajo?

¡Lo mejor de mi trabajo es que me

encanta! Estar en constante contacto con los emprendedores y empresas que pasan por aquí es muy enriquecedor. Aprendo de ellos cada día. Crecer juntos es una de las mayores satisfacciones.

¿Qué ventajas tiene para una empresa estar ubicada en Fábrica de Empresas?

Es un espacio seguro para ellos en el que pueden desarrollar su actividad de forma tranquila y con todas las comodidades, sin presiones y dedicándose solo a su trabajo sin tener que preocuparse por nada más. Pero lo más importante es que les permite estar en contacto con otros emprendedores y crear sinergias entre ellos. Además, aunque los sectores a los que se dedican las empresas que están con nosotros son muy diferentes. Mu-

Emprender es duro pero también ilusionante y una gran salida profesional

chas veces los clientes de una de ellas se interesan también por los servicios de otra... Lo que hace que todos puedan aumentar su cartera de clientes y el consumidor también pueda encontrar diferentes servicios en un mismo espacio.

¿Cuáles son tus planes de futuro a nivel profesional?

Sin ninguna duda, seguir creciendo y apoyando los proyectos de Fábrica de Empresas a través de mi labor como asesora empresarial. Seguir aquí será el mejor indicador de que talavera sigue creciendo.

Bajo tu punto de vista ¿Cuál es la situación del tejido empresarial de Talavera y cuál es su futuro?

Creo que las empresas de Talavera están fortalecidas. Desde que empezamos en 2017 hasta ahora han ido surgiendo muchas empresas

calificadas, de tecnología, dedicadas al sector servicios... Creo que el futuro de las empresas de nuestra ciudad se situará en el sector tecnológico.

¿Qué les dirías a aquellos que piensan en emprender?

Me gustaría animar a la gente a crear su propia empresa. En España no estamos tan familiarizados con el fracaso como aprendizaje y a veces dejamos de hacer las cosas por miedo a que no salgan. Pero... ¿si no lo intentamos cómo van a salir bien? Eso sí, siempre hay que estudiar cada situación, pero con la ayuda de un asesor puede ser todo un éxito. Además, Talavera es una gran ciudad para emprender por su ubicación, número de habitantes... ¡Es el momento de hacer realidad esas ideas! ■

Es muy bonito ver cómo nacen las ideas de los emprendedores





HUMOR: UNA ESTRATEGIA PARA POTENCIAR LA PUBLICIDAD



El humor en la publicidad seduce y enamora, lo que resulta muy útil para hacer los anuncios memorables y atraer buen rollo hacia nuestra marca o productos. ¿Quién no desea estar en compañía de alguien que le haga reír? Digamos que **el humor genera una respuesta emocional** en el consumidor, y nunca hay que olvidar que en el proceso de compra interviene muchísimo más la emoción que la razón.

Las **ventajas más notables de la publicidad con humor** son:

Capta la atención: En un entorno con miles de impactos publicitarios el humor atrae la atención de los consumidores. Si te hace sonreír es más fácil que lo recuerdes.

Genera una actitud positiva y ayuda a las marcas a diferenciarse: Si nos hace sonreír será más fácil que la marca nos resulte simpática y nos atraiga, dejando de lado a otras más aburridas.

Ayuda a recordar el mensaje y la marca: Si una publicidad es di-

vertida y memorable, es más probable que los consumidores recuerden tanto el mensaje como la marca... y terminen comprando.

Reduce la tensión que genera la decisión de compra: Consigue romper la ansiedad que provoca el momento de la compra en el consumidor.

Mantiene a los consumidores pegados a la información que les lanzamos: Si el anuncio es divertido, entretenido, lo verán entero: así como todos los argumentos que queramos contarles.

El humor viraliza: Es uno de los principales impulsores de la viralidad. Si una publicidad es divertida y llama la atención del público, es más probable que se comparta. Esto puede generar una gran exposición para la marca y del producto.

Los creativos, las personas encargadas de producir estos simpáticos anuncios buscan modelos de humor actuales, cercanos a la realidad y a la cotidianeidad,

para que sean más naturales. Aunque los elementos más utilizados suelen ser recurrentes, estas son las **estrategias más utilizadas:**

Parodia: Nos ayuda a burlarnos de situaciones reales e incluso de otras publicidades. Por ejemplo, Old Spice se burla en uno de sus anuncios de los hombres que huelen a florecitas, en lugar de oler a "una colonia muy masculina".

Humor absurdo: Crea anuncios irracionales. Como muchos de M&Ms donde esas piezas de chocolate se mueven de la manera más inesperada.

Juegos de palabras: Utiliza eslóganes para crear publicidades divertidas, como volvo con sus "camiones que hablan", donde los camiones de la compañía hablan entre sí, haciendo comentarios ingeniosos y divertidos mientras viajan por la carretera.

Ironía: Trata de decir lo contrario de lo que se quiere comunicar de forma sutil y con humor. Por ejemplo, la campaña "El lenguaje

de las lágrimas" de la marca de cosméticos Dove, en la que las mujeres lloran al ver su piel demasiado hidratada y suave.

Exageración: Resalta las características de un producto o servicio de forma exagerada. Como el caso de "Red Bull te da alas" donde la marca te da tanta energía que te crecen alas.

Existen muchos **estudios que revelan que el uso del humor en la publicidad consigue mejores resultados** que otro tipo de estrategias. Entre estos, podemos destacar el estudio AdReaction de Kantar (2022) y el de Redes Sociales de Eloja en 2021 donde se revela que el humor es el elemento creativo más poderoso para generar receptividad en los anuncios. También existe un estudio realizado por la Universidad de Harvard, que indica que los anuncios que utilizan el humor pueden aumentar la intención de compra en un 52% en comparación con los anuncios que no utilizan el humor. ■

“EL TALENTO NUNCA ES SUFICIENTE”

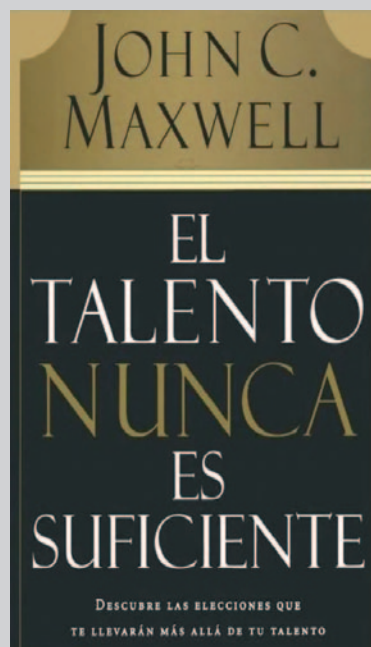
Un libro imprescindible para empresarios en busca del éxito.

En el mundo empresarial, el talento indudablemente juega un papel fundamental. Sin embargo, existe un elemento aún más valioso que puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso: la combinación de talento, habilidades y actitud adecuada. Es precisamente este enfoque el que se aborda de manera magistral en el libro “El talento nunca es suficiente”, escrito por el renombrado autor John C. Maxwell. En estas páginas, los empresarios encontrarán un valioso recurso para aplicar en sus negocios y alcanzarán niveles superiores.

A lo largo del libro, el autor nos brinda una guía práctica y concreta para aprovechar al máximo nuestras habilidades y convertirnos en líderes excepcionales en el mundo empresarial. Una de las primeras lecciones que Maxwell comparte es que el talento por sí

solo no es suficiente. Aunque es innegable que contar con habilidades y capacidades específicas es importante, el autor sostiene que estas cualidades deben ir acompañadas de una actitud positiva, perseverancia, habilidades de comunicación efectivas y la capacidad de trabajar en equipo. Es en la combinación de estos elementos donde radica el verdadero poder para alcanzar el éxito. A lo largo del libro, Maxwell explora una amplia gama de temas que son de vital importancia para los empresarios. Desde la gestión del tiempo hasta el desarrollo de habilidades de negociación, pasando por la importancia de la autoevaluación y la adaptabilidad, cada capítulo ofrece valiosas ideas y estrategias prácticas para aplicar en el mundo empresarial.

Uno de los aspectos destacados de “El talento nunca es suficiente” es la manera en que Maxwell



utiliza historias inspiradoras y ejemplos de la vida real para ilustrar sus puntos clave. Estas historias cautivadoras hacen que el libro sea altamente accesible y fácil de relacionar, ya que los lec-

tores pueden verse reflejados en situaciones similares. Además, el autor utiliza un lenguaje claro y directo, impidiendo jergas técnicas complicadas, lo que hace que la lectura sea amena y comprensible para todo tipo de empresarios, tanto experimentados como aquellos que están dando sus primeros pasos.

En resumen, “El talento nunca es suficiente” de John C. Maxwell es una obra imprescindible para todo empresario que aspire a alcanzar el éxito en su negocio. A través de sus páginas, Maxwell desafía los conceptos tradicionales sobre el talento y ofrece una visión integral que combina habilidades, actitud y desarrollo personal. Los empresarios encontrarán en este libro una guía práctica y relevante para aplicar en su día a día, mejorando su liderazgo, sus habilidades de comunicación y su capacidad para trabajar en equipo. ■

¡Visítanos!

NUEVA BOUTIQUE DE LA ROPA LABORAL

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

TRABAJA SEGURO, PROTEGIDO Y CON ESTILO

www.ferreteriaduran.es

Talavera 925 814 365
 Illescas 925 501 796
 Navalmoral 927 535 538

DERAZA IBÉRICO

EL SABOR DE UNA GRAN EMPRESA

Llevan dedicados al sector cárnico más de veinte años, podemos encontrarles en el polígono de Torreherro y tienen grandes planes de futuro para su empresa. Hablamos con Regino Díaz y Roberto Aceituno, fundador y director general de Deraza Ibérico, respectivamente sobre cuáles son sus metas.

Además, descubrimos todo lo que pueden ofrecer y conocemos un poco más a fondo este sector que, aunque sea uno de los más tradicionales, se mantiene a la última para ofrecer los mejores productos a sus clientes.

¿Cuál sería la presentación que haríais de Deraza Ibérico a alguien que no os conociera? ¿Podríais hacer un esbozo de lo que es esta empresa?

Nos dedicamos a la producción y comercialización en exclusiva de carne y productos cárnicos del cerdo ibérico. Trabajamos tanto productos frescos como elaborados y curados como pueden ser el jamón, la paleta, la caña de lomo y embutidos. Esta es nuestra actividad y lo que fue el germen de nuestra empresa. A día de hoy somos líderes en el sector a nivel nacional e internacional en la carne de ibérico.

Regino, ¿Cómo surge la idea?

Mis orígenes profesionales y empresariales están junto a mis padres y hermanos en la empresa familiar NAVIDUL. Con la incorporación al mercado laboral de mis hijos, pensé en la creación de una línea de negocio que pudiéramos desarrollar como, en su día, hicieron mis padres conmigo y mis hermanos.

Con esa idea de partida, y tomando como premisas que deberíamos empezar muy despacio, inicié una nueva andadura que se ha convertido en lo que hoy conocemos como DERAZA IBÉRICO.

Y además comienzas apostando por unos productos muy específicos.

Efectivamente. Con mi experiencia como profesional del sector me per-

mitió conocer que el despiece del cerdo ibérico contenía numerosos "secretos". Tradicionalmente, los industriales del cerdo ibérico daban (dábamos) gran valor a los jamones, las paletas y los lomos del animal, pero, observando a los trabajadores y familias que participaban en las matanzas y despieces seleccionaban para su consumo una serie de piezas cuyo destino habitual era la elaboración de los embutidos curados. Probadas de la forma más básica posible, simplemente en una sartén o barbacoa resultaban de una calidad excepcional. Las cualidades de la carne del cerdo ibérico quedaban expuestas de manera sorprendente. Ahí surge el objetivo de actividad que daría origen a nuestra empresa: crear y desarrollar un nuevo mercado para llevar al consumidor estas piezas cárnicas del cerdo ibérico de calidad excepcional.

Así nació Deraza Ibérico...

En efecto, y físicamente localizados en una pequeña sala de despiece en el precioso pueblo de Candelario. En un principio pensé en un pequeño negocio cárnico, del que entonces reconocía sólo un muy interesante potencial, pero el proyecto evolucionó rápidamente y se convirtió en una empresa cárnica que se expandió por todo el país en poco tiempo, llegando a todos los canales de distribución e incluso a los mercados internacionales. La inclusión de esta gama de productos por las grandes superficies fue un importante canal de divulgación hacia el consumidor y rápidamente se fue creando una nueva actividad y un nuevo mercado en el que hoy participan un importante número de industriales del sector.

¿Cómo conseguisteis dar a conocer estos productos?

De la forma más tradicional, y a un coste muy importante, sirviendo por rutas a carnicerías y restaurantes, inicialmente en Madrid y Barcelona. Siempre recordamos como ejemplo que cogimos un pequeño puesto en Mercamadrid y cuando los carniceros iban a este gran mercado mayorista a por sus productos frescos habituales de vacuno y ovino, nosotros les ofrecíamos nuestra carne de ibérico y, para que la conocieran les regalábamos algunas de las piezas de carne más valiosas del cerdo ibérico. Con perspectiva de 30 años, esto nos parece increíble. Era la mejor forma de que lo probasen y la verdad que conseguimos conquistar sus paladares. La participación en ferias alimentarias nacionales e internacionales también han sido muy importantes.

En unos 20 años la carne de cerdo ibérico ha pasado de ser una gran

La empresa ha logrado liderar el mercado nacional e internacional de la carne y productos cárnicos de ibérico



Ayuntamiento de
VELADA



desconocida a casi poder calificarla como un "bien escaso" por el que disputan los mercados más importantes.

Y así fuisteis creciendo y llegasteis a Talavera.

Sí, fueron años de mucho trabajo hasta conseguir las instalaciones y maquinaria adecuada para continuar con nuestra actividad. Además, necesitábamos profesionales que se hicieran especialistas en nuestro producto. En esta línea, nos encargamos de la formación del equipo humano, ya que la profesión de "carnicero" es algo diferente a la de "chacinerero". Poco a poco fuimos construyendo el equipo idóneo para el desarrollo, elaboración y comercialización de nuestros productos.

A medida que llegábamos a nuevos mercados y canales de venta necesitábamos nuevos recursos de infraestructuras y tecnología. Por ello, tras evaluar muy favorablemente la ubicación de Talavera de la Reina, en el año 2003 construimos la primera fase de las actuales instalaciones en el Polígono Torrehierro y centralizamos aquí las actividades que hasta entonces hacíamos en Torrijos, Guijuelo y La Puebla de Montalbán.

Comentabais que también trabajáis fuera de nuestro país. ¿Cómo ha sido esta expansión?

Nuestros productos llegan a casi todos los rincones del mundo. Los primeros posicionamientos internacionales los focalizamos en dos áreas geográficas: Japón y Centro Europa. El inicio del trabajo en estos países nos hizo aprender a valorar cómo se deben adaptar nuestros productos a los hábitos de consumos de otros países con cultura y formas de consumo muy diferentes al nuestro, así como a los requerimientos y exigencias que ponen a los productos que reciben. Sin duda ha sido costoso, pero nos reconocemos "cultura" para la internacionalización. Hemos aprendido mucho con nuestros clientes internacionales.

¿Cuáles son los aspectos que hacen que Deraza Ibérico sobresalga en el mercado?

Creemos que nuestra vocación de servicio al cliente es diferencial. En nuestra opinión, lo que nos distin-



que de la competencia es nuestra atención al cliente y la capacidad de adaptarnos a las necesidades de cada uno de ellos, ofreciéndoles un servicio personalizado y satisfactorio. Además, contamos con una amplia variedad de referencias, lo que nos permite dar respuesta a cualquier especificación o necesidad que tenga el cliente.

La genética del cerdo ibérico aporta extraordinarios productos que son objeto de nuestro procesado. DERAZA ha seleccionado un importante número de proveedores a los que homologa y con los que garantiza la continuidad de la calidad y el servicio.

Otra clave es ser conscientes de que los consumidores, los mercados y los requisitos de seguridad alimentaria y formas de consumo evolucionan constantemente. DERAZA siempre procura estar alerta a estos cambios para reaccionar y poder responder satisfactoriamente al consumidor del siglo XXI.

¿Dónde puede encontrar en consumidor de a pie vuestros productos?

Los talaveranos pueden disfrutar de nuestros productos en muchos de los bares y restaurantes de nuestra ciudad y llevárselos a casa a través de las diferentes carnicerías en las que distribuimos nuestros produc-

tos. A nivel nacional, además de en canal Horeca, pueden encontrarnos en grandes superficies. Es la mejor manera de poner al alcance nuestro catálogo y llegar a todas las mesas.

Tratáis con clientes de todo tipo de sectores y con diferentes necesidades y características. ¿Cuál es el secreto para llegar hasta todos ellos y mantenerlos?

Nuestro lema siempre ha sido ofrecer el mejor servicio a todos los clientes. No somos perfectos, pero ante los errores reaccionamos con servicio, porque absolutamente todos los clientes son importantes. Valoramos, primero que nos elijan, y después su fidelidad por encima de todo, y lo agradecemos dándoles a cambio lo mejor de nosotros mismos. Y somos muy conscientes de que ellos cuidan, a su vez, a sus clientes. Esta es la cadena de valores hasta llegar al consumidor final la que pensamos es la clave de la fidelización.

¿Qué proyectos o planes tiene Deraza Ibérico para el futuro?

Tenemos varios proyectos en mente, siempre enfocados en seguir mejorando nuestros productos y ampliando nuestra presencia en el mercado. Estamos trabajando en el desarrollo de nuevos productos y en la apertura de nuevos mercados internacionales.

También queremos seguir apostando por la sostenibilidad haciendo más eficientes nuestras necesidades energéticas e implementando las energías limpias en la medida de lo posible. En definitiva, seguimos trabajando para seguir siendo una empresa líder en el sector del ibérico. Sembrando para el futuro.

Regino, tras veinte años de trayectoria con Deraza Ibérico y otros tantos en el sector. ¿Cuáles dirías que han sido tus mayores hitos profesionales?

Ha sido una carrera de fondo y una evolución que no habría sido posible sin haberme rodeado de los profesionales que me han acompañado en todo este camino.

Hay un refrán que dice "si quieres llegar rápido ve solo, si quieres llegar lejos acompáñate de un equipo". Y eso ha sido precisamente lo que he hecho y lo que ha propiciado la evolución de esta empresa. Hemos superado crisis, capeado temporales y creado oportunidades a partir de situaciones que a priori no eran las más idóneas para nuestro sector. Eso forma parte del día a día y poder seguir aquí, al pie del cañón, a mis 71 años y viendo el recorrido que Deraza Ibérico continúa teniendo la mayor de mis satisfacciones.

Roberto, ¿Qué destacarías tú de Deraza Ibérico?

Las personas, los equipos, los profesionales, en definitiva, la "cultura" de empresa que todos hemos absorbido del fundador y líder del proyecto Regino Díaz. Sin esto no hubieran sido posibles los crecimientos que hemos explicado.

¿Qué es lo que más orgullo os hace sentir?

Estar posicionados en los mercados más importantes nacionales e internacionales y pensar que en una pequeña medida llevamos el nombre de nuestra ciudad y comarca al lado de un producto de cualidades excepcionales nos hace sentir un legítimo orgullo.

El éxito con los productos no está a mayor nivel de satisfacción que poder dar trabajo a tantas familias de la zona. Aportar nuestro granito de arena a nuestra ciudad siempre es reconfortante. ■



MARTA COGOLLOS

DIRECTORA DE EL CORTE INGLÉS DE TALAVERA

“Apostamos por la ciudad y su comarca”

Es sin duda uno de los comercios más reconocibles y emblemáticos no solo de nuestra ciudad sino de toda España. El Corte Inglés es una empresa con amplia experiencia y años de trayectoria exitosa que hace ya algún tiempo decidió desembarcar en nuestra ciudad, para ofrecernos sus múltiples servicios y productos. Aportando así una nueva razón a los habitantes del resto de la comarca para venir a hacer sus compras a Talavera de la Reina.

Aunque El Corte Inglés es de sobra conocido por todos, en esta ocasión hemos querido hablar con Marta Cogollos, quien dirige hoy el centro de Talavera y que nos cuenta “De cerca” cómo es el día a día en una de las empresas más importantes de la ciudad y qué retos se marca para el futuro.

Hace un par de años que diriges El Corte Inglés de Talavera de la Reina. Una incorporación que coincidió con el fin de la pandemia y la vuelta a la “normalidad”. ¿Qué situación y ánimo te encontraste?

La verdad es que la situación no era muy distinta a la que podía vivirse en otros centros de otras localidades. La ciudad respiraba energía y ganas de volver a la normalidad. Y en eso la filosofía de El Corte Inglés siempre ha sido referente. Volvimos a la carga con nuestros valores de siempre, ofreciendo la atención personalizada que nos caracteriza. Si algo teníamos claro es que queríamos ser partícipes de esa vuelta a la normalidad e hicimos todo lo que estaba en nuestra mano para conseguirlo.

Has trabajado en diferentes centros de la compañía, sin duda una muy buena forma de tomar el pulso a cada ciudad. ¿Cómo percibes la nuestra?



“Queremos que los talaveranos estén orgullosos de su Corte Inglés y que encuentren en él siempre lo mejor”

Reconozco en Talavera a una ciudad con una gran esperanza en el futuro, prueba de ello son las iniciativas que se ponen en marcha cada día, los nuevos proyectos, la llegada de nuevas empresas y el aumento del consumo que percibimos desde El Corte Inglés en nuestros clientes. Todo ello hace que Talavera y su comarca sea una zona que pueda permitirse mirar con ilusión hacia el futuro.

¿Qué diferencias existen entre nuestro Corte Inglés y el resto de centros?

Como comentábamos antes, he trabajado en diferentes centros y todos ellos comparten muchas similitudes pero también se diferencian por otras muchas cosas. Estéticamente son iguales, el servicio que ofrecemos es el mismo y el objetivo siempre es común: satisfacer las necesidades de todos nuestros clientes.

Las diferencias entre un centro y otro las marcan precisamente ellos: nuestros clientes. La esencia de la gente de una misma zona, sus costumbres, su comportamiento... incluso sus fiestas! Marcan y determinan la forma de relacionarnos con ellos. Para poder adaptarnos y lograr así satisfacer las necesidades de cada persona y relacionarnos de una forma mucho más cercana con la ciudad en general.

Continuemos aprendiendo de tu trayectoria... ¿Qué cambios han sido los más significativos dentro de El Corte Inglés?

Los cambios siempre han ido sucediéndose de forma progresiva. El Corte Inglés se adapta al ritmo que marca la sociedad. Pero sin duda el antes y el después lo ha marcado la digitalización.

Nos hemos adaptado a esa inmedia-



“Llevaremos a cabo una nueva reforma en diferentes secciones que revitalizará nuestro centro”

tez que buscan nuestros clientes a la hora de comprar de forma online, reduciendo plazos de entrega y ampliando nuestro catálogo web para que puedan tenerlo todo a su alcance. Pero esto no significa, ni mucho menos, que hayamos perdido de vista la atención presencial, ambos mundos convergen para ofrecer lo mejor a nuestros clientes.

¿Qué papel juegan los empleados en el éxito de El Corte Inglés?

Son la pieza angular y su papel es fundamental. Son el valor, un valor que además se transmite a cada cliente con el trato profesional y personalizado que ofrece cada uno de ellos. Además, son los profesionales que conforman nuestra plantilla quienes consiguen, a través de su trabajo, fidelizar a nuestros clientes. Un equipo de profesionales del que no solo la empresa se siente muy orgullosa, sino que también lo hacen los propios clientes. Quienes nos

transmiten su satisfacción con nuestros empleados en numerosas ocasiones.

¿Cuántos profesionales componen la plantilla de El Corte Inglés de Talavera y cuántos de ellos son de nuestra comarca?

La plantilla está compuesta por cerca de 300 empleados de El Corte Inglés y unos 100 profesionales externos pertenecientes a servicios tan importantes como limpieza, seguridad, joyería, peluquería... Y lo mejor es que el 100% de ellos vive en Talavera de la Reina o en localidades cercanas a ella, lo que supone un gran impulso en el empleo de la zona.

Miremos hacia el futuro... ¿Qué planes tiene El Corte Inglés para Talavera?

Mi filosofía de trabajo no suele estar marcada por grandes retos, prefiero centrarme en los objetivos diarios y focalizarme en garantizar la mejor atención a nuestros clientes.

“El Corte Inglés apuesta por Talavera”



Lo que sí puedo avanzar, es que vamos a realizar una importante reforma. La empresa está apostando de forma muy potente por Talavera. Muy pronto podremos ofrecer nuevas secciones e incluso nuestro centro será pionero en algunas de ellas, algo que sin duda aportará un valor añadido a la ciudad. Con esta nueva reforma daremos por fin respuesta a la demanda los clientes en algunas de nuestras secciones. Buenas noticias para nuestro centro y muy merecidas, El Corte Inglés de Talavera se merecía este nuevo punto de valor.

Como directora de El Corte Inglés de Talavera, ¿qué parte de tu carácter se refleja a la hora de desempeñar tu trabajo?

¡Creo que casi todo! Soy una persona sencilla, familiar y mis hijos son mi gran hobby. Pero de igual manera soy una gran enamorada de mi trabajo. Por eso, de la misma forma que intento ser feliz cada día, procuro tam-

bién ir alcanzando pequeños objetivos profesionales a diario de la mano de todo el equipo.

¿Qué mensaje lanzarías a los talaveranos que lean esta entrevista?

Me gustaría dejar muy claro que estamos apostando por la ciudad y su comarca. Prueba de ello son los múltiples proyectos en los que participamos dentro de Talavera de la Reina. Esto es otra muestra más del compromiso que tenemos con la ciudad y, por supuesto, con todos nuestros clientes. Queremos que los talaveranos se sientan orgullosos de su Corte Inglés y que puedan encontrar en él siempre todo aquello que necesiten. Aunque estamos muy cerca de Madrid nuestro centro tienen su propia personalidad. Un carácter marcado, en gran parte, por todos los clientes que cada día se acercan hasta nuestro centro para hacer sus compras. ¡Sigamos juntos hacia delante! ■

DURÁN SAFETY:

Orientado a profesionales, Durán Safety es la nueva boutique laboral en Talavera. Ubicado en las instalaciones centrales de Durán Ferretería, se trata de un espacio de 400 m2 dedicados a la protección laboral con la que el profesional podrá equiparse para trabajar seguro, protegido y ahora también con estilo.

Durán Ferretería, siempre cerca del profesional, reinventa el concepto de la ropa y el equipamiento laboral con un nuevo espacio dedicado a este segmento que ya está disponible en su tienda central de Talavera de la Reina. Se trata de la mayor exposición de protección laboral de la comarca: vestuario, calzado, guantes, gafas, máscaras, pantallas, arneses para trabajos en altura, equipos de higiene y protección sanitaria, uniformidad laboral... En definitiva, más de 1.000 artículos que aúnan la seguridad y la calidad de sus materiales con un toque especial en cuanto a estilo y con el respaldo de las primeras marcas del sector. En lo que a **calzado laboral** se refiere, podremos encontrar firmas líderes como U-Power, Dunlop, Panter, Robusta o Anibal; productos con la tecnología de protección más avanzada como punteras composite, plantillas antiperforación, membranas impermeables Goretex o sistemas de absorción de energía en el talón.

En Durán Safety el profesional también podrá encontrar una amplia gama en artículos de **protección ocular** como monturas adaptables y con absorción de energía, recubrimientos antiempañantes, antirrayaduras, protección UV y lentes de más de 10 tipos adaptadas a las necesidades lumínicas, con marcas como Bollé, Pegaso o 3M.

La boutique de la ropa y protección laboral presenta también la más amplia gama en **pro-**



LA BOUTIQUE DEL PROFESIONAL Y LA PROTECCIÓN LABORAL, YA ES UNA REALIDAD



tección para manos con guantes especialmente diseñados para garantizar la seguridad en cualquier sector profesional, incluido el alimentario, y que se caracterizan por su poder anticorte, su resistencia química y su protección térmica. Marcas como Juba, Tomás Boderó, 3L o Marca PL ofrecen todas las garantías a la hora de elegir un producto de estas características.

Durán Safety pone a disposición de los profesionales su portfolio de **material de respiración para manejo de productos tóxicos**, especialmente indicados para proteger de humos, vapores y polvo, y en los que encontramos primeras marcas del sector como 3M, de la que Durán Ferretería es distribuidor oficial, Climax o Steelpro.

La línea de **uniformidad laboral** ocupa también un lugar destacado en la nueva boutique del profesional, en donde predominan tejidos flexibles (elastán), resistentes y con un diseño moderno. Ropa de trabajo homologada y adaptada a los diferentes sectores profesionales, en donde Durán Ferretería distribuye marcas referentes como son U-Power, Marca, Velilla, Juba o Issaline.

A ello hay que añadirle la gama de productos orientados a proteger al profesional en lo que a **trabajos en altura** se refiere, con un amplio surtido en **sistemas de sujeción y arneses** para facilitar y garantizar las medidas de seguridad adecuadas para estos tipos de trabajo.

El **equipamiento en higiene y protección sanitaria** es un compromiso adquirido por Durán Ferretería a tenor de la situación sanitaria por la que se ha atravesado en los últimos años. Por ello, Durán Safety presenta una gama especializada en soluciones de calidad, homologadas y garantizadas para combatir posibles estadios de alerta sanitaria.

Los profesionales están de enhorabuena. Durán Safety se presenta como la boutique de la protección laboral más completa de la comarca y cuenta con la garantía, la profesionalidad y la confianza de una firma referente como es Durán Ferretería. ■



QUE LA MEMORIA NO OLVIDE...

Presentación

Partamos de una premisa: desde muy pequeño nunca supe decir que no a algo que me apasionara. Pero por cuestiones interesadas, sino porque la generosidad de mi querida madre me inculcó desde siempre el valor de la entrega a los demás sin pedir nada a cambio. Y camino de los 70 —ahí es nada— una simple conversación sobre asuntos diversos, acabó con una propuesta de colaboración del “amo de la cosa” —**José Luis Bodas González**— para la **Fundación Futurart**, bastó para que aquí me tengan: dispuesto a contar cosas de nuestro deporte, y principalmente de nuestro fútbol del ayer, pudiera ser que del presente si los acontecimientos venideros lo demandan y cabe, si los recursos mentales no me abandonan como en ocasiones hace mi musa, hasta del futuro. Soy, por tanto, **Ignacio Rodríguez Sobrino**; desde siempre **Igroso** en cuestiones del deporte y **El Ciego del Berrenchín** cuando el contar las cosas de la vida lo hago en verso. Disfruten de mis historias e historietas si es su gusto; si no, pasen ustedes a la página siguiente.

EL PÍCARO ALADINO (I)

EL PRIMER DETENIDO EN ESPAÑA POR INTENTO DE COMPRA DE PARTIDOS DE FÚTBOL DE ÉLITE ERA “UNO DE LOS NUESTROS”

Sigue de vigente actualidad el “**Caso Negreira y el FC Barcelona**” con cientos, o miles, de artículos, programas de radio y televisión tratando el asunto. Las especulaciones sobre el millonario desembolso del conjunto catalán a uno de los responsables del Comité Técnico de Árbitros español otra, van y vienen de un lado a otro sembrando las dudas sobre la honorabilidad de los encargados de impartir justicia en el terreno de juego. ¿Intento de compra de partidos? Posiblemente nunca se sepa, pero el amaño de resultados no es nuevo. Y hoy les traigo a co-

lación una situación que sí afectó a “**uno de los nuestros**”.

Y hay que remontarse al año 1989, época en la que A.D.C., nuestro protagonista de hoy, escribió una triste —desde mi perspectiva personal más bien jocosa— historia en el fútbol español. Y si digo que “me reencontré” es porque en el verano de 1983, año de fundación del **CD Parrillas**, ya tuve mi primer contacto con **Aladino** —así le vamos a nombrar en este reportaje— como presidente del **CD Escalona**, tras invitar al conjunto parrillano en su puesta de largo a jugar dos amistosos de pretem-

porada, uno en cada campo. Allí, en Escalona, recibimos un trato exquisito toda la expedición.

Habían transcurrido cinco años desde aquella fecha cuando Aladino se vino a vivir a Talavera de la Reina —más tarde entenderán los motivos— y de buenas a primeras entró en contacto ¿casualmente? con un grupo de periodistas o comunicadores de la Ciudad de la Cerámica, que por 1988 realizaban sus tareas informativas en el ya diario **La Voz del Tajo**. Era la época en la que el fútbol sala local absoluto había adquirido bastante relevancia con la incorpora-

ción de exjugadores blanquiazules, que dieron lustre y un alto nivel competitivo a una competición que tenía lugar los lunes y los martes por la noche en el Primero de Mayo. Las gradas del gélido polideportivo talaverano se poblaban de aficionados ávidos de presenciar emocionantes partidos, que posteriormente el semanario talaverano —por entonces ya diario como reflejaba un poco más arriba— recogía en sus páginas del jueves con un suplemento especial y en el que **Emilio Jiménez**, **Julio Martín** y quien esto firman ponían el picante desde su



Enrique Negreira en sus tiempos de árbitro.



Aladino fue detenido por la Policía Nacional en un hotel de Madrid.



José María García daba la noticia en Antena 3 Radio.



Playa del Alberche a su paso por Escalona, donde la expedición del CD Parrillas disfrutó del agua antes de jugar el partido.

conocida **"Fila 3"**, que era precisamente donde se ubicaban.

Si la emoción y competitividad de los encuentros hacía subir la adrenalina de todos, los postpartidos en el pub de la calle Lepanto, que regentaban los exfutbolistas **Alejandro Conde y Alejandro Valero** (Primero de nombre **"Jandros"** y posteriormente cuando la sociedad se disgregó **"El Punto"**), eran el complemento final a lo que el lector se encontraría apenas dos o tres días más tarde. En torno al fragor de las cervezas jamás había prisas y nos daban las altas horas de la noche entre risas, comentarios y apuntes. Entre nosotros apareció cierta noche Aladino, presentado por un compañero de talleres al que había conocido no sabemos cómo. Una vez se unió al grupo ya no nos dejaría ni a sol ni a sombra y cualquier día de la semana se le podía ver con el grupo, bien en Los Tinajones o El Mirasol.

¿Y cómo era y qué buscaba Aladino entre nosotros? Nuestro personaje, que tenía un marcado acento entre gallego y argentino, cautivaba con su conversación

sobre fútbol y sus entresijos, pero tenía cocodrilos en los bolsillos y cada día de la semana, cada semana del mes y cada mes del año, su presencia en el grupo le servía para beber de "gañote". Y lo que buscaba parecía muy claro, ya que pretendió en nuestro entorno "utilizarnos" con el objetivo puesto en introducirse en el **Talavera CF** con alguna ¿rara? pretensión. Si era esa su pretensión, no lo consiguió, entre otras razones porque nuestra relación con los gestores del club blanquiazul por aquella época no era muy fluida, todo lo contrario que con el fútbol sala. Pero ustedes podrán deducirlo por sí mismos, si deciden seguir leyendo. No obstante, puedo añadir de Aladino que daba la sensación de ser un personaje de mundo, muy abierto y comunicativo, con "profundos" conocimientos del deporte rey. Pero jamás ofreció muestras de debilidad ni hizo referencia alguna a su pasado. Y sinceramente debo decir que no llegué a relacionarle con el CD Escalona, en absoluto.

Transcurrido algún tiempo, nuestro personaje había dado la es-

tantada y nunca más volveríamos a tener noticias de él, justo hasta el mes de enero de 1989, concretamente el día 26 de enero. Y es que justo esa misma noche el popular **José María García** —entonces en **Antena 3 Radio**— iniciaba su programa radiofónico con la siguiente noticia: "en un hotel madrileño funcionarios de Policía procedieron a la detención de Aladino". ¿Por qué era detenido A.D.C., que en algunas ocasiones solía cambiar su segundo apellido por Fernández? Según las informaciones de la época porque "había dispuesto de un cheque —apostamos que sin fondos porque estuvo siempre más tieso que la mojama— de dos millones de pesetas para amañar un partido de fútbol de Primera División". De la noticia también se haría eco el diario Marca.

El suceso, que me sorprendió, quedaba reflejado de esta manera: **"Aladino intentó la compra en un partido del Málaga CF, donde al parecer uno de sus directivos se prestó a colaborar con la policía para detenerle. El mencionado directivo, acompañado por**

un policía que se hizo pasar por un empleado del equipo malacitano y que llevaba un magnetófono oculto para grabar la conversación, contactaría con A.D.C., conocido como señor Fernández. Éste les diría a ambos que "gracias a su mediación había favorecido a diversos equipos de fútbol". En la cita con el directivo y el supuesto empleado —el policía— mencionaría a clubs como Celta, Betis, Barcelona —al que por 10 millones de pesetas le había hecho ganar la final de la última Copa del Rey—. Sevilla —al que aseguraba que por ganar la Liga le costaría 100 millones de pesetas—, al Mallorca —del que manifestó que le hizo bajar a Segunda porque le dieron un talón sin fondos de 10 millones— y así otros casos más.

No hay más espacio (continuará... se suele poner en el epílogo) para seguir narrando, de ahí que les cite a próximas comparecencias para que ustedes —amables lectores— queden informados al completo de esta historia que nos afecta muy de lleno. Les espero. ■

CAESAROBRYGA Y SU HÉROE: EL HÉRCULES Y LA EXPOSICIÓN SOBRE LA TALAVERA ROMANA

Organizada por el Museo Ruiz de Luna de Talavera y el de Santa Cruz de Toledo, con el patrocinio de la Fundación IMPULSA CLM, el equipo de profesionales de estas entidades, con la colaboración del grupo de arqueólogos y arqueólogas que llevamos trabajando en Talavera y su comarca desde hace años, ha hecho posible esta muestra imprescindible. Por primera vez podemos apreciar el calado cultural, histórico y arqueológico tuvo la Talavera romana, aquella Caesarobryga de los siglos I al V d.C.

El Museo Ruiz de Luna por unos meses deja de ser únicamente un referente de las colecciones más importantes de cerámica de Talavera de época moderna a nivel internacional, para convertirse en el anfitrión de tan relevante evento cultural. En diferentes partes de las salas de exposiciones temporales se van desglosando diferentes aspectos de la vida cotidiana y cultura material de la urbe romana y su territorio.

Primero se enmarca geográficamente Caesarobryga, como una fundación creada ex novo bajo el reinado de Augusto, es decir, de nueva planta, en torno al cambio de era, s. I d.C., en un lugar apropiado de la ribera derecha del río Tajo. Allí, la existencia de un vado y la confluencia de varios arroyos y abundancia de agua condicionó sin duda su localización. Posteriormente se le dotó de un sólido puente para cruzar al espacio geográfico que hoy conocemos como La

Jara. Caesarobryga se convierte en una urbe pontuaria como otras muchas de la Hispania romana.

Como parte de una vía principal de comunicación, entre Zaragoza (Caesaraugusta) y Mérida (Augusta Emerita), Talavera va a tener una vocación de ciudad pasajera por un lado, y centro de territorio por otro. En la exposición en el magnífico ejemplar de miliario romano de Constantino (s. IV d.C) da muestra de la actividad caminera.

Los elementos constructivos como tégulas, alguna con huellas de pisadas con calzado clásico romano como las caligae o sandalias, frag-

mentos de frisos y molduras de mármol, fragmentos de capiteles, fustes, basas, restos de mosaicos, que en Talavera son muy escasos – si exceptuamos la gran colección de pavimentos musivarios que tiene la villa romana de El Saucedo en Talavera la Nueva, y trozos de pintura parietal de vivos colores. Todo ello nos da una idea muy aproximada del lujo y suntuosidad que tuvieron algunas domus o casas romanas de la ciudad, fundamentalmente aquellas de las clases privilegiadas.

La urbe se explica con un atractivo panel donde un plano muy sencillo

pero elocuente nos reproduce el perímetro de la muralla tardorromana, entre finales del siglo IV y principios del V d.C., que viene a coincidir con el cerco reedificado después en época islámica en el siglo IX-X d.C. Sus puertas principales, el área del foro romano, del cual se conocen actualmente más elementos y edificios, zona de termas, restos de grandes construcciones, infraestructuras hidráulicas, el primitivo puente romano del siglo II d.C. sumergido en el agua del Tajo, bajo el actual Puente Viejo, etc.

No falta el espacio dedicado a la





A TU LADO, CERCA DE TI
con 7 puntos de venta

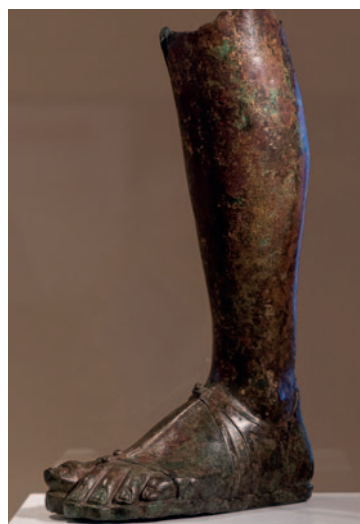
Carnicería
LA PAZ
Desde 1969

- P/ Poeta Jiménez de Castro, 2
- C/ Alberche, 17
- C/ Luis Jiménez, 1
- C/ Santa Cristeta, 9
- C/ Ángel del Alcázar, 8
- C/ Aguadores, 12 (Merkocash)
- Avda. de Portugal, 65 (Merkocash)

www.carnicerialapaz.com







un panel la escultura de mármol de una figura femenina o matrona que se ha identificado con una representación de Livia Drusila, la mujer del emperador Augusto, aparecida en 1964 en la apertura de la calle Valencia, y hoy conservada en el museo municipal de Burriana (Castellón). Otras figuritas de Venus, una de bronce y otra de terracota también completan la muestra escultórica de la exposición.

Además varias inscripciones de carácter votivo, funerario, y dos dedicadas a deidades de carácter indígena de tradición vetona, Ataecina y Urilouco. Es importante tener en cuenta que Talavera es la segunda ciudad de Castilla La Mancha con más epigrafía romana.

El mundo funerario también tiene su cabida con fotos de tipologías de tumbas, piezas de ajuares hallados en el Mausoleo de Las Vegas de Pueblanueva, etc. La muestra concluye con la vida en el campo, con paneles muy explicativos y llamativos de las reconstrucciones virtuales de la villa romana de El Saucedo y una muestra de elementos arqueológicos de tan importante yacimiento cercano a Talavera.

Sin duda la exposición montada con motivo de la vuelta de la figura del Hércules a Talavera es un pretexto maravilloso para conocer nuestro pasado más antiguo como ciudad, y disfrutar de esta colección de piezas de gran valor arqueológico. Hércules nos dará su protección. Os invito a contemplarlo junto con el resto de exposición hasta finales del verano. ■

mujer y la vida privada. Varios objetos relacionados con la cosmética, el cuidado del cabello y la actividad doméstica de los telares, etc. Delicadas piezas como ungüentarios de vidrio para esencias, removedor de perfume u osculatorio, pinza de depilación, etc. Paneles con textos e imágenes complementan la explicación aún más para que el visitante capte todo el sentido. Como no podía ser de otra manera, la cerámica tiene su sitio: tanto la de uso común de cocina con diferentes formas y acabados, y la más lujosa de mesa, la conocida como Terra Sigillata, con su característico color rojizo anaranjado y brillante.

Sobresale el mosaico procedente de una de las estancias de la villa de El Saucedo, representado a la divinidad de origen indígena ISCALLIS, relacionada con el culto a las aguas, propiedades salutíferas de manantiales y verdadero ejemplo de sincretismo religioso en una época que la villa se convierte en una especie de santuario medicinal de carácter comarcal, y antes de cumplir con una función de espacio sagrado paleocristiano.

Sin duda las piezas estrellas de la exposición son dos esculturas: una estatua de bronce que representa al semidiós y héroe Hércules, el Heracles griego, de bronce

a la cera perdida, de 0,54 m de altura. Fue hallado junto con la otra pieza, en una excavación que mi compañero Alberto Moraleda y yo realizamos en un solar de la calle San Clemente en 1996. Dentro de un contexto de casas de época bajoimperial en un relleno de tierra. Le falta el brazo izquierdo y los pies, en parte, además de los atributos típicos del héroe, la clava, que agarraría con la mano derecha, y la piel del león de Nemea, sobre el brazo desaparecido. A pesar de ello su acabado como hombres atlético y musculoso, la potencia de su actitud y expresión de su rostro barbado, lo sitúa entre las escasas y mejores piezas de escultura romana en bronce de la Hispania antigua. Se fecha en el siglo II d.C. siguiendo modelos de tradición griega clásica.

En el mismo lugar y excavación nos apareció el resto de una escultura de tamaño natural, la parte inferior de una pierna izquierda femenina, con el pie calzado por una bella sandalia de correas y talón metálico. Está hecha en bronce con presencia en su acabado de dorado. Es una bella pieza escultórica que se enmarca, igualmente entre el siglo I y II d.C. Se especula que pueda tratarse de parte de una figura de Diana. También se reproduce en fotos en



Global de Electricidad e Instalaciones, S.L.

www.globalei.es

Vanguardia y tecnología para ofrecer el mejor servicio



Te ayudamos a mejorar



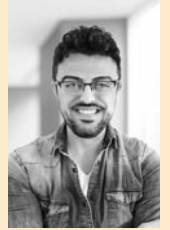
Global de Electricidad e Instalaciones

C/ Victoria Kent, 18
45600-Talavera de la Reina - Toledo

Tel. y Fax: 925 80 50 29
Móvil: 606 255 098

Email: info@globalei.es

www.globalei.es



¿ES LEGAL ENVIAR CORREOS MASIVOS Y EN FRÍO?

Es importante tener en cuenta que estas regulaciones son específicas para Europa. En los Estados Unidos, la legislación es más flexible y se permite el envío de correos electrónicos comerciales no solicitados sin restricciones. Sin embargo, incluso si te encuentras en Estados Unidos, se recomienda seguir estas prácticas para enviar correos sin ser invasivo y establecer una conexión más auténtica con tus destinatarios ¡y aumentar tus ventas!

REVISAR CÓMO RECOPILOS LOS DATOS

Las leyes de protección de datos (LOPD y RGPD) establecen las bases legales para recopilar información personal, en este caso, los datos de contacto de las personas.

Es legal recopilar direcciones de correo electrónico cuando: Los usuarios te dan su consentimiento: esto generalmente se obtiene a través de formularios de contacto y casillas de consentimiento (no se acepta el silencio ni las casillas ya marcadas). Los datos provienen de fuentes públicas y accesibles: directorios telefónicos, perfiles públicos en redes sociales, páginas web, listas de colegios profesionales, entre otros.



CÓMO ENVIAR CORREOS DE FORMA LEGAL

La LSSICE es el reglamento que afecta la forma en que envías estos correos electrónicos.

No puedes bombardear publicitariamente en el primer correo electrónico si las personas no te han autorizado previamente. Por lo tanto, el primer contacto debe ser sin fines comerciales.

No puedes enviar correos sin ofrecer a los destinatarios la opción de darse de baja de tu lista de correos.

En resumen, estos son los consejos fundamentales para enviar correos en frío cumpliendo con la normativa:

- Recopila direcciones de correo electrónico de fuentes públicas, como adquirir correos electrónicos que se encuentren listados de forma pública en internet.

- Evita hacer promoción en tu primer contacto. No comiences el correo electrónico con mensajes de "¡CÓMPRAME, CÓMPRAME!" En su lugar, intenta ser ingenioso, natural y evitar sonar demasiado comercial. Tu objetivo debe ser establecer relaciones, en lugar de parecer que estás vendiendo (que es lo que realmente debes lograr). Una forma sencilla de asegurarte de cumplir con la normativa es ofrecer ayuda y valor en tu primer correo electrónico. Ofrece soluciones a personas que puedan necesitar tus productos o servicios. El llamado a la acción en el correo en frío puede dirigir a los destinatarios a contenido de valor que hayas creado, como un blog, video instructivo o podcast, o incluso puedes invitarlos a que te respondan o te llamen.

VENDE SIN VENDER

Lo que buscas son relaciones duraderas. Las ventas se producirán más adelante, después de esta primera interacción o a través de la información de valor que has compartido o a través de tu firma de correo electrónico (donde has incluido tu sitio web, LinkedIn y datos de contacto).

Añade un texto legal al final de tus correos electrónicos. En este texto, debes informar a los destinatarios que tienen la opción de darse de baja para dejar de recibir correos.

Recuerda que lo más importante es tener la certeza de que tu idea o proyecto puede ser de gran ayuda para las personas detrás de esas direcciones de correo electrónico.

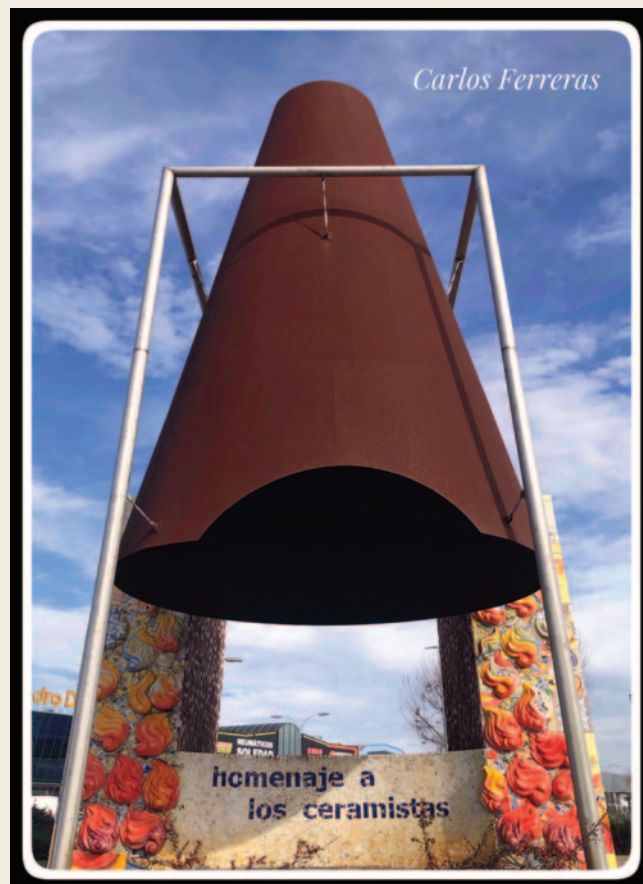
CONCLUSIÓN

El cold emailing es una de las herramientas más efectivas y rentables que puedes utilizar para captar clientes potenciales, hacer crecer tu negocio y aumentar tus ventas. Además, te costará menos dinero que cualquier otra forma de promoción.

Sin embargo, se debe hacer con respeto a la normativa vigente y a los derechos e intereses del destinatario. De lo contrario, se puede incurrir en infracciones que pueden tener consecuencias legales graves.

Para aprovechar al máximo esta estrategia, es fundamental contar con una lista de correos electrónicos buena y segmentada. ■

CARLOS FERRERAS, desde su objetivo, nos presenta una Talavera íntima y personal, resaltando edificios emblemáticos de ayer y de hoy, comercios, actividades cotidianas, tradiciones, fiestas..



DURÁN SAFETY



NUEVA BOUTIQUE DE LA ROPA LABORAL

- + Protección auditiva, ocular y de manos.
- + Calzado de seguridad.
- + Protección facial, de cabeza y respiratoria.
- + Uniformidad laboral.
- + Protección anticaídas.

Con las marcas líderes en seguridad laboral

TRABAJA SEGURO, PROTEGIDO Y CON ESTILO



www.ferreteriaduran.es



Talavera
925 814 365



Illescas
925 501 796



Navalmoral
921 535 538