

# Futurart

CLAVES EMPRESARIALES Y SOLIDARIAS

## CÁRNICAS DIBE

"NOS AMOLDAMOS  
A LAS NECESIDADES DE  
NUESTROS CLIENTES  
Y TRABAJAMOS A LA CARTA"



TIENE LA PALABRA - CÉSAR MUÑIZ - Director General del C.F. Talavera

EMPRESA - ALFREDO MIRANDA - Gerente de MR-Pavimentos

DE CERCA - DAVID FERNÁNDEZ - Director Comercial de Casty, S.A.

ENTREVISTA - FRANCISCO JAVIER GARCÍA BARDERAS - Gerente de Talavera Higiene

# ROBERTO GONZÁLEZ & ASOCIADOS

A B O G A D O S

[www.robortogonzalezysociados.es](http://www.robortogonzalezysociados.es)

Sombrerería, 21 - 6º / Tlfno. 925 821 571 / 45600 Talavera de la Reina (To)  
[info@robortogonzalezysociados.es](mailto:info@robortogonzalezysociados.es)

## GRUPO JURÍDICO

# ENCLAVE

ABOGADOS Y ECONOMISTAS

---

FISCAL -- LABORAL -- CONTABLE -- SOCIEDADES

TESTAMENTARIAS -- HERENCIAS

[www.enclave-asesores.es](http://www.enclave-asesores.es)

Sol, 4 - Tlfno. 925 000 984 / Sombrerería, 21 - 6º - Tlfno. 925 821 571 / Talavera de la Reina (To)  
[info@enclave-asesores.es](mailto:info@enclave-asesores.es)

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 las asociaciones de nuestra ciudad **apoyando cada año un proyecto** concreto elegido por las empresas solidarias que forman la fundación.

Más información en [www.fundacionfuturart.es](http://www.fundacionfuturart.es)

## ¿QUÉ VAS A ENCONTRAR EN ESTE NÚMERO?

### EQUIPO FUTURART

EDITORIAL. [4]

*José Luis Bodas*

COMPROMISO [25]

ASOCIACIÓN DE ASOCIACIONES [32]

BIENVENIDA ASOCIADOS [38]

### COLABORADORES

MÁRketing. [7]

*Jessica Hidalgo*

CONECTADOS. [15]

*Laura Valera- Psicóloga ATAEM*

DE LEY. [19]

*Jesús Lázaro*

LEGAL. [24]

*Roberto González Martín*

PUBLICIDAD CON CIRITONE [29]

*Tomás Arriero*

SALUD. [34]

*COFICAM*

INICIATIVAS. [35]

*Leandro Curiel Esteban*

EN MAYÚSCULAS. [37]

*Raquel Torres Lumbreras*

### SECCIONES



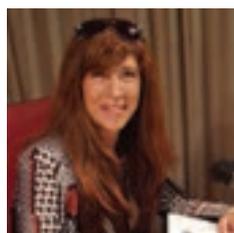
LO HACEMOS  
POSIBLE  
**DOWN  
TALAVERA**

[5]



TIENE LA PALABRA  
**CÉSAR MUÑIZ**  
Director General  
del F.C. Talavera

[8]



EMPRESARIAS  
**IRENE ABECIA**

[11]



EMPRESA  
**MR  
PAVIMENTOS**

[12]



DE CERCA  
**CASTY, S.A.**

[16]



A FONDO  
**CÁRNICAS  
DIBE**

[20]



ENTREVISTA  
**FCO. JAVIER  
GARCÍA BARDERAS**  
Talavera Higiene

[26]



A PUNTO  
**DURÁN FERRETERÍA**  
Alquiler de  
maquinaria

[30]

DIRECTOR José Luis Bodas

REDACCIÓN Equipo Fundación Futurart

FOTOGRAFÍA Fundación Futurart / Archivo Tecnigraf / DISEÑO Y MAQUETACIÓN Equipo Fundación Futurart

IMPRIME Técnicas Gráficas Talavera, S.A.L.

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.



Por JOSÉ LUIS BODAS

## ACTIVIDADES DE ALTO RIESGO

Si ser empresario es tarea compleja y difícil en condiciones normales, no hace falta ser adivino para atisbar que de un tiempo a esta parte se ha convertido en una actividad de alto riesgo y en un continuo desafío para mantenerse en el mercado.

Todo ello como consecuencia de la situación sobrevenida que se nos ha venido encima derivada de la pandemia, provocando en las pymes un desconcierto absoluto y una caída importante en los ingresos debido en gran parte por el cambio en los patrones de compra de los consumidores.

En la cara opuesta hay compañías que han hecho el agosto, nunca mejor dicho y que en esta coyuntura han aumentado su actividad y por tanto, sus ingresos. En fin, como se suele decir no hay mal que por bien no venga, *“en tiempos de crisis unos lloran y otros venden pañuelos”*. Si es su caso, enhorabuena, con mucha probabilidad es que sea consecuencia de actuaciones oportunas y toma de decisiones rápidas.

Ahora bien, si todavía se encuentra entre los que todavía se escapa alguna lágrima, permítanme para ilustrar esta situación echar mano de la cita de Oscar Wilde *“todos estamos en la cloaca, pero algunos estamos mirando a las estrellas”*, le invito y animo a mirar hacia esa luz al final del túnel cada vez más cercana, pero cierto es, que no basta solo con mirar, para no deslumbrarse y no quedarse en el intento hay que protegerse. Para poder salir en el menor tiempo posible e incluso reforzado de esta situación, será de gran ayuda tener presente algunas ideas que estoy convencido que ya conoce, pero que no por ello voy a dejar de recordarle debido a su importancia.

Alto grado de flexibilidad y agilidad para adaptarse a los nuevos patrones de compra del consumidor y a las exigencias del mercado,



tomar decisiones rápidas en estos momentos es una fortaleza bien preciada, y una de nuestras armas más eficaces ante grandes compañías que su estructura hace que se muevan más lentamente.

Un alto nivel de digitalización y automatización de procesos nos proporcionará una mejora significativa de la productividad, reducción de costes y por tanto, más eficiencia, lo que nos generará más oportunidades de negocio.

Por último y más importante enfoque centrado en el cliente como prioridad absoluta y de manera continua. La tecnología que usamos, la maquinaria, las instalaciones, todo ello deberían ser herramientas que utilizamos para conseguir el objetivo final la satisfacción de los clientes. ■

# El mejor escaparate para tu empresa

## Contrata tu publicidad con nosotros

Otra forma de ser solidario

FUNDACION  
**Futurart**  
PROYECTO EMPRESARIAL SOLIDARIO  
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

[www.fundacionfuturart.es](http://www.fundacionfuturart.es)

C/ Victoria Kent, 20 Pl. La Floresta - 45600 Talavera de la Reina (TO)  
Tel. 925 812 250 - Fax 925 828 197 - email: correo@fundacionfuturart.es



## UN RETO IMPORTANTE:

# LA AUTONOMÍA Y VIDA INDEPENDIENTE



La promoción de la autonomía y la vida independiente, sigue siendo uno de los retos más importantes para las personas con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales. Nadie duda de la necesidad que cada persona siente de conseguir la mayor autonomía posible, para alcanzar el máximo nivel de independencia en la gestión de su propia vida.

Pero, **¿Qué entendemos por autonomía?** La Ley 39/2006 sobre Promoción de la Autonomía Personal, entiende por autonomía, “*la capacidad de controlar, afrontar y tomar, por propia iniciativa, decisiones personales acerca de cómo vivir de acuerdo con las normas y preferencias propias*”.

En este sentido, la Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad, establece en su artículo 19 su derecho a vivir de forma independiente y a ser incluido en la comunidad.

Pero autonomía, va mucho más allá de la capacidad de realizar por nosotros mismos y sin ayuda de otros, las actividades cotidianas de nuestro día a día. Se trata de la sensación interna que siente la persona de ser capaz de afrontar su propia vida, existencia y realidad. La autonomía no es una capacidad única y fija, depende mucho de la competencia de cada persona, para poder actuar o decidir, pero también de la situación o tarea y del entorno que le acompañe. La persona posee recursos internos adecuados para gestionar y superar dificultades, obstáculos y frustraciones propias de la vida, sin embargo, las personas cuyas competencias para la **toma de decisiones** están alteradas (deterioro cognitivo, discapacidad intelectual, mental, física, etc.), necesitarán apoyos para gestionar estos aspectos. Por ello resulta fundamental capacitar a estas personas para que puedan llevar una vida más autónoma e independiente, y ello debe plantearse a lo largo de toda la vida.

Capacitar supone ofrecer tanto a la persona con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales como a su familia, los apoyos necesarios en las diferentes etapas de la vida y en los diferentes escenarios de aprendizaje por los que discurre (escuela, asociaciones, talleres, centros de formación laboral, empleo...). Dichos apoyos deben incidir en el desarrollo de esa autonomía, en la inclusión social y en la autodeterminación. Sin embargo, la autonomía y la independencia



solo son posibles con la capacidad de tomar decisiones libremente. Debemos brindarle a la persona con discapacidad la posibilidad de tomar decisiones, que le conduzcan a sentir que son ellos quienes controlan su vida.

Es por ello, que desde Down Talavera y más con-

cretamente desde el **Servicio de Capacitación**, ofrecemos los apoyos y el acompañamiento necesario para que los chicos y chicas desarrollen su proyecto de vida. Un proyecto de vida personal, único y libremente elegido por cada uno de ellos, en el que nuestra labor como entidad está



en asegurar su inclusión en la sociedad como ciudadanos de pleno derecho. Para conseguirlo trabajamos habilidades y destrezas necesarias para el desarrollo de la autonomía personal, entre ellas, aspectos relacionados con:

■ **Orientación espacio-temporal:** Para vivir de forma autónoma es crucial estar orientados tanto en tiempo como en espacio.

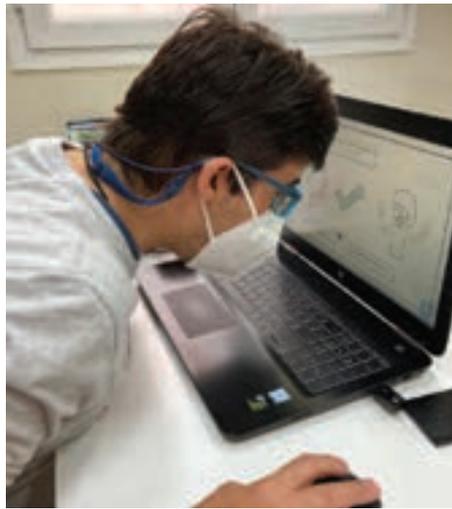
■ **Conocer el día de la semana en el que nos encontramos, manejar la hora y los tiempos, reconocer las estaciones del año y saber interpretarlas...** permitirá a la persona establecer rutinas y horarios.

■ **Reconocer espacios y las actividades que tienen lugar en cada uno de ellos, orientarnos en la calle, gestionar horarios, etc.**

■ **Autocuidado:** para un aumento de la autonomía personal de cualquier persona, es esencial desarrollar y adquirir aprendizajes relacionados con la imagen personal y la higiene. Además, el cuidado de la imagen personal refuerza la identidad de la persona, mejora nuestras relaciones sociales y aumenta la autoestima, incidiendo así de manera positiva en la salud y en la calidad de vida.

■ **Gestión del hogar:** la vida independiente, lleva consigo, siempre y cuando la persona así lo desee, vivir y convivir en una vivienda con la mayor autonomía posible. Por ello, se a de entrenar y poner en práctica estas habilidades. La vida en el hogar conlleva muchos aprendizajes, por ello, se llevarán a cabo actividades como preparación y planificación de comida, limpieza, organización y mantenimiento del hogar, seguridad en el hogar, convivencia y resolución de conflictos.

■ **Movilidad en la comunidad:** Los desplazamientos en la comunidad son un elemento muy importante para la autonomía de la persona. Somos seres sociales que nos desenvolvemos continuamente en la comunidad por lo que llevaremos a cabo actividades para conocer la ciudad y sus recursos, como movernos en ella, conocer y aprender a usar los transportes públicos y privados, identificar horarios de autobuses, gestionar el tiempo de llegada o salida, o incluso aprender a utilizar recursos tecnológicos accesibles de orientación como por ejem-



plo Google maps u otras aplicaciones especializadas.

■ **Manejo del dinero y gestión financiera:** Llevar el control de nuestra economía y disponer de nuestro dinero de forma independiente nos aporta autonomía y calidad de vida, por lo que es importante entrenar aspectos como, conocer el dinero y su valor, conocer y usar instrumentos financieros tales como tarjetas de crédito, bizum... planificar y llevar a cabo compras, gestionar y manejar recursos financieros...

■ **Mantenimiento de la salud y la seguridad:** La salud es fundamental para mantener una buena calidad de vida, y su mantenimiento implica gran cantidad de aprendizajes tales como, desarrollar, manejar y mantener una rutina de salud y bienestar, disminución de conductas de riesgo, rutina de toma de medicación.

■ **Conocer y realizar procedimientos de prevención para mantener un entorno seguro, conocer situaciones peligrosas, actuaciones en caso de urgencias...**

■ **Uso de nuevas tecnologías:** La tecnología está presente en cualquier aspecto de nuestro día a día, ayudándonos a tener una vida mucho más fácil por lo que conocer y controlar dispositivos electrónicos nos permitirá ganar en independencia. Pero su uso va ligado a la adquisición de habilidades que además van evolucionando con el paso del tiempo. Conocer, explorar y gestionar el uso de estas nuevas tecnologías proporcionará a la persona con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales, una serie de recursos esenciales para el desempeño de actividades del día a día (uso responsable de teléfono móvil, ordenador, Tablet, redes sociales, apps...)

Ha pasado casi un año desde que iniciamos este proyecto y aunque la situación debida a la pandemia no nos ha permitido trabajar de la forma esperada, hemos comenzado a allanar el camino hacia lo que queremos conseguir. Nuestro plan de futuro de cara al curso que viene está en el desarrollo de todas estas habilidades en entornos naturales y en la comunidad en la que se desarrolla la persona, que faciliten el aprendizaje, la inclusión y el establecimiento de redes de apoyo comunitarias esenciales para la vida de cualquier ciudadano. ■



## PRODUCTOS ZOOSANITARIOS SALUD Y NUTRICIÓN ANIMAL

Empresa dedicada a la Salud y  
Nutrición Animal desde 1985

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

# IMPORTANCIA DEL INFLUENCER EN EL PROCESO DE COMPRA



Cuando decidimos hacer **Marketing de Influencers**, debemos de ser consciente que nuestro foco de atención es el consumidor. Es importante conocer muy bien a nuestro cliente, cuáles son sus intereses, gustos, hábitos de compra, etc. Construir un **Bayer Persona** adecuado para crear una buena estrategia. La búsqueda del Influencer no debe de estar centrada únicamente en el número de seguidores, sino que hay una serie de características muy importantes a tener en cuenta: sector, audiencia, intereses, forma de comunicarse, etc.

Lo primero que debemos de analizar es a nuestro cliente ideal. Para ello, estudiamos los datos demográficos, sus intereses, sus inquietudes y sus pain points. Posteriormente analizamos el 'Consumer Journey', es decir, el proceso de compra de nuestros clientes. Esto nos dará conocimiento de cómo se comporta el consumidor antes de adquirir nuestro producto. El recorrido a la compra puede ser clave a la hora de crear nuestra estrategia de Influencer Marketing y que sea efectiva. Vamos a resumir el proceso de compra en cuatro fases:

**Fase de Deseo:** Es el momento en el cual una persona es impactada con nuestra marca por primera vez. En esta fase es importante mostrar nuestro producto o servicio a nuestro cliente potencial para despertar su interés. Es decir, nuestro cliente toma conciencia del producto.

La acción de los Influencers en esta fase consiste en mostrar nuestros productos en su contenido

de las RRSS, a través de fotografías, vídeos, historias, etc. Su audiencia visualiza este contenido y el alcance de nuestra marca aumenta. Cada vez más personas reconocen el producto.

**Fase de Exploración:** El consumidor busca información sobre el producto que quiere comprar. Dependiendo del tipo de producto y la inversión necesaria, este proceso es más largo o menos. Suele explorar en las páginas webs, RRSS, experiencia de otros consumidores, recomendaciones de expertos y opiniones de su círculo cercano. Es la etapa de consideración del cliente, y para ello es importante el papel del Influencer. Este muestra a través de su contenido las características del producto, sus impresiones y lo recomienda si está satisfecho. El contenido más común en esta fase suelen ser los Reviews.

**Fase de conversión:** Es el momento de la compra. El cliente ha tomado la decisión de comprar el servicio o producto, y en este momento debemos de añadir un valor extra durante la conversión. Se puede hacer a través del Packaging, trato personal (si es una tienda en físico), seguridad en el pago (online), etc. Para que la experiencia de compra sea sobresaliente.

En esta etapa el Influencer puede mostrar un unboxing u ofrecer códigos descuentos para animar a la compra. Es el momento de la decisión.

**Fase de disfrute:** En esta fase, el cliente ya ha realizado la conversión y queremos fidelizarlo. A través de la retención (códigos, descuentos exclusivos, etc.) fidelizamos al cliente a largo plazo

para que consuma nuestros productos y servicios de forma recurrente.

Es importante, dentro de esta etapa, la recomendación. Nuestros clientes se convierten en embajadores, y recomiendan nuestros productos en redes sociales, amigos y círculo cercano.

El Influencer, en esta etapa, es un embajador de la marca, se muestra fidelizado a nosotros, recomienda y utiliza nuestros productos de forma habitual. Además, suele tener acceso a novedades exclusivas, asistencias a eventos de la marca, participar en tomas de decisiones o ser la imagen de marca de la empresa.

Para una buena gestión de la **Estrategia de Influencers Marketing**, debemos analizar muy bien el proceso de compra y diseñar las colaboraciones adecuadas en cada fase. Si tenemos los objetivos de comunicación y marketing bien definidos, y tenemos las herramientas adecuadas para medir el impacto de los Influencers, logremos unas campañas de Influencer Marketing efectivas. ■



**JESSICA HIDALGO**  
Gestión Social Media – RSC  
(Actionproject)

# CÉSAR MUÑIZ DIRECTOR GENERAL DEL C.F. TALAVERA

## UN ASTURIANO CON SANGRE BLANQUIAZUL

*Sonriente, relajado, seguro de sus palabras, conocedor de la experiencia acumulada y enfocado en el esperanzador proyecto que se presenta por delante para el Club de Fútbol Talaverano... Así vive este momento César Muñiz Fernández, la voz futbolística sin paragón del equipo blanquiazul que muestra su preocupación ante la situación que actualmente vive el club deportivo debido a la pandemia.*



**César, para que le pueda conocer la gente más joven quien es Cesar Muñiz y ¿Cuál es su experiencia dentro del fútbol?**

Soy una persona que ha dedicado prácticamente toda su vida al fútbol. A partir de los 15 años empecé trabajar como árbitro aunque con cinco o, seis años como cualquier niño también jugaba al fútbol. Desarrollé mi carrera profesional arbitral hasta llegar a lo más alto, pero con 45 años te jubilan y tienes que dedicarte a otras cosas.

**Una cosa es hablar de su carrera profesional, y otra cosa es hacerla. Con que piedras se ha encontrado en el camino Cesar Muñiz hasta llegar donde ha llegado hasta ser el mejor árbitro de España.**

Siempre digo que soy un privilegiado por haber llegado hasta lo más alto, porque al final según vas pasando etapas, categorías se van cerrando las posibilidades y es más difícil llegar. ¡Piedras!

en todas las categorías tienes problemas dificultades, no es un camino de rosas, hay veces que es un camino de espinas. Lo que si tengo claro, es que hay que tratar de saltar esas piedras que te encuentras en el camino para intentar llegar a lo más alto posible. Cómo cualquier carrera

**“Hay momentos buenos y malos, pero al final todo esfuerzo tiene su recompensa y lo importante es llegar”**

deportiva profesional, tiene sus más y sus menos, hay momentos buenos y malos, pero al final todo esfuerzo tiene su recompensa y lo importante es llegar.

**Al igual que me imagino que, le va a ir recompensando el objetivo final que tiene con el C.F. Talavera de la Reina, con su blanquiazul. ¿Pero cómo vive un asturiano los colores blanquiazules?**

He venido aquí de la mano de mi socio y amigo, Miguel Martín que es un empresario talaverano con muchos proyectos profesionales y cuyo compromiso con esta ciudad está fuera de toda duda. Este compromiso, nos hizo madurar este gran proyecto y ponernos manos a la obra. Una ciudad futbolera como Talavera necesitaba un pequeño impulso económico, y es lo que hemos hecho. Queremos hacer crecer a la ciudad y al equipo, es cierto que tiene mucho potencial, y al final estoy implicado al máximo, con ganas de

ir mejorando el club en todas sus facetas organizativas.

**La figura del director general es realmente importante en un club de Fútbol. Se trata de la cúspide de todo el organigrama ejecutivo. ¿Qué funciones desempeña actualmente como Director General del C.F Talavera?**

El ser director general con lleva a tener una gran responsabilidad, y a tomar decisiones importantes para el club, pero al final haces un poco de todo. Soy la imagen del club, la cara visible en este proyecto. Vamos dando pasos firmes con el fin de reestructurar todas las áreas, y profesionalizar cada una de ellas. No olvidemos que es un club muy complejo, que hacer cambios cuesta muchísimo. El club estaba como estaba y al final todas las áreas tienen que ser mejoradas, hay que ir con paciencia, con calma y dando pasos serios, cimientos firmes para intentar que no se tambalee la casa y poder construir un bonito adosado en este caso.

**“Queremos hacer crecer a la ciudad y al equipo, es cierto que tiene mucho potencial”**

**Nuestros lectores están deseando conocer los avances que se están llevando a cabo en el club y con lo que se van a encontrar en el nuevo C.F Talavera?**

Aunque todavía llevamos un año es muy pronto para hacer valoraciones, pero hemos dado pasos importantes. Hemos empezado con un cambio sustancial en nuestra plantilla haciéndola más competitiva y de muchísima calidad. Algunas voces dicen que, hacía mucho tiempo no se veían a futbolistas de tan alto nivel practicando fútbol en el Prado. Por lo tanto, ya hemos dado un paso importante en lo deportivo, ahora nos toca trabajar en el plano económico, y empresarial. No hay que olvidar que dentro de nuestros objetivos está dotar al club de la mejor cantera, de categorías inferiores, de División de Honor juvenil, fútbol femenino. La verdad es que estamos trabajando para dar cabida a numerosas disciplinas deportivas con el fin de mantener una base sólida para el futuro del club además de, optimar sustancialmente el área social del Club y mejorar las nuevas tecnologías.

**¿Cómo ha afectado el Covid-19 al fútbol? ¿Y al C.F. Talavera?**



No solo ha afectado al fútbol sino a todos los deportes en general, además de la actividad económica de nuestro país. Los datos que dejaba la Covid-19 en la sociedad a nivel sanitario, no deja lugar a dudas del dolor que hemos sufrido, ha sido terrible, al igual que en el aspecto económico. La cantidad de puestos de trabajo que se han perdido, los ertes, la cantidad de negocios que se han cerrado, si esta situación nos ha afectado a todos, imagínese como ha afectado al fútbol que, depende del apoyo del socio, patrocinadores para que el club tenga ingresos y pueda acometer su proyecto.

**¿Cómo le ha afectado a la plantilla el jugar estos partidos a puerta cerrada? ¿El jugar partidos a puerta cerrada afecta a la actitud del jugador en el campo?**

Está claro que el futbolista es como cualquier otra persona es un ser humano y necesita el calor y el apoyo de las personas más cercanas, y nosotros en el Talavera, nos hemos caracterizado por ser un club cercano, con buen ambiente laboral, para que los jugadores se sintieran muy cómodos. Al final, esta práctica se refleja en el campo, hemos tenido un vestuario muy bueno. Estamos muy contentos.

**Eso dicen las buenas lenguas que se ha visto un gran cambio en la plantilla, que es una plantilla animada, jovial y además una plantilla con un proyecto impresionante, sobre todo porque son gente muy joven.**

Si, la verdad es que los futbolistas hablan maravillas del proyecto. Es un club que económica-

mente paga, que es muy importante, que los futbolistas se encuentran muy a gusto, que hay buen ambiente, que hay un proyecto detrás que hemos venido, y hemos venido con la idea de quedarnos, de seguir creciendo, de que la ciudad se vuelque con nosotros y nosotros con ellos y a partir de ahí si tenemos el apoyo suficiente de las instituciones, del público de los patrocinadores y de la afición, podremos hacer cosas muy interesantes.

**¿Qué le preocupa actualmente a César Muñoz?**

Me preocupa la situación económica, que en esas categorías de primera red para abajo es muy importante. No olvidemos que aparte de lo que puede generar un club por sí mismo, depende de la situación de las instituciones y las instituciones no lo están pasando bien tampoco, ya que, por el Covid, hubo lógicamente que acometer muchas cosas principales puesto que se trata de la economía de un país, de una comunidad, de una ciudad, y lo entendemos. Nos gustaría que al final el público responda, que nos acompañe, que haya buen ambiente, porque eso hará que sigamos para adelante con el proyecto. Ya que estamos aquí, sería muy triste quedar en camino de nadie. Estamos muy cerca también del fútbol profesional, que es muy difícil, pero estamos en una posición privilegiada. Yo pienso que el tren lo tenemos en la estación y tenemos que subirnos todos, porque la final si el tren se va y no nos hemos subido tardará mucho en volver.

**Habrás que coger ese tren sobre todo por la afición que está creciendo cada vez más.**

Talavera es una ciudad futbolera y eso encandila. El hecho de ver futbolistas con un alto nivel de fútbol ilusiona a la afición. No olvidemos que van a venir 20 equipos muy buenos de altísimo nivel, y creo que tenemos que estar muy orgullosos de donde estamos porque no siempre vamos a ver un deportivo de la Coruña, un Racing de Santander, un Ferrol, un Badajoz etc. y eso hace que la gente se ilusione y tenga mono de fútbol.

**¿El avance de las vacunas va ayudar a que los aficionados acudan más al campo para asistir a los partidos?**

Si, está claro, la vacuna es fundamental, pero para todos. Que la gente retome su vida normal, su trabajo es muy importante porque seguiremos generando riqueza y puestos de trabajo, esto hace que el país vuelva a funcionar como antes. Para nosotros es importante que la vacuna llegue lo más rápido posible para inmunizar a la mayoría de la población. Es fundamental para que los espectáculos, los campos de fútbol, los teatros, los cines, las actuaciones musicales, vuelvan a tener vida, que participemos todos que salgamos a la calle, y partir de ahí todos saldremos beneficiados

**Aparte de llevar sus colores cómo buen asturiano, ¿César Muñiz lleva en su corazón el color blanquiazul?**

Cuando eres profesional cómo los futbolistas cuando cambian de equipo sienten los colores. En este caso a mí me pasa lo mismo, siento los colores. Me debo al talavera estoy entregado en cuerpo y alma y lógicamente siento que parte de mi corazón está en el talavera porque deseo lo mejor para él, y luego por mí, por ser la imagen de este gran club y quiero que el proyecto llegue lo más rápido y lejos posible.

**No solo lo lleva en el corazón sino que viene vestido de azul talavera ¿ha sido coincidencia?**

Si si, ha sido coincidencia

**¿Satisfecho con esta temporada?**

No ha sido una temporada fácil, no olvidemos que hemos llegado a Talavera a ultimísima hora. Hemos tenido que hacer una plantilla competitiva con 22 futbolistas nuevos y no es fácil conseguir la coordinación del equipo, que rindan en el campo, pero nosotros lo hemos hecho. Hemos tenido momentos complicados con malos resultados, más que por el juego yo creo que por el resultado. Al final jugábamos bien, pero perdíamos o, perdíamos puntos a lo tonto y todo eso crea cierto desconcierto y desconfianza. Pero fuera nosotros siempre teníamos claro el objetivo final. No ha sido fácil, pero hemos tenido la satisfacción de haberlo logrado.

**¿Cómo va el proyecto que presentaron hace 2 temporadas para el C.F. Talavera?**

Está en esa fase de seguimiento, de crecimiento. Lógicamente un proyecto no se hace en un año, ni en seis meses, requiere mucho tiempo. Tiene

**“El tren lo tenemos en la estación y tenemos que subirnos todos, porque la final si el tren se va y no nos hemos subido tardará mucho en volver”**

que acompañar la pelota, el tema deportivo es muy importante. De nada sirve que tengas un proyecto económico empresarial si lo deportivo no va. Y bueno, en eso estamos. intentando y equilibrando la balanza para que vayamos a la par. Sin correr y lograr juntos el objetivo final.



**¿Cuál es el objetivo más inmediato de César Muñiz?**

Ahora y a día de hoy estamos elaborando los abonos, los precios para que sean competitivos para todo el mundo, para que ningún bolsillo se quede sin poder venir al Prado que es lo que queremos, que se llene el campo porque al final van a venir equipos muy potentes y queremos que se viva con la máxima ilusión, ese es el objetivo más cercano. Seguir creciendo en la plantilla, viendo un poco los futbolistas y como evolucionan. También la confección de la plantilla, el tema de los socios, el tema de los abonos, bueno, esas cosas que estamos intentando mejorar para darle más calidad al socio.

**Me ha gustado mucho el nombre que le ha dado a nuestra cita: quedamos en el Estadio, ¿eso quiere decir que es un proyecto inmenso no, lo siguiente?**

Es que el estadio al final es la joya, está en el centro de Talavera, es un estadio muy bonito muy coqueto. Estamos trabajando para ello. Intentando ampliar su capacidad de 5.000 a que llegue a tener 11.000 o 12.000, hacerlo sostenible, con más gradas, con una residencia para futbolistas, los bajos comerciales dotarles de actividad etc. Por lo tanto, estamos intentando que este proyecto deportivo sea social, que genere riqueza, puestos de trabajo, que al final es importante. No olvidemos que el fútbol este año con la primera red va generar dos millones de impacto económico en la ciudad. Es muy importante todo lo que aporta, ya que cuando las aficiones que viajan a talavera, se alojan, comen, cenan, hacen compras. Todo eso es riqueza para la ciudad.

**Dicen que el motor de una ciudad es el tener un buen equipo de Fútbol, les deseo muchísima suerte, pero, antes de despedirnos, una cosa más, ¿cómo puede ayudar Fundación Futurart al C.F. Talavera de la Reina?**

Ayudar, pues estar con nosotros físicamente, mentalmente en este proyecto y nosotros lo mismo, poder aportar nuestro granito de arena. El club está a vuestra disposición para lo que necesitéis y bueno, cualquier tipo de colaboración, cualquier tipo ayuda que podáis necesitar, no dudéis que aquí hay un equipo humano importante que al final antepone todo el tema profesional y económico a un tema humano y por lo tanto en ese aspecto yo creo que siempre hay sinergias colaboraciones que podemos tener y podemos estar de la mano para intentar hacer crecer esta Fundación.

**Muchísimas gracias, César. Ha sido un verdadero placer entrevistarte. Unas veces te llamo de tu, otras de usted, quizás sea por ser asturiano, y el cariño que te tengo.**

Gracias a ti, por el trabajo que estás haciendo, la pasión e ilusión que pones a las cosas y ¡ojalá! podamos vernos a corto plazo y sigamos creciendo en este proyecto. ■

INMA GONZÁLEZ

## MÁS QUE PALABRAS

Hola, soy Irene Abecia y es para mí un placer poder aparecer en esta interesante revista para empresarios y autónomos, como es mi caso.

Aunque soy zaragozana de nacimiento, resido en Marbella en la actualidad. Os preguntaréis qué me vincula a vuestra hermosa tierra y más concretamente a Talavera... pues si continuáis leyendo, os lo explicaré.

Pero antes me gustaría compartir más información sobre mí, para conocerme un poquito mejor y saber por qué me consideran una mujer emprendedora y, últimamente, ejemplo de "resiliencia", curioso concepto que se emplea muchísimo en la actualidad y que se trata, en otras palabras, de haberme "reinventado" en mi faceta laboral. Desde hace más de treinta años me dedico a viajar por Europa como Guía Turística, acompañando a grupos de extranjeros que disponen desde una quincena hasta varios meses para conocer el "viejo continente".

Sí... ya sé que estaréis pensando que es una profesión muy bonita, y ciertamente lo es, a días y a ratos, como todas. Sin embargo, lo que la hace especialmente difícil es pasar tanto tiempo fuera de casa, durmiendo cada noche en un hotel, sin poder disfrutar de la familia y amigos en fechas señaladas, estando tremendamente preocupada cuando un ser cercano está enfermo (incluso con la muerte coqueteando a su alrededor) y tener la sensación que solemos sentir todas las madres de que nos estamos perdiendo los mejores años de nuestros hij@s.

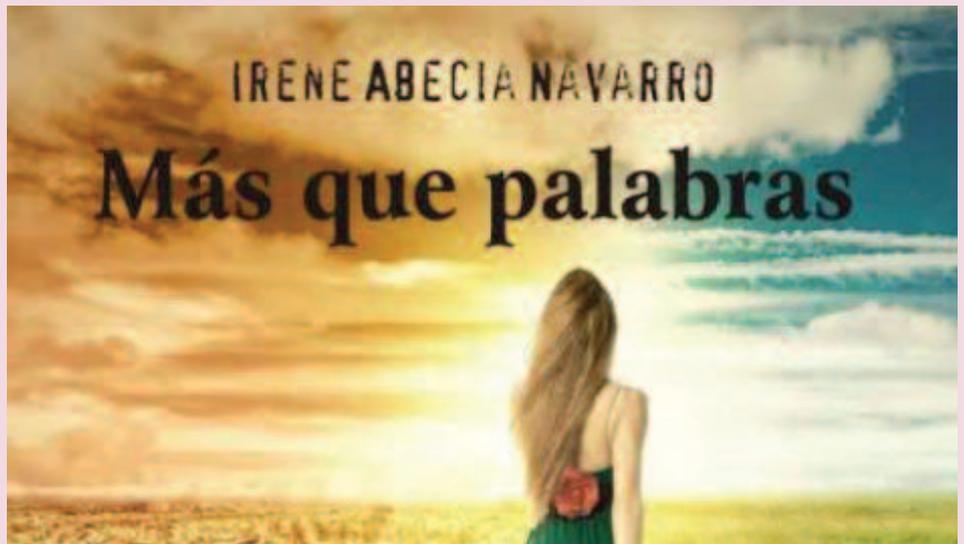
No, no es fácil trabajar y ser madre, pero esto forma parte de otro capítulo de la novela de la vida.

Y precisamente, hablando de novelas, es donde aparece mi transformación, mi metamorfosis; de crisálida me he convertido en mariposa. No es porque en mi papel de crisálida no me sintiera cómoda o no me gustara, en absoluto, he sido muy feliz durante mucho tiempo viajando, conociendo lugares maravillosos y sobre todo, ayudando a cumplir sueños.

Sueños de miles de personas, venidos desde muy lejos para conocer lo que aprendieron de niños en sus escuelas, lo que vieron en glamorosas películas en las grandes pantallas o las magníficas obras de arte de grandes genios...

Cuando podían sentir bajo sus pies las empedradas calles medievales, tirarse bolas de nieve desde las cumbres de Suiza o comerse un "gelato" en una pequeña heladería romana, yo he tenido la dicha de ser testigo, de estar allí, con ellos.

Quizás sea esto, junto con recibir entrañables co-



reos de todos ellos, agradeciéndote tu paciencia, simpatía y conocimientos, lo verdaderamente valioso y se vea, en cierto modo compensado, por la pérdida de otros momentos más cómodos y familiares.

Lo cierto es que esta inesperada pandemia, que tantas vidas ha trastocado, ha servido para que la "mariposa" escondida en mi interior, haya salido tímida inicialmente, pero con grandes ganas de volar y de posarse en fragantes flores de colores.

Así he podido publicar mi primera novela titulada "Más que palabras", un viaje a través de lugares hermosos del mundo y, sobre todo, un viaje de introspección, al interior de uno mismo para gestionar las emociones que nacen de las adversidades con las que la vida nos sorprende. Un canto a la vida y a la superación.

Tengo otras dos terminadas, ahora voy por la cuarta, y aquí es donde aparecen "Talabira" y "Tulaytulah". Como se puede advertir, se trata de una novela histórica, ambientada en el siglo XI, teniendo como principales escenarios estas dos preciosas ciudades, **Talavera de la Reina** y **Toledo**, llenas de historia y sabiduría. Para mí es un inmenso placer recorrer sus antiguos rincones de la mano de personajes variopintos, algunos ficticios, otros que realmente existieron

como los reyes "Jazmín Hiaya" o "Al-Ma'mum". Aquí tenéis la explicación del motivo de mi aparición en esta revista de la **Fundación Futurart**, ejemplo de solidaridad y apoyo, sin ánimo de lucro. Aunque no viva aquí, con vosotr@s, me siento muy cercana porque cuento con la valiosa amistad de dos grandes mujeres talaveranas: Inma Gonzalez (periodista y colaboradora en la creación de esta revista) y mi entrañable compañera Helena Rueda.

A Helena le tengo que agradecer, además, su inestimable ayuda con documentación de aquellos tiempos remotos. Es un ejemplo de mujer luchadora y entusiasta. Durante años nos han unido los kilómetros y kilómetros recorridos por autopistas y anécdotas sobre turistas. Pero además, Helena siempre ha estado muy activa promocionando la ciudad de la que ella se siente tan orgullosa de pertenecer. Por ejemplo, ha formado parte de la consecución de la "**Cerámica de Talavera**" como **Patrimonio cultural inmaterial de la Humanidad**, ahí es nada.

Para ir finalizando, el hecho de haberme convertido en escritora, dándome a conocer en el mundillo literario, me ha dado la oportunidad también de escribir críticas de cine y de teatro para una web llamada "Cinemagavia" y estar preparándome como Guionista Literario en la actualidad.

Espero que estas líneas os hayan animado, despertando vuestro interés sobre las innumerables posibilidades que existen, cuando nuestra vida deja de ser como antes, aunque no sea fácil. Se trata de averiguar qué sabemos hacer bien e intentarlo.

Mucha suerte a tod@s, amigos talaveranos, y gracias por haber permitido conocerme.

**IRENE ABECIA**

<https://www.facebook.com/Irene.307>

<https://www.instagram.com/ireneabecia.307>

<https://www.ireneabecia.net>

**ALFREDO MIRANDA** GERENTE DE MR- PAVIMENTOS

# MR-PAVIMENTOS

## CUESTIÓN DE CALIDAD

*Alfredo Miranda Rubio, es el gerente de la empresa talaverana MR-PAVIMENTOS líder en instalaciones deportivas y césped artificial. Desde hace más de una década, ha ido creciendo desde su sede en la ciudad de la cerámica. Actualmente trabaja a nivel nacional y son un referente en nuestra Comunidad autónoma y comarcas, en el mundo del pádel y cada vez más en otras zonas de España.*

**Alfredo, ¿podría hablarnos brevemente de su empresa, MR-PAVIMENTOS?**

MR- Pavimentos nació hace más de 11 años en Talavera de la Reina y desde entonces, hemos tenido nuestros más y nuestro menos hasta adaptarnos a este mercado en el que desarrollamos instalaciones deportivas, principalmente en el sector del pádel, pavimentos deportivos e industriales y césped artificial. Somos una empresa joven formada por un equipo de 6 profesionales donde abarcamos tareas comerciales, técnicas y ejecución

**¿Qué evolución ha seguido desde su creación?**

MR- Pavimentos se creó principalmente como empresa de servicios y asesoramiento en instalaciones deportivas, llegando a formar a sus empleados para la ejecución de sus trabajos. Y es que a lo largo de este tiempo la evolución ha sido importantísima sobre todo en los últimos años en los que se ha tendido hacia una mayor especialización. Este ha sido el cambio más destacado.

**¿Cómo ha visto el mercado de pavimentos durante esta última década?**

Abrimos nuestras puertas por primera vez al comienzo de la crisis, en un momento muy delicado pero consciente de la situación. Fueron muchos factores positivos los que tuvimos a favor y, menos en contra, es partir del año dos mil catorce cuando la situación empieza a estabilizarse.

**¿Cómo ha afectado estos delicados años a su mercado?**

Sin duda ha afectado, pero hemos sabido sobre-



**“Abrimos nuestras puertas por primera vez al comienzo de la crisis”**

## “Se ha avanzado mucho en la mejora de la resistencia de los productos”

ponernos focalizando esfuerzos en ámbitos privados y tratando de suplir la ausencia de grandes inversiones duplicándonos para intentar estar en proyectos de menor calado ya que la ausencia de inversión pública para la realización de pabellones deportivos municipales hizo que centráramos nuestra presencia en otras áreas deportivas.

**¿Cuáles han sido los avances más importantes en esta materia?**

Se ha avanzado mucho en la mejora de la resistencia de los productos. El mundo de los pavimentos es muy variado. En nuestra especialidad las “pistas de pádel”, han evolucionado considerablemente en cuanto a estética y como no, a su excelente calidad. Con respecto al césped decorativo se ha mejorado sustancialmente su aspecto visual y también la calidad.

**¿Existen diferencias en productos a nivel europeo?**

Si, tanto los hábitos de consumo como el clima son distintos incluso dentro de nuestro propio país y esto tiene influencia también en los pavimentos y revestimientos utilizados. Nosotros apostamos por el producto nacional porque hay muchísima diferencia en cuanto a calidad.

**¿Estamos ante un sector en consolidación o expansión?**

Aparte de ser un sector consolidado, se puede considerar también en expansión debido a su continua evolución. Hay sectores como el hotelero por ejemplo en el que la utilización de estos productos estaba más centrada en gimnasios, cocinas, y zonas infantiles y afortunadamente la posibilidad de utilizar pavimentos de PVC en habitaciones y pasillos es una opción que valoran



tanto propiedades como personas con poder de decisión en este sector.

**¿Qué tipo de servicios ofrece MR- PAVIMENTOS?**

En MR- Pavimentos somos especialista en la colocación de césped y pavimentos, ya sea desde el inicio del proyecto de instalación de pistas deportivas, como a partir de la reestructuración de las que ya están en funcionamiento. Nuestra empresa está especializada en la instalación de: pistas de pádel, pistas de tenis, pistas polideportivas, césped artificial decorativo y deportivo, pavimento industrial.

**Dentro de sus productos ¿Cual ha marcado tendencia últimamente?**

Indudablemente, el césped artificial decorativo. Creo que con el estado de alarma se ha acrecentado la idea de poner más bonitos nuestros jardines, nuestros balcones y ha ido in crescendo.

**¿Por qué elegir a MR- Pavimentos? ¿Cuáles son sus ventajas?**

MR- Pavimentos no solo ofrece pavimentos para áreas deportivas, también ofrecemos césped artificial con Soluciones únicas y adaptadas a las necesidades del cliente. Nos responsabilizamos y tratamos cada espacio de manera diferente.



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)

Nuestro gabinete de expertos te asesora con respecto a los materiales de primerísima calidad con los que trabajamos.

**Actualmente, ¿cómo se forman los instaladores profesionales de su sector?**

En MR-Pavimentos cada paso que damos está avalado por un equipo de instaladores profesionales especializados en la instalación y tratamiento de nuestros productos, además de estar en continua formación.

**¿Cree que sus productos transmiten valores? y en tal caso ¿cuáles?**

Son las personas y los procedimientos de la empresa en la búsqueda constante de la mayor satisfacción de nuestros clientes, los que transmiten dichos valores, calidad y cercanía pueden ser dos de nuestros valores.

**¿Cuáles son las principales claves para una pyme como la suya pueda seguir creciendo en un mercado tan competitivo?**

Para mi parecer, creo que hay tres claves: adaptarse con agilidad a las necesidades del mercado, todas ellas en constante evolución. Adaptación que incluye productos, procesos y servicios. Desarrollar un certificado de especialización en el sector. Hace falta seguir desarrollando trabajo y experiencia, ya le dije anteriormente que somos una empresa joven con ganas de seguir superándonos para ofrecer al cliente una autentica especialización. Y la tercera clave, a mi entender es desarrollar capacidades reales que hacemos,



ser organizados, con excelentes procedimientos para conseguir ser visto por el cliente como "la mejor opción". Aunque esto supone trabajar mucho pero siempre con criterio.

**Para terminar. ¿Cuáles son los principales objetivos empresariales de MR-PAVIMENTOS para el próximo año?**

Creo que lo principal pasa por tener un equipo lo suficientemente flexible y cohesionado para

poder afrontar con garantía las nuevas necesidades que tienen nuestros clientes, y evidentemente, intentamos conseguir mayor consolidación y crecimiento.

**¿Y proyectos?**

En la actualidad estamos realizando un proyecto de gran envergadura en un club deportivo de nuestra comarca. ■

INMA GONZÁLEZ


www.ferreteriaduran.es

# ALQUILER DE MAQUINARIA






**Talavera**  
925 814 365



**Illescas**  
925 501 796



**Navalmoral**  
927 535 536

# PREVINIENDO LA SOLEDAD EN PERSONAS CON DISCAPACIDAD: “CONÉCTAME”

En la actualidad, muchas personas viven solas, y otras que a pesar de vivir acompañadas, afirman que con frecuencia se sienten solas. La Soledad es un gigante invisible que habita muchos hogares españoles tiéndolo de síntomas emocionales como la tristeza, la apatía o el aislamiento.

Nuestro colectivo de personas con esclerosis múltiple u otras enfermedades neurodegenerativas, normalmente se enfrentan a situaciones de dependencia o dificultad en la realización de tareas de la vida diaria. A pesar del trabajo de asociaciones como ATAEM, que defienden los derechos de este colectivo, las personas con discapacidad aún se sienten estigmatizadas, lo que les lleva a determinadas carencias sociales.

Nos encontramos ante personas jóvenes, que en la mayoría de las ocasiones pierden sus vínculos sociales al retirarse deliberadamente de su grupo de referencia tras el duro impacto del diagnóstico. Muchos pacientes toman como estrategia de afrontamiento el aislamiento o retirada social, para evitar la angustia que les genera los sentimientos de vergüenza e inseguridad ante los cambios que provoca la enfermedad en sus vidas.

Estas dificultades físicas y emocionales asociadas a la enfermedad, unido al problema para acceder en muchos casos a un ocio inclusivo real, provoca que valoren como una opción atractiva la comodidad de su casa, su familia y sus cuidadores.

ATAEM (Asociación Talaverana de Esclerosis Múltiple), es una entidad de utilidad pública, sin ánimo de lucro que desde el año 2002 atiende a personas con enfermedades neurológicas, con necesidad de un tratamiento rehabilitador integral y tratamiento especializado para los diferentes síntomas físicos, cognitivos, emocionales, así como el abordaje de las necesidades sociales.

Cubrir estas necesidades sociales en muchos casos consiste en asistir al centro, recibir su sesión de rehabilitación, y aprovechar para compartir con los compañeros vivencias, preocupaciones y anécdotas del día a día.



En otras ocasiones, es compartir el trayecto en el transporte adaptado, días de excursiones, salidas de ocio y tiempo libre o talleres en grupo. Desde ATAEM se prioriza como parte del bienestar y la mejora de la calidad de vida de los usuarios, mantener una adecuada interacción social.

El año 2020 debido a la **pandemia por Covid-19**, se pone de relieve en la sociedad en general una necesidad que conocíamos, pero quizás no éramos conscientes del todo. La del contacto físico y las relaciones sociales. El confinamiento, el miedo a relacionarnos o estar en contacto con las personas, ha destapado sentimientos de soledad y aislamiento en nuestro colectivo, que además ha tenido que enfrentar un especial miedo al contagio al ser vulnerables ante la pandemia. En este escenario, se paraliza la asistencia al centro de manera presencial, y con ello, su fuente principal de interacción social para muchos de ellos.

Para dar respuesta a todas estas necesidades, hemos elaborado un nuevo **Programa para Prevenir la Soledad**. Gracias a la aprobación de una subvención dependiente de la Consejería de Bienestar Social de Castilla La-Mancha, podremos implantar el programa “CONECTAME”, destinado a los usuarios del centro que necesiten apoyo, atención o simplemente compañía. Con **Conéctame** conseguimos acercar a aquellos usuarios y familiares que por motivos de dependencia, falta de recursos, o situaciones personales no encuentran en el día a día personas que suplan ese espacio. Nos gustaría amortiguar en las personas con discapacidad, las sensaciones desagradables asociadas a “sentirse solo”, a través de una red de apoyo de voluntarios que se interesen en nuestra entidad para poner en práctica sus acciones de Voluntariado.

La sociedad de hoy en día está más conectada que nunca a través de las redes sociales y aplicaciones, sin embargo, paradójicamente más personas se sienten solas. Tenemos un reto por delante, aprovechar las nuevas tecnologías, formar y capacitar a las personas que no están familiarizadas con ellas, para aprovecharlo de una manera social dando la oportunidad de conectarse “**Conectados nos sentimos acompañados**”. ■

Laura Valera

Psicóloga ATAEM CM01861



**DAVID FERNÁNDEZ CASTILLEJO – DIRECTOR COMERCIAL DE CASTY S.A.**

## LOS HELADOS NO SÓLO SON PARA EL VERANO

*Tres pilares son los que soportan la identidad de CASTY S.A.: la continua investigación en una doble vertiente, profesional, y familiar; la comercialización de especialidades y el compromiso con la innovación de sus productos. Pero lo que de verdad marca la velocidad de vuelo de esta empresa talaverana es el esfuerzo y la pasión que los hermanos Castillejo ponen en cada departamento que dirigen. Y es que no puede ser de otra manera que seguir la herencia familiar. Un legado del que sienten orgullosos de mantener vivos los valores de sus fundadores y, sobre todo, ofrecer productos con la misma calidad.*



**David, son muchos los reconocimientos concedidos a vuestra empresa a lo largo de vuestra historia. Satisfechos?**

Para nosotros el mayor premio es que la gente disfrute con nuestros helados, y trabajamos con entusiasmo para que así sea. A partir de ahí, es un privilegio que organismos y organizaciones tan importantes nos hayan encontrado merecedores de reconocimiento, supone un enorme espaldarazo que agradecemos enormemente y que nos ha ayudado a mantener intacta la ilusión por las cosas bien hechas.

**Indudablemente, esta semilla viene de la mano de vuestros padres y fundadores de esta empresa familiar. Cómo segunda generación al frente del negocio, cómo lleváis ese compromiso de cariño que precisamente “Pepe”, le ponía a cada uno de sus helados?**

La verdad es que lo que consiguieron nuestros padres fue una proeza y precisamente por eso nos sentimos en el firme compromiso de seguir construyendo este bonito sueño. Nuestros padres, ponían un especial cariño y esmero en cada cosa que hacían. Para ellos, esta aventura era mucho más que una forma de sacar adelante a sus cinco hijos, era un compromiso personal por la superación, era el sueño de hacer algo grande.

Eso es lo que se nos ha inculcado desde pequeños, lo que hemos vivido en casa, hasta el punto de que no sabemos hacerlo de otra manera, sentimos los helados como una parte de nosotros y el negocio familiar como uno más de la familia. **Desde que se encendiera por primera vez la luz del pequeño obrador en el que comenzó la historia de Casty, Pepe, y Pilar, soñaban con poder llevar sus helados a cada rincón de España. ¿Habéis llegado a alcanzarlo?**

Sí, el sueño se cumplió y hoy nuestros helados están en toda España. Pero además, incluso se pueden encontrar en Portugal, Francia, Bélgica, Italia, Alemania... y otros muchos países. El camino ha sido duro e, incluso a día de hoy, cada día nos enfrentamos a nuevos y complicados retos, pero con el paso del tiempo mis padres han podido disfrutar y siguen disfrutando de ver en lo que se ha convertido esa locura de sueño que se empeñaron en hacer realidad.

**David, después de tantos años en la industria, que es para vosotros la principal de las enseñanzas?**

La principal enseñanza es que hay que seguir aprendiendo. Nosotros bromeamos con que somos una empresa que está permanentemente en construcción porque después de 40 años de trayectoria no paramos de organizar, de mejorar los sistemas de trabajo y los procesos productivos. No paramos de inventar helados, de hacer nuevas recetas y mejorar las existentes. Todos los días aprendemos cosas nuevas y eso es también parte de nuestra mejor esencia.

**En el 2014 inaugurasteis la nueva fábrica con capacidad para producir 30 millones de litros de helado. Actualmente habéis ampliado instalaciones, ¿cómo es el proceso de fabricación?** Bueno, en realidad no hemos parado de invertir en la fábrica desde que la inauguramos, pero ahora estamos comenzando a plantear una po-

**“Mis padres han podido disfrutar y siguen disfrutando de ver en lo que se ha convertido esa locura de sueño”**



Ayuntamiento de Mejorada





sible ampliación muy importante. Actualmente, estamos divididos en 3 ubicaciones y queremos unificarlo en una sola, ampliando capacidad y modernizando y automatizando algunos procesos. Es todo un reto para nosotros.

**Día a día trabajáis para cumplir vuestros compromisos, haciendo posibles vuestros principios de calidad, eficiencia, y compromiso con vuestros clientes, trabajo que se refleja positivamente en los productos fabricados. ¿Qué producción de helados alberga Casty, y cuántas referencias fabricáis? Fabricamos más de 650 referencias distintas. La mayor parte de los productos que fabricamos son helados, aunque hace unos años comenzamos a fabricar algunos postres congelados de pastelería. Tenemos varias marcas propias, enfocadas a distintos mercados y tipos de cliente y también fabricamos productos a medida para**



otras marcas pero, por supuesto, la más importante es CASTY que es nuestra principal marca, la más generalista que cuenta con un portfolio de más de 250 productos y con la cual llegamos a todos los canales de venta, desde supermercados y restaurantes, hasta piscinas, terrazas y heladerías.

**David, el helado siempre ha sido un referente infantil. Pero, cómo rompéis esa barrera para convertirle también en un producto para adultos?**

Creo que no exagero si digo que el helado es el postre preferido de la mayoría de la gente independientemente de la edad. Es un dulce nutritivo que encaja en muchos momentos del día y que es consumido por gente de todas las edades. Si se sigue asociando a los niños debe ser porque, en esto de disfrutar, los niños son unos auténticos expertos pero ya hace mucho que es consu-

mido por todos. En España, sí que sigue consumiéndose algo menos en invierno porque lo asociamos al calor del verano y eso sí que es algo a mejorar porque el helado es un placer ideal para todo el año, no tenemos por qué disfrutarlo menos en invierno.

**La innovación ya forma parte de vuestro ADN. ¿Cuál es vuestra apuesta por la innovación?**

¡Y tanto! Hemos hecho de la innovación unos de nuestros pilares fundamentales. Nuestra apuesta es en todos los ámbitos: el principal software de la compañía es desarrollado internamente, implantamos mejoras y modificaciones sobre las líneas de producción constantemente con un fuerte enfoque en los últimos años en la automatización y la industria 4.0. Pero además, no paramos de desarrollar producto, recetas, sabores, etc. Incluso desde el punto de vista organizativo, analizamos y mejoramos cada uno de nuestros procesos en una permanente carrera por hacer mejor las cosas.

**Integráis innovación y tradición, ¿cómo es posible hacerlo dentro de un sector tan competitivo como el heladero?**

Intentamos coger lo mejor de cada cosa. La innovación nos permite mantenernos en un mercado tremendamente competitivo y de la tradición mantenemos el amor por las cosas bien hechas, el convencimiento de que solo con paciencia se consiguen los mejores resultados.

**“Hemos hecho de la innovación unos de nuestros pilares fundamentales”**

## VERÁS LA ENERGÍA de otra manera

- PLAN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA PARA EMPRESAS Y COMUNIDADES
- INSTALACIONES ELÉCTRICAS EN GENERAL, ALTA Y BAJA TENSION.
- PUNTOS DE RECARGA DE COCHES ELÉCTRICOS - INSTALACIONES
- TRAMITACIONES DE PERMISOS - AYUDAS...

## Te ayudamos a ahorrar en tu factura eléctrica

# fenienergía

EMPRESA DELEGADA

# J C C P

Electrical Services & Energy Solutions

EMPRESA INGENIERIA CERTIFICADA

Tel. 678 551 151

### ¿Cómo es el proceso de innovación que seguís para crear un producto diferente?

Es un proceso complejo en el que hay muchos departamentos implicados. Normalmente la idea nace del departamento comercial o marketing, se define la receta en el que llamamos el departamento de desarrollo, el departamento de producción define el proceso y el departamento de ingeniería y mantenimiento analizan las necesidades en cuanto a nueva maquinaria o modificaciones de la misma. Todo esto se pone en común en la Reunión de Desarrollo de Producto que tenemos con mucha frecuencia. A pesar de ser un proceso lento y costoso, no todos los productos que se desarrollan llegan al mercado. En realidad, solo llegan los mejores.

### Con vuestra experiencia, ¿Cómo ha evolucionado el mercado en la historia de la producción heladera?

El sector heladero es muy competitivo: evoluciona a gran velocidad y es muy creativo. Eso nos ha hecho tener que estar reinventándonos constantemente. Hoy el reto está en que cada vez quedan menos fabricantes y a su vez cada vez los que quedan son más grandes, nuestros competidores de hoy son grandes industrias de todo el mundo y nosotros necesitamos seguir creciendo a buen ritmo para poder seguir compitiendo en un mercado mucho más concentrado y global.

### En la época que vivimos actualmente, está en continuo crecimiento la demanda de consumir productos más saludables con porcentajes de materia grasa muy reducidos. Desde Casty cómo consiguen tecnológicamente hablando, fabricar helados con mucho menos grasa y que sigan conservando los mismos sabores?

Sin lugar a dudas, ese es uno de los retos que hoy nos plantea el mercado. Nosotros nos caracterizamos por estar a la vanguardia del sector proponiendo alternativas cada vez más saludables.

### Podemos decir que la empresa talaverana de helados por excelencia CASTY tiene una clara vocación internacional. Seguíis trabajando cada día para que vuestros helados lleguen a todos los rincones del mundo? ¿Dónde habéis crecido más? ¿Qué os falta por conquistar para que disfruten de vuestros helados?

Hemos crecido mucho en estos años y hemos comenzado a trabajar en muchos mercados. Hoy nuestros productos se pueden disfrutar en varios países pero nos queda mucho por hacer en este sentido. Nuestras exportaciones solo suponen a día de hoy en torno al 10-12% de nuestra facturación y tenemos mucho potencial de crecimiento en cada uno de los países en los que estamos.

Detrás de cada helado está el esfuerzo de



### mucha gente, la historia de CASTY es un gran ejemplo de trabajo en equipo, porque así se fundó en 1982, siguiendo el ejemplo de vuestros padres?

Sin lugar a dudas, CASTY es el resultado del excepcional trabajo de un extraordinario equipo de personas que luchan cada día para hacer las cosas lo mejor posible. Tenemos la suerte de contar con un gran equipo humano, involucrado en el proyecto común y que nos ha llevado a ser lo que hoy somos. Es un orgullo para nuestra familia, poder compartir día a día, las alegrías y tristezas, la ilusión y el esfuerzo con compañeros de tanta valía, generosidad y calidad humana.

### ¿Cuáles son los helados más demandados y cuáles las especialidades de la casa?

Es curioso que, a pesar de que el mercado del helado está constantemente cambiando, los productos más demandados siguen siendo los clásicos Luxus Almendrado, los Conos de Vainilla y Chocolate y Sándwiches de Nata. Unos de los mayores éxitos de los últimos años es el Helado de Peppa Pig, que hacemos para los más pequeños. Un helado de Petit de Fresa con una textura y sabor excepcional. En los formatos familiares sigue gustando muchísimo nuestra Tarta Empepatriz y la Tarta al Whisky que hacemos siguiendo el mismo proceso que hacían nuestros padres hace 40 años. En los últimos años, hemos crecido mucho con nuestra gama de Cremas Premium con sabores tan sugerentes como Vainilla con Nueces de Macadamia o Caramelo Salado y que se han hecho un importante hueco

en el mercado. Pero son muchos los productos que fabricamos y para nosotros cada uno de ellos es importante, no somos un fabricante que se centre en los productos de mayor venta, preferimos dar a elegir al consumidor. Gracias a esta manera de pensar hemos conseguido lanzar productos que han logrado una aceptación muy superior a la esperada como la gama sin azúcar, la gama sin lactosa o Wild Choc que es un helado de chocolate apto para veganos.

### Para cuando un establecimiento en nuestra ciudad solo y exclusivamente con productos de Casty? porqué Casty es mucho más que helados.

La verdad es que no está en nuestros planes abrir un establecimiento con nuestros productos, preferimos trabajar de la mano con las tiendas, bares y restaurantes de nuestra ciudad para que lleven a la gente los productos que con tanto cariño fabricamos. Nosotros fabricamos y se los servimos que es lo que mejor sabemos hacer.

### Para terminar, ¿cuáles son las expectativas de CASTY de cara al futuro?

Nuestra intención es realizar una ampliación que nos permita seguir creciendo y mejorando en procesos y sistemas. Mimar el mercado nacional y reforzar nuestro posicionamiento internacional. Fabricar nuevos helados, los mejores, más sorprendentes y deliciosos que seamos capaces de imaginar y, con todo ello, seguir contando con la confianza de nuestros clientes y consumidores, que es lo más importante. ■

INMA GONZÁLEZ



## LA NUEVA LEY DE PROTECCIÓN A LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA FRENTE A LA VIOLENCIA GARANTIZA LOS DERECHOS FUNDAMENTALES DE LOS MENORES

La Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia ya está vigente. Desde el pasado 25 de junio esta nueva normativa amplía y garantiza el marco de protección a los menores y adolescentes tanto en el ámbito físico como en el psicológico y moral.

Luchar contra cualquier tipo de violencia infantil. Este es el objetivo claro de la norma, que además recoge y establece una serie de mecanismos de prevención, detección precoz y sensibilización social frente al maltrato infantil, sea cual sea su naturaleza.

En este sentido, el conjunto de medidas aprobadas recalca que deben aplicarse a todas las personas menores de edad tanto en territorio español, con independencia de su nacionalidad o situación administrativa respecto a su residencia, como a los menores de nacionalidad española en el exterior. De igual modo, los centros de protección a menores deberán aplicar los protocolos de actuación, que serán auditados y evaluados, y desarrollar actuaciones específicas de prevención y detección precoz.

La ley especifica una regulación especial para trabajar con menores, con el requisito de no haber cometido delitos contra la libertad o indemnidad sexuales o de trata de seres humanos para desarrollar actividades por cuenta ajena, por cuenta propia o de voluntariado, tanto en el sector público como en el privado.

Así, la norma dice explícitamente que queda prohibido que las empresas y entidades den ocupación en cualquier puesto que implique contacto con menores a aquellas personas que tengan an-



tecedentes en el Registro Central de Delincuentes Sexuales y de Trata de Seres Humanos. Y apostilla que si los antecedentes en el registro se produjeran una vez iniciada la relación laboral o las prácticas no laborales se producirá el cese inmediato.

Otra de las principales novedades es la ampliación de la prescripción de los delitos graves, entre ellos los de abusos sexuales, no empezando a contar hasta que la víctima cumpla 35 años, siendo éste considerado un plazo suficiente para decidir romper el silencio y emprender acciones legales si así se desea.

En el entorno familiar, y concretamente en procesos de separación o divorcio, la norma modifica las medidas anteriores ahondando en el bienestar del menor en estos casos, asegurando las cautelas necesarias para el cumplimiento de los regímenes de guarda y custodia, la posibili-

dad de que el Juez pueda suspender de manera cautelar el ejercicio de la patria potestad, guarda y custodia, régimen de visitas o comunicación con el menor.

A nivel social, se prevé la creación de unidades policiales especializadas y la designación de un "coordinador/a de bienestar y protección" en los centros escolares y de menores tutelados por la administración. Del mismo modo, también se regula el deber de comunicación de las situaciones de violencia al menor de toda la sociedad, hablando específicamente de un deber de toda la ciudadanía de comunicar de forma inmediata a las autoridades competencias la existencia de indicios de este tipo de violencia.

Es decir que esta nueva ley de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia amplía el marco de actuación en todos los ámbitos e incluso establece la obligación de denuncia por la ciudadanía ante cualquier indicio de violencia hacia la infancia. Si tienes dudas o quieres más información sobre ella, en Aequitas Legis Abogados estamos a tu disposición. Consultarnos en el teléfono 925 820 093. ■



JESÚS LÁZARO  
Abogado

**HIJOS de  
FULGENCIO  
FERNÁNDEZ,  
S.L.**  
CASA FUNDADA EN EL AÑO 1898

**INSTALACIONES DE  
ORDEÑO MECÁNICO**

Vacas, cabras y ovejas  
SAC - SENIOR - MANOVAC  
Tanques frigoríficos  
**SERVICIO POST-VENTA**

**SERVICIO 24 HORAS - TFNO. 607 844 584**

C/ Navalcán, 34 - 45600 TALAVERA DE LA REINA  
Teléfonos: 607 844 584 - 607 842 077 - 925 80 05 86



**RAÚL SÁNCHEZ DE CASTRO DIRECTOR GERENTE DE CARNICAS DIBE  
EN CÁRNICAS DIBE NOS AMOLDAMOS A LAS NECESIDADES  
DE NUESTROS CLIENTES Y TRABAJAMOS A LA CARTA**



*Con Cárnicas Dibe estamos ante una de esas empresas que surgen del esfuerzo familiar y la apuesta por el crecimiento y la mejora continua. Muchas son las experiencias vividas a lo largo de estos años desde que viera la luz por primera vez esta empresa en la localidad de Puente del Arzobispo. Raúl Sánchez de Castro, se encuentra al frente del negocio cuya misión entre otras, es satisfacer las demandas de sus clientes y ofrecer la mejor calidad en todos sus productos.*

**Cuéntenos brevemente cómo se produce la profesionalidad de la compañía dentro del sector y cuál fue el camino para transformar la firma hasta convertirla en una de las principales empresas del sector cárnico extremeño-nacional.**

Con trabajo, trabajo y mucho más trabajo. Esto lo mezclas con toneladas de ilusión y te rodeas de un gran equipo de trabajo, al que trasmites cada mañana la chispa adecuada para buscar metas comunes. Tenemos unos valores muy determinados e inculcados a nuestro equipo humano.

**¿Qué principales ventajas se consiguen dentro del aglutinamiento del Grupo Dibe, tanto para ustedes como para sus clientes y proveedores?** Trabajamos algo distinto a lo convencional. Nuestro principal mercado es la carne salvaje, de difícil faenado, casi artesanal. Se sale de los convencionalismos, por eso también es la más difícil de comercializar y de concienciar a los paladares de la gente, que tiene falsas creencias sobre estas carnes.

**¿En qué punto se encuentra la empresa actualmente tras la situación de pandemia que estamos viviendo? ¿Cómo les ha afectado esta situación, tanto de forma positiva como negativa?**

Siempre nos quedamos con lo positivo antes que lo negativo. Hemos aprendido mucho. Esto nos ha dado una lección de humanidad y una carrera universitaria en poco tiempo. De esto saldremos mejores personas y más profesionales. En la parte negativa nos ha golpeado muy duro, como a todos los negocios relacionados con la hostelería a nivel europeo. Aparte, está el coste de vidas humanas que esto se ha cobrado, que no conozco a nadie que no tenga familiares o seres queridos que nos hayan dejado.

**“Esto nos ha dado una lección de humanidad y una carrera universitaria en poco tiempo”**



**¿Cuál es el mercado más importante para ustedes?**

Principalmente Europa. En España vamos evangelizando poco a poco con las carnes salvajes, pero cuesta. La gente tiene un concepto muy equivocado de las carnes salvajes hasta que las prueba.

**¿Qué valores son inquebrantables dentro de la compañía a pesar de vivir una situación como la descrita anteriormente y qué puntos pueden mejorarse de cara al futuro como consecuencia de la situación vivida?**

Calidad en nuestro producto, pasión por lo que hacemos, atención a nuestros clientes, responsabilidad con nuestro mensaje, integridad,...

**¿En qué tipo de productos están especializados?**

Aparte de la carne salvaje, trabajamos carnes de cerdo, vacuno y ovino. Elaboramos embutidos y jamones, de todo un poco.

Lo que está claro es que la elaboración de sus

**productos no tienen trampa ni cartón; es decir, los sabores de caza, de momento, son inconfundibles ¿no?**

La carne de caza es totalmente salvaje. Carne libre de dietas elaboradas para sacar el mayor rendimiento de animal, acortando los procesos de cría de los mismo. En la crianza y desarrollo, no interviene la mano del hombre, al vivir salvajes en total libertad, dada su vida nómada.

**Me imagino que la materia prima que utilizan en sus fabricaciones viene de su entorno toledano.**

En carne salvajes trabajamos por toda la península Iberica, pero nuestro mayor radio de abastecimiento si es extremeño. El cordero y las terneras de nuestra ganadería propia en Alcolea de Tajo. El cerdo de raza Duroc es de Hnos Lopez, en sus granjas de Calera y Azutan.

**Hablando un poco del sector cárnico en España, durante 2020 algunos operadores cárnico avícolas, por ejemplo, tuvieron que**

cerrar sus puertas y otros han pasado momentos muy complicados para poder subsistir. ¿Por qué cree que los operadores de carne de cerdo han aguantado mejor esta situación, aunque es indudable que el impacto ha sido similar para todos?

Quienes dependíamos de la hostelería, lo hemos pasado muy mal. Los animales comen cada día, las carnes almacenarlas cuesta mucho dinero y realmente, “la cornada” ha sido muy grande. Han caído muchas empresas de muchos sectores pues las ayudas en los gastos han sido escasas, tardías e insuficientes.

**¿Qué principales puntos clave utiliza Cárnicas Dibe para diferenciarse de la competencia y de productos que puedan ser similares a los que desarrollan ustedes? ¿Cuál es la situación de la compañía dentro del sector?**

Tratamos de empatizar con clientes y consumidores. Nos amoldamos a sus necesidades y trabajamos muy a la carta. Creo que haber nacido en el seno de una familia de tantos años y generaciones de carniceros ayuda.

**El cerdo es uno de los alimentos más consumidos en nuestra amplia dieta mediterránea, ya que es una carne sencilla de cocinar, muy digerible para el estómago y con grandes nutrientes. ¿Cree que el grado de importancia que tiene la innovación sobre el mismo en este sector es menor en comparación con lo que ocurre en otros sectores?**

Algo muy explotado es difícil de innovar, pero el mercado de la carne de cerdo esta en continua evolución. Innovar es necesario y cada vez más. En nuestra empresa, no paramos de buscar nuevas metas, nuevos productos y nuevas maneras de conquistar los paladares más exigentes.

**La caza tiene su estación del año y ustedes lo que hacen, aparte de tener carne fresca, reducan a sus clientes. Es decir, conservan y ofrecen carne para que se pueda consumir en cualquier época del año?**

Prácticamente, trabajamos caza todo el año según distintas especies y modos de caza. El producto congelado también lo trabajamos anualmente y el fresco según temporadas. Siempre se puede comer una buena ensalada con rosbif de gamo o cecina. Cualquier día es bueno para un embutido o una burger y un steak tartar ya que



como bien la digo, se trabaja todo el año.

**Jabalí, corzo, perdiz, ciervo se pueden encontrar en conservas, en patés en embutidos, también hamburguesas, en pinchos a todo esto se dedica Cárnicas Dibe?**

La caza menor, las conservas y algún producto de 5ª gama nos lo hacen empresas especializadas de primer nivel a las que auditamos y controlamos el proceso productivo.

**Centrándonos en su amplia gama de productos ¿es en este punto dónde deriva el principal foco de innovación de la compañía? ¿A qué grupos poblacionales se dirigen las innovaciones planteadas?**

A los más jóvenes, que son los menos habituados a las carnes que trabajamos. La gente tiene cada vez menos relación y contacto con la naturaleza, el campo y el mundo rural. Es una pena, pero la gente piensa que los productos los trae la cigüeña directamente al lineal de un supermercado. Hay mucha ignorancia y desconocimiento en este sentido. Sería necesaria más formación en los centros educativos.

**¿Qué posicionamiento pretende conseguir la compañía con su marca.**

Nuestra meta no es otra que ser un referente en carnes salvajes y conseguir que estas viandas lleguen a todas las mesas y paladares más exigentes que hay en el mundo entero. Es difícil, pero lo conseguiremos.

**¿Qué resultados obtuvieron con el lanzamiento de su nueva gama de hamburguesas de carnes salvajes sin gluten y sin lactosa?**

Tratamos de fabricar productos con etiqueta limpia y lo más naturales posibles. Las burger gustan, como todas las carnes salvajes. La gente cuando las prueba le cambia su imagen o pensamiento sobre estas carnes.

**“En nuestra empresa, no paramos de buscar nuevas metas, nuevos productos y nuevas maneras de conquistar los paladares más exigentes”**



Por su experiencia y trayectoria profesional, ¿hacia dónde cree que se dirige el futuro del sector? ¿Nuevos productos, diversificación de oferta, mejora de ya existentes?

El sector cárnico hoy en día está atacado por la moto que nos quieren meter en vena de que una vaca contamina más que una planta de carbón. Hay muchos intereses económicos detrás de ese adoctrinamiento. Interesa meternos productos veganos por que su base proteínica es el pistacho y los mayores inversores mundiales en pistachos son los mismos que manejan el poder de adoctrinamiento.

**Para terminar. ¿Qué proyectos tienen de futuro?**

Mi único proyecto es ser mañana mejor persona y profesional de lo que soy hoy. No tenemos nada previsto a largo plazo.

Estamos terminando una gran ampliación en nuestra industria y entre esto y el COVID no hay "presupuesto" ni para pensar en gastar.

Trabajamos por y para quien consume nuestro producto. Quien lo degusta, no tiene la obligación, pero sí el privilegio.

Buscamos satisfacer a esos privilegiados y que disfruten. Este es el mayor proyecto de todas las personas que formamos Cárnicas Dibe. ■

INMA GONZÁLEZ



**Pisciebora**

Con la Garantía de **polarstock** ebor a ynstalia

Visita nuestra nueva web [www.pisciebora.com](http://www.pisciebora.com)

Somos Especialistas  
**en la Reforma de tu Baño**

- Muebles de Baño
- Mamparas
- Grifería
- Sanitarios
- Platos de Ducha

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

925 894 061 / 638 13 09 20

# SOCIEDAD LIMITADA DE FORMACIÓN SUCESIVA, O CÓMO CONSTITUIR UNA SOCIEDAD SI NO DISPONEMOS DE DINERO



Si queremos constituir una Sociedad, pero económicamente estamos inmersos en la vorágine de los gastos correspondientes a la publicidad, al coste de mobiliario, a la creación de una página web, o al desembolso para papelería, o a cualquier otro gasto necesario para iniciar nuestra actividad, no debemos dejar de lado una figura también regulada en la Ley de Sociedades de Capital y que no todo el mundo conoce. Nos referimos a la **SOCIEDAD LIMITADA DE FORMACIÓN SUCESIVA** la cual se caracteriza -principalmente- por **eliminar la obligación de la SRL de constituirse con una capital social inicial, mínimo, de 3.000,00 €.**

**Este tipo de Sociedades no tiene capital social mínimo en su constitución y hasta que alcance la cifra de capital social de 3.000,00 €, la sociedad estará sujeta al régimen de formación sucesiva, de acuerdo con las siguientes reglas:**

- La sociedad reservará, al menos, el 20% del beneficio del ejercicio.

- La sociedad podrá repartir dividendos una vez cubiertas las atenciones legales o estatutarias, siempre y cuando el patrimonio final del ejercicio no sea inferior al 60% del capital legal mínimo de 3.000,00 €.

- La suma anual de las retribuciones satisfechas a los socios no podrá exceder del 20% del patrimonio neto del ejercicio correspondiente.

Cuando la sociedad alcance el capital social mínimos de 3.000,00 €, se convertirá en SRL/SL.

La constitución es prácticamente idéntica a la constitución de la sociedad limitada. Así, la escritura de constitución de la sociedad deberá ser otorgada por todos los socios fundadores, sean personas físicas o jurídicas, por sí o por medio de representante, quienes habrán de asumir la totalidad de las participaciones sociales.

La escritura de constitución determinará el modo concreto en que inicialmente se organice la administración, si los estatutos prevén diferentes alternativas. Deberá expresarse necesariamente:

- La identidad del socio o socios.
- La voluntad de constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada.
- Las aportaciones que cada socio realice y la numeración de las participaciones asignadas en pago.
- Los estatutos de la sociedad.
- La determinación del modo concreto en que inicialmente se organice la administración, en caso de que los estatutos prevean diferentes alternativas.
- La identidad de la persona o personas que se encarguen inicialmente de la administración y de la representación social.
- Se podrán incluir todos los pactos y condiciones que los socios juzguen convenientemente establecer, siempre que no se opongan a las leyes reguladoras ni contradigan los principios configuradores del tipo social elegido.

La escritura de constitución deberá presentarse a inscripción en el Registro Mercantil en el plazo de dos meses a contar desde la fecha de su otorgamiento.

La buena noticia es que **esta forma societaria puede también realizarse a través de un PAE** cuya tramitación reduce plazos y costes.

**Como veis, las posibilidades son muy variadas; sólo tenéis que decidir y triunfar con vuestros proyectos. ■**

**Contactarnos. Os ayudaremos.**

ENCLAVE, ABOGADOS Y ECONOMISTAS, S.L.P.

(925 000 984)



**ROBERTO GLEZ. MARTÍN**

Abogado. Asesor Jurídico

[www.robertogonzalezysociados.es](http://www.robertogonzalezysociados.es)

**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.carniceriatapaz.com](http://www.carniceriatapaz.com)

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

## ASISA Y FEDETO AÚNAN FUERZAS PARA DAR COBERTURA SANITARIA PROVINCIAL, NACIONAL E INTERNACIONAL A EMPRESAS Y AUTÓNOMOS TOLEDANOS

Las más 17.000 empresas adscritas a la Federación Empresarial Toledana, están de enhorabuena. Y es que el pasado 9 de junio, **Fedeto** rubricaba un ambicioso acuerdo en materia de sanidad privada que prestará cobertura en un amplio portfolio de servicios sanitarios. **Pymes y autónomos de la provincia de Toledo accederán** a este acuerdo en condiciones económicas preferenciales, que mejoran sustancialmente las establecidas en el acuerdo anterior.

De esta manera, Asisa, que tienen una amplia capilaridad cobertura en la atención **sanitaria privada en la provincia de Toledo**, extenderá su portfolio de nuevos servicios tanto a pymes como autónomos.

El acuerdo, en el que participaron el director de zona de Toledo de Asisa, José Ángel Cabezuelo Díaz, y el secretario general de Fedeto, Manuel Madruga Sanz, recoge importantes novedades respecto al compromiso vigente hasta esta fecha. Dependiendo del tipo de acuerdo, la cobertura podrá aplicarse al empresario y a sus familiares, así como a los trabajadores de la empresa. En este caso, para el **empresario la iniciativa tiene beneficios fiscales**, reduce el absentismo laboral e implementa la fidelización de los trabajadores. Tras la pandemia se ha incrementado la contra-

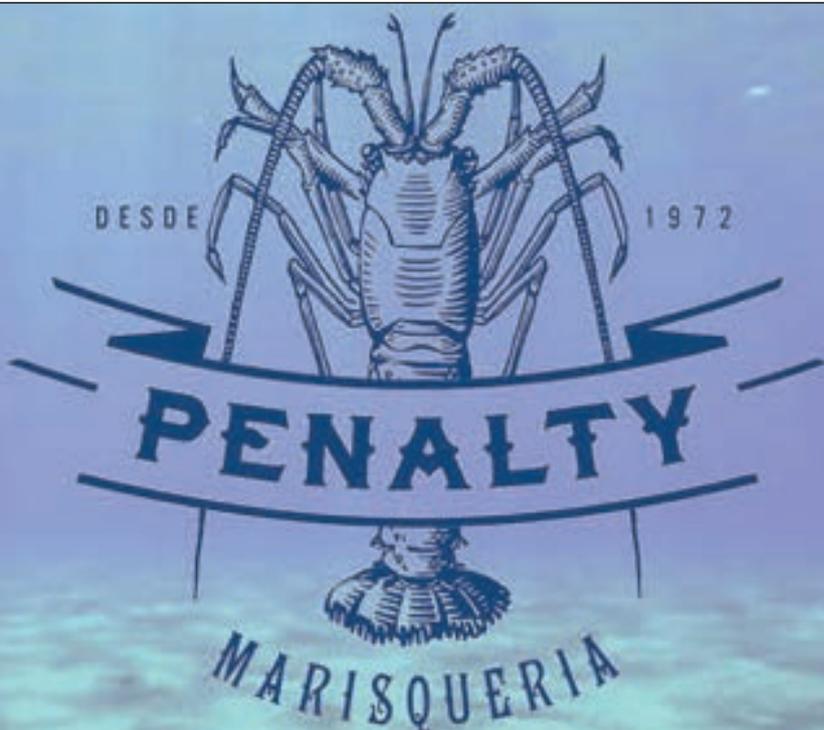


tación de seguros sanitarios y Asisa intensifica su esfuerzo de proximidad con las pymes y autónomos, con un servicio específico para empresas. Con la contratación de este tipo de seguros empresariales, **Asisa establece un protocolo de actuación y cuidado sanitario con el empresario** y su equipo de trabajadores.

Asisa también **ofrece cobertura en los viajes empresariales a cualquier país del mundo**,

para que las personas vinculadas al comercio exterior realicen su trabajo con el respaldo sanitario que precisen.

Como compañía líder en seguros sanitarios privados, Asisa pone a disposición de Pymes y Autónomos una infraestructura dotada con tecnología de vanguardia, una amplia red de hospitales y consultas, y el compromiso de atención en todas sus especialidades médicas. ■

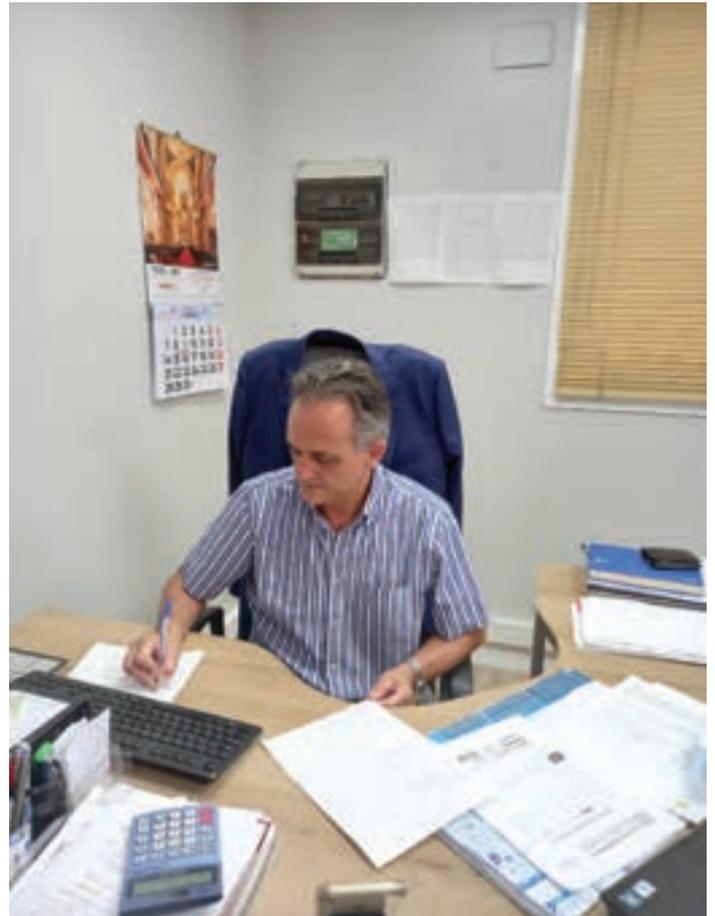


Calle Cabeza del Moro, 5-7  
45600 TALAVERA DE LA REINA (Toledo)  
E-mail: [info@marisqueriapenalty.es](mailto:info@marisqueriapenalty.es)  
Teléfonos: 925 815 344 / 925 812 870

FRANCISCO JAVIER GARCÍA BARDERAS GERENTE DE TALAVERA HIGIENE

# TALAVERA HIGIENE, SIEMPRE A LA VANGUARDIA Y MEJORANDO EL SERVICIO DE SUS CLIENTES

*En 1987 Francisco Javier García funda esta pequeña empresa talaverana, especializada en la comercialización de productos y servicios para la limpieza profesional e higiene industrial. Este año, después de muchos años de trabajo duro, una gran visión comercial y respeto hacia sus clientes, Talavera Higiene, celebra dos quindenios de vida transformada en una empresa moderna, en plena expansión y líder del mercado.*



**En este año 2021 su empresa cumple ni más ni menos que 34 años desde su apertura. ¿Cuáles fueron los inicios de la empresa? ¿Cuáles son sus fines, filosofía y misión, con los que se constituyó?**

Volviendo la vista atrás, a los principios de esta maravillosa y exigente andadura, el nacimiento de la empresa pasa por varias etapas. Originalmente nació siendo una fábrica muy pequeña ubicada en un garaje de una casa en el Real de San Vicente, que más tarde se trasladó a una nave industrial localizada en Cardiel de los Montes. En los comienzos fuimos cuatro socios y la empresa se llamaba **Riogel, S.L.** fabricába-

mos y distribuíamos productos de limpieza con la marca Cayvi tales como lavavajillas manual, detergente amoniacal, desengrasante, suavizante y similares, por toda la provincia de Toledo. Como todos los principios fue una etapa muy dura debido a la falta de experiencia y desconocimiento del mercado. También se convirtió en un momento muy ilusionante, era el inicio de esta andadura profesional cuyo fin era la fabricación doméstica de productos de higiene para su venta en toda la provincia de Toledo. Con el tiempo, en su segunda etapa, la filosofía de la empresa cambió de la fabricación a la distribución de productos químicos sobre todo destinado

a la hostelería y en especial al lavado automático de vajilla y cristalería, instante en el que se empezaban a vislumbrar los primeros lavavajillas en los bares y restaurantes. En este proceso de cambio de la fabricación a la distribución se reorganizó la empresa y se abrió un local en la calle Gil de Albornoz de Talavera, quedando solo dos socios, para la acción comercial. Hasta el año 1999 donde en una nueva reorganización nació Talavera Higiene.

**¿Cómo describiría a Talavera Higiene después de estos 34 años de experiencia?**

Avalada por esos años de experiencia, Talavera Higiene es una empresa consolidada en su sector



## “Constancia, dedicación y esfuerzo diario así como el trato personal, cercano e individualizado a sus clientes”

que se ha caracterizado desde sus orígenes por ofrecer calidad en sus servicios y productos. Nos dedicamos a la venta y distribución de productos químicos de limpieza e higiene profesional, celulósicos y complementos en el ámbito institucional, industrial, agroalimentario y hostelero, trabajando con las mejores firmas del sector.

**¿Cuáles resaltaría como los hitos que han permitido a la empresa crecer y evolucionar?**

Sin lugar a dudas, destacaría la constancia, dedicación y esfuerzo diario así como el trato personal, cercano e individualizado a sus clientes durante todos estos años.

La empresa ha ido creciendo progresivamente y aprendiendo gracias a la profesionalidad de sus trabajadores, el feedback aportado por sus clientes y al apoyo constante de sus proveedores que se encuentran a la vanguardia en productos y sistemas de higiene

**En su opinión, ¿cuáles han sido los avances más destacados a día de hoy?**

Como comentaba anteriormente, la excelencia y calidad mostrada en cada uno de sus servicios, respaldados por la líneas de productos competitivos y novedosos que ofrecen las grandes marcas con las que trabajamos.

**La actual crisis sanitaria ha elevado mucho la demanda de desinfección de espacios, ¿hasta qué punto es determinante a la hora de combatir el virus?**

Para combatir todo tipo de virus es crucial la desinfección de superficies y espacios, puesto que el contacto con un foco de infección como puede ser una superficie contaminada se puede traducir en un riesgo para la salud de las personas. Con la situación actual del COVID-19, la población ha tomado conciencia de lo importante que es una buena desinfección de espacios e higiene. Debemos mantener estos buenos hábitos una vez que hayamos logrado superar la pandemia para poder combatir todo tipo de virus e infecciones

**¿Qué sectores son los que demandan más este servicio?**

Los sectores que en esta crisis sanitaria más han demandado estos servicios han sido Residencias de la Tercera Edad, ayuntamientos, hospitales y clínicas en general y todo el sector hostelero.

**¿Cuáles son los productos novedosos de Talavera Higiene que pueden ayudar a hacer frente al Covid-19? ¿Podría explicarnos cuáles son sus beneficios y características más destacadas?**



A lo largo de la pandemia, han proliferado en el mercado productos desinfectantes, mascarillas y todo tipo de EPI's (Equipo de protección individual) que no cumplían con los estándares de sanidad que, mayoritariamente, al inicio de la crisis sanitaria y ocasionado por el desconocimiento, urgencia y miedo al contagio de la población general, han sido demandados sin cotejar si estaban incluidos en los listados del Ministerio de Sanidad.

En Talavera Higiene hemos estado ofreciendo productos para la desinfección de superficies y geles hidroalcohólicos que están incluidos en el listado de sanidad como desinfectantes activos frente al virus COVID-19. Algunos de los productos desinfectantes más destacados han sido el Oxivir, D10, Germatol, etc., la característica de algunos de estos desinfectantes es que están basados en la innovadora tecnología del peróxido de hidrogeno acelerado. Lo mismo ha ocurrido con los EPI's como mascarillas, guantes, gorros, batas quirúrgicas, etc. Desde Talavera Higiene siempre se ha ofrecido este tipo de productos que cumplían la normativa de calidad de la OMS y estaban incluidos en el listado de Sanidad como productos aprobados para hacer frente a la lucha contra el COVID-19.

**¿Con estos productos como se facilita la labor de desafección al operario de limpieza?**

Con el buen uso de los productos anteriormente descritos se facilita, la desinfección de espacios y superficies que permitan la protección de dicho entorno frente al virus. Todo ello acompañado bajo la responsabilidad personal de cada individuo.

**¿Cómo aplicar correctamente productos desinfectantes, tanto para la efectividad del tratamiento como para la seguridad de operarios, clientes y trabajadores?**

La forma correcta de empleo de estos productos desinfectantes para superficies por parte del operario de limpieza es muy sencilla, solo debe aplicar estos productos preparados sobre las superficies a tratar y dejar actuar al mismo durante unos minutos para posteriormente aclarar, es una operación rápida y sencilla que no es perjudicial para la salud del operario que realiza esta acción ni tampoco para clientes y trabajadores.

**¿Cómo se comporta el virus en las diferentes superficies y cuál es el producto más adecuado para cada una de ellas?**

La supervivencia, transmisión e intensidad del virus se muestra diferente según el tipo de superficie y material en el que se aloje, que pueden ser rugosas, lisas, porosas, plásticas, metálicas, etc. Para ello es importante utilizar desinfectantes con diferentes principios activos que sean efectivos para la superficie a tratar.



## “Debemos mantener estos buenos hábitos una vez que hayamos logrado superar la pandemia”

**¿Qué mala praxis están detectando por parte de los consumidores ante la masiva proliferación de sistemas de desinfección, en muchas ocasiones realizados por particulares sin la formación adecuada?**

A raíz del COVID-19 han aparecido en el mercado sistemas de desinfección con aparatos generadores de Ozono para combatir el Coronavirus. Estos sistemas de desinfección con aparatos de Ozono ya se encontraban en el mercado antes del inicio de la pandemia y estaban destinados para una finalidad de desinfección distinta. Sin embargo, la falta de unanimidad por las autoridades en cuanto al riesgo para la salud que puede provocar el uso de este tipo de productos y la ausencia de protocolo incentiva que sea utilizado por personal no especializado, los cuales no suelen disponer de información veraz y segura para un adecuado uso. Se recomienda, en este sentido, utilizar productos virucidas autorizados en España por el Ministerio de Sanidad.

**¿Qué retos distinguiría a corto y medio plazo, tanto para su empresa como para el mercado?** Sin lugar a dudas, el objetivo y deseo a corto plazo es salir de esta crisis sanitaria lo antes posible, tener la pandemia totalmente controlada y volver a recuperar la tan ansiada normalidad donde las empresas puedan seguir apostando por la creación de empleo y la sociedad vuelva a recuperar la libertad y el estado de bienestar pre pandémico.

A medio plazo, el reto más importante para las empresas, instituciones, mercado y sociedad en general será seguir apostando e incrementar la inversión para la ciencia, Sanidad Pública, innovación, formación y nuevas tecnologías.

**La innovación de los útiles de limpieza profesional es un gran reto para el sector. ¿Qué avances destacables ha habido en los últimos años?**

El mercado de los productos de limpieza se encuentra en crecimiento, ya que la higiene se ha convertido en una cuestión primordial. Personalmente la innovación más importante además de los útiles de limpieza ha sido la automatización de los productos con los diferentes sistemas de dosificación; por ejemplo, la limpieza y desinfección con equipos generadores de espuma. Además es importante destacar la innovación en materiales de limpieza como las microfibras o los sistemas de limpieza por ultrasonidos o robots.

Como señalaba anteriormente, todo tipo de infecciones y virus seguirán en nuestra vida cotidiana una vez que se haya vencido al COVID-19 por lo que debemos aplicar todos los buenos hábitos que ya teníamos y los que hemos aprendido con la pandemia para cuidar nuestra salud y nuestra sociedad.

**¿Puede explicarnos, de forma amplia, qué significa para usted ser una empresa socialmente responsable? ¿Cuál es su rol e importancia en la sociedad?**

Para mí, ser una Empresa Socialmente Responsable, es aquella que trata y lucha de conseguir a través de los medios disponibles aplicar políticas acciones, y ética empresarial que benefician al negocio y sus empleados, sus clientes, su comunidad y en general al medio y entorno del que forma parte. Se trata de aumentar el valor empresarial, intentando cuidar y lograr beneficios para toda la sociedad que la rodea. Caminando juntos para lograr una sociedad mejor, en todos los aspectos y luchando por el bien común. Cuidando de los trabajadores independientemente de su sexo, raza o religión, permi-

tiendo la conciliación laboral y personal y respetando la dignidad individual y en definitiva aumentando la calidad de vida de las personas. Apostar por el medio ambiente promoviendo el ahorro energético y particularmente en nuestro negocio por la eliminación de los plásticos en productos de un solo uso en favor de materiales reutilizados o cartón, celulosas ecológicas, etc. Otro aspecto muy a tener en cuenta es colaborar con organizaciones que impulsan la solidaridad y el desarrollo ético y responsable como es el caso de FUTURART.

**Para terminar ¿Cuál es, en resumen, la visión de futuro de Talavera Higiene?**

Nuestro objetivo es cuidar a nuestros clientes y sociedad en general ofreciendo soluciones y productos de higiene que conlleven a facilitar la vida de las personas y prevenir de virus e infecciones que pudieran provocar problemas de salud en nuestra comunidad.

Queremos llevar el nombre de Talavera por todo el territorio nacional y ser una buena muestra de la calidad, excelencia y lucha de la ciudad. Combinando los valores tradicionales y vanguardistas pero sin perder el trato personal que nos caracteriza. Ofreciendo productos con información veraz y de calidad, que tengan menos residuos tóxicos y sean más respetuosos tanto para las personas como para el entorno. ■

INMA GONZÁLEZ



# LOS DIFERENTES ESTILOS CREATIVOS DE LA PUBLICIDAD

Los anuncios de una misma marca se suelen parecer mucho en su estilo narrativo, en las historias que cuentan y en cómo las cuentan. Esto no se produce al azar. Una de las primeras acciones que acometen las marcas más avezadas, respecto a su estrategia publicitaria, es **elegir su estilo creativo**.

Ese estilo creativo debe ser **el que se adapte mejor al lenguaje de su público objetivo, a la personalidad del producto y la marca, y al mensaje que se desea transmitir**.

Aunque la creatividad pretende buscar un estilo único, diferente, lo cierto es que podríamos agrupar la mayoría de los formatos publicitarios en varias categorías:

■ **Origen:** Explica de forma clara y sencilla cómo nace, cómo se produce y las características del producto. Es muy útil cuando el producto es desconocido.

■ **Racional:** Explicar los beneficios que supone para el consumidor la compra del producto. Puede mostrar una prueba de que el producto funciona.

■ **Emotivo:** La campaña muestra escenas afectivas, emocionales, para que el receptor se sienta identificado con ellas y con la marca.

■ **Musical:** Utiliza un tema musical fácilmente recordable, transmitiendo sensaciones y estados de ánimo. Puede conjugarse con éxito con una campaña de tipo emotivo.

■ **Fantástico:** La publicidad presenta escenas fantásticas, irreales, muchas veces con exageraciones o extravagancias.

■ **Humor:** Más del 90% de los consumidores prefieren ver anuncios divertidos y estos se recuerdan hasta un 58% más. Debemos tener cuidado de no crear un humor que pueda resultar ofensivo o que haga perder de vista el producto.

■ **Miedo:** Movilizan a los consumidores poniéndoles en situaciones críticas (enfermedades, gastos, problemas...) e incitan a actuar ante estos escenarios.

■ **Dolor:** La publicidad muestra situaciones de dolor o fatiga, proponiendo un producto que lo



alivie. Es muy común en campañas de medicamentos.

■ **Vivencial:** Consiste en explicar historias de la vida cotidiana alrededor del producto, en las que el consumidor pueda verse reflejado, despertando su empatía.

■ **Resolución de problemas:** Cuando el producto soluciona un problema acuciante y real, este puede ser el tipo de anuncio más eficaz.

■ **Comparación:** Invita al consumidor a comparar un producto con la competencia directa en general, con la marca líder, con la competencia indirecta o con un modelo anterior del mismo producto.

■ **Prescripción:** La fuerza del anuncio reside en la persona que recomienda el producto y que es una persona reconocida y cuyas características se quieren transferir al producto (fama, fiabilidad, confianza...).

■ **Testimonios:** Usuarios del producto hablan sobre este, explicando sus ventajas.

■ **Erotismo y sexo:** Imágenes sugerentes relacionadas con el uso del producto. Como explica

Luis Bassat, el sexo en publicidad solo se justifica en productos en los que la atracción es parte de su función.

■ **Transgresión:** La violencia o la transgresión son una buena forma de atraer a una audiencia joven. Hay que tener cuidado para que no se sienta la imagen de la marca.

■ **Romper los esquemas:** La publicidad busca romper con los tópicos (forma de contar las cosas, papel de los protagonistas, escenas inesperadas o locas...).

■ **Simplificar:** El anuncio muestra el producto eliminando todo tipo de elementos visuales o sonoros. En este caso, menos es más y puede resultar impactante.

■ **Metáfora:** Relaciona la característica más importante del producto con otro elemento diferente que la contiene de forma contundente (por ejemplo, relacionar un seguro con una caja fuerte).

**Ansiedad visual:** Muestra imágenes a gran velocidad acompañadas de música, buscando que el público encuentre el mensaje al final.

■ **Regresivo:** Aprovecha la carga emocional de elementos del pasado que recordamos con nostalgia, asociándolos a una marca. Se utiliza mucho en productos que se consumieron en la infancia o juventud.

■ **De suspense diferido:** La publicidad se realiza en dos fases, la primera lanza un mensaje que despierta la curiosidad y genera expectativa, en la segunda se desvela el misterio. ■



**TOMÁS ARRIERO**

Gerente de Ventas del Grupo Prisa Radio



**Excelentes resultados**  
925 68 17 27 - 650 855 352  
Avda. Fco. Aguirre, 210 - 218 (Junto a Maestría)  
www.academiagoma.com



**Aptis**  
English Qual Examinations

**Inglés, Francés, Alemán,  
Chino e Italiano.**  
Todas las asignaturas y  
niveles.  
Grupos reducidos con  
atención personalizada.

**Oposiciones de Magisterio  
infantil y primaria**  
Oposiciones de Aux.  
Administrativo y Celador  
Oposiciones de Aux de  
Enfermería.



**Descubre  
nuestros  
cursos online**

# EL ALQUILER DE MAQUINARIA, SERVICIO DIFERENCIAL EN DURÁN FERRETERÍA

*El servicio de alquiler de maquinaria para facilitar el trabajo del profesional reafirma a Durán Ferretería como ese espacio en el que los profesionales encuentran las máquinas y herramientas que necesitan para desarrollar su actividad laboral, sin necesidad de adquirirlas en propiedad.*



Entender las necesidades de los profesionales ha sido siempre una de las máximas de Durán Ferretería a lo largo de sus más de cuatro décadas de trayectoria empresarial. En respuesta a las necesidades de aquellos profesionales que necesitan realizar algún tipo de trabajo, pero que no disponen de la maquinaria adecuada, Durán Ferretería pone a su disposición una solución ideal: su servicio de alquiler de maquinaria.

Con esta opción, el profesional podrá disponer de la máquina que precise durante unas horas o unos días, lo que realmente sea necesario para poder realizar el trabajo en cuestión. Además, su equipo de profesionales está totalmente preparado y formado para asesorarnos sobre las máquinas más adecuadas y su uso más óptimo, con

el fin de que podamos sacarle todo el rendimiento a la máquina que alquilemos.

Desbrozadoras de gasolina, hidrolimpiadoras a presión, martillos cinceladores, lijadoras de pared, generadores, motozadas para huerto, motosierras, ingletadoras, hormigoneras y así un largo etcétera que encontraremos en sus instalaciones de Talavera de la Reina, Navalmoral e Illescas.

Para los profesionales, contar con un servicio de alquiler de maquinaria como el que ofrece Durán Ferretería supone una serie de ventajas. En primer lugar, la seguridad de quien la vaya a manejar, pues son máquinas que están en perfecto estado para su uso y han sido revisadas por los expertos de Durán Ferretería. A ello hay que

añadir la posibilidad de disponibilidad inmediata de la maquinaria, así como un mantenimiento de la misma del que no se tiene que ocupar el profesional. Con el alquiler de maquinaria tenemos un mayor control presupuestario, pues nos permite ahorrar costes; además, aporta ventajas fiscales ya que el alquiler es un gasto que nos podemos deducir. En Durán Ferretería, este servicio te permite usar las máquinas más modernas del mercado, ganando así en eficiencia y eficacia en tu trabajo.

En conclusión, la maquinaria en alquiler de Durán Ferretería se presenta como una alternativa a los profesionales y vuelve a posicionar a la firma ferretera como la auténtica casa del profesional.



JOSÉ  
LUIS  
BODAS



CENTRO DE REPARACIONES  
Hnos. JIMÉNEZ, s.l.

ENCLAVE  
ABOGADOS Y ECONOMISTAS

SAN DIEGO  
CENTRO RESIDENCIAL



CENTRO DENTAL  
Campo



## ¿LIBERTAD SIN CABLES? CON METABO Y DURÁN FERRETERÍA ES POSIBLE

Ha llegado el momento de liberar nuestro jardín de cables. De manera exclusiva en la zona, ya podemos encontrar en Durán Ferretería la nueva gama de máquinas de batería Metabo para el jardín.

Las herramientas de jardín de batería Metabo son potentes, cómodas, sin cables y nos ayudarán en todo tipo de aplicaciones: desde cortar el césped, podar, cuidar y limpiar, ya sea en jardinería, paisajismo o en el mantenimiento de espacios verdes y parques.

Con las herramientas sin cable de Metabo, todo son ventajas. Porque el profesional podrá usar las mismas baterías de las máquinas que habitualmente utiliza para desarrollar su trabajo en el jardín; simplemente tendrá que adquirir las máquinas sin batería que precise, lo que conlleva un considerable ahorro para el profesional.

Las celdas de gran potencia de las baterías LiHD de Metabo facilitan la energía suficiente para trabajar sin cables las aplicaciones más exigentes. Gracias a su tecnología LiHD, Metabo es el único fabricante a nivel mundial que abarca toda la gama de potencias hasta 3.200 vatios. A ello hay que añadir que estas baterías son 100% compatibles con todas las máquinas y cargadores de Metabo y que presentan una garantía de 3 años sin limitación en los ciclos de carga.

En Durán Ferretería podemos encontrar un espacio Metabo con la más completa gama de sus herramientas para jardín. Además de un amplio portfolio de productos de batería, Metabo también ofrece para jardinería y el paisajismo muchas otras máquinas eléctricas como cortasetos, bombas y compresores. ■



*Global de Electricidad  
e Instalaciones, S.L.*

[www.globalei.es](http://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](mailto:info@globalei.es)

[www.globalei.es](http://www.globalei.es)

# UN MORDISCO A LA VIDA



El día 10 de mayo para ciertas personas cobra vital importancia por qué se celebra el día mundial del Lupus y, este año, no ha sido menos, en Talavera de la Reina, y coincidiendo con este día mundial, se ha presentado la asociación **ASTALUS**, asociación talaverana de personas con lupus y enfermedades autoinmunes. Ubicada en el centro de atención a personas con discapacidad gestionado por COCEMFE Talavera.

## SU CREACIÓN

La fundación de la asociación se crea con personas diagnosticadas por esta enfermedad, excepto Vicente que es familiar de una persona afectada por el lupus.

La asociación que aún es pequeña, pues materialmente hablando actualmente solo dispone de un despacho donde poder realizar las gestiones necesarias por dicha asociación. Pese a ello, Lourdes Sierra, Isabel Ramírez, Vicente Molina y Mar Vázquez, conforman el equipo directivo de la misma, “**estamos rebosantes de ilusión, y las ganas de trabajar en pro de la sensibilización y concienciación sobre el lupus y las enfermedades autoinmunes, no nos faltan**”, comenta Mar Vázquez, Pta. de esta nueva asociación talaverana.

## ENFERMEDAD Y SÍNTOMAS

El lupus es una enfermedad crónica en la que el sistema inmunitario del paciente ataca a diferentes órganos y tejidos (puede afectar a la piel, articulaciones, los riñones, los pulmones, el sistema nervioso, etc.) provocando daño e inflamación.

Los síntomas varían mucho de un paciente a otro. Los más conocidos y visibles afectan a la piel y lo sufren los pacientes.

Se manifiesta alternando periodos de mayor actividad o más síntomas (violentos) con otros de inactividad (remisión). Los ataques pueden ser leves y graves.

Al tratarse de una enfermedad autoinmune no tienen cura, sin embargo se puede controlar con fármacos que pueden regular el sistema inmunitario y frenar la inflamación. Además, la irrupción reciente de nuevas terapias biológicas ha abierto nuevas vías de tratamiento que mejorarán la calidad de vida de los pacientes.

## EL DIAGNÓSTICO

El diagnóstico del lupus o de otra enfermedad autoinmune es difícil de diagnosticar no es algo rápido, hasta llegar a ello los pacientes pasan

por un sinfín de pruebas médicas, miedos, angustias, dolores e incertidumbres pero, al final, puede llegar a ser un alivio cuando tiene nombre de “Lupus” lo que te ocurre.

El diagnóstico no es el final del camino, es un momento fundamental, pero genera desconcierto y dudas, cuestionándote cosas como ¿qué me va pasar?, ¿voy a poder continuar con normalidad mi vida?, etc. Tras saber cómo se llama lo que sucede al paciente es el inicio de un largo recorrido acompañados de profesionales sanitarios, llegándote a sentir sola al disponer únicamente de la visión médica de la enfermedad.

## UN GRAN RETO A LA ESPERANZA

Es por ello que **ASTALUS** es un recurso fundamental para el apoyo y la ayuda mutua ya que, nadie puede comprender mejor a un paciente de lupus que aquel que ha pasado o está pasando por su misma situación.

Aún falta mucho por hacer pero, por el momento, la principal premisa es dar a conocer la asociación entre los pacientes de enfermedades autoinmunes, asociarse, federarse y, a partir de ahí, y con ayuda de profesionales, propiciar un conocimiento lo más completo posible de estas enfermedades y su afectación en el día a día.





En estas patologías, el sistema inmunitario ataca a las células sanas del cuerpo, provocando múltiples daños en los órganos y la piel, aunque la enfermedad es diferente en cada paciente. Existen más de 80 tipos de enfermedades autoinmunes y, aunque algunas tienen síntomas parecidos, destacan la fatiga, los dolores musculares, la fiebre y la rigidez, entre otros.

**REALIDAD DE VIDA**

ASTALUS es la única asociación de la provincia de Toledo que agrupa a las personas con enfermedades autoinmunes, por lo que desde estas líneas invitan a quienes soportan estas sintomatologías, familiares, amigos y profesionales sanitarios a entrar a formar parte de esta asociación sin ánimo de lucro.

Para ser parte de esta entidad es necesario cumplimentar la ficha de socio y abonar una cuota anual de 30 euros con el fin de obtener los recursos necesarios para poder sufragar los gastos que vaya ocasionando la asociación. Una vez más y desde estas líneas la **Asociación Astalus**,



**solicita ayuda** a las distintas administraciones y empresas de la ciudad de la cerámica. Para contactar con esta asociación pueden hacerlo a través del perfil de instagram lupus\_autoinmunes, siendo éste el único medio disponible, por el momento, para contactar con ellos.

**OBJETIVO**

ASTALUS, legalmente constituida y registrada, es una asociación que nace con el propósito de atender a la población de Talavera de la Reina y su comarca, ofreciendo información, orientación y asesoramiento sobre las enfermedades autoinmunes. Poco a poco se prevé ampliar servicios, firmar convenios con otras entidades y poder crecer en calidad, recursos y servicios para sus asociados. La sede se encuentra en la Calle Bruselas 6 y su logo, la mariposa y el lobo, se convertirán en un claro referente del lupus y las enfermedades autoinmunes, así como de la lucha diaria y la capacidad de esfuerzo y superación. ■





*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  
Poligono La Floresta  
45600 Talavera de la Reina  
(Toledo)  
[www.talaverahigiene.com](http://www.talaverahigiene.com)  
**Tel.: 925 81 90 31**

# EL MUNDO DESPUÉS DE LA COVID-19



Si algo hemos podido comprobar en el último año es que todo puede cambiar en un momento y lo que hasta el momento resultaba normal, en unos días ya no lo es. La celebración del Día Mundial de la Salud este año cobró más sentido que nunca ya que la pandemia provocada por la COVID-19 ha demostrado la vulnerabilidad y la fortaleza del ser humano a partes iguales.

El virus ha afectado duramente a todos los países, pero su impacto ha sido más severo en aquellas poblaciones que ya eran vulnerables, que están más expuestas a la enfermedad, tienen menos probabilidades de tener acceso a servicios de atención médica de calidad y más probabilidades de experimentar consecuencias adversas como resultado de las medidas implementadas para contener la pandemia. Desde la Organización Mundial de la Salud (OMS) señalan que “esto no solo es injusto: es evitable” y se comprometen a garantizar que todas las personas, en cualquier lugar, puedan ejercer su derecho a la buena salud, para ello, van a trabajar para que todas las personas tengan unas condiciones de vida y de trabajo que favorezcan la buena salud.

Durante los últimos meses, los profesionales sanitarios hemos vivido situaciones extremas que jamás hubiésemos pensado. La llegada de la vacuna al personal de primera línea ha sido un gran alivio para todos. Aunque la vacunación es

voluntaria y precisa de un consentimiento previo para ser administrada, la gran mayoría de los colegiados de COFICAM han accedido a ponerla.

Los fisioterapeutas nos hemos convertido en personal imprescindible en estos meses. La recuperación de aquellos que han superado la versión más virulenta de la enfermedad pasaba primordialmente por las manos de un fisioterapeuta que ayudaba a recuperar la movilidad, el tono muscular y la capacidad pulmonar perdida durante todo el proceso.

Sin duda, en este último año, se ha puesto más de manifiesto la importancia y la necesidad de la figura del fisioterapeuta en unidades en las que hasta ahora se estaba de una manera simbólica (como en las UCI, UCRI). También se ha evidenciado la necesidad de la existencia de las especialidades en Fisioterapia para poder abordar de la mejor manera posible pacientes tan específicos y complejos como son los pacientes críticos y pacientes respiratorios graves.

## DESCUBRIENDO LAS POSIBILIDADES DEL MUNDO ONLINE

Este año marcado por la distancia y las medidas de higiene y seguridad, también nos ha enseñado las posibilidades del mundo online. La presencialidad ya no es indispensable en muchos

aspectos y ha abierto grandes oportunidades. Durante la pandemia se han impulsado diversas herramientas tecnológicas, que facilitan seguir desarrollando la actividad, tanto administrativa como asistencial. Muestra de ello es la telerehabilitación, que ha permitido que los fisioterapeutas atiendan a los pacientes desde sus domicilios y así favorecer su recuperación. Además, su implantación en tratamiento conjunto con otras técnicas ha facilitado la adhesión a los programas de ejercicios, controlando mejor los progresos.

La metodología online también ha permitido que los cursos de formación puedan seguir desarrollándose. Desde COFICAM hemos hecho un gran esfuerzo para que los colegiados pudieran seguir disfrutando de la oferta formativa. Cabe destacar que gracias a la implementación y el desarrollo de las tecnologías de la comunicación se ha reactivado el proyecto de Pelotón Salud.

Aunque este último año quizás haya sido un antes y un después en nuestra profesión, todavía queda un largo camino que recorrer en el que se tenga un mayor reconocimiento de nuestro colectivo, incluso dentro del ámbito sanitario. ■

Colegio Profesional de Fisioterapeutas de Castilla -La Mancha

(COFICAM)



## ¿QUÉ ES UN MASTERMIND Y PARA QUÉ SIRVE?

Si eres emprendedor/a o te está picando el gusanillo de serlo, es de vital importancia que **conozcas este concepto si es que aún no sabes de qué te estamos hablando.**

La palabra “mastermind” técnicamente procede del inglés, master= maestro y mind = mente, lo que **unido sería “Mente Maestra”**. El concepto de Master Mind, se le atribuye a un magnifico soberano u otro de la historia que poco importa, a lo que vamos.

Lo atractivo de este **conocimiento** es todo lo que puede aportar a tu camino como emprendedor/a y créeme, que como practicante de este método con emprendedor@s, he visto crecer de forma exponencial a aquellos que han decidido formar parte de alguna, a comparación de aquellos que emprenden en solitario.

### ¿QUÉ ES UN MASTERMIND?

Es un conjunto de personas afines que se reúnen de forma periódica para alcanzar objetivos en común o personales con el fin de mejorar sus **proyectos / negocios.**

### ¿CÓMO DEBERÍA SER UNA MASTERMIND?

Cómo puedes imaginar, hay muchos tipos de mastermind pero en este caso, siendo el **Coworking Talavera** un lugar para emprendedores o gente que quiere emprender, nos vamos a focalizar en las mastermind para emprendedores. Las hay desde las más estructuradas con reglas muy estrictas (un moderador por encuentro, 10 a 15 minutos por sesión para hablar cada uno de los participantes, minutos para cierre de conclusiones, alguien que registra por escrito lo hablado). Hasta las más desestructuradas, todo depende de sus integrantes.

Es importante recalcar el principio de confidencialidad de todos sus integrantes. La confianza es la base de la sinergia y el éxito de las mastermind.

Los encuentros pueden ser presenciales o virtuales, mediante plataformas como Hangout, Skype o zoom, entre otras.

Lo ideal es que esté formada por emprendedores/as que tengan **puntos en común**, y en otros, sean complementarios, además de una situación de negocio similar.

### PARTICIPANTES Y DURACIÓN DE CADA ENCUENTRO

Por regla general los grupos suelen ser de tres a cinco participantes. Si bien pueden ser desde dos o superar los cinco, lo cierto es que de tres a cinco se considera que el grupo es más cómodo para coordinar día, horario de encuentro y trabajar.

Cada encuentro suele durar entre una y dos horas. Todo depende del número de integrantes del grupo.

### ¿CADA CUÁNTO TIEMPO SE REALIZA?

La periodicidad del encuentro obedece a los intereses de los integrantes, y del objetivo marcado por los mismos. Personalmente y por mi experiencia, creo que, si estás dedicado 100% a tu negocio, un encuentro semanal es lo ideal, te ofrece una rutina interesante para **generar cambios y avances. Aunque** para el calendario de algunas personas les puede resultar muy poco tiempo para establecer un cambio y prefieran los encuentros quincenales.





Indudablemente, también puede realizarse una vez al mes, aunque no es lo más frecuente, todo depende, como te decía inicialmente, del objetivo de la mastermind.

Lo que sí hace la diferencia es que los encuentros sean días y horas fijos, para que cada participante pueda cerrar su agenda y comprometerse en la asistencia.

#### ¿CUÁNTO DURA UNA MASTERMIND?

El conocer la duración, es muy relativo, ya que los grupos que la forman no son eternos pero pueden durar mucho tiempo o llegar a su fin de inmediato.

Las mastermind tienden a desaparecer una vez que se han cumplido los objetivos, porque algo en la dinámica no funciona, o porque simplemente los participantes no se sienten beneficiados con el grupo. Aunque no existe un tiempo estipulado, siempre se aconseja adquirir un compromiso anual con el fin de obtener resultados. Si funciona, el compromiso se renovará de inmediato.

#### BENEFICIOS DE UNA MASTERMIND

Tienes ya ese grupo de personas disponibles para ayudarte a tener éxito, ya sabemos que la unión hace la fuerza. Obtienes el beneficio de diferen-

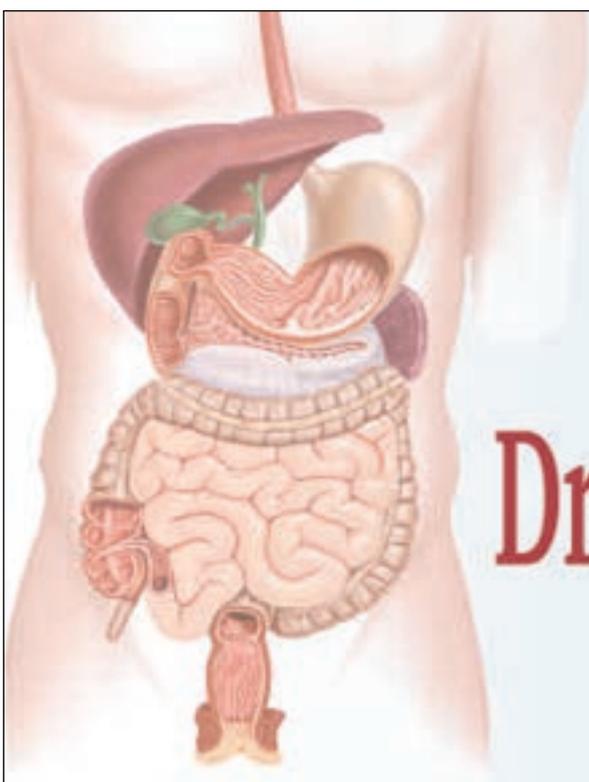
tes perspectivas, aportaciones, y comentarios, ya que el grupo de Mastermind puede aportar los recursos y las conexiones que no podrías haber tenido por tu cuenta y así acelerando rápidamente la curva de aprendizaje y fomentando la motivación, el compromiso y el aprendizaje constante.

Como ves, los beneficios son muchos. En un mastermind todo depende de ti.

¿Te animas a participar u organizar una mastermind? ■

**Leandro Curiel Esteban**

Community Manager / Cramer Digital



**Clínica de  
Aparato Digestivo**

**Dr. ROBERTO POZO**

C/ Sombrería, 5 - Tel. 925 68 09 47  
45600 Talavera de la Reina

# PIEDRAS CONTRA MI TEJADO

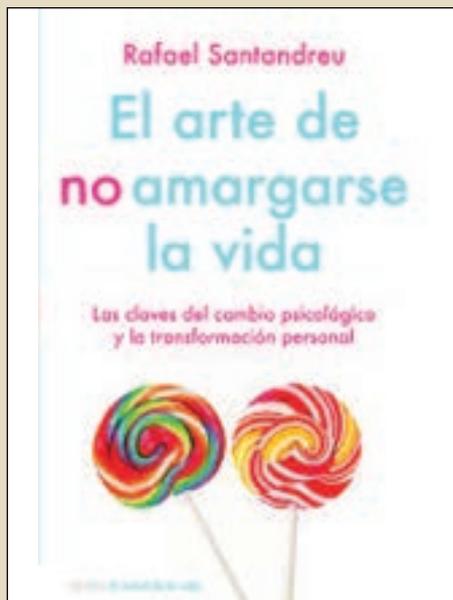
¿Tiene usted niños pequeños cerca? Le pregunto si ha visto usted alguna vez, si ha vivido, el crecimiento de un bebé. Evidentemente, no estoy dando por sentado que todos aquellos que leen estas letras, son padres o lo han vivido en esa primera persona, pero todos nos hemos sorprendido cuando hemos visto la evolución de ese revoltoso niño del vecino que se ha convertido en un hombrecito que ya mide casi dos metros y parece enfadado con el mundo. “¿con lo mono que era cuando era bebé?”. Hemos sido testigos de esa transformación, lo somos cada día, lo tomamos como parte de la vida, la transformación, aprendemos a caminar, a hablar, aprendemos tantas cosas en esos primeros años, es algo natural ¿verdad?

Así que me pregunto ¿cuándo deja de ser natural la propia transformación? ¿por qué oímos tan a menudo que “no se puede cambiar”?

La transformación, la metamorfosis personal, forma parte de la vida. Nadie es quien fue ayer, nadie es quien será mañana. El tiempo, las experiencias, las personas que nos acompañan en el viaje, nos transforman, para bien o para mal, pero negamos el cambio, no queremos verlo, cuando es la única constante; la constante transformación.

Esto es lo que defiende Rafael Santandreu, un clásico ya de la literatura llamada en los estantes de las librerías de “autoayuda”, en su ya clásico también *El arte de no amargarse la vida* que ya lleva varias ediciones en la editorial Grijalbo.

En la obra de Santandreu, no solo en esta, en todas las suyas, abundan las frases que pueden servirnos para colocar en nuestro estado de Whatsapp, pero en las que quizás no creamos del todo; “no nos afecta lo que nos sucede sino lo que nos decimos acerca de lo que nos sucede”,



“nada es tan terrible”. Puede hojear sus libros y encontrará muchos ejemplos, pero lo cierto es que no son solo frases de autoayuda y, si nos paramos a reflexionar sobre muchos de los ejemplos que recoge en su libro, ejemplos de su trabajo como psicólogo clínico cognitivo, podemos quizá avanzar con nuestro trabajo de autoconocimiento personal y ayudar así a los demás a conocernos también mejor. Quizá si todos supiéramos quiénes somos y dejásemos de amargar nuestra propia vida, podríamos mejorar como sociedad, tratando, por ejemplo, de no culpar a los demás de nuestros propios fallos, de nuestros propios miedos, de nuestras angustias y compartir más momentos de felicidad.

Este tipo de discursos buenistas levantan ampollas, suspicacias, nos vuelven condescendientes con el otro, por lo que Santandreu, conocedor de esta circunstancia, inicia su obra a la que él califica como “el abecé de la terapia cognitiva”

aludiendo a los autores e investigaciones que están detrás de este convencimiento personal del autor, respaldada, según sus palabras por “la escuela con mayor base científica”.

Metamorfosis es una de las muchas palabras de origen griego que tenemos en nuestra lengua, que convive con nosotros desde hace siglos, que llega a través del latín que también se transformó en el código por el que ahora nos comunicamos. El cambio está siempre entre nosotros hasta que un día es tan evidente como lo fue para el pobre Gregor Samsa, protagonista de una novela que lleva este nombre, tan importante como para dejarnos el adjetivo “kafkiano” quien “al despertar de un sueño intranquilo se encontró en su cama convertido en un monstruoso insecto”. No esperemos a llegar tan lejos.

Rafael Santandreu Lorite (Barcelona, 8 de diciembre de 1969) es un psicólogo español, formado inicialmente en la Universidad de Barcelona. Tras una etapa como profesor de la Universidad Ramon Llull, en la actualidad, dedica buena parte de su tiempo a la docencia y a la divulgación tanto en los medios de comunicación como con publicaciones como esta que reseñamos hoy. ■



RAQUEL TORRES LUMBRERAS  
IES Gabriel Alonso de Herrera

Disponibile en  
App Store



delivery  
**TATY**  
**EXPRESS**  
TALAVERA

Disponibile en  
Google Play



**691 014 619** [www.tatyexpress.com](http://www.tatyexpress.com)



Damos la bienvenida a la nueva empresa asociada a Fundación Futurart: **LOREMAR COCINAS**. GRACIAS a las personas solidarias a su cargo por hacer posible, junto a nuestras otras empresas y entidades asociadas, el Proyecto Empresarial Solidario 2021, la Asociación DOWN TALAVERA.



## LOREMAR COCINAS

Es una empresa talaverana de fabricación de mobiliario comprometida con el diseño de ideas, productos y soluciones integrales de acuerdo a las necesidades de sus clientes, independientemente de si es un profesional o particular.

Con una misión bastante clara, cuenta con una gran capacidad y buen hacer en el diseño, fabricación y montaje de muebles de cocina y soluciones prácticas para el hogar y el pequeño comercio.

Ofrece soluciones personalizadas, decorativas, prácticas y económicas que superan las expectativas de sus clientes más exigentes en un marco de confianza y cercanía.

Cuenta con un grupo de profesionales altamente capacitados dispuestos a brindarle asesoría personalizada para el desarrollo de sus proyectos.

### LOREMAR COCINAS

Avda. Salvador Allende, 6

Tel: 925 810 690 / 616 832 232

e-mail: [proyectos@loremarcocinas.es](mailto:proyectos@loremarcocinas.es)

[www.loremarcocinas.es](http://www.loremarcocinas.es)

*Solidarios somos mejores  
Gracias por hacerlo posible*



# DATACONTROL

## *Asesores de Empresas*

*La tranquilidad  
de tu empresa  
en buenas manos*



C/ Arco de San Pedro, 11

Teléfono: 925 82 24 40

Fax: 925 72 00 22

45600 Talavera de la Reina

Toledo

# SOLUCIONES PARA CONTEO DE PERSONAS Y CONTROL DE AFOROS



## Seguridad para clientes y empleados

- Control de flujo de personas.
- Analiza cuantas personas hay en un área.
- Evaluar el nivel de peligro de la multitud.
- Tiempo real mostrando los números internos y vincular con 'digital signage'.
- Activación de alarma cuando el aforo ha sido superado.





# Durán

Ferretería

## TU FERRETERÍA INDUSTRIAL

EQUIPOS DE PROTECCIÓN - ROPA LABORAL - HERRAMIENTAS - MAQUINARIA  
TORNILLERÍA - COLAS Y PINTURAS - BARNICES - CONSTRUCCIÓN - CERRAJERÍA  
FORJAS - FUNDIDO - HERRAJES DE MADERA



**MÁS DE 40 AÑOS DE TRAYECTORIA**



**12.000 M<sup>2</sup> DE INSTALACIONES**



**90.000 PRODUCTOS EN STOCK**



**SERVICIO EN 6 PROVINCIAS**



**EQUIPO DE 50 PROFESIONALES**



**FLOTA DE VEHÍCULOS PROPIA**



**2 REPARTOS DIARIOS**



**Talavera**  
925 814 365



**Illescas**  
925 501 796



**Navalmoral**  
927 535 538



[www.ferreteriaduran.es](http://www.ferreteriaduran.es)

Síguenos en

