

ABC

DE LA ECONOMÍA

CASTILLA-LA MANCHA

Número 44

31 de julio de 1997

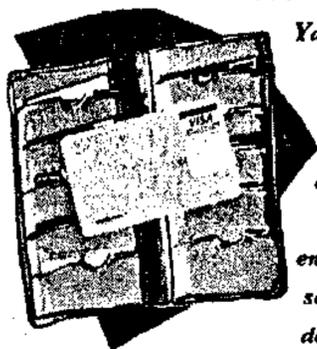
**EL NUEVO
PRESIDENTE DE
CAJA RURAL DE
CIUDAD REAL
HABLA DE SUS
PROYECTOS**
(página 12)

Fepemta lleva a estudio el comercio de Talavera

Tratar de mejorar la situación de los comerciantes de Talavera y su comarca y lograr la modernización y actualización de las pequeñas y medianas empresas, es lo que se pretende conseguir con la puesta en marcha de un estudio, por parte de la Federación de Empresarios de Talavera, en el que se busca la opinión de empresarios del comercio y consumidores sobre los problemas del sector. Este informe es el primero de sus características que se realiza en España y servirá de guía para futuros estudios que se quieran realizar en otras localidades. (Información y editorial en páginas interiores) *

Oscar Huertas

EL
OLMO
DE LA
FACILIDAD



Sistema de Compra Personalizado.

Ya no necesita una tarjeta para cada caso y cada cosa.
A partir de ahora, el SCP hará que su tarjeta de La Caja Rural sea mucho más.
Podrá pagar al contado, tratar individualmente cada compra que así lo requiera o simplemente tener a su disposición la más amplia red de Cajeros del entorno Visa y ServiRed, con la ventaja añadida de que será usted quien decida en cuántos plazos desea atender cada una de sus compras en función a su importe.

SCP
SISTEMA DE COMPRA
PERSONALIZADO

 **CAJA RURAL**



10 ptas. al día
¿A que te parece poco?



Salvar una especie como el oso.
¿A que te parece mucho?

Muchos pocos hacen mucho: Hazte Socio de WWF/ADENA.

Y por una cantidad insignificante de dinero ayudarás a salvar la Naturaleza hoy en peligro. Rellena el cupón adjunto, y envíalo a WWF/ADENA. Santa Engracia, 6 28010 - MADRID



WWF
Adena



C U P O N D E I N S C R I P C I O N

(Escribir con letras mayúsculas)

Apellidos

Nombre

Domicilio N°

Localidad CP.

Provincia Edad Teléfono

Firma

F O R M A D E P A G O

Domiciliación Bancaria Talón nominativo a WWF/ADENA

Titular Juvenil (hasta 17 años) 2.500 ptas./ año

Banco Adultos 4.000 ptas./ año

Dirección Colaborador (cuota voluntaria) ptas./ año

Población Donación (aportación única) ptas.

Provincia CP.

Entidad Oficina D.C. Núm. Cuenta

Recorta este cupón y envíalo con tus datos y tu firma a WWF/ADENA, c/ Santa Engracia nº 6 28010 Madrid. Recibirás tu carnet de socio y nuestra revista trimestral Panda gratuitamente.

Les ruego se sirvan cargar a mi cuenta, hasta nuevo aviso, los recibos que le sean presentados por WWF/ADENA, en concepto de cuota anual.

Firma

Opinión

Tribuna económica

EL COMERCIO EN TALAVERA

DECIR Talavera y decir comercio es casi sinónimo. El carácter «fenicio» de Talavera ha sido innegable desde tiempos remotos. Como capital de una amplia comarca natural, Talavera ha sido históricamente la responsable del suministro a toda la población de los bienes y servicios que demandaban y el centro de operaciones comerciales natural de la comarca, a excepción del sector ganadero, donde su importancia ha trascendido hasta ser uno de los mercados más importantes de España.

Sin embargo, los cambios socio-económicos de los últimos decenios han ocasionado una importante crisis en este sector, sometido actualmente a una brutal reconversión comenzada pero sin finalizar aún.

El comercio de Talavera tenía como base una población dedicada mayoritariamente a la agricultura y a la ganadería. Esta población, con el descenso del número de personas dedicadas a esta actividad y con la emigración del campo a la ciudad de los años sesenta, ha quedado reducida sensiblemente. Pueblos de la comarca talaverana que contaban con casi tres mil habitantes a finales de los años cincuenta, actualmente cuentan con poco más de mil.

Por otra parte, la población de esta comarca ha envejecido notablemente, disminuyendo, en consecuencia, el consumo «per capita». A lo anterior se ha unido el desarrollo del sector comercial en la totalidad de los pueblos de la comarca. Donde antes apenas existía una tienda de ultramarinos, ahora pueden adquirirse una inmensa gama de productos casi de todo tipo, reduciéndose la dependencia comercial con respecto a Talavera.

La modificación de los hábitos de compra ha tenido también su influencia. El pequeño comercio se ha visto perjudicado en beneficio de las superficies medias que imperan actualmente, haciendo que desaparezcan o estén a punto de hacerlo multitud de establecimientos, sobre todo del sector de la alimentación.

En definitiva, el comercio de Talavera se encuentra sometido a una importante reconversión, necesaria para adaptarse a las nuevas circunstancias. Será necesario adaptar, como ya se está haciendo, las superficies de los locales, imponiéndose las superficies medias y las especializadas.

Por otra parte, la proyectada construcción en las proximidades del casco urbano de Talavera de una gran superficie comercial, tipo hipermercado, está afectando muy negativamente al comercio, que con estas perspectivas se ve frenado en cuanto a inversiones se refiere, a la espera de ver las consecuencias de esta instalación. Únicamente las grandes cadenas de supermercados se atreven a acometer nuevas inversiones en este sector, pero normalmente estas instalaciones se ubican en locales de régimen de alquiler, que las permite una mayor movilidad y un menor arraigo. De cualquier forma, el carácter comercial del talaverano, a pesar de estas adversas circunstancias, hará que el comercio de Talavera se adapte a las nuevas circunstancias y hábitos y acabará por remontar el vuelo, aunque en el futuro ni las formas de venta ni los establecimientos tendrán mucho que ver con las actuales.

Lo que realmente produce asombro es que un sector tan importante como el comercio, que sostiene la gran mayoría de la mano de obra de Talavera, directa o indirectamente, se trate con tanta ligereza como se está tratando. Que se atrean a modificar su estructura sin estudiar mínimamente las consecuencias y que quienes ayer decían que la implantación de un hiper era una puñalada en el único pulmón económico de Talavera hoy se conviertan en autores de esta puñalada.

Emilio LOZANO
Presidente de la Asociación
de Comercio de Fepemta

CCM REMONTA EL VUELO

LA pasada semana el presidente de Caja Castilla-La Mancha, Tomás Martín-Peñato, daba a conocer el balance de la entidad financiera a lo largo del primer semestre del año. En términos absolutos, CCM ha presentado unos beneficios totales de 4.219 millones de pesetas, de los que 1.313 se han destinado de forma voluntaria a un fondo con el que salir al paso de cualquier contingencia inesperada. También es destacable la reducción de las insolvencias en 1.040 millones de pesetas.

Estos datos, sin duda muy positivos para la Caja, significan no sólo una buena noticia en sí mismos, sino sobre todo hacer un alto en la escalada de comentarios de tipo político que en nada estaban beneficiando a la imagen de la Caja. En el fragor de la batalla política que PSOE y PP dirimen por el control de la misma, había pasado al rincón del olvido su marcha como entidad financiera, que es lo que realmente debe importar a los empleados y sobre todo a los miles de castellano-manchegos que confían sus ahorros a la mayor entidad financiera de la región.

No cabe duda que la nueva Ley de Cajas de Ahorro aprobada recientemente en las Cortes regionales es necesaria y muy importante, de ahí precisamente su intensa y acalorada discusión, pero si nos centramos sólo en ese aspecto cometeríamos la tremenda injusticia de pasar por alto la ex-

celente gestión que, a tenor de los números presentados, han venido realizando sus actuales responsables. Estos, nada más tomar las riendas de CCM, tuvieron que hacer frente a un exigente plan de saneamiento impuesto por el Banco de España ante la delicada situación de la Caja que suponía tener que destinar a insolvencias nada menos que diez mil millones de pesetas. Pues bien, este reto no sólo se ha cumplido, sino que se ha hecho en la mitad del tiempo fijado por el Banco de España, lo que ha permitido que en este año hayan empezado a aflorar los beneficios.

Así pues, ante tanta palabrería y declaraciones poco afortunadas y partidistas de uno y otro bando, hoy cabe destacar como se merece la gestión profesional de Caja Castilla-La Mancha, tarea que hay que reconocer no era nada fácil ante tanto dardo envenenado lanzado desde las más diversas trincheras.

Al actual equipo directivo hay que reconocerle la capacidad profesional, la decisión y el éxito con que ha afrontado este difícil trance hasta posibilitar que CCM remonte el vuelo.

Ahora todo apunta a que la ley va a posibilitar cambios en la Caja. De ser así, los que vengan tendrán el compromiso de mantener la línea marcada desde hace dos años, gracias a la cual la entidad ha podido ir pasando del agujero negro al que algunos la enviaron a una situación saneada.

Nombres propios

Justo J. García Soriano

Justo Javier García Soriano es el nuevo director general de Calidad de los Servicios de Castilla-La Mancha, un cargo novedoso en la organización de las distintas administraciones autonómicas españolas, ya que hasta el momento, sólo existía en la Comunidad de Madrid. Justo Javier García, que en los últimos cuatro meses dirigía el departamento de Servicios y Patrimonio de la Consejería de Economía y Administraciones Públicas, será ahora el encargado de adecuar los servicios que presta la Administración regional a las demandas de los ciudadanos. Esta Dirección está dentro de la Consejería de Administraciones Públicas.

Manuel Aranda Castro

El nuevo delegado provincial de la Federación de Caza en Ciudad Real será a partir de ahora Manuel Aranda Castro, que sustituye en el cargo a Victoriano Corral, que recientemente ha sido elegido presidente de la Federación Castellano-Manchega de Caza. Aranda, propuesto para desempeñar este cargo por la Asamblea de Sociedades de Cazadores, fue ratificado la pasada semana por la Federación Nacional de Caza y declaró que su primer objetivo será «tratar de dar participación y representatividad a todos los sectores y modalidades de caza en la Junta Directiva». El nuevo delegado pretende impulsar este deporte en la provincia.

Javier Ariza Pomareta

El becario de investigación de la Junta de Castilla-La Mancha en la Facultad de Bellas Artes de Cuenca, Javier Ariza Pomareta, ha sido uno de los seis seleccionados en el prestigioso «Concurso Internacional de Arte Radiofónico», certamen convocado anualmente por las instituciones francesas La Muse en Circuit, Sacem y Radio Francia. Presidieron el jurado el músico Luc Ferrari y Mauricio Kagel como presidente de honor. Javier Ariza es el primer español que consigue que su proyecto sea seleccionado en este concurso. El proyecto se llevará a cabo durante 15 días en el laboratorio del centro La Muse en Circuit, en París.

Fepemta realiza un gran estudio para conocer la situación y necesidades del comercio en Talavera y su comarca

LA Federación de Empresarios de Talavera de la Reina (Fepemta), que preside Jesús García Moya, está llevando a cabo un exhaustivo estudio sobre la situación del comercio de Talavera y la comarca, para conocer los problemas de todos los pequeños y medianos empresarios y poder así tomar decisiones y soluciones para relanzar todo el sector comercial de la comarca. Hay que tener en cuenta que

el comercio es uno de los sectores con mayor peso en el entramado económico talaverano. La Consejería de Industria concedió a la Federación una subvención de diez millones de pesetas, el pasado mes de abril, para poder realizar este informe, dirigido no sólo a los comerciantes, sino también a los consumidores, ya que, para el presidente de Fepemta, Jesús García Moya, ambos colectivos mantienen una relación «inseparable».

Talavera. C. García-Moya
Desde hace siete meses, Fepemta está al cargo de Jesús García-Moya, quien decidió llevar a cabo este estudio para «tratar de mejorar la situación de los comerciantes, y lograr la modernización y actualización de las pequeñas y medianas empresas de Talavera y toda su comarca».

Hay que destacar que este estudio se puede considerar como el primero que se realiza en España «con estas características», señala García-Moya, ya que «se estudia el 100 por cien de los pequeños y medianos comercios, y que pretende conocer «la situación real del sector, saber realmente cuales son las necesidades de los comerciantes».

La Consejería de Industria de la Junta concedió a la Federación de Empresarios una subvención de diez millones de pesetas para la realización de este estudio, que se organizó en el mes de abril, y que va dirigido no sólo a los comerciantes, sino también a los consumidores, ya que para Jesús García-Moya, y en definitiva, Fepemta, «no se puede separar al comerciante del consumidor, ya que ambos mantienen una relación inseparable».

Fepemta está también muy interesada en mostrar su gran preocupación por las personas, y rechazan las teorías de que sólo se preocupan por el factor económico. La Federación de Empresarios se muestra sensiblemente interesada por los factores huma-



Oscar Huertas

Fepemta quiere que el consumidor no dé la espalda al pequeño comercio

nos y sociales, dentro de la vida comercial de Talavera. García-Moya no duda en repetir la importancia del factor humano de la encuesta, «se ofrece la posibilidad de que el consumidor dé sugerencias y propuestas para que se pudiera mejorar el comercio en Talavera, o cuál es el estado de ánimo de los comerciantes».

Fepemta se ha encargado personalmente de realizar el trabajo de campo, de tal manera que se hicieron dos barridas, para no dejar ningún comercio sin encuestar, y ha encargado a un grupo la realización y análisis del estudio. Miguel Ángel Jara está al frente de toda la realización del estudio

y destaca que las relaciones sociales «se producen y fomentan con el contacto de las personas, en el día a día, cuando van a comprar a las tiendas del barrio y se relacionan con sus vecinos». En definitiva, la actividad de los pequeños comercios forma parte de la sociedad y fomenta, de una manera clara, las relaciones interpersonales.

Doble estudio

El estudio está compuesto por dos encuestas, distintas pero complementarias. Por una parte está la encuesta de los comerciantes. Hasta ahora han sido encuestados los comercios talave-

ranos y, en una segunda fase, se estudiará a los comercios de la periferia de la ciudad. Hay que destacar que los comerciantes han reaccionado de una manera muy favorable a contribuir al estudio.

La mayor parte de los empresarios han respondido a la encuesta, aunque como señala Miguel Ángel Jara, siempre hay personas reacias a colaborar, y hay que respetarles. Jara quiere destacar el gran interés mostrado por el presidente de Fepemta, que no ha dudado en llamar, personalmente, a los comerciantes, para animarles a colaborar en este importante estudio. García Moya cree que, al final del estudio, habrá tan sólo, unas 50 empresas que no hayan querido participar en este estudio. La encuesta de los comerciantes está formada por 50 preguntas divididas en cinco bloques, según temas, y son preguntas, abarcando prácticamente todos los puntos y aspectos que afectan a los comercios.

La segunda encuesta, dirigida a los consumidores, pretende conocer a fondo los hábitos de compra y actitudes y comportamiento de los consumidores de Talavera y la comarca; así, se les pregunta quién suele hacer la compra en el hogar, cuál es la frecuencia de compra, en qué tipo de establecimiento compra, si necesita desplazarse en coche, cuál es la forma de pago, qué motivos le llevan a comprar en un esta-

Un cuestionario para comerciantes y consumidores

Talavera. C. G.-M.

El estudio dirigido a los comerciantes está formado por cinco bloques referidos a distintos ámbitos de la situación de la empresa:

1.- De la actividad y el establecimiento; se pregunta sobre la actividad, el sistema de venta, superficies, apertura y horario comercial, localización, régimen de tenencia y antigüedad.

2.- Cuestiones acerca de la ges-

ción; En este apartado se pregunta acerca de la titularidad de la empresa, el integracionismo y asociacionismo, los medios de cobro, los servicios que prestan, el equipamiento con el que cuentan y las inversiones realizadas por el sector.

3.- Preguntas sobre los resultados económicos en los últimos tres años.

4.- Sobre el empleo y la formación; se cuestiona sobre los em-

pleados que se tienen, qué nivel académico tienen; proporción de hombres y mujeres, etc.

5.- Sobre la situación competitiva del comercio y expectativas de futuro; aquí se les pregunta por su estado de ánimo de cara al futuro y propia opinión sobre el comercio.

La encuesta, dirigida a los consumidores, está formada por siete apartados:

1.- Responsable de la compra

en el hogar.

2.- Características de compra en Talavera.

3.- Características de compra fuera del municipio.

4.- Cambios en los hábitos de compra.

5.- Motivos para elegir establecimiento.

6.- Sugerencias para mejorar el comercio en Talavera.

7.- Tiempo empleado en comprar.



Los pequeños comercios de alimentación son mayoritarios en Talavera

blecimiento determinado, aspectos negativos que encuentra en cada establecimiento, etc. Se van a encuestar a 600 consumidores entre Talavera y la comarca, y se va a distinguir por segmentos de población, edades, sexo, estudio y actividad, «no es lo mismo la situación de la calle San Francisco que en los bloques de Diego Pérez, la diferencia de cantidad de comercios es clara», señala Jara.

En septiembre, Fepemta tendrá el estudio acabado y las conclusiones sobre la mesa. Es importante señalar que el análisis de los resultados se encargará a una empresa de estudios de mercado nacional, lo que dará a la Federación «seguridad y apoyo en las conclusiones».

Primer estudio en España

El presidente de Fepemta resalta que, una vez concluido el

estudio, se va a editar un libro explicando la realización del estudio y mostrando los datos y las conclusiones que se hayan obtenido. Jesús García-Moya manifiesta que este libro va a permitir que todos conozcan el estudio y vean en qué se ha invertido el dinero público, recordando que el estudio se realiza por una subvención de la Junta. Pero lo más importante es que este estudio, ya señalado antes como el primero de estas características (un informe del comercio real de una ciudad), va a servir de guía para futuros estudios que se quieran realizar en otras localidades.

Muchos se preguntarán qué pasará una vez terminado el estudio, «Fepemta —señala García-Moya— podrá tener una visión clara y certera de la situación en la que se encuentra el comercio talaverano, podremos ver los

Una vez concluido este informe, se va a editar un libro que explicará la realización del estudio y mostrará los datos y las conclusiones que se hayan obtenido. Esta iniciativa, según el presidente de Fepemta, es pionera en España

problemas de los pequeños y medianos empresarios, y a partir de ahí tomar una postura para fomentar lo positivos del comercio, combatir aquello que resulte negativo, y en definitiva lograr modernizar todo el sector comercial de Talavera y la comarca».

De todas formas, el presidente de Fepemta afirma que todavía «no podemos decidir nada ahora ni tomar ninguna postura, ya que sin los resultados y conclusiones finales, sería opinar sobre algo que no conocemos con precisión».

Una de las cosas que tiene clara Fepemta es que este estudio permitirá conocer muchas cosas sobre el comercio talaverano y permitirá actuar en relación con su verdadera situación.

Jesús García-Moya apunta que discrepa de la idea, que algunos tienen, de que la gente de la comarca ya no venga tanto a comprar a Talavera, al tener en su

zona tiendas donde comprar. «Talavera no ha perdido clientes; hay que tener en cuenta que en la ciudad se encuentran gran cantidad de almacenes importantes, que dan servicios a pequeñas tiendas de la comarca. La gente sigue viniendo a comprar a Talavera, ahora tal vez vengan en el día, compren y se vayan, pero nunca se podrá decir que el comercio talaverano haya decrecido».

Jesús García-Moya ha querido aprovechar la oportunidad de agradecer a todos los comerciantes la colaboración en el estudio, y a todo el equipo que trabaja en la elaboración de este estudio. «Esta iniciativa es muy importante para Talavera y toda su comarca, conoceremos la situación real del comercio, y trataremos, a raíz de los resultados, de rehabilitar, modernizar y actualizar a los pequeños y medianos empresarios».

«No existe relación entre el estudio y el hipermercado»

Talavera. C. García-Moya Al hablar de la situación del comercio de Talavera y la comarca no se puede olvidar la tensa situación que existe en la actualidad entre Fepemta y el Ayuntamiento de Talavera de la Reina. En los meses de mayo y junio, el Ayuntamiento talaverano lanzó la posibilidad de instalar un hipermercado en las cercanías de la ciudad, lo que trajo consigo la absoluta oposición de la Federación de Empresarios de Talavera.

Fepemta rechaza, rotundamente, la instalación de una gran superficie comercial en Talavera, ya que, alega, destruiría al pequeño comercio de toda la comarca.

Más de uno puede haber pensado que Fepemta comenzó a elaborar el estudio del comercio

como arma contra la instalación del hipermercado, pero, desde la Federación lo niegan. El presidente de Fepemta, Jesús García-Moya niega que exista relación alguna entre la propuesta de realizar este tipo de estudio del comercio con el tema del hipermercado. Afirma que el proyecto de estudiar la situación de las pequeñas y medianas empresas de Talavera y la comarca surgió en abril, única y exclusivamente para llegar al comercio real y conocer las necesidades de los empresarios, «lo del hiper llegó después, en mayo o junio. De hecho, se puede observar, al leer el cuestionario, dirigido y entregado a los pequeños y medianos empresarios que, en ningún momento, se les menciona nada acerca del hipermercado, y simplemente se limita a conocer sobre su situa-



Jesús García-Moya, presidente de la Federación de Empresarios de Talavera

ción actual, y las condiciones de su empresa, sin pretender ir más allá».

A los consumidores, al preguntarles por sus hábitos de compra, «como es lógico, se les pregunta el lugar de compra al que suelen acudir, si es una tienda tradicional, un autoservicio, mercadillo, supermercado o centro comercial, pero eso no significa que se les haga expresa mención a un posible hiper, ni nada por el estilo. Nosotros sólo pretendemos conocer la situación real del co-

mercio talaverano y su relación con los consumidores, para ayudar a mejorar la situación actual».

Hay que destacar, en palabras del presidente de la Federación de Empresarios, que «a nivel de oferta, el consumidor talaverano es el mejor abastecido, y que en Talavera siempre se ha vivido mucho más barato que en otras ciudades. Está claro que habrá siempre algunos productos más caros, porque, tal vez, no tengan mucha demanda».

Abel Martínez

COYUNTURA

Guadalajara cambia la tendencia de los últimos años y consigue que las exportaciones «venzan» a las importaciones

GUADALAJARA ha conseguido, por primera vez en muchos años, que su balanza de pagos se incline del lado de las exportaciones, todo un logro para una provincia cuyo comercio exterior ha sufrido durante décadas la lacra de la crisis económica. Pero ahora, parece que esta economía maltrecha se recupera si atendemos a los datos que se desprenden del informe «Guadalajara en cifras» de 1996 elaborado, como cada año, por la Cámara de Comercio Provincial

Guadalajara. María Ruiz
La provincia de Guadalajara está descubriendo, poco a poco, que salir de la crisis económica no es una empresa imposible. De hecho, muchos datos avalan una realidad cada vez más positiva y de entre ellos destaca uno cuya evidencia macroeconómica no deja lugar a dudas: la balanza de pagos se inclinó el año pasado del lado de las exportaciones, que por primera vez en muchos años, consiguieron ganar la batalla a las importaciones de productos de otros países.

Así lo avala el informe del año 1996 recientemente editado por la Cámara de Comercio provincial «Guadalajara en cifras» en el que se exponen pormenorizadamente la situación empresarial, encuestas de población, situación del sector servicios, empleo, y, en general, todo cuanto afecta a la economía alcarreña y su desarrollo durante el año 1996. La Caja de Guadalajara ha sido la entidad colaboradora del informe.

Pese a que las aludidas expor-

taciones no han sido mucho mayores que las importaciones, es sin duda significativo el hecho de que se haya producido el alza en las primeras, puesto que eso demuestra un saneamiento económico como consecuencia de un incremento de la calidad de los productos que vendemos fuera de nuestro país. Asimismo, denota una mayor preocupación por las empresas y los empresarios de Guadalajara por emprender nuevas vías de comercialización, una de las mayores preocupaciones de los responsables del sector industrial y comercial en la provincia y en la región.

Con estos resultados las empresas alcarreñas consiguieron remontar los de los primeros siete meses del año 1996, en que las compras a países extranjeros le ganaron terrenos a las ventas de nuestros productos. En concreto, durante los citados primeros siete meses, Guadalajara vendió productos por valor de 23.423 pesetas, lo que la situó en el segundo puesto de la región en lo que a exportaciones se refiere,



Fotos: Javier Fernández-Largo

Las cifras de aranceles y aduanas revelan que las exportaciones han sido en 1996 más numerosas que las importaciones

con un 22,9 por ciento del total.

Guadalajara vende sus productos principalmente a países como Francia, Alemania y Portugal, con los que realiza alrededor de un 65 por ciento de sus exportaciones. Las ventas más numerosas son las derivadas de las maquinarias y aparatos de material eléctrico, seguidas de productos relacionados con barnices y pinturas y del sector minero y agroalimentario. Desde la Cámara de Comercio se confirma también el alza de las operaciones comerciales con países de la Unión Europea, Asia y los Estados Unidos de América. El informe destaca también otros puntos de interés, que inciden también en esa mejora económica.

Inflación

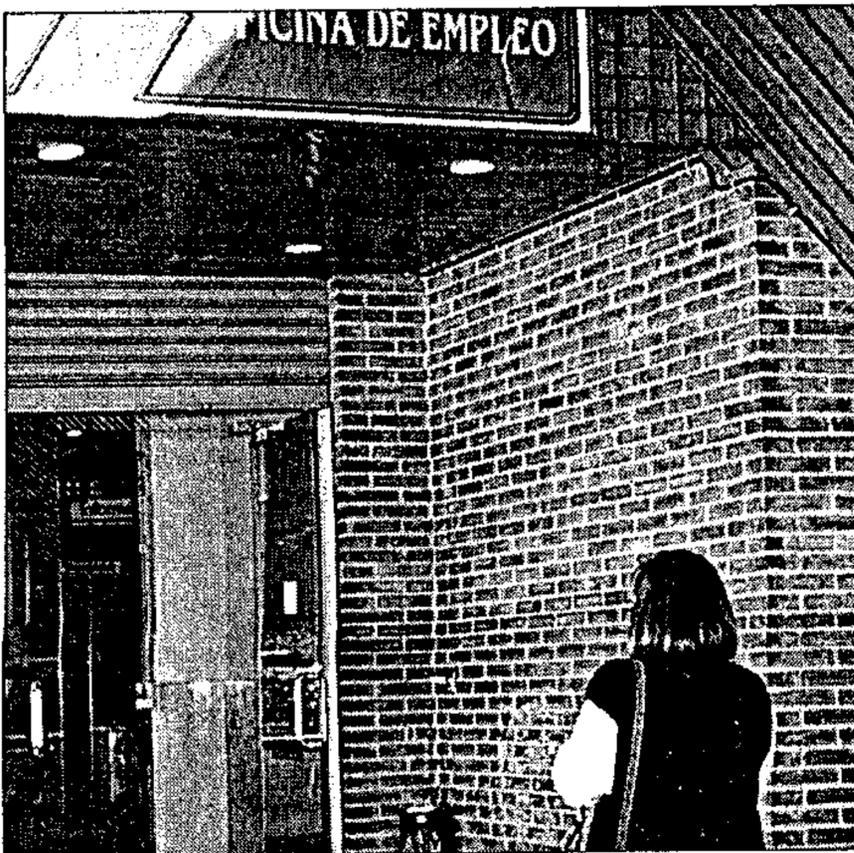
Por ejemplo, ahonda en el hecho de que la provincia, siguiendo la tendencia nacional, ha luchado por la contención de la inflación y el resultado es más que favorable en el control de este índice puesto que las cifras son negativas, incluso durante el mes de junio, que tradicionalmente es alcista en lo que a inflación se refiere. No obstante, destacan los meses de enero y abril como los más inflacionistas del año 1996. Según el informe de la Cámara de Comercio, este equilibrio es fundamental en una sociedad provincial que mantiene su capacidad de compra por habitante superior a la media regional. Asimismo, el consumo familiar, fundamental para cualquier economía, sufrió durante el pasado año un una sensible reactivación,

al igual que el comercio.

En este último punto, en el capítulo de nuevos establecimientos que han abierto sus puertas, destaca el de los destinados al equipamiento del hogar y la construcción, además de aquellos cuyo objetivo es el de satisfacer nuevas demandas sociales. Otro de los datos significativos de la mejora es el del incremento que se ha producido en las matriculaciones de automóviles, que habían sufrido un parón en el año 1995, produciéndose un incremento de las mismas el año pasado. Además se ha registrado en el último año un incremento de la población activa, a la que se han sumado 7.100 personas, destacando también la creación de 4.900 empleos netos sobre los registrados en el año 1995.

Pero en el lado negativo, encontramos el escaso desarrollo del comercio tradicional, sobre todo en el sector de la alimentación, que continúa realizando despacio y esforzadamente su costoso proceso de reajuste. De igual forma el sector del transporte está teniendo resultados negativos en lo que a los pequeños empresarios se refiere. Está claro que el empuje de las grandes empresas, más preocupadas por la calidad de sus servicios y con más facilidades en sus ofertas a los trabajadores le gana terreno a los pequeños y medianos empresarios.

Entre los aspectos negativos el informe revela también que se mantiene la menor integración de la mujer en el mercado laboral, situándose ésta por debajo de la media nacional.



En 1996 se registró un incremento de la población activa, a la que se han sumado 7.100 personas. Destaca también la creación de 4.900 empleos netos sobre los de 1995

COYUNTURA

Ionmed recibe una subvención del Gobierno de 200 millones

«Selección Exportación», un nuevo proyecto de la Aemcm

Cuenca. Miren Delgado
La Delegación Provincial de Industria y Trabajo ha confirmado que la Comisión Delegada del Gobierno ha aprobado una ayuda aproximada de 200 millones de pesetas a la empresa Ionmed S.A., que ha iniciado las obras para instalarse en la localidad de Tarancón. El Ministerio de Economía y Hacienda dará este paso después de haber recibido un informe favorable de la Junta de Comunidades.

Ionmed ha elegido Tarancón por las grandes facilidades que la zona ofrece para la instalación de la empresa. A las buenas comunicaciones taranconeras, hay que unir los incentivos regionales y las subvenciones que se contemplan en los Fondos Feder y en el Pacto Industrial de Castilla-La Mancha, que suponen para esta empresa, por tratarse de una zona Objetivo 1, entre 50 y 100 millones de pesetas más que los que ofrecía la Comunidad de Madrid.

La empresa proyecta una inversión cercana a los mil millones de pesetas y la creación de unos 40 puestos de trabajo directos más un número importante de empleos en el sector de transportes. Se dedicará a la esterilización en general de materiales como productos médicos, cosméticos o de laboratorio, así como el tratamiento de productos agroalimentarios e industriales.

Esta factoría se va a convertir en la primera factoría española que incorpora nueva tecnología

basada en la esterilización por un sistema de haces de electrones, que se implanta como método alternativo al uso de cobalto, material usado con frecuencia en este proceso, u otro tipo de sustancias como el óxido de etileno, que es hasta ahora el procedimiento habitual.

La nueva planta se va a instalar en la antigua carretera Madrid-Valencia, en los terrenos

Ionmed será la primera factoría española que incorpore nueva tecnología basada en la esterilización

previstos por la segunda fase del Plan Parcial de Ordenación Urbana de Tarancón. Tanto el Ayuntamiento de la localidad, que ha vendido a sus responsables terrenos a bajo coste, como el Gobierno regional y la Diputación Provincial de Cuenca han acogido este proyecto con gran optimismo, ya que supone una importante promoción para la comarca.

Como se recordará, la Consejería de Industria y Trabajo inició el pasado mes de noviembre una ronda de conversaciones con el Gobierno central ya que en un primer momento denegó la ayuda a Ionmed. El principal obstáculo era la concesión de subvenciones a las empresas participadas con capital estatal.

La Junta ha mostrado su satisfacción por el cambio de actitud de los responsables del Ministerio de Economía, que inicialmente habían decidido denegar ayudas a este proyecto. Faltaba el pronunciamiento del Ministerio de Industria y tras varias semanas de espera, esta iniciativa será una realidad este año.

Toledo. D. T.
Hace unos días, la Asociación de Empresarios de la Madera de Castilla-La Mancha (Aemcm) presentó en el Centro Tecnológico de la Madera de Toledo a las empresas asociadas que participarán en la Feria Internacional del Mueble de Valencia, uno de los certámenes más prestigiosos del sector y que se desarrollará desde el 22 al 27 de septiembre.

La Asociación de Castilla-La Mancha, al igual que hiciera hace unos meses en la Feria del Mueble de Madrid, ha organizado una actuación colectiva de las empresas que mostrarán en la Feria de Valencia sus últimas novedades, y que lleva el nombre de «Selección Exportación»; se encontrará en el pabellón cuarto alto de la XXXIV edición de la Feria.

En el acto de presentación de este proyecto estuvieron presentes el presidente de Aemcm, Miguel Pantoja Renilla, el vicepresidente de la Institución Ferial de Valencia, Ramón Puchades Olmos, y el director general de la Feria Internacional del Mueble de Valencia, Fernando Mateo de Ros.

Las empresas que reunirá «Selección Exportación» son: Arte hispánico, S.L.; Muebles Castilla-La Mancha Expansión, S.L.; Toledart, S.L.; Vifesa, S.L.; Mobelma, S.L.; Muebles San Martín, S.A.; Grupo RCR, S.A.; Industrias Tagar, S.L.; S.L., Ambiente La Mancha, A.I.E.; Anfe Muebles, S.A.; y Martín Sánchez Asperilla, todas ellas asociadas

a la Aemcm, y que se encuentran entre las mayores exportadoras de mobiliario de la región y de España, con un volumen total de exportación cercano a los 5.000 millones de pesetas anuales.

Asimismo, otras empresas también asociadas a la Aemcm, como Muebles Lancha, S.L.; Navarro Navarro, S.L.; Artenuedo C.B.; Casadalba y Fabián Gómez Girón, S.L., participarán en esta edición de la feria fuera de «Selección Exportación», además de otras once empresas de Castilla-La Mancha.

Las empresas de la región participantes en la Feria de Valencia exportan cerca de 5.000 millones anuales

En esta edición de la Feria Internacional del Mueble de Valencia, por primera vez, y promovido por la Aemcm, se van a agrupar las principales empresas exportadoras de España, bajo una actuación colectiva, «Selección Exportación», desde donde mostrarán sus últimas novedades destinadas al mercado nacional y al mercado europeo.

Para esta ocasión se ha diseñado un espacio con criterios corporativos del mismo modo que se hizo en la anterior acción corporativa promovida por la Asociación de Empresarios de la Madera de Castilla-La Mancha para sus empresas asociadas en el Parque de Toledo, en la pasada edición de la Feria Internacional del Mueble de Madrid.

Castilla-La Mancha es una de las regiones más importantes en el sector del mueble y este año la región superará al de otros años el número de participantes en el certamen de Valencia.

TRABAJAMOS POR NUESTRA PROVINCIA

DIPUTACIÓN DE ALBACETE

EMPRESAS

Breves

Certificado de calidad

Doce empresas de Albacete están en posesión del certificado de calidad otorgado por la Asociación Española de Normalización y Certificación (Aenor), que asegura la calidad de los productos desde su proceso inicial hasta el servicio final al cliente. Según el delegado provincial de Industria, José Luis Moreno, estas empresas de Albacete han participado en el proceso de competitividad e internacionalización de los mercados, que han motivado la puesta a punto de sus tecnologías y la mejora de la calidad en todos sus niveles.

CCM

Caja Castilla-La Mancha ha puesto a disposición de todos sus clientes un nuevo producto, que garantiza una elevada rentabilidad durante cinco años e incorpora importantes ventajas fiscales. Se trata del Seguro Inversión CCM, que a las características de los fondos de inversión garantizados añade la favorable fiscalidad de los seguros de vida. Este producto es un seguro de vida mixto en el que a partir de una aportación única (inversión mínima de 500.000 pesetas sin límite máximo), se obtienen unos rendimientos acumulados garantizados que varían en función de la edad del titular, dado que el producto incluye la prestación adicional propia de un seguro de vida.

Vinícola de Tomelloso

La pasada semana, el Consejo Regulador de la D. O. Mancha en su convocatoria del X Concurso de Calidad, que contó con un jurado nacional de reconocido prestigio, concedió el primer premio en la categoría de vinos blancos del año a la marca «Añil 1996» de la cooperativa «Vinícola de Tomelloso». En la categoría de vinos de reserva, esta empresa ciudadrealeña obtuvo el segundo premio con la marca «Torre de Gazate. Reserva 1993».

Sanitas

Con motivo del 40 aniversario de la Sociedad Anónima de Seguros, Sanitas, esta empresa organizó la pasada semana para sus socios más pequeños un preestreno de la película «Turbo» de los «Power Rangers». A este acto fueron invitados los socios de Sanitas en Toledo. Sanitas es la empresa líder en el sector de asistencia sanitaria, y cuenta en la actualidad con más de 5.000 socios en la provincia de Toledo. Su cuadro médico está formado por buenos facultativos de cada especialidad (incluye a más de 18.000 profesionales y 450 centros médicos en toda España).

Cristova

El Consejo Rector de Incentivos Regionales, organismo dependiente de la Secretaría de Estado de Presupuestos, ha informado favorablemente sobre la concesión de una ayuda económica a la empresa Cristova, situada en la localidad albaceteña de Caudete. La subvención irá destinada a la ampliación de las instalaciones y mejoras tecnológicas de la empresa, dedicada a la cristalería. Esta compañía es de capital privado. Este proyecto supondrá la creación de nuevos puestos de trabajo.

La cooperativa «Jesús del Perdón» de Manzanares espera facturar este año 1.000 millones de pesetas

El trabajo constante de los socios de la cooperativa «Jesús del Perdón» de la localidad ciudadrealeña de Manzanares, ha permitido a esta entidad que en los últimos años se convierta en una de las más importantes de la región. La sociedad, que emplea a 15 trabajadores fijos y a unos 20 más en época de vendimia, alcanzó el año pasado una facturación de 900 millones de pesetas, y las previsiones para este año apuntan a un volumen de negocio de 1.000 millones.

Valdepeñas. Elisa Laderas La cooperativa «Jesús del Perdón» de Manzanares, situada en el polígono industrial de la localidad, es una de las empresas más emblemáticas del municipio. De hecho, se podría afirmar que la evolución de la ciudad ha tenido su fiel reflejo en los cambios y en la transformación tecnológica que han experimentado las instalaciones de la sociedad que se fundó hace 43 años, fruto de la necesidad de un centenar de viticultores de la zona para elaborar y comercializar sus productos, hasta entonces, en manos de los especuladores que controlaban el mercado vitivinícola.

El trabajo ha sido la constante de los socios de esta cooperativa que, en el año 1966, se fusionó con la de «San Isidro», integrada por unos 300 agricultores y 38 años después, con la de «El Porvenir», lo que llegó a situar el número de asociados en unos 650, según la documentación facilitada por los propios gestores de la cooperativa manzanareña, cuya presidencia en la actualidad ostenta Juan Luis Lozano.

Las necesidades ocasionadas por las dos fusiones han llevado a la cooperativa «Jesús del Perdón» a realizar varias ampliaciones para poder abordar el incremento de kilos de uva y la capacidad de almacenamiento que supera los 25 millones de litros de vino.

La sociedad, que emplea a 15 trabajadores fijos y a unos 20 más en épocas de vendimia, alcanzó el año pasado un volumen de facturación de 900 millones de pesetas, mientras que las previsiones para la presente campaña ascienden a 1.000 millones de pesetas, según indicó su presidente.

Para conseguir este incremento de 100 millones, Lozano destacó la novedosa tecnología con la que están dotadas las instalaciones, la investigación de nuevos productos y un riguroso control de calidad, sin olvidar el equipo humano compuesto por jóvenes profesionales plenamente integrados en los objetivos de la

millones de kilos de uva transformados el pasado año—, mucho más de lo que a ellos le gustaría, reconoce Sánchez-Migallón, que incide en el aumento progresivo del porcentaje que en los últimos años ha experimentado el acogido al marchio de calidad de la Denominación de Origen «La Mancha».

Mercados

Los vinos elaborados por la cooperativa «Jesús del Perdón» se han consolidado en numerosas zonas del mercado nacional en el que irrumpió hace unos 25 años, circunstancia por la cual se la puede considerar pionera en la comercialización en embotellado de la zona y de

Castilla-La Mancha.

Su presencia en las grandes superficies de Andalucía, la región castellanomanchega y el centro del país, es cada vez más demandada por los consumidores que, gracias a la óptima gestión de la red de comercialización y distribución, han descubierto las características de un producto, en muchas ocasiones, injustamente infravalorado.

Por lo que respecta al mercado exterior, éste se centra en los países de la Unión Europea y Estados Unidos, fundamentalmente.

«Yuntero» es la marca estrella de la cooperativa. Blancos, rosados y tintos han cosechado numerosos premios nacionales e internacionales en reconocimiento a su calidad y a su presentación.

«Lazarillo» y el ecológico «Mundo Yuntero» son otras de las marcas que han conseguido un reconocido prestigio entre los consumidores que demandan calidad y precio asequible.

Juan Luis Lozano, presidente de «Jesús del Perdón», asegura que es necesario primar la calidad a la cantidad para poder competir

empresa «calidad por encima de cantidad», una premisa que tienen muy clara en los departamentos de comercialización y marketing.

Selección

La selección de la materia prima en la elaboración del vino es obligada, siempre y cuando se quieran mantener unos parámetros de calidad con los que poder «defenderte en este mundo tan competitivo» matiza por su parte el director-técnico, Vicente Sánchez-Migallón.

Así, dentro de apenas unos días se iniciará un riguroso seguimiento de los viñedos propiedad de los socios para determinar el momento más adecuado de la recogida de las variedades de uva, unos seis entre blancas y tintas, en función de los vinos que se piensen elaborar.

Aunque la sociedad cooperativa elabora un elevado volumen de vino que se comercializa a granel —un 80/85 por ciento de la producción global sobre los 17

EMPRESAS

CCM alcanza el nivel del resto de Cajas españolas y comienza a ganar dinero: 4.219 millones de beneficio en el primer semestre

Toledo, M. V.
Tras cumplir, antes del plazo previsto, el plan de saneamiento impuesto por el Banco de España a la entidad, Caja Castilla-La Mancha ha conseguido en el primer semestre del año situarse al nivel del resto de las cajas españolas, y lo más importante, empezar a ganar dinero. En este periodo, la que es una de las principales empresas de la región, ha obtenido 4.219 millones de pesetas de beneficio y ha logrado disminuir notablemente la morosidad.

Esfuerzo

Alcanzar estos resultados ha sido posible gracias al esfuerzo de los más de 2.000 empleados, el trabajo serio del equipo directivo, y a la fidelidad de los clientes, según indicó el presidente de la entidad, Tomás Martín-Peñato durante la presentación del informe económico correspondiente a la primera mitad de 1997. Además se están cumpliendo escrupulosamente los presupuestos y como consecuencia se está normalizando la situación de CCM. Se trata de unos resultados que pueden lavar perfectamente la mala imagen de la entidad y tapar la polémica man-

tenida por lo partidos políticos de Castilla-La Mancha en los últimos meses.

Los beneficios, según señaló el presidente de CCM, superan las previsiones que la entidad se marcó al comienzo de este ejercicio y es posible que a final de este año alcancen los 8.000 millones de pesetas. No obstante, Martín Peñato hizo hincapié en la cantidad de 1.313 millones de pesetas del Fondo Inespecífico (también beneficios) y que CCM reserva voluntariamente ante posibles contingencias o riesgos.

Aumento moderado

En lo que respecta a la inversión normal de la entidad o créditos, CCM ha alcanzado en el primer semestre de 1997 los 468.336 millones de pesetas, lo que su-

pone un 9,18 por ciento, un porcentaje que espera superar a finales de año. Este aumento es moderado, a juicio de Martín-Peñato, si se compara con otras Cajas pero también en Castilla-La Mancha hay que tener en cuenta que no existe la misma capacidad inversora que en Cataluña, Valencia o Madrid.

También CCM, que ocupa el puesto número 12 en la clasificación de las Cajas españolas y el vigésimo quinto de los Bancos, ha rebajado la tasa de morosidad hasta un 6,15 por ciento, aunque al final de este ejercicio está previsto llegar hasta el 5 por ciento, cuando la media de todas las cajas es de un 5 por ciento. Esta tasa se situaba en un 12 por ciento en 1995, fecha en la que el Banco de España impuso un plan de saneamiento a la entidad.

Los recursos controlados por la Caja de Castilla-La Mancha a junio de 1997 son de 697.480 millones de pesetas (un 8,86 por ciento frente al 7,48 por ciento registrado en la misma fecha del pasado año), los fondos de inversión ascienden a 36.618 (el 185,18 por ciento) y la morosidad se ha reducido entre junio de 1996 y 1997 en casi un 27 por ciento, pasando de un saldo de 42.124 millones de pesetas a 30.775 millones.

Sobre el margen de intermediación -diferencia entre gastos e ingresos del negocio financiero-, Tomás Martín-Peñato indicó que CCM está a la cabeza de las Cajas, con una tasa interanual de 1,59 por ciento.

No es este el caso del margen de explotación -donde se incluyen los gastos y amortizaciones-, pues los gastos de personal son un 20 por ciento superiores a la media de las cajas, por la fusión de las Cajas de Cuenca y Ciudad Real, Albacete y Toledo. La tasa interanual del margen de explotación es de -3,70 por ciento.

Los beneficios antes de impuestos han pasado de 0 a 2.906 millones y el «cash flow» o capacidad de generar recursos ha aumentado un 12,50 por ciento.

Colaboraciones

Por otro lado el presidente de CCM habló sobre todas las colaboraciones que realiza la entidad en la región, actividades a las que dedicará este año un total de 835 millones de pesetas.

Al área cultural (culturales, bibliotecas, publicaciones y exposiciones), Caja Castilla-La Mancha dedicará este año 200 millones de pesetas; al área asistencial (residencias, hogares y acciones sociales), 220 millones; al área docente (Universidad), 140 millones; a colaboraciones deportivas destina 120 millones de pesetas y a colaboraciones con entidades e instituciones, 155 millones de pesetas.

El presidente de Caja Castilla-La Mancha, Tomás Martín-Peñato, que aparece en la imagen junto al director general de Intervención, dijo que los resultados del primer semestre deben tapar la mala imagen de la entidad

RESULTADOS ECONÓMICOS DE CCM EN EL PRIMER SEMESTRE DE 1997	JUNIO 97	Tasa Interanual
Margen de intermediación	14.642 M.	1,59%
Margen ordinario	15.794 M.	2,07%
Margen de explotación	3.941 M.	-3,70%
Saneamientos e insolvencias	-1.040 M.	-79,79%
Beneficios A.I.	2.906 M.	+100%
Fondo inespecífico	1.313 M.	
Beneficios totales	4.219 M.	+100%
Cash flow	6.553 M.	+12,50%



Pino Fontelos

AGRICULTURA

Agronoticias

Cooperativa de La Solana

La cooperativa «Santa Catalina» de La Solana (Ciudad Real) ha aprobado ampliar sus actividades con una almazara de aceite que inicialmente tiene previsto facturar un millón de kilos de aceituna anuales, aunque en las próximas campañas se tiene previsto que esta cifra aumente. El presidente de la cooperativa y responsable de Ucaman, Gregorio Martín Zarco, ha asegurado que las previsiones de la almazara de aceite son «bastante halagüeñas al tener en cuenta el futuro del aceite». Respecto a la financiación, Martín Zarco explicó que se ha estimado un gasto de 35 pesetas por kilo de aceituna declarado por cada uno de los socios de la cooperativa, tras lo que se realizará una media a cada uno de ellos según la producción de los últimos años.

Acuerdos COAG-IR

El coordinador regional de COAG de Castilla-La Mancha, Francisco Redondo, ha afirmado que las negociaciones entre su organización agraria e Iniciativa Rural (IR) «están muy avanzadas en Ciudad Real» y quedarán cerradas en las demás provincias durante esta semana. Redondo ha indicado que los acuerdos entre ambas asociaciones, que pretenden formar un frente común de actuación, «están prácticamente acabados» y sólo quedan por realizar algunos contactos con los núcleos que mantiene IR en Albacete y con sus organizaciones afines en Cuenca. El responsable regional de COAG dijo que el Consejero de Agricultura y Medio Ambiente, Alejandro Alonso, «ve muy bien» este proceso.

Placas de energía solar

En las próximas semanas darán comienzo las obras de instalación de placas de energía solar fotovoltaica en diez localidades de la provincia de Guadalajara. Las obras serán financiadas gracias a las ayudas que tanto la Administración regional como el Ministerio de Industria concede para el aprovechamiento de recursos energéticos renovable. En Algora, Alboreca, Cubillas del Pinar, Castejón de Henares, Matillas, Mirabueno, Negredo, Tortonda y Villaverde del Ducado, las placas solares se utilizarán para la iluminación de naves de ganado ovino, mientras que en Sotoca del Tajo se usará para la puesta en marcha de un picadero de caballos.

Clim»

Todas las regiones españolas de vino están pendientes de la climatología de los próximos dos meses. El comportamiento del tiempo resultará decisivo tanto para la cantidad como para la calidad de los vinos de la próxima campaña. La zona de La Mancha es, posiblemente, la única región que no ha sufrido de forma exagerada los avatares climatológicos de este principio de verano. Según el presidente regional de Asaja, Fernando Villena, una vez controlados los ataques de oidio y de mildiu, las viñas manchegas se desarrollan de forma satisfactoria. Villena asegura que las ganas de despejar las bodegas con vistas a una cosecha que puede resultar interesante, está incidiendo de forma negativa en las cotizaciones de los vinos.

Las cooperativas de La Jara y el Pusa buscan salidas para impulsar la producción del aceite de oliva virgen

Las cooperativas de La Jara y el Valle del Pusa, en la comarca toledana de Talavera de la Reina, están buscando alternativas para abrir nuevas vías de comercialización, promoción e impulso de su producción de aceite de oliva virgen, considerado como uno de los mejores de España y con un gran prestigio internacional. A través de la iniciativa comunitaria Leader II se está elaborando un estudio que analiza su situación y perspectivas. La creación de una o dos plantas para el tratamiento del alperujo y la comercialización conjunta de los tres subproductos derivados del mismo, como el aceite refinable, la pulpa y el hueso, cuyo valor supera los 120 millones, es una de las principales propuestas que se formulan en el informe.

Talavera. Eusebio Cedena. A través de este estudio, en el que participan las organizaciones agrarias, se quiere poner de manifiesto la problemática actual del sector en esta zona y buscar las fórmulas adecuadas para encontrar soluciones y alternativas de futuro que permitan desarrollar una actividad económica de gran importancia en la comarca talaverana, con una producción media de 13 millones de kilos de aceitunas y un rendimiento del 23 por ciento de producción de aceite.

La atención prestada a este sector se deriva no sólo de su volumen económico, sino también de la calidad de la producción, ya que el aceite de esta zona está considerado como uno de los mejores de España y goza de gran presti-

gio internacional. De ahí que las organizaciones agrarias, como Asaja y UPA, se hayan involucrado en la elaboración de este informe y en la búsqueda de salidas con proyección de futuro para una actividad tan implantada en esta comarca castellano-manchega.

Más promoción

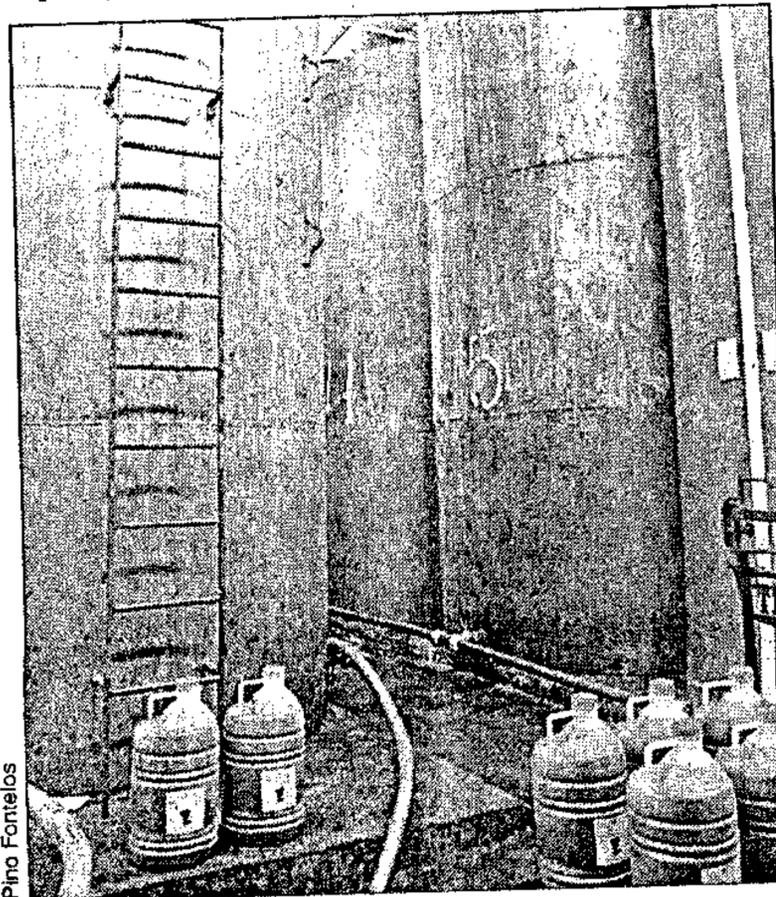
El estudio está siendo elaborado por un grupo de trabajo formado a través del organismo local autónomo Ipetra, vinculado al Ayuntamiento de Talavera, y ya cuenta con un avance, presentado en estos días en la Ciudad de la Cerámica y en el que se evidencia la necesidad de poner en marcha una serie de medidas e iniciativas comunes que permitan una mejor promoción, impulso y

comercialización del aceite de oliva virgen que se produce en las cooperativas de la zona, agrupadas en las subcomarcas denominadas de La Jara y el Valle del Pusa. Estas medidas pasan, en todo caso, por aprovechar su gran potencial económico a través de la unidad de acción y el desarrollo de proyectos comunes de mejora de la actividad, incluido el tratamiento y comercialización de los subproductos, según la principal conclusión que se deriva del avance presentado y que se finalizará a partir de septiembre.

Cooperativas

Las citadas subcomarcas abarcan las cooperativas de los municipios de Belvís de la Jara, Buenasbodas, Campillo de la Jara, Espinoso del Rey, Mohedas de la Jara y La Nava de Ricomalillo, en el caso de La Jara; y de Navahermosa, Los Navalmorales, Los Navaluillos, Santa Ana de Pusa y San Martín de Pusa, para la denominación Valle del Pusa. Como nota característica común, las cooperativas, según este avance, utilizan mayoritariamente el sistema de molturación continua en tres fases, con un nivel de mecanización y calidad que se califica como «bueno o excelente».

Además, sus métodos de comercialización y aceite comercializado tiene una gran similitud, con ventas que giran en torno al 70 por ciento a granel y el 30 por ciento envasado para socios y



Pino Fontelos

La imagen recoge uno de los depósitos de aceite de una almazara-cooperativa de la localidad toledana de Santa Ana de Pusa

La creación de una o dos plantas para el tratamiento del alperujo es una de las principales propuestas que se formulan en el informe sobre el aceite

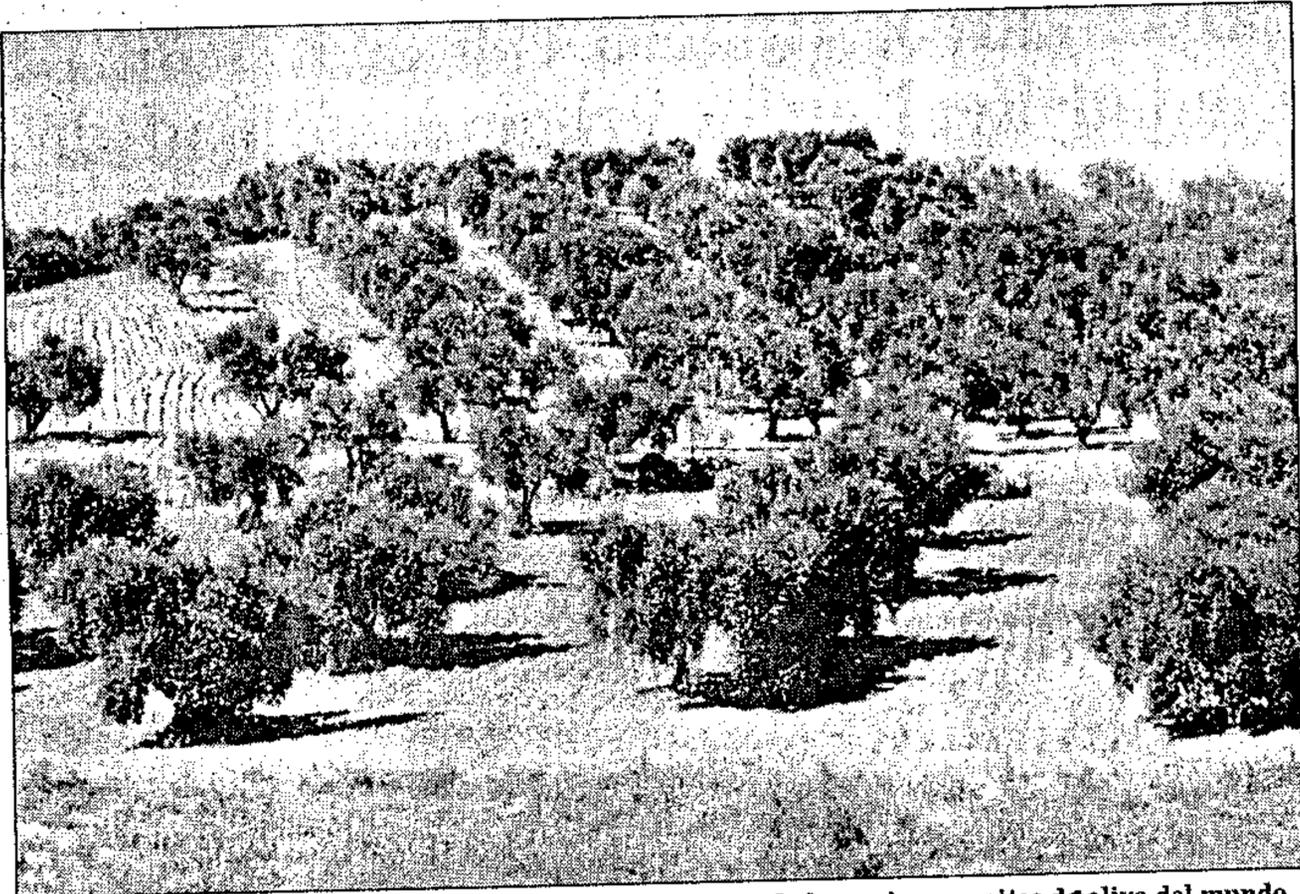
vecinos, en unos casos a través de un APA y con marca única y en otros individualmente con la marca propia de cada cooperativa. La comercialización en circuitos de calidad todavía es muy pequeña.

El gran problema común de todas las almazaras, que incluso amenaza su supervivencia, es el de la eliminación de alpechines, una grave situación medioambiental que, según el informe, requiere soluciones urgentes y de cuya resolución podría derivarse, además, una importante rentabilidad económica, ya que los subproductos superan los 120 millones de pesetas.

Iniciativas comunes

El estudio plantea claramente que la situación del sector puede mejorarse, y para ello «se hace necesaria la puesta en marcha de iniciativas comunes que, aunque modestas, signifiquen los primeros pasos hacia una mayor integración cooperativa y hacia una mayor defensa del valor añadido de nuestra producción de aceite de oliva». «Pese a las diferencias encontradas en las distintas cooperativas, sobre todo en lo que se refiere a la pertenencia a agrupaciones de diferente signo, entendemos que son muchas más las similitudes», afirma el avance presentado.

En este sentido, se propone



Oscar Huertas

Las comarcas de La Jara y el Valle del Pusa producen uno de los mejores aceites de oliva del mundo

como primera medida dar una solución conjunta al problema de la eliminación de alpechines, si bien iniciando el trabajo en común «desde una iniciativa que no sea demasiado ambiciosa y que, sin embargo, permita avanzar con hechos concretos en el camino de la integración cooperativa». Para ello se plantea «establecer una o dos plantas de tratamiento de alperujo (materia base) para comercializar conjuntamente los tres subproductos que saldrían del mismo: aceite refinable (1,50 por ciento), pulpa para pienso (49,25 por ciento) y hueso para calefacción y abono (49,25 por ciento)».

Teniendo en cuenta que la producción total del alperujo es de diez millones de kilos y que, como se ha citado, el valor de los tres subproductos supera los 120 millones de pesetas, se estima que la inversión necesaria y el mantenimiento de dos plantas, una para cada zona, alcanzaría los 147 millones, 55 en La Jara y

92 para el Valle del Pusa. No obstante, estos datos son aproximados y serán objeto de estudio mediante una informe de viabilidad que se va a desarrollar en septiembre en colaboración con las propias cooperativas.

Estrategia de producción

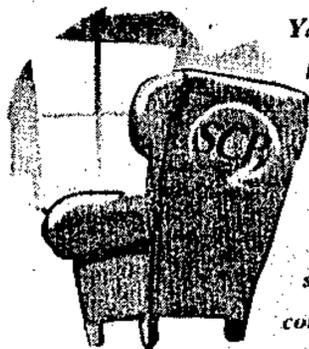
A partir de este proyecto, que daría un notable impulso económico al sector, se plantearían otro tipo de iniciativas, basadas siempre en la «unidad de acción» y en una estrategia conjunta de producción y comercialización en ambas subcomarcas talaveranas. El encargado de presentar el avance fue el representante de UPA, Ignacio Martínez, quien destacó en el acto este aspecto de la unidad estratégica como un elemento esencial mediante el cual buscar salidas de futuro a una actividad que lo merece y que, según manifestó, «produce uno de los mejores aceites del mundo, junto a los de Lérida y alguna zona de Grecia».

Martínez hizo también un llamamiento a la reflexión de profesionales e instituciones para apoyar al sector en toda su dimensión.

El acto estuvo presentado por la concejal de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Talavera, Carmen Riobos; el gerente de Ipeta, Miguel Ángel García, y el presidente provincial de Asaja, Manuel Juárez. Riobos, en su intervención, expresó el apoyo de la Corporación talaverana a cualquier iniciativa de impulso al aceite de oliva de la comarca, una actividad tan fundamental en la zona que debe tender, según dijo, a encontrar una denominación de origen propia y colocar su propia marca de calidad en el mercado.

La concejal expresó también su confianza en el sector y dijo que es un elemento más de la comarca talaverana para potenciar el turismo en la zona y promover nuevos proyectos en este sentido.

EL
OLMO
DE LA
COMODIDAD



Sistema de Compra Personalizado.

Ya no tendrá que adaptarse más a las limitaciones de las tarjetas convencionales. Olvídense de la rigidez de los débitos a secas y de los créditos prefijados. A partir de ahora, su tarjeta de La Caja Rural con el SCP, será la que se adapte a usted dándole la posibilidad de que sobre la marcha y en función a sus posibilidades se fije la forma de pago que más le convenga para cada una de sus compras en función de su importe.

SCP

SISTEMA DE COMPRA PERSONALIZADO



CAJA RURAL

ENTREVISTA

Díaz Zarco: «Quiero convertir a la Caja Rural de Ciudad Real en la primera entidad de la provincia»

Ciudad Real. Juan C. Sevilla

A sus 49 años, el empresario socuellamino Luis Díaz Zarco se ha convertido en el nuevo presidente del Consejo Rector de la Caja Rural de Ciudad Real con el que la entidad crediticia, en principio, rebasará el milenio. El flamante presidente quiere devolver el esplendor que Caja Rural tuvo hace unos años y se marca como objetivo eliminar los escándalos financieros que han jalonado los últimos años de la Caja. Con el 60 por ciento de los votos, Díaz Zarco pasa a la historia de la Caja Rural.

— ¿Se han cumplido los pronósticos que esperaban?

— Sí, claro, se han cumplido. Los votos que hemos obtenido han sido muy importantes y, además, en el escrutinio pudimos observar que los delegados que votaron mi candidatura fueron el doble que los que votaron la candidatura de Juan Antonio León Treviño.

— Usted lleva vinculado a Caja Rural desde que era un chaval, ¿no es así?

— Mi paso por el mundo de la Banca se inició a los once años, allí en Socuéllamos, a los quince años ya entré a formar parte de la plantilla de Caja Rural como botones y fui pasando por todos los puestos que tenía la entidad hasta llegar a los de responsabilidad cuando tenía 23 años.

— ¿Cuándo tomará posesión de su cargo?

— Esperamos que la confirma-



Fotos: Mariano Cieza

Luis Díaz Zar, de pie, fue elegido presidente del Consejo Rector de Caja Rural de Ciudad Real

ción del Banco de España se produzca dentro de quince o veinte días y, a partir de ese momento, estaremos en la Caja el nuevo Consejo Rector y empezaremos a trabajar.

— Le acompañan como vicepresidente Ramón Alcarazo y como secretario Nicolás López Treviño...

— Son dos pesos pesados del cooperativismo y hombres de los cuales tengo una confianza enorme.

— ¿Con ellos llega también el

cooperativismo y la agricultura a la Caja Rural?

— Por supuesto, son estos sectores los que han apoyado mi candidatura y les doy las gracias. Trabajaré para generar beneficios a la provincia, para crear puestos de trabajo y todo lo que sea riqueza para la provincia de Ciudad Real. Estos son mis objetivos.

— ¿Los programas están para no cumplirse?

— Nosotros no tenemos ningún programa. Tenemos un programa de intenciones que queremos poner en marcha lo antes posible. La prioridad está en dar tranquilidad a todos los trabajadores, en que retomen sus puestos de trabajo con una tranquilidad absoluta y recordarles que Caja Rural es una entidad fuerte. Por eso, creo que entre todos debemos garantizar las condiciones que permitan incrementar el beneficio y generar, como he dicho antes, más valor añadido para la provincia de Ciudad Real.

— ¿Cómo vio al otro candidato a la presidencia del Consejo Rector de la entidad?

— Juan Antonio León Treviño es un personaje entrañable para mí. Espero su colaboración porque él tiene mi colaboración desde la Caja Rural provincial, de eso no hay ninguna duda.

— ¿Cuáles son los principales objetivos que se marcan?

— Hay muchas prioridades, pero hasta que no llegue a la Caja Rural y ocupemos los cargos, prácticamente no podemos definir cómo va a ser nuestra trayec-

toria. La definiremos en los próximos días, realmente.

— ¿Qué van a hacer para frenar los escándalos que se han producido en los últimos años en esta entidad?

— Esperamos que no se produzca ninguno más, que se esclarezcan todos los que están pendientes porque pondremos todos los medios a nuestro alcance para que no se produzca ninguno más.

— ¿Se va a continuar con lo hecho hasta ahora?

— No vamos a cortar cualquier iniciativa que venga de atrás y sea buena para la entidad.

— ¿Uno de sus objetivos sigue siendo llevar a Caja Rural al número uno del sector financiero provincial?

— Es que la Caja Rural en tiempos atrás ha sido la número uno de la provincia. Creo que es donde tiene que estar y adonde la vamos a situar nosotros.

— ¿Qué les diría a las personas que tienen sus ahorros en la entidad?

— Que tengan la completa seguridad de que sus ahorros están en una de las entidades crediticias más importantes de la provincia, porque esa confianza que han puesto en ella no la vamos a quebrantar, al contrario, creo que van a estar muy seguras.

— ¿Le respondieron los que esperaba?

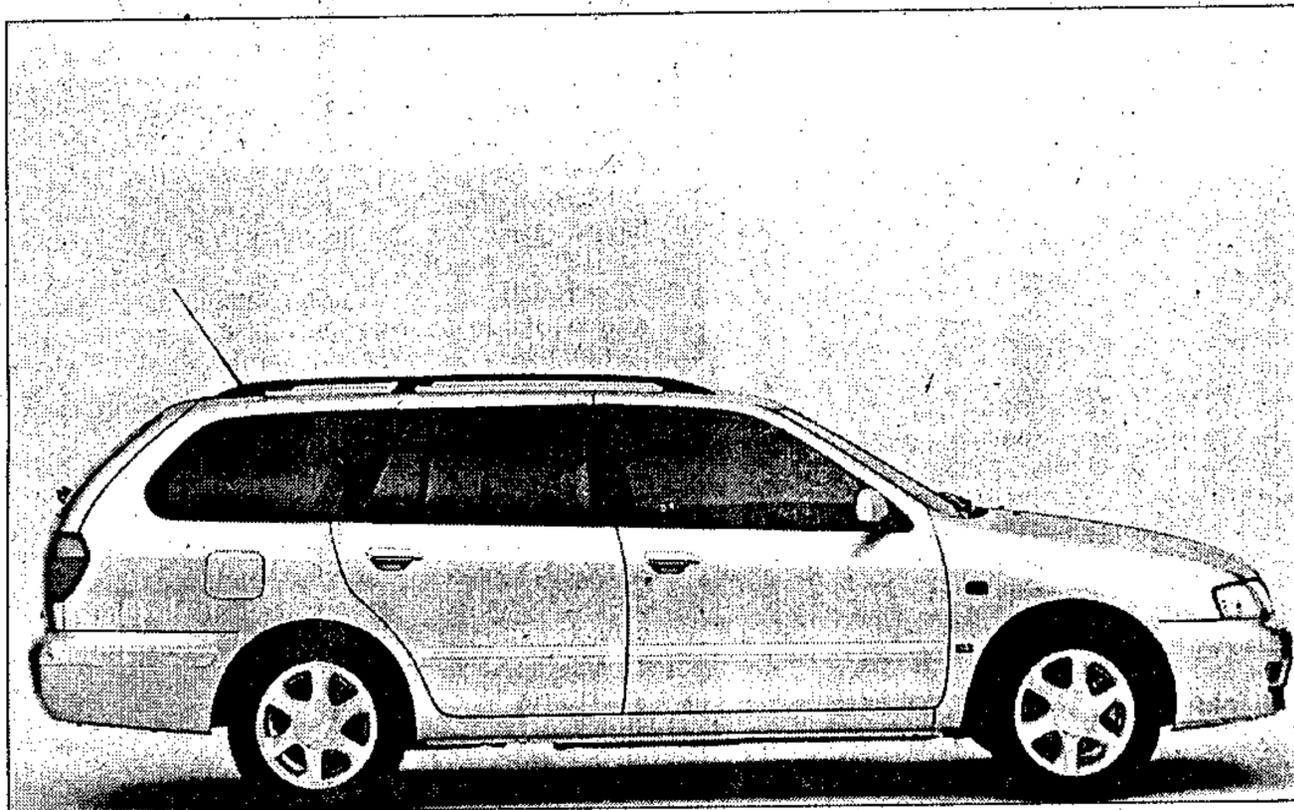
— Sí. De todos los sectores no me ha faltado el apoyo de la gente que me quiere en la provincia de Ciudad Real; lo he recibido y lo estoy recibiendo.



El nuevo Consejo Rector obtuvo el 60 por ciento de los votos

Nissan invierte 7.000 millones en el diseño del nuevo «Primera Sportwagon»

La empresa automovilística Nissan acaba de desvelar su nuevo «Primera Sportwagon» diseñado en Europa, que hará su debú en público en el próximo Salón del Automóvil de Frankfurt en el mes de septiembre. Esta versión familiar fue ideada en el estudio de diseño Nissan Design Europe, situado en Munich, por el estilista francés Stephane Schwarz, y se han invertido siete mil millones de pesetas en este innovador diseño.



El nuevo Nissan «Primera Sportwagon» entrará en producción el próximo año

Toledo. D. T.

El próximo mes de septiembre se presentará oficialmente en el Salón del Automóvil de Frankfurt el nuevo Nissan «Primera Sportwagon», una versión familiar del «Primera», con un estilo elegante e innovador, diseñado por el estilista francés Stephane Schwarz y en el que se han invertido 7.000 millones de pesetas.

Para el diseñador, «el turismo familiar se ha convertido en un signo externo que afirma con fuerza la clase de persona que lo conduce: alguien para quien el tiempo de ocio y las aficiones son primordiales. El vehículo familiar se ha convertido en un signo externo de modernidad».

Esta nueva versión familiar se asienta en la ya probada superio-

ridad dinámica del «Primera». Su bastidor integral multilink y trasero multibrazo con sistema de control lineal MLB, le confieren una estabilidad considerada como referencia dentro de su segmento.

El interior fue diseñado por el Centro Tecnológico Europeo de Nissan (NETC) situado en Cranfield, Reino Unido, donde se le dedicó especial atención al confort y a la versatilidad del habitáculo. Un nuevo asiento trasero que se abate asimétricamente, se extiende sin necesidad de plegar el respaldo ni quitar los reposacabezas. El maletero dispone de una zona de carga amplia y de formas muy regulares y cuenta con prácticos huecos para guardar pequeños objetos bajo el piso

y en los laterales.

La venta de modelos familiares en el segmento D, en el que se encuadra el «Primera», registra un gran crecimiento en toda Europa, pasando de un 18 por ciento dentro del segmento a un 29 por ciento previsto para finales de 1998.

El nuevo «Primera Sportwagon» desarrollado por NETC entrará en producción en la planta de Nissan situada en Sunderland, Reino Unido, a principios de 1998. Este modelo se pondrá a la venta en los distintos mercados europeos en primavera de ese mismo año.

Las actividades europeas de Nissan abarcan el estilo, diseño, desarrollo, producción, venta y financiación de sus vehículos.

BREVES

□Eurodollar-Atesa opera en Talavera de la Reina. Eurodollar-Atesa, empresa líder en el sector del «Rent a car», se mantiene firme en su deseo de abrir un punto de venta al mes. A los ochenta y seis que la compañía tiene distribuidos por toda España, se le suma ahora la localidad de Talavera de la Reina, donde la empresa ha decidido inaugurar un nuevo punto de venta.

La nueva oficina ofrece una disponibilidad ilimitada, es decir, se ofertan todos los vehículos de la flota Citroën, incluidas las furgonetas industriales. La nueva oficina de Eurodollar-Atesa se encuentra en la Avenida de Portugal, 84. Por otra parte, Eurodollar-Atesa quiere potenciar, junto con Citroën, su servicio de «Renting», a través del programa «Novorenting», consistente en el alquiler de un vehículo por un periodo superior a 12 meses e inferior a 48.

Esta modalidad, válida tanto para empresas como para particulares, incluye todos los servicios y todo ello con un cuota fija. Esta empresa cerró el ejercicio de 1996 con una facturación de 6.600 millones de pesetas, siendo la primera compañía de España de «Rent a car» que combina tanto un servicio de alquiler de larga duración como de corta para todos sus coches.

□Nueva versión del «Leonardo» de la firma Aprilia. La marca italiana de motos Aprilia comercializará en España dentro de unos días una nueva versión de su «scooter» Leonardo. Esta motocicleta, más potente que el anterior modelo, cuenta con un motor de 150 centímetros cúbicos de cuatro tiempos y distribución de cuatro válvulas. Durante el pasado año, la marca italiana facturó en España 18.000 vehículos y para este año las previsiones son de aumentar hasta las 30.000 unidades. La Aprilia Leonardo se comercializará a un precio de 499.000 pesetas y entre sus accesorios complementarios cuenta con un antirrobo electrónico.

SOLISS



SEGURO DE AUTOMOVILES

AYUDAS Y CONVOCATORIAS

Hacienda

□ **Ley de Hacienda.** El Diario Oficial de Castilla-La Mancha publicó el pasado viernes la Ley de Hacienda, aprobada el pasado día 10 de julio por las Cortes regionales. Esta Ley entrará en vigor a los veinte días naturales de su publicación en el Diario Oficial, y se convertirá en el instrumento normativo que regule la actividad económico-financiera, presupuestaria y contable de la comunidad, sin perder el principio de coordinación con el Estado, como establece la propia Constitución Española.

La Ley contiene un título preliminar y otros seis títulos para otras tantas materias concretas. En el título preliminar se define el contenido y ámbito de aplicación de la norma y el régimen de competencias en la ordenación y desarrollo de funciones relativas a las materias objeto de esta Ley y se procede a enunciar los principios generales que van a informar el desarrollo de la actividad económico-financiera.

El título primero establece el régimen de la Hacienda Pública de Castilla-La Mancha y regula los derechos y obligaciones de la misma. El título segundo regula el régimen de los presupuestos generales. El tercero se dedica a la regulación de las operaciones financieras y la Tesorería. El cuarto se ocupa del control interno. El título quinto es para la contabilidad pública y el sexto describe el contenido de la Cuenta General

Ganadería

□ **Cesiones de derecho entre productores de ovino, caprino y vacas nodrizas.** El Consejo de Ministros ha aprobado un Real Decreto por el que se fijan las normas para la realización de transferencias y cesiones de derechos entre productores de ovino, caprino y vacas nodrizas. Las transferencias, cesiones y la asignación de derechos podrán realizarse cuando se haya producido la muerte o sacrificio de una parte significativa del rebaño del productor como consecuencia de una epizootia, oficialmente declarada o que sea objeto de programas nacionales de erradicación. El Real Decreto establece que la aplicación de estas medidas afectará a todos los productores que hayan sufrido bajas en sus rebaños como consecuencia de una epizootia a partir del 1 de enero de 1997.

□ **Control de Rendimientos lecheros.** El Consejo de Ministros ha aprobado un Real Decreto por el que se regula el control de rendimientos lecheros como instrumento básico para la valoración de reproductores de bovinos, ovinos y caprinos, con fines de mejora genética. Los titulares sometidos a control de rendimiento lechero recibirán una subvención de hasta 1.500 pesetas de las vacas de su propiedad, hijas de semental nacional o comunitario, y de hasta 1.000 pesetas cuando son hijas del resto de sementales. Las hembras ovinas y caprinas podrán recibir hasta 750 pesetas.

Concursos

□ **Concurso nacional de pintura rápida en Sigüenza.** Con la finalidad de resaltar la belleza medieval de la ciudad, el Ayuntamiento de Sigüenza ha convocado su VI Concurso de Pintura Rápida con arreglo a las siguientes bases: Podrán participar todos los artistas nacionales y extranjeros residentes en España. Los temas tratarán exclusivamente sobre la ciudad de Sigüenza y sus barrios. El concurso tendrá lugar el día 10 de agosto, comenzando a las nueve de la mañana y finalizando a las seis de la tarde. El trabajo será individual y la técnica será totalmente libre. Se establece un primer premio de 100.000 pesetas y paleta «Ciudad del Doncel», un segundo premio de 50.000 pesetas y diploma y un premio local, para artistas empadronados en Sigüenza, de 25.000 pesetas.

□ **Concurso de cuentos sobre temas cervantinos.** El Ayuntamiento de Torralba de Calatrava (Ciudad Real) ha convocado un concurso de cuentos y relatos cortos sobre temas cervantinos para potenciar la literatura, los escritores y el género del cuento y el relato breve en Castilla-La Mancha. Con este concurso también se quiere fomentar e impulsar la cultura y literatura cervantinas en la tierra donde nace y se desarrolla «El Quijote». El concurso tiene un premio de 100.000 pesetas y pluma de oro.

Agricultura

□ **Ampliación del plazo para el Plan de Recuperación del Viñedo.** La Consejería de Agricultura y Medio Ambiente ha decidido ampliar, a petición de las organizaciones agrarias, el plazo para solicitar ayudas al Plan de Recuperación del Viñedo. De esta forma, los agricultores tendrán hasta el 18 de agosto para formalizar sus solicitudes.

El objetivo de este departamento es evitar que ningún viticultor pueda verse privado de esta posibilidad de mejora del viñedo por falta de tiempo.

Podrán presentarse nuevos proyectos o ampliaciones a expedientes ya formalizados. El nuevo plazo no retrasa la retrasa la resolución de las solicitudes porque el volumen recibido permite iniciar el análisis y valoración para la aprobación de las ayudas.

Las condiciones requeridas son las mismas que las de la Orden inicial, cuyo contenido fue aceptado por la Comisión Europea: podrán acogerse los propietarios de explotaciones donde la sequía haya afectado a más de un 20 por ciento de las cepas mediante la presentación de solicitudes colectivas que reúnan un mínimo de diez viticultores y más de cincuenta hectáreas de superficie, en términos generales.

El 18 de agosto será el último día de esta convocatoria, después de haber sido ampliada en dos ocasiones más.

CURSOS, FERIAS Y PUBLICACIONES

Técnicas de búsqueda de empleo

La Fundación AFIM (Ayuda, Formación e Integración del Minusválido) ha organizado un curso de Habilidades Sociales y Técnicas de Búsqueda de Empleo dirigido a personas con discapacidad física mayores de 18 años, con carácter gratuito. El curso comenzará el día 15 de septiembre con una duración de 50 horas. Para más información, los interesados pueden dirigirse a la Fundación AFIM, en la calle La Plata, 22-2B, Toledo, o llamar al teléfono 226521.

Empleados públicos

La Junta de Comunidades oferta, dentro del Plan de Formación Continua para 1997, un total de 91 cursos específicos que tienen como fin incrementar la preparación de 1.960 empleados públicos. Dicho plan recoge, en un total de 2.500 horas lectivas, las enseñanzas que son demandadas por cada una de las Consejerías con el fin de mejorar la formación de sus trabajadores y con ello el servicio prestado a los ciudadanos. El Plan de Formación Continua para este año supone un montante total de 38 millones de

pesetas lo que junto a la partida dedicada a la formación general alcanza los 100 millones de pesetas. Esto se traduce en 250 cursos de formación de los que se podrán beneficiar cerca de 6.000 empleados públicos.

Promoción y Desarrollo-Nexus

Ocho municipios y entidades de distintos puntos del país, que cooperan habitualmente en la elaboración de programas europeos con el Recite II, crearán en la localidad albaceteña de Almansa la Asociación Española de Entidades Locales para la Promoción y el Desarrollo-Nexus. El objetivo de la misma es promover acciones concretas para el desarrollo y la diversificación económica de estos municipios y entidades, así como para elevar el bienestar económico y social de sus ciudadanos. Estas entidades han acordado también estimular las relaciones e intercambios en aquellos asuntos de interés común, especialmente en el ámbito cultural, científico, tecnológico y económico. Como miembros fundadores de la asociación se encuentran los ayuntamientos de Almansa (Albacete), Villena (Alicante), Tomelloso

(Ciudad Real), Linares (Jaén), Barberá del Vallés (Barcelona), Totana (Murcia), el Patronato de Intereses Provinciales de Ciudad Real y la Mancomunidad de La Mancha, formada por varios municipios de Castilla-La Mancha.

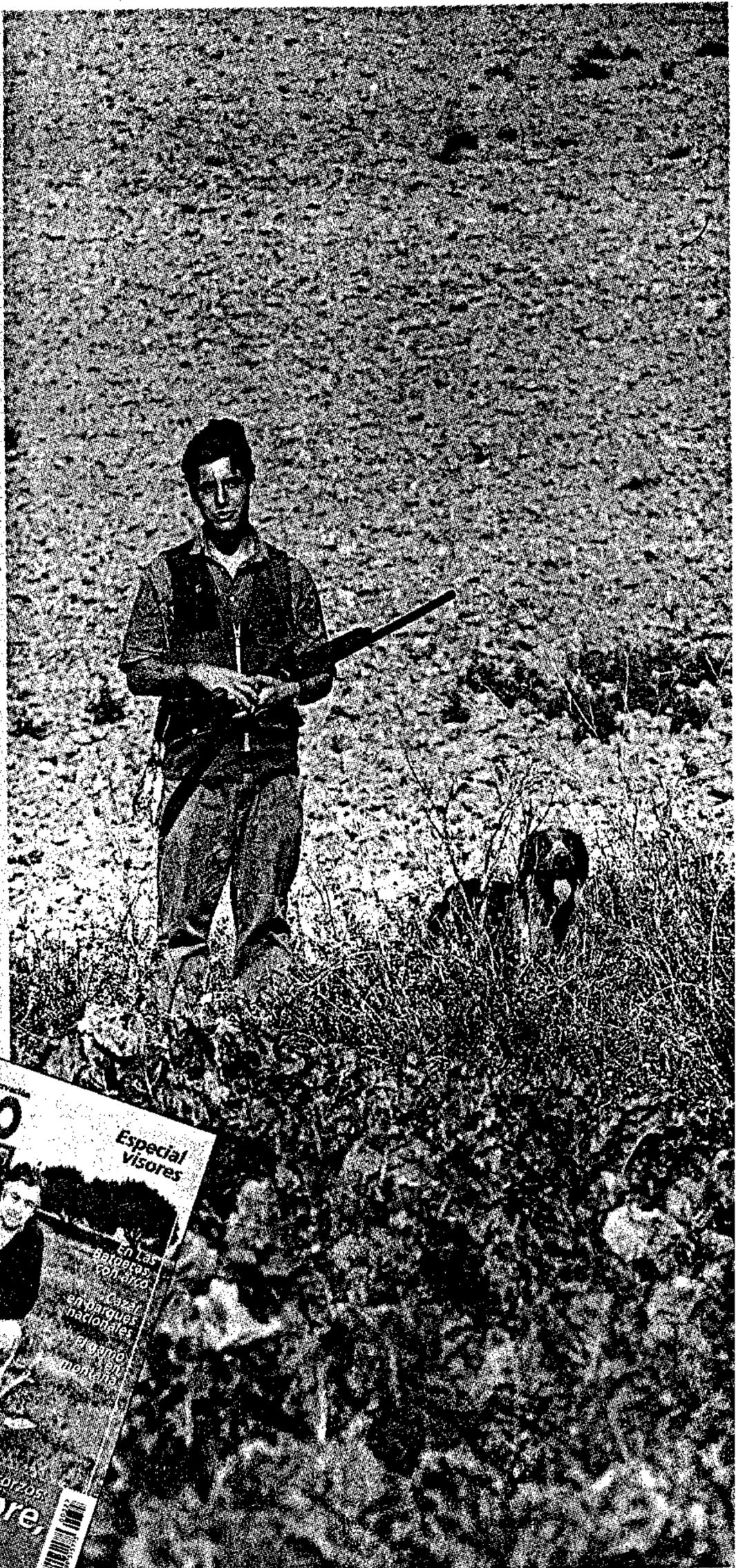
Europa: Preguntas y respuestas

La Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas ha editado «Europa: Preguntas y respuestas», una publicación que pretende ofrecer respuestas breves y concisas a las preguntas más frecuentes de los ciudadanos. Y es que la Unión Europea significa muchas cosas diferentes para la gente. No faltan razones para preguntarse para qué sirve exactamente en la actualidad; por ello, es lógico que los ciudadanos quieran saber, además, que beneficios prácticos y directos se pueden obtener de ella. Las respuestas a estas preguntas se pueden obtener en esta publicación. Por otro lado, el libro «The World Trade Guide» recoge en un solo volumen un elenco de todas las Cámaras de Comercio e Industria del mundo, así como información sobre oficinas comerciales.

¡YA EN SU PUNTO DE VENTA!

EN AGOSTO

- * Entrevista a Alberto Alcocer, un apasionado del corzo
- * Curiosidades sobre la codorniz y trucos para su caza
- * Caza con arco en Las Batuecas
- * Características y precios de los mejores visores del mercado
- * Un estudio demuestra la supervivencia del gamo en montaña
- * La caza y los parques nacionales, un juego de intereses
- * La importancia de la participación de los cazadores en la gestión
- * Los cotos de caza y la legislación



Y además, cientos de pequeños anuncios sobre cotos, cacerías, armas, perros, etcétera



En este número, ESPECIAL MEDIA VEDA, con la publicación de las diferentes fechas y un análisis sobre armas y perros para esta mini-temporada de caza.

Le hablamos seriamente de caza