

Nombres propios

Félix Solís,
Gerente de Bodega Félix Solís



La empresa bodeguera Félix Solís, cuyo gerente es Félix Solís, dispondrá a partir del próximo mes de enero de una oficina comercial de distribución en Londres, desde donde distribuirá sus productos a los mercados inglés, irlandés y las islas del Canal. De esta forma la bodega da un paso más en la creación de una red de distribución propia como estrategia hacia mercados de gran potencial. Las exportaciones de la empresa valdepeñera se incrementaron hasta septiembre en un 19%.

Óscar Fernández de Pinedo,
Dtor. Gral. de Solán de Cabras



El nuevo director general de Balneario y Aguas de Solán de Cabras, Óscar Fernández de Pinedo, ha anunciado que la compañía tiene previsto aumentar su penetración en el mercado nacional, tanto en el segmento de hostelería como de alimentación, ya que aunque actualmente en la provincia de Cuenca la cuota es de más del 50%, en el total del territorio español apenas alcanza el 4%.

Eusebio Bautista Revilla,
Dtor. Territorial de Telefónica



El director territorial de Telefónica de España, Eusebio Bautista, ha firmado un convenio de colaboración con el presidente de la Federación de Municipios y Provincias de Castilla-La Mancha, José Manuel Martínez Cenzano, en virtud del cual las corporaciones municipales podrán beneficiarse de las mejores condiciones de acceso a servicios como RDSI y ADSL, y racionalizar costes en telecomunicaciones.

Eladio Cejudo,
Pte. Asoc. de Joyeros de Ciudad Real

La Asamblea General de la Asociación Provincial de Joyeros, Plateros y Relojeros, integrada en Ceo-Cepyme de Ciudad Real, ha elegido por unanimidad a Eladio Cejudo Cárdenas como presidente de dicha organización empresarial. En esta asamblea también se han abordado otros puntos de interés, como por ejemplo todo lo relacionado con la renovación de las pólizas colectivas de seguros y el iniciar la próxima campaña de Navidad.

José Ignacio Lacambra,
Dtor. Comercial de Cía. Int. Destructoras

La empresa Compañía Internacional de Destructoras, ubicada en la localidad toledana de Illescas, acude por séptimo año consecutivo al SIMO, que cumple su cuadrágésima edición, y que se celebra en el Parque Ferial Juan Carlos I de Madrid. Según afirma su director comercial, José Ignacio Lacambra, el escaso éxito cosechado en las tres últimas participaciones hacen que se planteen dejar de acudir a esta feria que tiene carácter anual o bianual.

Luis Díaz Cacho

Coord. Difusión de Red de Información y Asesoramiento Tecnológico Local

“Tenemos que expandirnos por toda la región”

ÁNGELES S. INFANTES
Ciudad Real

Nacieron al amparo de los CLIPES (Centros Locales de Innovación y Promoción Económica) en municipios de tamaño medio donde existía una "base sólida" de Desarrollo Local. Seis meses después de su creación se plantean convertir sus diagnósticos empresariales de innovación en proyectos reales que se presentan al Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), pero sobre todo se plantean "expandirse a crecer".

Pregunta.- ¿Qué es y para que sirve la red de Información y Asesoramiento Tecnológico Local?

Respuesta.- Somos una red encargada de observar y conocer a las empresas con posibilidades de innovación, en el más amplio sentido de la palabra. Fundamentalmente somos observadores de proyectos de innovación que pueden surgir hasta en las empresas más pequeñas. Cuando nacimos, uniendo los proyectos de los municipios de Alcázar de San Juan, Almansa, Puertollano, Manzanares, Tomelloso y Daimiel, lo hicimos al amparo de los Clipes y creo que estamos cumpliendo nuestros objetivos.

P.- ¿Qué principales objetivos os marcasteis?

R.- Fundamentalmente teníamos en mente varias ideas: acercar la innovación a las pequeñas y medianas empresas, elaborar un directorio de programas de innovación, detectar a las empresas con potencial innovador, establecer proyectos con la institución de investigación por antonomasia, la Universidad y conseguir una imagen corporativa que funcionase como elemento aglutinador de nuestros proyectos. Creo que estamos cumpliendo,

“Somos una red encargada de observar y conocer a las empresas con posibilidades de innovación”



Luis Díaz Cacho es coordinador de Difusión de la Red de Información.

hemos creado un logotipo que nos une, hemos conseguido implicar a instituciones como la Universidad o Caja Castilla-La Mancha en nuestro proyecto, y hemos creado una red de centros innovadores que nos ayudan a detectar las empresas con capacidad de innovación. Además hemos editado un manual para las pequeñas y medianas empresas en materia de innovación. También hemos creado una web en el dominio *innovared.net* y hemos conseguido coordinar la búsqueda con una metodología de trabajo a nivel Europeo, Nacional y Regional. Estamos satisfechos del trabajo realizado.

P.- ¿Se puede hacer un balance de las empresas con capacidad de innova-

ción que habéis detectado?

R.- Claro que sí. Lo primero que hay que aclarar es que no hay uniformidad entre las empresas con capacidad de innovación que hemos detectado. La innovación es un concepto muy amplio que puede establecerse en los equipos técnicos, en la producción, en la elaboración del producto. Hemos visitado muchas empresas en los municipios que forman la red. Unas 300 empresas de las que hemos hecho el diagnóstico de innovación y de esos hemos elaborado 7 proyectos, desde la cooperativa Santa Catalina de La Solana hasta por ejemplo la empresa Daimobel de Daimiel o Agrovin en Alcázar de San Juan. Esto explica la diversidad de nuestros proyectos. Con

estos siete proyectos que presentaremos al CDTI cumplimos los compromisos marcados pero queda mucho por hacer.

P.- ¿Habéis contado con la ayuda necesaria para iniciar el proyecto y seguir alcanzando?

R.- Hemos tenido el apoyo de la consejera de Industria desde el principio y sobre todo los ayuntamientos implicados han hecho una gran apuesta por este proyecto. El coste global para la puesta en marcha de la red está en torno a los 65 millones, pero creo que no ha sido costoso para el trabajo que estamos realizando. Tenemos un área de coordinación general en Tomelloso; un área de formación en Manzanares y un área de difusión centralizada en La Solana. Hemos trabajado, y queremos seguirlo haciendo con una buena metodología, reuniones rotativas, coordinación de las actuaciones y difusión de las mismas.

P.- Después de realizar todo este trabajo ¿qué objetivos a corto plazo os planteáis en este momento?

R.- Es fundamental para nosotros el crecimiento de la Red. En una región tan extensa tenemos que tener representación en todas las provincias, así como implantar la red en más municipios y hay que apostar fuertemente por este objetivo. Además hay que luchar para que los centros tecnológicos, los técnicos especializados vayan a los municipios y expliquen el impresionante trabajo que están realizando. Además tenemos que seguir innovando en las pequeñas y medianas empresas, así como seguir en proyectos de innovación e incluso descender a las empresas "pequeñísimas" porque todas tienen grandes posibilidades de innovación.

El coste global para la puesta en marcha de la Red está en torno a los 65 millones de pesetas