

LOS TOROS

La ILP depositará mañana 587.000 firmas en el Congreso

El presidente, Jesús Posada, recibirá a sus impulsores

I. del Prado

MADRID- «Hemos hecho una buena faena, ahora sólo nos queda esperar que la estocada que debe ejecutar el Censo Electoral caiga en todo lo alto taurinamente hablando». Habla Luis María Gibert, presidente de la Federación de Entidades Taurinas de Cataluña y cabeza visible de la Iniciativa Legislativa Popular (ILP) que mañana presentará 587.000 firmas en el Congreso de los Diputados para que los toros sean declarados Bien de Interés Cultural (BIC) y se derogue con carácter retroactivo la prohibición en Cataluña.

«Vamos cargados de esperanza y de mucha ilusión por culminar un trabajo duro que nos ha llevado tantos meses, mañana tendrá más sentido que nunca el esfuer-



Los fedatarios, en La Monumental

zo que, a pecho descubierto con sólo un boli y un pliego, han realizado los 4.700 fedatarios para recoger las firmas necesarias», afirma satisfecho Gibert antes de añadir que «los profesionales, ya

sean toreros, empresarios o ganaderos, nunca podrán pagar con dinero la dedicación de los aficionados por proteger su trabajo».

Las 587.000 firmas –cifra que aún se verá ampliada hasta el lunes 26, último día para la entrega de pliegos cumplimentados– se entregarán a las 11 de la mañana en el almacén del Censo Electoral, donde se procederá a comprobar en los próximos 15 días hábiles la veracidad tanto de las firmas como de los fedatarios que las avalan. Una hora más tarde, los responsables de la ILP se trasladarán al Congreso, donde serán recibidos por su presidente, Jesús Posada, con el que formalizarán el acta de entrega de la documentación necesaria. «Valoramos mucho que el presidente del Congreso haya tenido la deferencia de recibir a un

humilde grupo de aficionados», agradece Gibert antes de recordar a los diputados que «esta propuesta en defensa de los toros es del pueblo, de casi 600.000 ciudadanos españoles, no de un partido político determinado».

No obstante, antes de ser sometido a votación por los miembros de la Cámara, y una vez validados sus pliegos, la ILP será llevada a la Mesa del Congreso que será la encargada de determinar la prioridad que estime oportuna. En función de la misma, será incluida en el orden del día para su discusión. En este aspecto, podría jugar un papel determinante el apoyo e interés que, desde su nombramiento, ha demostrado el actual ministro de Cultura, José Ignacio Wert, que será el primero además en entregar el recién creado Premio Nacional de Tauromaquia.

En este sentido, aunque el objetivo de los responsables de la ILP es que sea debatida antes del comienzo del verano, las perspectivas reales apuntan a que no tuviera fecha hasta el próximo septiembre. Con ello, se truncaría el deseo de Gibert de que «tras ser derogado el veto catalán pudiera celebrarse con normalidad la Feria de La Mercé en La Monumental».

Manzanares y el novillero Román acaparan los premios falleros de la Diputación

La Razón

El diestro José María Manzanares ha copado los premios que tradicionalmente otorga la Diputación de Valencia al término de la Feria de Fallas al ser designado como triunfador del ciclo, además de realizar la mejor faena y mejor estocada sobre el ruedo valenciano. Román Collado, que sorprendió por su concepto en la novillada de El Parralejo –premiada por «Vejado» como mejor utrero–, se llevó los premios a mejor novillero y torero de capa. Además, Diego Ventura fue el rejoneador triunfador. Alcurrucén fue la ganadería más completa y «Monería», de Adolfo Martín, el mejor astado. En cuanto a las cuadrillas, Montoliú realizó la mejor brega; Javier Ambel, el par de banderillas; y Pedro Ginés fue el picador más destacado.

ENTREVISTA

PUBLIRREPORTAJE

“La innovación está en nuestro ADN”

Mariano Estéfani Director General de MURO

Vivimos un momento especialmente trascendental por los cambios cualitativos que están sucediendo en el sector del marketing directo y las artes gráficas. Dentro de él, MURO Y SERCROM han evolucionado asumiéndolos, con capacidad para dar respuesta a los nuevos retos que el cliente plantea. Hablamos de ello con su director general.

Evolucionar o evolucionar. No hay otra opción...

Efectivamente, aunque debo decir que MURO nació para cambiar desde el primer día. Prueba de ello es que con solo un año de trayectoria ya decidimos dar un giro de casi 360º para especializarnos en nuevos productos y tecnologías. Estudiamos los mercados que en ese momento marcaban tendencia en el marketing y nos desplazamos a Alemania, Inglaterra y Estados Unidos, visitando fábricas de todo tipo. Resultó

que a principios de los 90 incorporamos las primeras máquinas de personalizar, numerar, engomarse, confeccionar tarjetas para sorteos, mailing... a nuestra compañía.

¿Han parado para tomar oxígeno o la evolución ha seguido?

Pues, en honor a la verdad, debo decir que desde septiembre de 1991 hasta esta crisis bestial que estamos viviendo no hemos parado de invertir ni de evolucionar un solo minuto. Durante años exportamos a Inglaterra tantos millones de cartones de todo tipo que aún pienso que la única posibilidad de repartirlos era desde avionetas. Todo ello nos permitió y nos obligó a tejer un concepto de empresa en el que la innovación forma parte de nuestro ADN.

¿En qué productos y servicios se plasma esa innovación?

Por ejemplo en nuestro producto estrella desde hace muchos años: los cupones regalo. Docenas de clientes nos confían la producción y el control de dichos cupones, que se calcula ahorran al consumidor unos 25 millones de euros año. También en servicios de marketing directo (segmentación y personalización variable negro o color, tar-

jetas inteligentes, one-piece Mailer, complets, ensobrados...); de marketing promocional (numerados y personalizados, aplicación de sampling, sobres y cupones respuesta, aplicación de tintas especiales, PopUps...); en documentos de gestión y de seguridad, en tarjetas integradas y en depósitos en Correos y Unipost.

Una gran variedad de productos. Tendrán una importante red comercial, ¿no?

Como consecuencia de la variedad y complejidad de productos que ofrecemos al cliente, y ante la necesidad de darlos a conocer más allá del ámbito gráfico, se creó la empresa SERCROM. Esta empresa, que empezó siendo nuestra red comercial para llegar a nuevos mercados, es hoy la encargada de adentrarnos en las nuevas formas de presentar nuestros productos, de seguir comunicando.

¿Nuevas formas de comunicarse, más originales?

Sí. Hace ya años que rompimos las limitaciones que imponían el papel y las tintas para dar paso a la originalidad y a los nuevos diseños. Siempre hemos pretendido que nuestros clientes pudieran tener, a través de nuestros productos, un mayor impacto en las ventas. Pues bien, ahora esa originalidad de productos hay que presentarla también a través de las nuevas formas de comunicarse. Eso no significa que hayamos abandonado nuestras especializaciones sino que hemos amplia-



do nuestro portfolio para atender al cliente también en el marco de la gestión de fuentes de información, de aplicaciones, de contenidos, de gestión canal y de optimización Social Ads.

Esta etapa no la queremos abordar solos. Es necesario aunar esfuerzos y recursos para sacar adelante proyectos. En este sentido, apuntar que desde hace meses varias empresas estamos trabajando muy seriamente en estos proyectos. Hasta aquí puedo leer...



MÁS INFORMACIÓN
Tel. 913 920 920 - www.sercrom.com