

HISTORIA DE
UNA EMPRESANombre:
Emilia CaballeroActividad:
Ropa de CaballeroUbicación:
Calle Espartería, sin
número, esquina
con San EufrasioLos primeros
pasos del negocio:
Años cuarenta*Los hermanos
Miguel, Matilde y
Emilia Martínez
Jiménez, con el padre,
José Martínez García.*

AGUSTÍN MUÑOZ

La solera de la marca "Emilia"

Miguel Martínez regenta, desde hace dos décadas, una tienda especializada en trajes de caballero

Hablar de la firma "Emilia" es recordar, directamente, a un establecimiento con solera. Miguel Martínez Jiménez es el propietario de "Emilia Caballero", un nombre que viene por su madre, ya fallecida, e impulsora de los negocios junto a su padre, José Martínez García. En el local, el empresario ofrece, desde hace dos décadas, moda de caballero, como camisas, pantalones y trajes, así como algo de chandal y ropa de "sport". Está especializado, además, en tallas especiales, algo que no resulta fácil de encontrar aún hoy día. Su clientela, como explica, es muy variada. Hasta el comercio familiar, que se ubica en la calle Espartería, cerca del Mercado de San Francisco, acuden vecinos tanto del barrio como del resto de la capital e, incluso, de diversos muni-

cipios. Y, aunque las grandes cadenas han hecho, en sus palabras, bastante daño a este tipo de tiendas, reconoce que todavía goza de una clientela bastante fiel.

Por otro lado, Miguel Martínez recuerda los orígenes de los negocios familiares. Hace sesenta y cinco años, Emilia Jiménez abrió una tienda bastante conocida de bordados, paquetería y lencería, situada en la calle Espartería y que ahora heredó su hermana, también Emilia. Por otro lado, en el Gran Eje está Emilia Infantil, especializada en moda de niños y que "toca" también artículos de mercería y paquetería. En este local se quedó, cuando ya se jubilaron sus padres, la hermana pequeña, Matilde. El propietario de la tienda especializada en moda de caballero comenta, de este modo, que la firma "Emilia" se ganó un nombre en la capital que llevan con orgullo.

Una mujer volcada con su negocio

■ Emilia Jiménez Rodríguez fue una mujer emprendedora, muy conocida en la capital por su tienda de bordados, lencería y paquetería. Desde los diez años y hasta que falleció, estuvo relacionada y dedicada a este sector y contó con la confianza de una extensa clientela. En la imagen, Emilia Jiménez, en un puesto ubicado detrás de Diputación, hace cincuenta años.



EL PRÓXIMO MARTES Avila Decoración, en Jaén

II Plan
de la provincia

Estratégico
de Jaén

II PLAN ESTRATÉGICO DE LA PROVINCIA DE JAÉN

La lectura, la educación y la cultura como claves estratégicas

PEDRO MOLINO ■ MIEMBRO DE LA COMISIÓN "JAÉN, CULTURAL Y EDUCATIVA"

Cuando hablamos de educación y cultura parece que no tuviesen que ver nada con la economía, con la crisis o con el desarrollo futuro de la provincia, pero nada más lejos de la realidad. Andalucía y Jaén ofrecen datos preocupantes: bajos niveles educativos a tenor del alto índice de fracaso escolar (33 % en Andalucía, el doble de la media europea); baja comprensión lectora (22 puntos inferior a la media española y 32 a la europea); pocos lectores habituales (5,7 % menos de la media española) o de lectores de prensa (menos de la mitad de la media española). Está demostrado que estos índices condicionan negativamente la revitalización educativa, cultural, económica y social. No trato de buscar culpables concretos,

sino de responsabilizarnos todos. ¿Cómo podríamos invertir esta tendencia de aquí a diez años? Fue el reto que se planteó la comisión "Jaén, cultural y educativa" del II Plan Estratégico, tomándose en serio la Estrategia Europea 2020 que afirma que, para salir de la crisis, los países y regiones de Europa deben adoptar una "estrategia inteligente para el desarrollo de una economía basada en el conocimiento y en la innovación". Para ello, es imprescindible que el abandono escolar sea inferior al 10% y que al menos el 40% de la población más joven alcance una cualificación de estudios superiores completos.

Para que la provincia afronte con éxito este reto, la comisión propuso proyectos estructurantes, con numerosos planes, siempre con una

perspectiva vertebradora: nexo cultura-educación, gestión cultural y liderazgo, bibliotecas y círculos de innovación o redes de creadores. Entre los proyectos citaré solo a las Agendas Locales 21 por la Cultura y la Educación o los Planes Municipales para el Fomento de la Lectura. ¿Por qué? Porque el aumento de los índices de la lectura es la piedra angular para elevar el nivel educativo y cultural de los jóvenes en poco tiempo, y porque el municipio es el mejor espacio para abordar la cooperación necesaria (profesores-padres-sociedad local) para aumentar la calidad educativa, el apoyo a nuevas empresas culturales, el desarrollo del empleo y la creatividad. La última, según los expertos, el motor de la innovación y de la capacidad de emprender.