

HISTORIA DE
UNA EMPRESA

Nombre:
Churrería Moreno

Actividad:
Desayunos de
churros con chocolate,
café y bocadillos

**Antigüedad en el
establecimiento:**
15 de agosto de 1976

Ubicación:
Lopera

María Moreno,
David Alcalá, María
del Carmen Alcalá,
Belén Moreno,
María Jesús
Valenzuela, Diego
Moreno, Manuela
Navarro y Pedro
Luis Moreno.



JOSE LUIS PANTOJA

Los famosos "tallos" de Lopera

Churrería Moreno comenzó su andadura en 1976 en una habitación del domicilio familiar

JOSÉ LUIS PANTOJA ■ LOPERA
Churrería Moreno abrió sus puertas el 15 de agosto de 1976 en Lopera. Fue el primero proyecto del matrimonio formado por Manuela Navarro Coca y Diego Moreno Porras. En un salón del domicilio familiar de la calle Pi y Margall comenzó a hacer "tallos de patata", como se conocen en el municipio los churros. Inviertieron el dinero que tenían, 6.000 pesetas, en un perol y un anafre que adquirieron en Córdoba. El vecino Francisco Muñoz, "Frasquito Maryloren", les hizo una jeringa y un escupidor de chapa galvanizada. La primera harina utilizada se la prestó el panadero Juan Cobo y el arte de elaborar este alimento se lo enseñó Frasquita, "la niña del Saetal". Por una peseta de las antiguas ofrecían diez trozos de tallos.

A los tres años, el matrimonio se trasladó a un puesto en el Mercado de Abastos, cedido por su cu-

ñado Antonio Moreno. Quince años después, el negocio pasó a su hijo, Francisco Moreno, que lo mantuvo durante cuatro años, cuando recogió el testigo el hijo menor del matrimonio, Pedro Luis Moreno Navarro, que amplió el establecimiento con dos puestos, uno en el Mercado de Abastos y otro que inauguró el Viernes Santo de 2011, junto al instituto Gamonares.

El nuevo local está dotado con las tecnologías más avanzadas del sector y ofrece, además de churros de patata y de harina de trigo, café, chocolate y bocadillos. En la actualidad, trabajan en la empresa tres personas y abre al público todos los días por la mañana, a excepción de los lunes. Churrería Moreno continúa su apuesta, como hicieron sus fundadores hace treinta y seis años, por los mejores productos para la elaboración de sus tallos, con una materia prima de primera calidad, cueste lo que cueste.

Los clientes en busca de la porra

■ A diario, Diego Moreno llevaba una carga de leña en un carro de mano hasta el Mercado de Abastos, y un brazado de juncos que cogía en el arroyo del Molinonuevo, ya que esca-seaba el papel y las roscas las vendía enganchadas a los juncos. Los clientes dejaban pasar su turno para que les tocara la porra de la rueda de churros. En la imagen, Manuela Navarro y Pedro Luis Moreno en el antiguo puesto.



EL PRÓXIMO MARTES Talleres Olvesa, en Jaén

II Plan
de la provincia

Estratégico
de Jaén

II PLAN ESTRATÉGICO DE LA PROVINCIA DE JAÉN

Proyectos para cambiar el sector industrial en la provincia

El patronato de la Fundación Estrategias aprobó 5 grandes proyectos estructurantes a propuesta de la Comisión "Jaén, industrial": potenciar fuentes de financiación para las empresas provinciales; fortalecimiento de los sectores industriales; puesta en marcha de planes de desarrollo; actuaciones para mejorar la comercialización de los productos jiennenses, y creación o consolidación de parques empresariales singulares o especializados y desarrollo de actuaciones para incorporar la innovación. La provincia se caracteriza por ser una de las más industrializadas de Andalucía. Supera la media de la comunidad en términos de VAB industrial y de empleo. Sin embargo, estos porcentajes están por debajo de la media española. La estructura productiva de Jaén cuenta con un gran número

de industrias calificadas como tradicionales por su demanda y contenido tecnológico bajo (alimentación y bebidas, metalurgia, muebles, textil) que conviven con algunas de nivel intermedio (química, caucho y plástico, materiales de transporte, maquinaria y equipo mecánico), mientras que las avanzadas (material eléctrico, electrónico y óptico) incrementan su peso, aunque no llega al 3%.

El 80% de las exportaciones provinciales se concentra en 5 ramas: máquinas, aparatos y material eléctrico; grasas y aceites animales o vegetales; los vehículos automóviles; muebles y, finalmente, plástico y sus manufacturas. El saldo comercial ha sido positivo en las últimas 2 décadas, pero nuestra economía presenta una débil apertura hacia el exterior. Respecto al capital humano, aunque Jaén cuen-

ta con una amplia oferta educativa, se percibe una cierta desconexión entre esta y las necesidades del sector. La reducida cualificación de directivos y empresarios es un factor limitativo del crecimiento y la rentabilidad de las explotaciones. Por otro lado, aunque las administraciones han incrementado la dotación de suelo industrial, estos espacios carecen, salvo excepciones, de equipamientos que les aporten un valor añadido para atraer empresas foráneas.

Como conclusión, señalaremos que los hechos apuntados y la dificultad para acceder a fuentes de financiación, propician que la actividad industrial jiennense necesite urgentemente, según la Comisión de Estrategia, un gran impulso que puede lograrse con los cinco proyectos estructurantes y la colaboración de todos los agentes implicados.