ejecutivos

www.ejecutivos.es



Vanessa Prats

VICEPRESIDENTA EJECUTIVA
Y DIRECTORA GENERAL
DE P&G ESPAÑA Y PORTUGAL

COMUNICACIÓN EN POSITIVO

JUNIO - JULIO 2023 • Nº 331

P.V.P. 3€

ediciones apuntes de la sierra

00331

8424094002771

Ejecutivo del Año
XXXII edición Premios Ejecutivos

1/6	Bankinter SA se encuentra adherido al Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito de España. La cantidad máxima garantizada actualmente por el mencionado Fondo es de 100.000 euros por depositante.
Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.	

bankinter.
El banco que ve el dinero como lo ves tú.

Progreso es cambiarse a un banco donde la gente y la rentabilidad estén en el centro y no las comisiones.



CUENTA DIGITAL SIN

SIN COMISIONES
SIN CONDICIONES

1%TAE[1]

SIN SALDO MÁXIMO A REMUNERAR

Hasta 31/12/2023

CUENTA NÓMINA

SIN COMISIONES

Hasta
680€
los dos primeros años

Hasta 5%TAE[2] el primer año
Hasta 2%TAE el segundo año

Saldo máximo a remunerar 10.000€ hasta 31/12/2023 o 40.000 cuentas

(1) Oferta válida hasta el 31/12/2023 para nuevos clientes que contraten la cuenta a través de bankinter.com. **Tipo de interés nominal 1% con liquidaciones mensuales (1,01% TAE)**, comisión de mantenimiento de la cuenta 0€/año. **Ejemplo para saldo en Cuenta Corriente diario de 10.000€, calculado para un periodo de liquidación de 30 días: remuneración bruta mensual de 8,22€**. Sin importe mínimo ni máximo remunerado.
(2) Oferta válida hasta el 31/12/2023. Para nuevos clientes y ya clientes, personas físicas y residentes en España que no sean o hayan sido titulares de una Cuenta Nómina/Pensión/Profesional/No Nómina/Nómina joven durante los 12 meses anteriores a la contratación, ni hayan recibido nunca remuneración por ninguna de estas cuentas. Para contratar una Cuenta Nómina el cliente deberá domiciliar su nómina por un importe de al menos 800€ mensuales. Para disfrutar de esta promoción, el cliente no podrá ser titular de más de dos de las siguientes cuentas: Cuenta Nómina/Nómina Joven, Cuenta pensión, Cuenta Profesional y Cuenta No Nómina. **Saldo máximo a remunerar 10.000€. 1º año: tipo de interés nominal anual 4,94% (5% TAE). 2º año: tipo de interés nominal anual 1,99% (2% TAE). Liquidación semestral. Ejemplo para saldo en cuenta nómina diario de 10.000€ calculado para un periodo de liquidación de 180 días, remuneración bruta: 1º semestre 243,62€, 2º semestre 243,62€, 3er semestre 98,14€, 4º semestre 98,14€**. Para acceder y conservar las ventajas de nuestra cuenta Nómina, además de mantener el nivel de ingresos declarado, será necesario el cargo de al menos 3 recibos domiciliados en el trimestre, así como que la tarjeta asociada a la cuenta nómina esté activa, entendiendo como tal realizar al menos tres movimientos de pago al trimestre.

ejecutivos
www.ejecutivos.es

Año XXXIII • Nº 331
Junio - Julio 2023



Redacción, administración y publicidad:
Cardenal Marcelo Spínola, 42
28016 Madrid - Tel: 91 185 45 60
Impreso en España
Depósito Legal: M-47654-1990
ISSN: 1578-4037

Edita:
Ediciones Apuntes de la Sierra, S.L.

Presidente:
Didier Lagae
didier@ejecutivos.es

Director General:
Germán Pastor
gpastor@ejecutivos.es

Redactor Jefe:
David Cazallas
davidc@ejecutivos.es

Redactores:
Álvaro Ruiz de Velasco
alvaro.ruiz@ejecutivos.es
José Vicente Alzola
Alberto Casillas
Pablo Martínez
Clara Martín
redaccion@ejecutivos.es

Maquetación:
José García
jgarcia@ejecutivos.es

Sumario

Junio - Julio 2023

4. MERCADOS FINANCIEROS
Ya no existe el marco económico y geopolítico de los últimos diez años, por César Pérez Ruiz y Alexandre Tavazzi

6. FUNDACIÓN CEDE
Ignacio Garralda, presidente de Mutua Madrileña

8. FUNDACIÓN CEDE
Bartolomé Berga, presidente de la Asociación Balear de Directivos

10. BANCA
José Ignacio Goirigolzarri, presidente de CaixaBank

14. EMPRESAS
Elena Cabrera, country manager de Ryanair en España y Portugal

18. LA ENTREVISTA DEL FORO
Carlos Moro, presidente y fundador Bodegas Familiares Matarromera

20. EMPRESAS
María Dolores Pescador, presidenta ejecutiva de Grupo Logalty

24. EMPRESAS
José Luis Barceló, director Asesoría Jurídica de ILUNION

28. ENTREVISTA
Juan Garibi, director de Desarrollo y Estrategia de Fiare Banca Etica

30. ENERGÍA
Naturgy promueve el almacenamiento con baterías en España

32. DIRCOM
Jaime E. Navarro, director corporativo de Relaciones Institucionales y Comunicación de Aliseda Inmobiliaria y Anticipa Real Estate

36. XXXII EDICIÓN DE LOS PREMIOS EJECUTIVOS

66. EMPRESAS
Gonçalo Narciso, delegado de Relais & Châteaux para España y Portugal

70. EMPRESAS
Alexis Saada, director general de Crecimiento de Ardian Growth

72. EMPRESAS
Gerard Sellàres, Area Manager de Dott en España

74. EMPRESAS
Pol Brau, responsable de Crecimiento y Desarrollo de Chippio

76. EMPRESAS / SALUD
Quirónsalud, comprometido con la salud de sus pacientes y la del planeta

78. EMPRESAS
María Ritter, directora de Guía Repsol

80. FUNDACIONES
Fundación "la Caixa" concede 105 becas de doctorado y posdoctorado

82. EMPRESAS
Paloma RodrÍguez Moure, responsable de Marketing y Enoturismo de Abadía da Cova

84. MOTOR
– Range Rover Sport
– Volkswagen T-Roc
– Volkswagen Taigo

94. VIVIR CON ESTILO
Egun-On, corazón gallego con alma de txoko

96. VIVIR CON ESTILO
Ocho hoteles de cinco estrellas donde regalarse una experiencia de lujo

106. VIVIR CON ESTILO
Estos son los diez mejores lugares de España para disfrutar de un vuelo en globo

112. OPINIÓN
La IA y el futuro del trabajo: ¿Mejorará o empeorará el burnout laboral?, por Isabel Aranda

www.ejecutivos.es · Revista Ejecutivos · @ejecutivos_es · facebook.com/ejecutivos.es · www.youtube.com/@canalejecutivos

Esta publicación no se hace responsable de la opinión de sus colaboradores, ni se identifica necesariamente con la visión de los mismos. Queda terminantemente prohibido reproducir total o parcialmente el contenido de la publicación sin autorización expresa y escrita del editor.

«Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

La Editorial, a los efectos previstos en el art. 32.1 párrafo 2 del vigente TRLPI, se opone expresamente a que cualquier fragmento de esta obra sea utilizado para la realización de resúmenes de prensa. La suscripción a esta publicación tampoco ampara la realización de estos resúmenes. Dicha actividad requiere una licencia específica. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra, o si quiere utilizarla para elaborar resúmenes de prensa (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 47).




CÉSAR PÉREZ RUIZ y ALEXANDRE TAVAZZI
Director de Inversiones y Estratega Global de Pictet WM

Ya no existe el marco económico y geopolítico de los últimos diez años

Ya no existe el marco económico y geopolítico de los últimos diez años. La situación es de rivalidad multipolar en un mundo menos integrado, donde el control de medios de producción, resiliencia industrial e independencia energética y seguridad del suministro son prioritarios. Además, la competencia entre países por controlar el acceso a tecnologías punteras solo puede aumentar. Así que los incentivos fiscales se usarán cada vez más y los impuestos subirán para financiar grandes programas de inversión. La escasez de recursos naturales y mano de obra, junto con la presión salarial, afectarán al crecimiento potencial y pueden hacer que la inflación continúe por encima de los niveles anteriores a la pandemia. Pero es previsible que la relevancia de los bancos centrales se atenúe.

Las empresas empezarán a sentir el efecto que subidas de tipos de los bancos centrales en sus costes de financiación en 2024. Además, se enfrentarán a una creciente presión fiscal. Los mayores costes de endeudamiento, escasez de mano de obra, posibilidad de que los trabajadores se impongan, coste de la "desglobalización y de reconfigurar redes de suministros y energía, pueden requerir mayor inversión en bienes de capital y dificultades para mantener sus márgenes de beneficios los próximos años, probablemente a costa de dividendos y recompras de acciones.

Crecimiento débil los próximos diez años

En abril de 2023, el Fondo Monetario Internacional proyectaba un crecimiento medio anual global del 3 % los próximos cinco años, la menor desde 1990. Por nuestra parte, estimamos un crecimiento medio del 3,4 % los próximos diez años, débil históricamente. Se debe a la maduración de algunas economías emergentes, especialmente de China, así como cuestiones demográficas y la "disociación" del entorno geopolítico.

El PIB en EE.UU., teniendo en cuenta el envejecimiento de la población, férreo control de la inmigración, escasez de mano de obra e inflación, puede aumentar 1,7 % por término medio los próximos diez años. Además, EE. UU. mantendrá su liderazgo tecnológico en industrias punteras, dado que cuenta con un ecosistema empresarial bien integrado y su gobierno avanzará en una política industrial más proactiva, como la ley "Inflation Reduction Act" y "Chips Act" de la Administración Biden, para impulsar inversiones en energías limpias y semiconductores, aunque las correspondientes subvenciones pueden contrariar a los aliados europeos.

Por su parte la economía de la euro zona puede crecer 1,5% de media en diez años. Ha demostrado una impresionante habilidad para superar la pandemia y las consecuencias de la guerra en Ucrania. Además, iniciativas como el fondo de recuperación Next Generation EU e inversiones en transición energética y transformación digital pueden contrarrestar la disminución de la población activa. De todas formas, el conflicto en Ucrania está derivando en exigencias de defensa y la industria europea seguirá muy vulnerable a subidas del precio de la energía. Preservarla ante una competencia más agresiva de EE. UU. y China serán importantes. A ello se añade que los esfuerzos por reconfigurar el pacto de crecimiento y estabilidad, preparando el camino hacia políticas fiscales más expansivas. Ahora bien, a pesar de los aumentos de deuda y subida de tipos de interés no esperamos una nueva crisis de deuda en la euro zona.

En cuanto a China, su potencial crecimiento se verá afectado por el rápido envejecimiento de su población, desaceleración de la urbanización, desglobalización y esfuerzos de EE. UU. por cerrar el acceso a tecnologías punteras. La vivienda puede ser un lastre. Con todo, el PIB de China puede aumentar 4 % de media. Además, India puede recoger un "dividendo demográfico", pues su

población en edad de trabajar continuará aumentando, hasta el punto de que prevemos que crezca anualmente 6,2 % los próximos cinco años.

Una inflación más alta, nueva normalidad

El aumento de precios tras Covid se ha atenuado, pero la inflación seguirá estructuralmente por encima del nivel anterior a la pandemia, debido a cambios demográficos, coste de la transición energética, tensiones de precios de las materias primas y mayor importancia de la seguridad de los suministros. El elevado ahorro de las familias y fuerte crecimiento salarial implica gasto de los hogares y resultará difícil que la inflación vuelva a su nivel prepandemia.

De manera que el IPC de EE. UU. puede ser en media anual 2,7 %, muy por encima de 1,8 % anterior a Covid. En la zona euro rondará 2,3 % de media, frente a 1,4 % antes de la pandemia. Para Japón prevemos crecimiento del PIB real 1 % medio.

Lenta normalización gradual de las políticas monetarias

En esta coyuntura macroeconómica, prevemos lenta normalización gradual de las políticas monetarias y fiscales, aunque los gobiernos y bancos centrales continuarán interviniendo cuando la estabilidad financiera se vea amenazada. Al mismo tiempo, el lamentable estado de las finanzas públicas animará a los gobiernos a buscar nuevas fuentes de ingresos, especialmente a medida que los bancos centrales reduzcan sus balances vendiendo deuda soberana o dejando que venza sin reinvertir. Sin embargo, no esperamos que la Reserva Federal mantenga los tipos de interés por encima de la inflación a largo plazo y que estos converjan hacia 2,5 %, 1 % más que en los últimos diez años. También en la Euro Zona el tipo de los depósitos bancarios del BCE debe converger hacia 2,5 %. El efectivo recupera su papel como clase de activo Con la agresiva lucha de los bancos centrales contra la inflación, aumentando tipos de interés, efectivo e instrumentos equivalentes vuelven a positivo, recuperando su papel como clase de activo, ya no solo como medio de aparcar dinero a la espera de oportunidades.

Además, nuestras previsiones de rentabilidad para la mayoría de los activos de renta fija son considerablemente superiores a las de 2022, en términos reales y nominales. De hecho, la deuda soberana a largo plazo de países desarrollados (excepto Japón) proporciona un cupón aceptable. Se trata de un cambio de régimen que es improbable que se revierta en su totalidad.

Incluso la renta fija de alta calidad vuelve a ser atractiva y bonos soberanos y deuda empresarial grado de inversión deben formar una parte estructuralmente mayor de las carteras, pues aportan rentabilidad sin aumentar riesgo. Efectivamente, la deuda privada ha demostrado resistencia y puede contribuir de modo significativo a la diversificación, hasta el punto de que esperamos las mayores rentabilidades reales en deuda empresarial con y sin grado de inversión, además de en bonos convertibles. Sin embargo, esperamos rentabilidades reales negativas por término medio en bonos chinos.

Ahora bien, dadas las turbulencias de la banca regional de EE. UU. y el hecho que las entidades no bancarias estén dispuestas a proporcionar crédito personalizado a largo plazo, es previsible que aumenten los préstamos privados.

"Vuelta a lo básico", con menos apalancamiento

Pero la rápida subida de tipos de interés implica un tipo mayor de descuento del valor actual de flujos de efectivo y, reduce las valoraciones en renta variable. De todas formas, nuestras expectativas de rentabilidad real anual en renta variable global son alrededor de 1 % mayores que en 2022. Aun así, hemos revisado sustancialmente a la baja las expectativas para la renta variable china, dadas las menores perspectivas de crecimiento.

Ahora bien, el endeudamiento excesivo puede hacer resurgir una saludable "vuelta a lo básico", con menos apalancamiento. Además, la dispersión de rentabilidades entre activos puede ser "bueno" para identificar ganadores y perdedores, aunque el ritmo del cambio hace que sea más complicado. En todo caso, permite reactivar las carteras 60 % acciones/40 % renta fija. A ello se añade el estilo de inversión tipo endowment, con búsqueda de rentabilidades superiores a largo plazo y capacidad para tolerar significativa volatilidad a corto plazo, que implica inversiones considerables en activos alternativos –que seguirán proporcionando interesantes rentabilidades no correlacionadas con otras clases de activos– a costa de instrumentos líquidos. En concreto, entre todas las clases de activos, prevemos las mayores rentabilidades, reales y nominales anuales los próximos diez años mediante el capital privado, sin ser la de mayor riesgo. Sin embargo, el oro puede generar una pequeña rentabilidad negativa descontando la inflación. Además, un panorama geopolítico más fragmentado puede seguir cuestionando la supremacía del dólar en el comercio y en las reservas en divisas.

IGNACIO GARRALDA

Presidente de Mutua Madrileña

Por Redacción Ejecutivos



El presidente de Mutua Madrileña ha participado en el desayuno de trabajo "Evolución y adecuación al cambio permanente", organizado por CEDE (Confederación Española de Directivos y Ejecutivos)

"Tener un proyecto de empresa de crecimiento es fundamental para atraer talento, un tema de capital importancia. En Mutua Madrileña, con este objetivo hemos diseñado y llevado a la práctica, desde 2009, nuestra estrategia, siempre pensando en el largo plazo". Así lo ha manifestado Ignacio Garralda, presidente de Mutua Madrileña, durante su intervención en el desayuno de trabajo "Evolución y adecuación al cambio permanente", organizado por la Confederación Española de Directivos y Ejecutivos. El acto, que ha contado con el patrocinio de AGBAR y con la colaboración de Deloitte, ha estado presentado por César Arranz, patrono de la Fundación CEDE, y ha sido moderado por Pau Herrera, secretario del patronato de la Fundación CEDE.

Para Ignacio Garralda, ante una etapa de incertidumbre en una empresa, hay que actuar con el objetivo de garantizar la sostenibilidad de la compañía. "Creo que este es el primer objetivo que deben tener las personas que lideren cualquier proyecto empresarial y el que debe inspirar todas sus decisiones, independientemente del momento en el que se encuentren la economía y los mercados", ha manifestado.

En los últimos 15 años, Mutua Madrileña ha llevado a cabo una importante transformación que ha impulsado a la compañía a reforzar su atención a sus asegurados, donde reside su principal valor diferencial respecto al resto

"LA POLÍTICA DE ALIANZAS DE MUTUA HA SIDO EL PRINCIPAL MOTOR DE NUESTRO CRECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN"



del mercado, y a emprender un gran proceso de diversificación tanto geográfico como de negocios, que incluye importantes operaciones de crecimiento inorgánico. "Hemos cerrado operaciones de calado como la compra del 50 % de SegurCaixa Adeslas a CaixaBank o la alianza estratégica que firmamos el año pasado con El Corte Inglés para integrar en nuestro grupo empresarial sus dos sociedades de seguros", ha explicado.

En este sentido, el presidente de Mutua Madrileña ha señalado que "la política de alianzas de Mutua ha sido el principal motor de nuestro crecimiento y diversificación". "Todo ello ha hecho posible que Grupo Mutua se haya convertido en la compañía líder del mercado en seguros generales y en salud, a través de Adeslas, y en una gran empresa con un crecimiento rentable y sostenido. Desde 2008 hemos multiplicado por cuatro nuestros ingresos y hoy nuestra ratio de fidelidad en autos es de las más altas del sector, del 92 %, lo que supera en 12 puntos la media del mercado", ha añadido.

Apuesta tecnológica

Para Ignacio Garralda, todos los avances logrados han sido posibles gracias al proceso de transformación tecnológica que ha situado a Mutua a la cabeza del sector, y al cambio de cultura corporativa que ha incentivado la innovación permanente, la colaboración y el trabajo transversal como un elemento más de la identidad de la compañía. La fuerte inversión realizada en digitalización en los últimos años (alrededor de 200 millones de euros) ha permitido a Mutua mejorar todas sus capacidades digitales, así como ofrecer nuevos servicios en todos sus canales digitales, que incorporan las últimas tendencias del mercado, como el uso del *big data* o de la inteligencia artificial. "Nuestra obligación es, en definitiva, prepararnos para lo que está por venir, estar cada vez más diversificados, con mayor número de productos y servicios alrededor de nuestro negocio tradicional y lograr una mayor vinculación con los clientes. Queremos ayudarles en más ámbitos de su vida y que afiancen y amplíen su relación con Mutua Madrileña", ha recordado.

Transformación financiera

Buen conocedor del sistema financiero (Garralda fundó en los años 80 la empresa AB Asesores Bursátiles), el presidente de Mutua ha compartido su análisis sobre la situación actual de este ámbito. "El sistema financiero ha experimentado una importante transformación en las últimas décadas. Los cambios regulatorios han sido una importante palanca de cambio, que ha permitido dotar de mayor supervisión y protección al sistema, inyectando requisitos de capital más altos tanto en volumen como en calidad, requisitos de liquidez... Sucesos como la caída de Lehman Brothers o el de las preferentes han derivado en normativas más rígidas que han favorecido un entorno de mercado más seguro para los clientes. La competencia en el sistema bancario me atrevería a decir que es ahora muy superior a la de hace 40 años, pese a las fuertes crisis a las que ha tenido que hacer frente el sector y que han supuesto la desaparición o absorción de numerosas entidades", ha afirmado.

Compromiso social

Como colofón a su intervención, Garralda ha hablado de la importancia de contribuir a la mejora social desde el ámbito empresarial. "La primera función de las empresas es generar riqueza y, para ello, es necesario mantener un compromiso firme, estable y a largo plazo con sus empleados, clientes y proveedores. Las empresas deben ir más allá y tratar de solucionar, en la medida de sus posibilidades, los problemas que aquejan a la sociedad a la que pertenecen. Eso pasa, entre otras cosas, por ayudar a colectivos desfavorecidos por razones económicas, sociales o de salud. Y esto es lo que hacemos a través de la Fundación Mutua Madrileña, que ahora cumple 20 años. Creo que una empresa que no intenta contribuir a solucionar estos problemas no puede decir que pertenece a la sociedad que la rodea", ha concluido.

BARTOLOMÉ BERGA

Presidente de la Asociación Balear de Directivos

Por Clara Martín



¿Qué supone para la ABD trabajar junto a la CEDE? ¿Qué iniciativas están llevando a cabo entre ambas?
Para ABD trabajar junto a CEDE supone una oportunidad única para ampliar su alcance y su capacidad de representación en el ámbito Balear. Al unirse a CEDE, la asociación balear de directivos puede colaborar con otras asociaciones y organizaciones de directivos de toda España.

En Baleares necesitamos también contribuir a la proyección de la imagen social de los directivos, a su formación constante y a promover los valores éticos de su trabajo y desempeño profesional, por lo que creemos que para todo ello no hay mejor aliado que CEDE.

Además, la colaboración con CEDE nos proporciona acceso a recursos y oportunidades que pueden no estar disponibles a nivel local como programas de capacitación, eventos, conferencias, oportunidades de *networking*.

¿Cuáles son las principales preocupaciones y desafíos que enfrentan los directivos en Baleares actualmente?
En general, las preocupaciones que afectan a la ciudadanía y a las empresas de Baleares y, por ello, también a sus directivos son principalmente los relativos a los recursos humanos: en algunos sectores como hostelería –principal industria en Baleares– es difícil cubrir las plantillas y, sobre todo, retenerlo por la propia canibalización entre empresas. El elevado coste del alquiler, el más elevado de España, no ayuda y en ocasiones no resulta rentable para un trabajador venir a trabajar a Baleares. Sirva de ejemplo la transformación, por parte de alguna cadena hotelera, de hoteles en apartamentos para sus empleados.

La transformación digital es ahora mismo uno de los desafíos vitales, se ha convertido en una prioridad para muchas empresas y, sobre todo, en el pequeño autónomo al que yo considero el directivo por excelencia, adaptarse a las nuevas tectologías y alinear sus operaciones con la estrategia digital para una pequeña empresa es todo un reto.

Ante un entorno tan cambiante, al directivo se le exige una constante actualización de sus capacidades. A pesar de existir un exceso de oferta formativa, en ocasiones le es muy complicado al directivo realizar una adecuada selección de contenidos y programas formativos que puedan de verdad serle de ayuda en su trabajo.

¿Qué papel juegan la innovación y la digitalización en la estrategia empresarial de las empresas baleares?
Tanto la innovación como la digitalización son los dos pilares para que una empresa en Baleares o en cualquier otro lugar no desaparezca, la innovación es clave para la competitividad para diferenciarse de sus competidores y mejorar su capacidad para satisfacer las necesidades de sus clientes, desarrollar nuevos productos mejorar sus procesos y optimizar su gestión.

“LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL ES AHORA MISMO UNO DE LOS DESAFÍOS VITALES”

No debe olvidarse que el sector turístico, clave en Baleares, es uno de los sectores que más y mejor ha sabido implantar las nuevas tecnologías en sus procesos de gestión, promoción y comercialización.

La digitalización también está cambiando la forma en que las empresas de Baleares operan y compiten, el teletrabajo permite la captación de talento de directivos y profesionales de cualquier parte del mundo, especialmente de la Unión Europea a los que vivir en Baleares es un valor añadido y esto se traduce en poder acceder a nuevos mercados y clientes.

¿Cómo contribuye la Asociación Balear a que mejore la competitividad global de las empresas baleares para promover el crecimiento económico y el desarrollo?
La ABD puede contribuir al desarrollo y crecimiento de las empresas de Baleares promoviendo la calidad del liderazgo de sus directivos y ejecutivos.

Estamos convencidos que las empresas de Baleares podrán afrontar mejor los retos actuales si la ABD puede prestar a sus directivos y ejecutivos un mejor acceso al intercambio de conocimientos y de mejores prácticas, siendo a la vez plataforma para que puedan compartir sus conocimientos, habilidades y experiencias.

Otra idea a la que considero importante es fomentar la formación y capacitación para los directivos a través de convenios de colaboración con escuelas de negocios y universidades, precisamente con la Universidad de las Islas Baleares llaman tuvimos el mes pasado una primera reunión para ver cómo vamos dando forma a esta idea.

En enero pasado ABD se constituyó una nueva junta directiva tras el proceso electoral por fin del mandato de la anterior junta. ¿Qué implica?
Este nuevo equipo tiene como misión que la ABD aporte valor y sea útil para el directivo de nuestra comunidad y esto implica estar abiertos al cambio, mantenerse actualizados, establecer mayores y mejores contactos, así como incrementar las conexiones con potenciales clientes, proveedores, expertos o, incluso futuros socios, y todo ello sin olvidarnos que queremos ser una asociación abierta a nuestra sociedad, colaborando con otras entidades.

Para estar preparados para los desafíos actuales y futuros de ABD está inmersa en un proyecto de transformación digital, que incluye un nuevo plan de comunicación con nuestros socios actuales y con los directivos de Baleares a los que, en definitiva, dirigimos todos nuestros esfuerzos.





JOSÉ IGNACIO GOIRIGOLZARRI

Presidente de CaixaBank

Por Redacción Ejecutivos

El presidente de CaixaBank, José Ignacio Goirigolzarri, ha afirmado que uno de los principales retos del sector financiero es la reputación**.** Pese a la mejora de los últimos años, "tenemos mucho camino por recorrer" y, como sector, "tenemos que seguir esforzándonos en comunicar mejor nuestra realidad y nuestra utilidad a la sociedad".

"El futuro de un sector, de una empresa o de un proyecto, su supervivencia, su sostenibilidad en el tiempo depende de que la sociedad lo encuentre útil y de que la sociedad quiera que exista", ha asegurado durante su intervención en el 'XL Seminario APIE Santander', bajo el título 'La economía de la democracia. De la transición y la entrada en la UE hasta la crisis de la pandemia'.

Goirigolzarri se ha referido además de a la reputación, a otros dos desafíos a los que tiene que hacer frente el sector financiero: el cambio de hábitos de los clientes unido a la evolución de la tecnología, y la mejora de la rentabilidad.

Sobre el primero, ha señalado que "los clientes siguen modificando sus hábitos a la hora de relacionarse con su banco, siguen acelerando su digitalización, y nosotros debemos dar una respuesta". En cuanto al reto de la rentabilidad, ha explicado que es cierto que la recuperación del terreno positivo de los tipos de

"TENEMOS QUE SEGUIR ESFORZÁNDONOS EN COMUNICAR MEJOR NUESTRA UTILIDAD A LA SOCIEDAD"

interés ha tenido como consecuencia una mejora de la rentabilidad del sector, aunque sigue estando por debajo del coste de capital del sector, y las cotizaciones de los bancos continúan estando por debajo del valor en libros.

El presidente de CaixaBank ha aprovechado su intervención para dejar claro que existen enormes diferencias entre la situación de la banca regional americana, con entidades que han presentado dificultades en los últimos meses, y el sistema bancario europeo y, en concreto, el español. Diferencias, ha dicho, en términos de modelo de negocio de las entidades y de regulación y supervisión.

En todo caso, ha comentado la necesidad de contar en Europa con un sector financiero, no sólo muy solvente y con una gran liquidez, sino con entidades de mayor masa crítica, "que puedan competir con los grandes bancos americanos o asiáticos, y de este modo tener la capacidad de financiación suficiente para apoyar el crecimiento europeo".

Sobre el contexto europeo, ha expresado también que "la Unión Bancaria permanece incompleta y la Unión del Mercado de Capitales es incipiente". En concreto, ha abogado por "culminar" el Fondo de Garantía de Depósitos común.

> "La entidad cuenta con un modelo diferencial de hacer banca. Un modelo que parte de la base de que la sostenibilidad de un proyecto no se sustenta sólo en los resultados financieros, sino también en cómo se consiguen"

Según Goirigolzarri, "la inexistencia de una unión bancaria y un mercado único de capitales tiene impacto a todos los niveles: deja sin cerrar un problema importante para los países europeos, como es el riesgo de fragmentación, con su consiguiente efecto en las primas de riesgo; y la falta de una unión real es un obstáculo para la consolidación bancaria, ya que no permite aprovechar economías y sinergias a nivel europeo".

Fase de transformación

Por otra parte, el presidente de CaixaBank ha trasladado que una vez completada la integración



"El Plan Estratégico 2022-2024 de la entidad es muy ambicioso, pero con los datos de cierre del primer trimestre de este año, podemos confirmar que vamos por el buen camino para su cumplimiento"

"comenzamos la parte más prometedora de nuestra fusión, que es la de la transformación". En este sentido, ha recordado las prioridades que recoge el Plan Estratégico 2022-2024 de la entidad: dar un impulso decisivo al negocio, creciendo más allá de las barreras de la banca tradicional; continuar, al mismo tiempo, adaptando los canales de distribución a las nuevas necesidades de los clientes; y todo ello con el objetivo de ser un referente europeo en sostenibilidad.

Estas prioridades, ha añadido, deben llevar a la entidad a alcanzar a cierre de 2024 una rentabilidad sobre recursos propios superior al 12 %, una mejora de la eficiencia hasta situarla por debajo del 48 %. Y consolidar la posición de fortaleza en términos de capital y solvencia, con el objetivo de generar capital disponible para distribuir a nuestros accionistas por un importe de 9.000 millones de euros en el periodo 2022-2024. "Unos objetivos muy ambiciosos, pero que creo, con los datos de cierre del primer trimestre de este año, podemos confirmar que vamos en el buen camino para su cumplimiento", ha subrayado.

Además, ha incidido en que CaixaBank quiere ir más allá y "liderar el proceso de transformación del sector financiero". "Esta transformación la queremos llevar a cabo con un modelo de hacer banca muy inclusivo y muy cercano a las familias y empresas, así como a la sociedad a la que servimos", ha asegurado.



Modelo diferente de hacer banca

Además, Goirigolzarri ha defendido que el compromiso de CaixaBank con sus clientes y con la sociedad en general "va más allá de la mera relación financiera", y ha puesto el énfasis en la vertiente social de la entidad porque "tenemos una forma muy distinta de hacer banca".

"Contamos con un modelo diferencial de hacer banca, muy inclusivo y cercano a la sociedad a la que servimos. Un modelo que parte de la base de que la sostenibilidad de un proyecto no se sustenta sólo en los resultados financieros, sino también en cómo se consiguen", ha agregado.

De esta manera, ha puesto en valor iniciativas como MicroBank, el banco social de CaixaBank y mayor entidad europea de microfinanzas; CaixaBank Dualiza, la fundación para apoyar la formación profesional dual; o el amplio parque de viviendas en alquiler social de la entidad. A ello hay que añadir que la Fundación "la Caixa" tiene una participación superior al 30 % de CaixaBank, lo que ha significado un dividendo de 550 millones de euros en el último ejercicio para financiar su labor social.

Fortaleza de la economía española

El presidente de CaixaBank también ha abordado la situación de la economía española, para afirmar que "es innegable que nuestra economía está mostrando una fortaleza muy superior a la que anticipábamos el año pasado. Ha sorprendido muy positivamente, incluso a los que estábamos más optimistas".

En todo caso, ha indicado que España será de los últimos países de la zona euro en recuperar los niveles de PIB de 2019, algo que se espera ocurra en este segundo trimestre, "con lo que significa de pérdida de oportunidad para el crecimiento".

Goirigolzarri también ha expuesto los retos que ha de afrontar la economía española, ya que su punto débil más importante es su productividad y el mayor factor de vulnerabilidad es el desequilibrio de las cuentas públicas.

Además, se ha referido a la inflación, a cuyo control "hay que seguir dando prioridad", y ha indicado que el objetivo principal del BCE debe ser devolverla a su objetivo a medio plazo del 2 %. "Es fundamental controlar la inflación porque no hacerlo afectaría al anclaje de las expectativas, y todos sabemos las nefastas consecuencias de una situación en la que la inflación esté descontrolada", ha defendido.

Para entender la energía, primero hay que explicarla.

Presentamos **La Vatiopedia**. Un proyecto para ayudarte a entender la energía de una forma rápida, clara y sencilla.

Ya puedes consultarla en nuestras redes sociales.

Naturgy



Descubre
todos los vídeos
en Youtube.



ELENA CABRERA

Country Manager de Ryanair en España y Portugal

Por David Cazallas

Ryanair Holdings Plc, el grupo de aerolíneas más grande de Europa, es la empresa matriz de Buzz, Lauda, Malta Air, Ryanair y Ryanair UK. El grupo transporta más de 168 millones de pasajeros al año, en aproximadamente 3.000 vuelos diarios desde 90 bases, y conecta más de 235 aeropuertos en 37 países con una flota de 517 aviones.

Ryanair cuenta con un equipo de más de 19.000 profesionales de la aviación altamente cualificados que ofrecen el rendimiento operativo número uno de Europa y un historial de seguridad líder en el sector durante 37 años. Elena Cabrera (Tenerife, 1983), llegó a la compañía en 2021 y actualmente es la Country Manager de la aerolínea en España y Portugal.

Ryanair retomó a finales de 2022 la senda de los beneficios gracias a una Navidad récord. ¿Cuál es el balance económico que hacen de los primeros meses de 2023?

El balance económico de estos primeros meses de 2023 está siendo muy positivo. Hemos experimentado un aumento significativo en el número de reservas, lo cual nos ha llevado a lograr hacer frente a las pérdidas sufridas durante la pandemia, obteniendo en el último ejercicio fiscal un beneficio de 1.430 millones de euros.

Durante este periodo, los ingresos totales de Ryanair han alcanzado los 10.780 millones de euros, lo que representa un aumento del 124 % en comparación con el ejercicio fiscal anterior, cuando alcanzaron los 4.800 millones de euros. Estos buenos resultados se deben

“NUESTROS RETOS SON, SIN DUDA, SEGUIR CRECIENDO, AUMENTAR LAS RUTAS Y AMPLIAR LA CONECTIVIDAD REGIONAL”

a la fuerte recuperación del tráfico aéreo, la mejora de las tarifas, la eficiencia en la gestión de costes y las ventajas en las coberturas de combustible.

Además, el factor de ocupación de los vuelos de Ryanair se ha situado en un 93 %, en comparación con el 82 % del ejercicio anterior. Esto demuestra el aumento de la demanda y la confianza de los pasajeros en nuestra aerolínea.

“A lo largo de los años hemos generado 14.600 millones de euros en la economía española y más de 300.000 puestos de trabajo en toda España”

Concretamente en España, las ventas de Ryanair durante este periodo han alcanzado los 1.883 millones de euros, duplicando los ingresos obtenidos en el ejercicio anterior. Esto posiciona a nuestro país como el segundo mercado geográfico más importante para la aerolínea, solo por detrás de Italia.

¿Han detectado una mayor demanda por parte de la ciudadanía de viajar a pesar del complejo panorama económico que nos rodea?

Estamos viviendo una época de fuertes cambios en cuanto a las tendencias de viajar se refiere. En los meses posteriores a la pandemia, los viajeros acostumbraban a hacer las reservas a corto plazo, justificado por la situación de incertidumbre tanto económico como sanitario. Una vez estamos dejando atrás la





pandemia, estamos volviendo a las reservas a medio plazo, oscilando entre los cuatro o cinco meses. Este es, sin duda, el mejor escenario para ambas partes. Al pasajero le permite planificar y organizar de la mejor forma posible sus vacaciones, y ahorra en los costes. Para nosotros esta situación nos permite tener una mayor visibilidad de la campaña de verano, y hacer mejores previsiones.



De esta manera, podemos saber que la campaña de verano está funcionando muy bien y que, por tanto, tendremos un gran verano. En estos momentos trabajamos una previsión del 95 % de porcentaje de ocupación para la temporada estival, lo que implica un 15 % más que el año anterior.

Recientemente llegaron a un acuerdo con Sepla para la mejora de condiciones de sus pilotos. Cuéntenos las bases de este nuevo convenio.

El 1 de marzo se firmó el primer Convenio Colectivo de la historia, que estará en vigor hasta marzo de 2027. Ryanair es la aerolínea de Europa que mejor se ha recuperado desde el fin de las restricciones del Covid. Una de las razones de este logro es que durante la pandemia Ryanair mantuvo el puesto de trabajo de todos los empleados, incluidos los pilotos españoles, manteniendo las licencias y la formación al día para ser la aerolínea mejor preparada para liderar la recuperación del turismo español y la conectividad. Estamos muy satisfechos de haber cerrado este acuerdo con Sepla por el que los pilotos españoles de Ryanair recibirán incrementos salariales junto con otras mejoras significativas en los beneficios.

Con la firma de este convenio colectivo los pilotos ganan en certeza y seguridad, lo cual les permitirá

gestionar sus condiciones de trabajo con la compañía, aportando estabilidad a las relaciones laborales.

A lo largo de los años hemos generado 14.600 millones de euros en la economía española y más de 300.000 puestos de trabajo en toda España. Este acuerdo refuerza aún más el compromiso de Ryanair con la economía nacional y sus pilotos, ya que la aerolínea invierte en oportunidades de crecimiento para los próximos años.

¿Qué ha cambiado en el transporte de viajeros tras haber superado la crisis del coronavirus? ¿Es el turismo más maduro tras este varapalo?

Fue una época muy difícil para todas las compañías aéreas, nosotros estábamos bien preparados. El precio del petróleo ya estaba cerrado al 80 %, por lo que el impacto en precios fue mucho menor y pudimos volver al 100 % tras la pandemia. También contábamos con toda nuestra flota y, como he comentado anteriormente, mantuvimos el 100 % de nuestra plantilla acogiéndonos al ERTE en España, lo que fue muy positivo para recuperar toda nuestra tripulación en cuanto se abrió de nuevo el espacio aéreo.

Ahora las compañías son más maduras porque están mejor preparadas. Se han establecido nuevos protocolos de actuación, que ayudan a gestionar las posibles crisis que vendrán. Aunque es cierto que hay crisis para las que nunca estás preparado. En esta, en concreto, ninguna aerolínea contemplaba este escenario, pero aprendimos a gestionarla siendo muy rigurosos con los métodos.

El coronavirus nos llevó a acelerar algo que posteriormente ha sido todo un éxito, el *contactless*. Fuimos de las primeras compañías en contar con una app que permitiese tener que pasar todos los controles de aeropuerto sin tener contacto físico. Teniendo las tarjetas de embarque en el móvil, conseguimos que los pasajeros llegasen hasta su puerta de embarque contando con todos los protocolos de seguridad del momento. El *contactless* llegó para quedarse.

¿Qué perspectivas manejan para la temporada de verano que está por venir?

Esperamos una muy buena temporada este verano. Europa va a concentrar un mayor número de turistas que otros años debido en parte al precio del dólar respecto al euro, lo que propiciará que vengan más americanos a Europa. Además, las restricciones regionales en Asia llevarán a que un gran número de turistas asiáticos elija el continente europeo para sus vacaciones.

> "Trabajamos una previsión del 95 % de ocupación para la temporada estival, un 15 % más que el año anterior"



Nosotros estamos muy preparados en lo que respecta a España, contamos con una red de más de 3.000 vuelos diarios a más de 235 destinos en 36 países disponibles.

Como novedad, este verano contamos con 14 aviones extra de un total de 92, y esperamos transportar un total de 35 millones de pasajeros.

Para finalizar, ¿cuáles son los retos tiene por delante Ryanair a medio plazo?

Nuestros retos como compañía son, sin duda, seguir creciendo, aumentar las rutas y ampliar la conectividad regional. Queremos poner el foco en aquellos aeropuertos secundarios, desestacionalizar el turismo y que estos vuelos se produzcan a lo largo de todo el año y que no se concentren únicamente en la temporada de verano.

Además, no podemos olvidar otro de los grandes retos de nuestra compañía, alcanzar las cero emisiones netas de carbono en el año 2050. Para ello, el objetivo será reducir el 34 % de las emisiones de carbono mediante un mayor uso de combustibles de aviación sostenibles (SAF), reducir el 32 % de las emisiones de carbono a través de mejoras tecnológicas y operativas, el 24 % de las emisiones de carbono con compensaciones y otras medidas económicas, y el 10 % de las emisiones mediante la introducción de una mejor gestión del tráfico aéreo con la introducción del cielo único europeo.

CARLOS MORO

Presidente y fundador Bodegas Familiares Matarromera

Por Pablo Martínez

Foro de Marcas Renombradas Españolas

LAS MARCAS SON LA IMAGEN DE UN PAÍS, YA QUE CONSTITUYEN UN FACTOR DE GRAN RELEVANCIA PARA MEDIR LA SALUD Y LA COMPETITIVIDAD DE UNA ECONOMÍA. DESDE SU CREACIÓN EN 1999, EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS (FMRE) TRABAJA PARA DEFENDER ESA IMPORTANCIA DE LA MARCA Y DE LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA NUESTRAS EMPRESAS.



¿Qué supone para Bodegas Familiares Matarromera estar dentro del Foro de Marcas Renombradas?
Para nosotros es un orgullo formar parte del Foro de Marcas Renombradas. Siempre hemos apoyado la "Marca España", desde nuestros inicios, y somos conscientes de la responsabilidad de llevar nuestro país por bandera en los más de 80 países donde estamos presentes

¿Qué entienden por Marca España?
Es una gran responsabilidad ser defensor de la marca y refrendar los valores de confianza y gran calidad que representa. Creo que en nuestro país tendría que haber más unión para adentrarnos con mucha mayor fuerza en los mercados exteriores bajo el paraguas de la marca España.

Cuentan actualmente con once bodegas en siete Denominaciones de Origen. ¿Cómo coordinan un catálogo tan amplio para su producción y distribución?
No es fácil; son once bodegas muy cualitativas, cada una con su alma y particularidad. Para producir un buen vino necesitas una buena materia prima, sin una excelente uva no hay nada que hacer. Venderlo no es fácil, ni mucho menos, pero cuando un vino va avalado por una gran calidad, el camino es más fácil.

¿Cómo integra Bodegas Familiares Matarromera la sostenibilidad en su proceso de elaboración de vino y qué medidas toma para minimizar su impacto ambiental?

"Debemos respetar la tradición y ayudarnos de la alta tecnología para elaborar vinos de calidad"



Hasta no hace muchos años, creíamos ilimitados los recursos naturales, la energía, y no había conciencia de las graves consecuencias medioambientales del triángulo de "producir, usar y tirar". La economía circular habla de reciclar, de mantener el ciclo de vida de productos y recursos, de mirar más allá y romper con la visión cortoplacista de que el medio ambiente lo soporta todo y los recursos son ilimitados. Las empresas tenemos no solo la responsabilidad moral de contrarrestar el impacto negativo que nuestra actividad genera en el entorno, sino también de apostar por una forma de producir más equilibrada, más responsable, más eficaz y más eficiente, apoyándonos siempre en la innovación.

Los empresarios debemos tomar muy a cuenta la necesidad de cambio y explotar los beneficios que la transformación de nuestras compañías tiene hacia este modelo económico. Todos los agentes sociales debemos estar implicados y caminar juntos hacia el mismo objetivo.

No debemos mirar hacia otro lado ante el cambio climático. Todas las instituciones, tanto públicas como privadas, deben involucrarse. Este es el momento adecuado para hacerlo, siguiendo una estrategia bien definida.

> "Todas las instituciones, tanto públicas como privadas, deben involucrarse. Este es el momento adecuado para hacerlo, siguiendo una estrategia bien definida"

Ante todo, somos viticultores y agricultores, y todo lo que hacemos para ser más sostenibles es por obligación para con la tierra, porque tenemos la obligación de cuidarla. También es muy importante el legado que dejaremos a nuestros sucesores, y por eso creo que lo más importante a tener en cuenta es el respeto por la tierra que nos lo da todo.

No es sino el compromiso que tenemos con la tierra lo que nos empuja a agradecerle todo lo que nos brinda, y tomo como un reto personal el hecho de dedicar esa inversión a investigar en obtener todo el rendimiento posible, y si eso sirve para poder ofrecer nuevos productos que mejoren, entre otros, la calidad de vida de las personas, bienvenido sea.

¿Cómo se beneficia Bodegas Familiares Matarromera de la aplicación de la última tecnología en la producción de vino? ¿Qué importancia tiene este aspecto para garantizar un vino de calidad?

De forma muy positiva. No es un proceso fácil, porque la tendencia general es hacer las cosas de la manera más cómoda. Cambiar esa tendencia es lo complicado.

Creo que tradición y modernidad forman parte de un mismo concepto. Debemos respetar la tradición y ayudarnos de la alta tecnología para elaborar vinos de calidad. Son conceptos intrínsecos a nuestra filosofía desde el principio. Mi formación como ingeniero agrónomo me dio el conocimiento necesario para aplicar por ejemplo las energías alternativas cuando construimos nuestras bodegas, como caldera de biomasa, placas solares...

Fuimos pioneros en Europa en calcular la huella de carbono de nuestros vinos, para poder así reducir ese impacto sobre el medio ambiente y contribuir a dejar un mundo mejor a las generaciones futuras.

¿Qué valoración hace del primer semestre de 2023 y cómo espera que termine este año?

Se ha comportado bastante bien, con continuidad de la tendencia de meses pasados. El mercado asiático comienza a reactivarse, el canal Horeca en España sigue fuerte y con buenas expectativas de turismo.

Está subiendo el consumo de los vinos de alta calidad y se está incrementando el consumo de vinos blancos y rosados, además del aumento muy significativo del consumo de vinos sin alcohol, cada vez más asentados en el mercado.



MARÍA DOLORES PESCADOR

Presidenta Ejecutiva de Grupo Logalty

Por Álvaro Ruiz de Velasco

Logalty es una empresa de servicios de confianza por interposición que interviene y garantiza la seguridad jurídica en las transacciones *online,* generando evidencia sobre las operaciones que tienen lugar en su plataforma, entre empresas o particulares.

En el último año Grupo Logalty se ha expandido con múltiples adquisiciones y expandiendo sus áreas de negocio. ¿Qué ha significado esta evolución para la empresa?

Tras más de una década de experiencia en el mercado y asentados como compañía líder del sector Legaltech y Regtech en España, en Logalty comprendimos que teníamos que dar un paso más allá y poner en marcha un nuevo plan estratégico de la compañía, que pasaba por diversificar nuestra actividad y expandir nuestro negocio.

Así, en 2021 iniciamos una nueva etapa gracias a la entrada en nuestro accionariado de los fondos de MCH Private Equity y Ardian. Su apoyo y su confianza ha sido decisiva para crecer y reforzar nuestro proyecto empresarial y nuestra propuesta de valor. Y es que gracias a su respaldo hemos acometido en un solo año la adquisición de SmartBiometrik, DigitalSign y Firma-Profesional, operaciones que han sentado las bases de la creación de lo que hoy denominamos Grupo Logalty.

La expansión de la compañía nos ha permitido aumentar nuestra cartera de productos y tecnologías disruptivas e innovadoras, acercándonos a nuestro objetivo de cubrir de principio a fin todas las necesidades de primera, segunda y tercera línea de defensa de las compañías.

Grupo Logalty ha crecido en clientes y sectores donde antes tenía escasa presencia como la sanidad o la educación. Asimismo, hemos conseguido irrumpir en nuevos mercados y territorios como Portugal, Brasil, Alemania o Bélgica, que se han unido a España y México, donde hasta ahora ya teníamos presencia y actividad.

Gracias a esta expansión, Grupo Logalty ya es la compañía referente en el mercado ibérico y el cuarto *player* de Legaltech y Regtech en Europa. Estamos creando un gran grupo europeo que ofrece a las grandes empresas, PYMEs y administraciones públicas un servicio cada vez más completo e innovador.

Destaca especialmente que la compañía está liderando el primer Sandbox financiero para el sector asegurador. ¿En qué consiste este proyecto y de qué manera ayuda a las entidades aseguradoras?

La búsqueda de tecnologías innovadoras para apoyar a las compañías en su transformación digital y en la optimización de sus procesos está en el ADN de Grupo Logalty desde sus comienzos. Siempre hemos sido conscientes de los altos volúmenes de datos y de los exigentes requisitos regulatorios que deben gestionar las compañías en el día a día, en especial en sectores como el financiero o el asegurador.

"GRUPO LOGALTY YA ES LA COMPAÑÍA REFERENTE EN EL MERCADO IBÉRICO"

"Estamos aprovechando también la iniciativa del Sandbox para crear valor añadido para empresas del entorno financiero con un segundo proyecto, ContractID"

En esta línea, la iniciativa del Sandbox financiero era una oportunidad que no podíamos dejar escapar y nos convertimos el año pasado en la primera compañía en aprobar un proyecto en el Sandbox financiero para el sector asegurador. En concreto, un modelo de gestión de Gobierno, Riesgo y Cumplimiento (GRC), con el que ya podemos ofrecer a las entidades aseguradoras una tecnología que facilita el cumplimiento de la normativa y contribuye a una gestión de riesgos eficiente.

El modelo de gestión GRC proporciona a las entidades aseguradoras un entorno más colaborativo, ya que permite una visión global de los datos y facilita la monitorización y el reporte interno de los mismos. Especialmente, está destinada a ayudar a grupos de entidades aseguradores, ya que facilita desde una única plataforma la gestión de GRC de diferentes filiales o compañías de un mismo grupo. Gracias a la tecnología y a una visión centralizada del GRC, el modelo proporciona una gestión integral de todos los datos y supone un ahorro significativo de tiempo y costes.

Más allá del sector asegurador, estamos aprovechando también la iniciativa del Sandbox para crear valor añadido para empresas del entorno financiero con un segundo proyecto, ContractID. Este proyecto, presentado de la mano de Bankinter y supervisado por el Banco de España, está enfocado en reforzar la identificación digital durante procesos de *onboarding* y de contratación electrónica.

Logalty se ha unido a tres consorcios en este último año para contribuir a la expansión de la tecnología BlockChain a nivel europeo. ¿En qué consisten en líneas generales? ¿Qué aporta Logalty a cada uno de estos consorcios?

La Comisión Europea nos ha seleccionado para unirnos a varios proyectos europeos de Blockchain que buscan establecer un nuevo marco para la Identidad Digital Europea. Estos son DC4EU (Digital Credentials for Europe), EBSI-VECTOR (EBSI enabled Verifiable Credentials & Trusted Organisations Registries) y EBSI-NE (EBSI Network Expansion), y forman parte de la iniciativa eIDAS2.

DC4EU y EBSI-VECTOR tienen como objetivo crear una identidad digital descentralizada que sea gestionada por diferentes organizaciones de forma distribuida. Esto permitirá utilizar esta identidad en los ámbitos de la educación y la seguridad social mediante una infraestructura común basada en Blockchain, conocida como Infraestructura Europea de Servicios de Blockchain (EBSI). EBSI-NE, por su parte, se centra en la expansión a nivel europeo de esta red compartida. Como resultado, esto conllevará una mayor y todavía más segura circulación de personas y sus datos dentro de las fronteras de la Unión Europea.

En lo que respecta a nuestra aportación, en DC4EU, ofreceremos un diseño de la Cartera de Identidad Digital Europea (EU Digital ID Wallet), en EBSI-VECTOR aportaremos nuestro conocimiento legal y jurídico en identificar los requisitos del caso de uso y en EBSI-NE encabezaremos la creación del esquema de los nodos validadores en las Blockchain de la infraestructura EBSI. En paralelo, nuestra colaboración nos brinda la oportunidad de acceder a un mercado en el que, de forma anticipada, podamos adquirir información y conocimiento de la cartera de identidad digital europea.

Dos de las adquisiciones de este año incluyen a FirmaProfesional y DigitalSign. ¿De qué manera fortalecen cada una el catálogo de servicios de identidad digital para el grupo?

En nuestro objetivo de seguir creciendo en tecnologías, clientes, sectores y territorios, FirmaProfesional y DigitalSign encajaban en nuestra estrategia. Por un lado, FirmaProfesional ha supuesto establecer grandes sinergias, complementándonos en tecnologías de certificación y firma cualificada y permitiendo ampliar nuestra cartera de clientes en España entre las Administraciones Públicas y, especialmente, entre los colegios profesionales y el sector sanitario.

Por otro lado, la inversión en DigitalSign, compañía líder en Portugal y Brasil, nos ha permitido entrar en los mercados portugués y brasileño y pasar a ser líderes en el sector del Digital Transaction Management (DTM) del mercado ibérico, así como uno de los principales actores a nivel europeo en este tipo de operaciones. El acuerdo refuerza nuestro catálogo de servicios en los ámbitos de la identidad digital y *onboarding*, certificados digitales y firma electrónica para ayudar a las organizaciones a digitalizar todos los procesos empresariales con una tecnología sencilla y de última generación.

Otro de los hitos de la compañía ha sido la creación de un canal propio de denuncias. ¿Cuáles son los beneficios que ofrece esta tecnología? ¿Qué impacto cree que va a tener para ayudar a los Ayuntamientos y empresas a cumplir con la nueva Ley de Protección al Informante?

La nueva Ley de Protección del Informante está concebida para combatir infracciones habituales en el entorno laboral, como la corrupción o el acoso. Para que esta



ley sea efectiva, es fundamental amparar a los ciudadanos que denuncien este tipo de irregularidades. El anonimato y la confidencialidad de los denunciantes son imprescindibles para proteger a los trabajadores de posibles represalias.

Identificadas estas necesidades, en Grupo Logalty hemos desarrollado RegTech Canal de Denuncias, una tecnología en la nube que garantiza el anonimato del informante y la supresión de datos en el tiempo establecido. Las ventajas principales de aliarse con esta tecnología son la posibilidad de hacer un seguimiento de las denuncias en tiempo real y de extraer informes completos de cada denuncia, aspectos cruciales para dotar de una visión estratégica a los equipos de Compliance y resolver posteriormente las irregularidades. Todo bajo un procedimiento 100 % digital, que reduce costes económicos, penales y reputacionales, y reporta un significativo ahorro de tiempo.

> “Seguimos buscando nuevas oportunidades enfocadas a incorporar productos y tecnologías complementarias que nos permitan ofrecer a nuestros clientes un servicio más completo”

Gracias a la seguridad jurídica y tecnológica que avala la larga trayectoria de Grupo Logalty en el cumplimiento del Compliance, confiamos en la capacidad de RegTech Canal de Denuncias de dotar a las empresas y a las administraciones locales de un entorno laboral más seguro, ético y transparente. Nuestro propósito es facilitar una solución digital, al alcance de cualquier empresa, por pequeña que sea, que garantice el cumplimiento de la ley y que las proteja a ellas y a sus trabajadores de lacras tan deleznables como la corrupción, el acoso laboral o el acoso sexual.

2022 cerró con un crecimiento muy pronunciado para Logalty. ¿Cómo se plantea el horizonte de 2023?

Tal y como venimos haciendo desde hace más de 15 años, nuestro principal objetivo es seguir siendo aliados de las empresas en su transformación y desarrollo digital. Para ello, continuamos invirtiendo recursos en investigación y desarrollo de tecnologías propias que contribuyan a dotar de seguridad jurídica a todos los procesos contractuales en los que están involucradas las empresas y sus clientes, proveedores o empleados y otras partes interesadas en el desarrollo de su modelo de negocio.

En paralelo a nuestro negocio base, estamos centrados en seguir compartiendo nuestra experiencia a favor de iniciativas como la nueva Ley de Protección del Informante o el Sandbox financiero para que tengan el mayor éxito posible y sean aceleradores de la evolución digital de España. Esta vocación la llevamos igualmente al terreno de la Unión Europea, con nuestra participación en los consorcios que están creando y poniendo en marcha el *wallet* digital, lo que contribuirá de manera decisiva a que Europa sea una sociedad cada vez más conectada y segura.

Con respecto a nuestra ambición de crecimiento, seguimos buscando nuevas oportunidades enfocadas tanto a incorporar productos y tecnologías complementarios que nos permitan ofrecer a nuestros clientes un servicio más completo, como a entrar en nuevos mercados que son prioritarios para nosotros. Estamos abiertos a posibles colaboraciones estratégicas y a nuevas oportunidades de adquisición que fortalezca nuestra propuesta de valor a los clientes que son la razón de ser de Logalty.

JOSÉ LUIS BARCELÓ

Director Asesoría Jurídica de ILUNION

Por Álvaro Ruiz de Velasco y Germán Pastor

José Luis Barceló lidera la estrategia jurídica de ILUNION. Es el director de su Departamento Jurídico desde el nacimiento de la marca en 2014, aunque ya desempeñaba estas atribuciones en alguna de sus empresas desde 1996 y en Fundación ONCE. Es, además, un experto Contratación Socialmente Responsable y es secretario general del Foro de Contratación Socialmente Responsable.

¿Cómo se asegura de que las políticas de Buen Gobierno se apliquen de manera efectiva en todas las áreas de la empresa?

Debemos tener en cuenta que es un Grupo con un gran volumen de trabajadores, más de 37.000 trabajadores, integrado por más de 70 sociedades mercantiles, con lo cual es preciso que tengamos un sistema robusto de buen gobierno, de definición de un marco normativo que permita que las compañías puedan desarrollar su actividad de forma adecuada.

Y ese marco normativo, más que una imposición de normas, implica generar una cultura de cumplimiento, una cultura corporativa que convenza a todos los que formamos parte de ILUNION que tenemos que actuar con arreglo a unos principios, a unos valores y a unos objetivos. ¿Cómo lo aseguramos? Estableciendo un marco normativo que alcanza las principales áreas de funcionamiento del grupo en materia financiera, de gestión de personas de gestión de compras, lo que hace que tengamos un sistema de cumplimiento que sirve de guía en la actividad de los negocios.

El buen gobierno en ILUNION es una cuestión esencial en la estrategia y en el funcionamiento de todo el grupo.

En este aspecto, ¿qué medidas toma ILUNION para garantizar la transparencia en la toma de decisiones y evitar conflictos de interés?

La toma de decisiones en un grupo amplio como es ILUNION es un aspecto clave. Nosotros tenemos una estructura organizativa diversa que va más allá del Consejo de Administración y la Junta de socios, que se estructura a través de una serie de órganos colegiados que adoptan las decisiones estratégicas del grupo.

El órgano colegiado hace que las decisiones más importantes se tengan que adoptar de forma conjunta, sin que descanse en las voluntades individuales de las personas, que puedan ser en algún momento decisiones arbitrarias. De esta forma, lo que estamos garantizando es la ausencia del conflicto de intereses, que las decisiones estratégicas no recaigan exclusivamente en una persona. Y todo este proceso se encuentra respaldado por el trabajo de otros órganos que desarrollan una labor técnica.Junto con el Consejo de Administración y las juntas de socios existe un Comité de Dirección y una serie de comités que analizan técnicamente las decisiones más importantes del grupo y, lo que van

"EL BUEN GOBIERNO EN ILUNION ES UN ASPECTO ESENCIAL EN LA ESTRATEGIA Y EN EL FUNCIONAMIENTO DE TODO EL GRUPO"



"En ILUNION apostamos por la generación de una cultura de cumplimiento, que supere la amenaza de sanción"



a asegurar es que la decisión estratégica o política o económica que se adopta esté bien respaldada en un criterio técnico.

Cada vez más la asesoría jurídica es clave en la decisión del riesgo. ¿Qué nos puede decir al respecto?
El riesgo en general en todos los grupos empresariales y en todas las actividades económicas es uno de los elementos fundamentales a la hora de la toma de decisiones, y también de la prevención, la previsión o la elaboración de hipótesis. Las asesorías jurídicas también gestionan un riesgo que es muy habitual, la contingencia asociada a un conflicto, a un litigio o al riesgo asociado al cumplimiento de un contrato.

En ILUNION somos un grupo previsible y no nos gusta el conflicto, pero somos 37.000 trabajadores y esto lleva siempre asociado una cuota de conflicto y litigios (en el grupo tenemos más de 1.500-2.000 litigios al año). Esto significa que tenemos que tener muy bien gestionado y ajustado lo que es la gestión del litigio, el conocer exactamente el volumen de contingencia que manejamos y por dónde discurre el riesgo del grupo, asociado al resultado de ese litigio en el ámbito sobre todo social y laboral.

¿Cómo gestionamos esto? Si no aplicamos tecnología, sería absolutamente inmanejable. Lo que hemos hecho es generar un sistema muy potente de gestión de litigios y, por otro lado, de análisis del dato asociado al litigio. Hemos desarrollado un sistema PowerBI, que nos permite saber con exactitud y precisión, con información diaria, cómo evoluciona nuestra contingencia en materia de litigios y como debemos tener provisionadas las cantidades. Esto nos facilita la gestión del día a día y también la previsión de la propia contingencia; así como la valoración económica de nuestra contingencia del conflicto.

¿Qué papel juega la transformación digital en asesores en las asesorías jurídicas?
Es un papel fundamental. Las asesorías jurídicas o se transforman digitalmente o desaparecen o te sustituyen externalizando la función jurídica con alguien que dé un buen servicio digital. La transformación digital no va a sustituir al abogado, lo que sí va a hacer es transformar la función que desempeña el abogado.

Nosotros hemos llevado a cabo desde hace cinco años una profunda transformación digital en toda el área jurídica. Hemos impulsado sistemas digitales, aplicaciones en todas las áreas y una parte fundamental que venían desarrollando los abogados y las asesorías

jurídicas es el soporte de la información fiable jurídica de todas las empresas del grupo, en general.

Esto generaba un montón de problemática o de labores administrativas. El hecho de aplicar tecnología a la gestión de la información ha facilitado muchísimo nuestro trabajo, ha liberado una buena parte de las tareas que realizaba el abogado, porque hemos sustituido esa labor que hacía de dar información jurídica a establecer sistemas de información jurídica donde quien quiera conocer toda esta información puede entrar a los portales que hemos establecido en la asesoría, agilizando esas labores administrativas.

Esto es un aspecto esencial que hemos establecido en la asesoría jurídica del grupo con un *share point* en todas las áreas de información societaria e información contractual. Hemos establecido también un sistema de generación automática de contratos inteligentes. Con esto hemos logrado una homogeneización en su elaboración en las áreas económicas del grupo, de forma que en aquellas áreas donde hemos identificado que existen contratos que se repiten de forma automática hemos creado documentos inteligentes, a través de contratos *express*, donde el usuario respondiendo a unas sencillas preguntas, lo elabora.

Esto nos permite fortalecer la seguridad jurídica e impulsar la automatización en la generación de contratos. Así como automatizar la gestión del litigio con toda la información que se encuentra digitalizada, incluso con la posibilidad de elaboración de documentos automáticos para llevar a cabo alguna gestión judicial y, sobre todo, para la explotación del dato, a través del PowerBI.

¿Cuál es el nuevo papel del abogado Legaltech?
El abogado Legaltech es un abogado que combina en sus competencias y en sus tareas, el conocimiento tradicional jurídico junto a un alto potencial de tecnología. Es decir, que tiene grandes capacidades para saber qué tecnología hay ahora en el mercado que pueda simplificar las labores tradicionales que venía haciendo el abogado en otros tiempos. En nuestra asesoría jurídica tenemos un plantel de abogados, que además de saberse las normas y redactar un escrito ya tienen nociones básicas de programación que les permiten automatizar un contrato o aplicar tecnología para la gestión de información. Ese es el abogado del futuro.

¿Qué nos puede decir de los sistemas de cumplimiento normativo? ¿Cómo se desarrollan y se ponen en práctica en ILUNION?

> "ILUNION, como parte del Grupo Social ONCE, tiene un sistema muy acabado y sólido en materia de cumplimiento normativo, en particular de *compliance penal*"

Los sistemas de cumplimiento normativo están cada vez más asociados a la función las asesorías jurídicas. Junto con la labor de asesoramiento y defensa en juicio de las compañías, ahora se ha incorporado una moderna función que es que las asesorías jurídicas garanticen el cumplimiento de distintos sistemas normativos.

Tenemos un sistema de cumplimiento normativo que nos viene impuesto por el Código Penal, que es el *Compliance Penal*. Pero cada vez más existen otros órdenes normativos en que las compañías establecen sistemas de revisión de cumplimiento, de supervisión, como es el caso del sistema de cumplimiento tributario y, en nuestro caso, también el sistema de cumplimiento en materia de derechos de los trabajadores y de gestión de fondo Público.

ILUNION, como parte del Grupo Social ONCE, tiene un sistema muy acabado y sólido en materia de cumplimiento, de *compliance penal*, con un órgano de prevención penal que establece la política de cumplimiento normativo y las pautas para que todos los órganos y todas las empresas del grupo puedan reaccionar en el caso de que se produzca algún supuesto de riesgo penal.

El sistema descansa, más que por la imposición de una sanción o la amenaza de esta, en la generación de una cultura de cumplimiento. Tenemos una cultura de cumplimiento asentada sobre nuestros valores y principios. Y lo que hace el sistema de cumplimiento es fortalecer a través de distintas técnicas, que es el compromiso con el cumplimiento de esos valores. Tenemos una serie de códigos de conducta, de procedimientos de debida diligencia interna y externa, para que los terceros que se relacionen con nosotros también sean compatibles con estos niveles de exigencia, y acordes con la reputación de la marca .

Llevamos a cabo periódicamente una evaluación de riesgos y tenemos un sistema que desciende a todas las compañías del grupo, a través de delegados de prevención que van a ser nuestra cara y ojos a la hora de detectar algún riesgo penal en la compañía. Es la cultura del riesgo donde se definen una serie de indicaciones, y donde tenemos un sistema también de elaboración de informes, a través del cual verificamos el cumplimiento de los objetivos anuales que nos imponemos.

JUAN GARIBI

Director de Desarrollo y Estrategia de Fiare Banca Etica

Por Clara Martín



Banca Etica, que en España es Fiare Banca Etica, es una entidad bancaria cooperativa de finanzas éticas, independiente, propiedad de más de 46.600 personas y organizaciones socias que han escogido las finanzas éticas para depositar sus ahorros y gestionar sus inversiones al servicio de un futuro centrado en el cuidado del planeta y los derechos de las personas. Entrevistamos a Juan Garibi, director de desarrollo y estrategia de la Fiare Banca Etica para conocer la trayectoria del banco.

Fiare Banca Etica nace con el objetivo de fomentar diversos objetivos ESG en una economía solidaria. ¿En qué consiste exactamente este modelo de banca? ¿Cuál es el estado de la financiación solidaria en España?

Fiare Banca Etica es una entidad cooperativa de finanzas éticas cuyo objetivo es financiar la cooperación social, la protección del medioambiente, así como respaldar a las organizaciones del tercer sector y la economía solidaria.

Las finanzas éticas son un instrumento que hace posible la transformación social, gracias a una ciudadanía activa. Su objetivo es que la sociedad reciba un beneficio económico y social, contribuyendo a una sociedad más igualitaria y justa.

Hacerse socio de nuestro banco, nos permite continuar llevando a cabo e implementar actividades que benefician al conjunto de la sociedad porque los fondos son destinados al desarrollo de proyectos con impacto social, económico y medioambiental real.

La dimensión humana de la economía, es decir, la opción de asumir una responsabilidad social a la hora de tomar decisiones económicas, siempre ha existido y Fiare Banca Etica nació para dar respuesta a esta demanda. En los últimos 20 años este concepto se ha

"FIARE BANCA ETICA BUSCA APOYAR AL TERCER SECTOR Y LA ECONOMÍA SOCIAL EN 2023"

ido afianzando y cada vez hay más personas y organizaciones que quieren que su dinero opere de acuerdo a sus principios.

¿Cómo ha evolucionado el crecimiento de la entidad desde que empezara su camino en 2014?
La evolución de nuestro banco ha sido grande en todos sus aspectos. Y lo hemos hecho a nuestro ritmo y con solidez. Hemos pasado de ser un pequeño grupo humano en una oficina en Bilbao, a estar presentes también en Madrid, Barcelona y Sevilla con equipos de trabajo consolidados.

Además, al inicio nuestro ámbito de especialización eran las entidades y empresas sociales, pero desde hace unos años, a petición de nuestros socios, ofrecemos también servicios a particulares como cuentas corrientes, tarjetas, app e incluso financiación para la transición energética como movilidad eléctrica, instalación de placas solares, etc.

¿Qué cantidad de crédito otorgó Fiare Banca Etica a proyectos del ámbito social en 2022?
El banco en España concedió 28.519.650 euros en crédito a proyectos del ámbito social en 2022, todos ellos bajo el sello de la puesta en valor de las personas y sus necesidades, así como el respeto al medio ambiente.
Esta cifra, que supuso el 60 % del total del crédito concedido, se inyectó principalmente en fundaciones, cooperativas y asociaciones que trabajan para construir una sociedad al servicio de las personas y la sostenibilidad, con el objetivo de ayudar a algunas iniciativas a superar el actual momento de crisis social y económica.
La inserción social y laboral de personas es uno de los ámbitos dentro del social que más solicitudes de financiación abarca. Suelen ser entidades que trabajan como proveedoras de la administración pública en la prestación de servicios sociales.
El segundo sector más financiado en este periodo fue el de la vivienda social. Y es que, durante 2022 el banco ha seguido apostando por el *cohousing* y la vivienda cooperativa como forma de vivienda alternativa al sistema de mercado tradicional, que facilita un hogar a la ciudadanía basándose en valores que fomentan la comunidad y el respeto por el medioambiente.

¿Qué sectores cuentan con una mayor cantidad de financiación del banco?
Nuestra entidad da apoyo a aquellos sectores que concentran el esfuerzo de la sociedad civil por dar un sentido a su dinero y su consumo.

En estos momentos son las cooperativas de energía renovable, que existen en casi todas las CCAA, las de vivienda colaborativa o los supermercados cooperativos. Todos ellos, proyectos de nueva creación que surgen desde agrupaciones de personas e impulsan nuevas iniciativas para prestar servicios necesarios, de proximidad y con bajo impacto medioambiental.

Somos un laboratorio de nuevas experiencias de economía al servicio de las personas.

> "Fiare Banca Etica se encuentra enfocada en consolidar su crecimiento y apoyar a entidades del tercer sector y la economía social en la segunda mitad de 2023, respondiendo a sus necesidades económico-financieras"

Uno de sus mayores proyectos es 'Impacto Positivo', que engloba varias iniciativas. ¿En qué consiste exactamente y qué resultados está teniendo?
La línea de *crowdfunding* 'Impacto positivo' surgió hace unos años cuando algunas entidades querían complementar su línea de financiación con pequeñas cantidades a través de la micro donación.

El *crowdfunding* permite contribuir a un proyecto a partir de una donación. Así, decidimos poner en marcha, junto a la Fundación Goteo, un canal donde entidades clientas pudiesen presentar sus proyectos para recaudar fondos. Hasta ahora ha sido un éxito, ya que la mayoría de proyectos han conseguido los objetivos de su campaña y, desde Fiare Banca Etica, les hemos acompañamos en todo el proceso.

La temática de las dos últimas ediciones ha ido vinculada a temas de gran interés general. La última, actualmente activa y asociada al ámbito de la mujer, seleccionó cuatro proyectos de todo el país relacionados con el emprendimiento, la regeneración de espacios verdes, la creación de memoria histórica y la salud mental.

¿Qué expectativas tienen para la segunda mitad de 2023, a tenor de la mejora en las perspectivas económicas?
Dependerá de la evolución de diversos indicadores, como la inflación o el tipo de interés, que determinan que haya propuestas de inversión a medio y largo plazo en las que podamos intervenir.

Por nuestra parte, seguiremos consolidando el crecimiento y la posición de nuestro banco, no sólo en Madrid, Bilbao y Barcelona, donde ya contamos con un núcleo fuerte, sino también en Andalucía, Canarias o el eje Galicia-Asturias, donde estamos avanzando mucho, sobre todo a través de nuestros sectores tradicionales como son el cooperativismo y el apoyo a la discapacidad. Nuestro propósito en esta segunda mitad de 2023 es apoyar a las entidades del tercer sector y la economía social respondiendo a sus necesidades económico-financieras.

Naturgy promueve el almacenamiento con baterías en España



Por Redacción Ejecutivos

Naturgy ha iniciado los trámites para desarrollar ocho proyectos de almacenamiento con baterías, principalmente hibridados con plantas fotovoltaicas de la compañía en España, en los que tiene previsto invertir 117 millones de euros. Estas instalaciones, con una potencia de 145 MW y una capacidad de almacenamiento de 290 MWh, contribuirán a reforzar la calidad del suministro del sistema eléctrico español y permitirán una mayor introducción de energía renovable en la red.

Los siete proyectos de almacenamiento hibridados con solar tendrán una potencia de 20 MW cada uno, y se ubicarán en las plantas fotovoltaicas de Carpio, en la provincia de Toledo; Picón I, Picón II Picón III y La Nava, en la provincia de Ciudad Real; y Tabernas I y II, en Almería.

Adicionalmente, la compañía también ha iniciado los trámites para instalar un sistema de almacenamiento con baterías *stand alone* en Vigo (Pontevedra). Esta instalación, que estaría conectada directamente a la red, tendría 5 MW de potencia y una capacidad de almacenamiento de 10 MWh.

El director general de Renovables, Nuevos Negocios e Innovación, Jorge Barredo, explicó que "el inicio de estos desarrollos son un paso más en la estrategia de Naturgy de liderar la transición energética en España, con una nueva tecnología que contribuye a reforzar la implantación de las energías renovables".

La capacidad de almacenamiento total de estos ocho proyectos de baterías de ion litio hibridadas con producción fotovoltaica es de 101.500 MWh/año, lo que equivale al consumo de más de 29.000 viviendas durante dos horas. La compañía prevé iniciar la construcción de estos proyectos en 2024, para que puedan estar operativos en 2025.



El almacenamiento, clave en el PNIEC

Estos sistemas de baterías permiten almacenar energía renovable para suministrarla cuando sea necesario en momentos de escasa producción, flexibilizando la producción de energía renovable y garantizando su integración en el sistema.

Según las proyecciones del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC), en 2030 el mix energético estará compuesto en un 74 % por energías renovables, donde las energías eólica y fotovoltaica tendrán un papel más relevante.

Esta situación plantea al sistema energético el reto de dotarse de herramientas de flexibilidad para gestionar la producción, acompasar generación y consumo, evitar caídas bruscas de la producción y dar capacidad firme al sistema.

En este escenario, el almacenamiento es clave en la seguridad y calidad del suministro, y por ello el PNIEC prevé la instalación de 2,5 GW de baterías y de 3,5 GW de bombeo hasta el 2030. Además, en febrero 2021 el Gobierno de España publicó su Estrategia de Almacenamiento Energético, donde las baterías estacionarias son una de las claves para la flexibilidad del sistema eléctrico.

Experiencia internacional

Naturgy ya cuenta con experiencia en el desarrollo de almacenamiento con baterías a nivel internacional. El pasado mes de febrero, su filial de generación internacional, Global Power Generation (GPG), conectó a la red de Australia su primera instalación de almacenamiento de baterías a nivel mundial, lo que supuso un hito histórico para la compañía en el negocio de las renovables. El proyecto ACT Battery, ubicado en las proximidades de Canberra, tiene una potencia de 10 MW y una capacidad de almacenamiento de 20 MWh, equivalente al consumo de 3.000 hogares durante dos horas.

En ese mismo país, Naturgy tiene previsto invertir 160 millones para desarrollar su primer proyecto híbrido solar combinando la tecnología fotovoltaica y las baterías de almacenamiento. El proyecto Cunderdin será la primera instalación híbrida solar que se desarrollará en Australia. La planta contará con una capacidad solar fotovoltaica de 125 MW y un sistema de almacenamiento de energía en baterías de hasta 220 MWh. La compañía ha adquirido el proyecto a Sun Bred Power (SBP) y se encuentra actualmente en fase de construcción, con el objetivo de que entre en operación comercial durante el primer trimestre de 2024.

Impulso a las renovables

Naturgy trabaja para impulsar su papel en la transición energética y en la descarbonización, con el ambicioso objetivo de alcanzar la neutralidad de emisiones y una potencia instalada de fuentes renovables cercana al 60 %.

Actualmente, la compañía suma más de 5,5 GW de potencia en operación a nivel internacional y cuenta con una cartera de más de 195 proyectos en España, Australia y Estados Unidos. En España, la compañía prevé iniciar a lo largo de este año la construcción de medio centenar de proyectos renovables en España, que suman una potencia acumulada superior a los 2 GW y que entrarán en operación entre 2023 y 2025.

Las inversiones en renovables realizadas en los últimos años por la compañía confirman su giro estratégico hacia un mix energético más sostenible y su compromiso con la transición energética. Todo ello, sin abandonar los objetivos fundamentales de creación de valor y crecimiento para cada uno de los negocios, así como los objetivos en materia de ESG.

Jaime E. Navarro

Director Corporativo de Relaciones Institucionales y Comunicación de Aliseda Inmobiliaria y Anticipa Real Estate

dircom
Asociación de Directivos de Comunicación



Brevemente, ¿cómo se encuentra el sector de la Comunicación en estos momentos? ¿Cuáles son los principales retos?

El principal reto que tenemos los profesionales de la comunicación hoy pasa por la defensa de la reputación de las compañías en un entorno comunicativo muy cambiante. Las redes sociales y la multiplicidad de medios digitales, profesionales y no profesionales, influyen de forma muy relevante en la opinión pública y este escenario plantea nuevos retos en la gestión de la comunicación corporativa.

Las empresas tienen que desarrollar su actividad en un contexto social cada vez más polarizado, en el que existe desinformación y en el que el papel de los medios está cada vez más cuestionado por la ciudadanía –en ocasiones de forma injusta–. En este contexto, los responsables de liderar la comunicación y las relaciones institucionales de las organizaciones tenemos la misión de generar confianza y velar por la reputación corporativa en este entorno cada vez más cambiante.

Desde su experiencia, ¿cuáles deben de ser las principales competencias de un profesional de la comunicación?

Nuestra figura es muy estratégica para las compañías, siempre muy cerca del CEO y ofreciéndole un acompañamiento continuo. El rol del Dircom ha evolucionado de forma exponencial en los últimos años, constantemente se reinventan las acciones, tareas y responsabilidades inherentes al cargo, por lo que la capacidad de adaptación es una de las competencias clave que debemos aportar los profesionales que ocupamos esta posición.

LA ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES, DIRCOM, TIENE COMO MISIÓN PONER EN VALOR LA FUNCIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y DEL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN.

Jaime E. Navarro es el Director Corporativo de Relaciones Institucionales y Comunicación de Aliseda Inmobiliaria y Anticipa Real Estate desde hace dos años, tras ejercer el mismo cargo en Aliseda desde septiembre de 2018. Además, es miembro del Comité de Dirección de ambas compañías. Navarro es Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Periodismo por la Universidad CEU San Pablo. Además, ha cursado el Programa de Dirección General (PDG) de IESE Business School. Antes de incorporarse a Aliseda Inmobiliaria y Anticipa Real Estate, durante más de seis años formó parte del área de Comunicación del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, donde ocupó distintos cargos, entre ellos el de Director de Comunicación. Previamente, fue redactor de Expansión durante siete años, donde ejerció como especialista en el sector bancario. Por Germán Pastor

"Las empresas tienen que desarrollar su actividad en un contexto social cada vez más polarizado"

Actuamos como un verdadero punto de conexión entre las diferentes áreas de la compañía. No sólo asumimos las funciones "tradicionales" de relación con los medios, sino también las de protección de la reputación de la marca en todos los ámbitos o de responsabilidad corporativa. Somos el nexo de la compañía con la sociedad, por lo que gran parte de nuestra tarea también consiste en aportar y desgranar el contexto en el que la empresa opera. Y ello exige que el perfil profesional requerido para desarrollar esta función contemple, más allá de la formación en comunicación, distintas capacidades que le permitan observar e interpretar el contexto económico, político y social para poder aportar una mirada distinta y de valor a la organización.

¿Cómo diría que ha sido la evolución de la comunicación en su empresa en los últimos años?
Muy positiva. Se ha desarrollado de forma coherente con el crecimiento empresarial. En estos últimos años, y gracias a una motivación constante por la innovación, Aliseda y Anticipa se han convertido en las compañías líderes del sector inmobiliario. Y esto se ha visto reflejado en la manera de gestionar la comunicación, apalancada en una estrategia clara tanto de medios tradicionales como digitales.

No podemos obviar que el sector inmobiliario ha ido ganando presencia en la actualidad informativa, con un peso que va a ir incrementándose en los próximos años. Las implicaciones sociales, políticas y económicas de este sector en el que operamos convierten a la vivienda en uno de los grandes temas de la agenda pública, y esta realidad nos exige una gran dedicación para afrontar los retos que esto plantea, así como para explicar bien lo que hacemos.

¿Qué papel juega la comunicación en las diferentes entidades e instituciones?
Para mí debe tener un rol clave en cualquier organización. Tanto a nivel interno como externo, considero que la comunicación es un activo fundamental para la cohesión a todos los niveles. Los proyectos e iniciativas, por más relevantes que sean, requieren de un relato que dé sentido al conjunto y ofrezca una visión global. Y son los departamentos de comunicación quienes deben elaborar este relato y buscar y generar oportunidades en los medios para compartirlo para que este llegue a sus públicos objetivos.

¿Cuál es su implicación en puestos de responsabilidad dentro de los Comités de dirección?
Como Director Corporativo de Relaciones Institucionales y Comunicación de Aliseda y Anticipa, llevo a cabo un seguimiento de todos los asuntos que pueden llegar a suponer un riesgo para la reputación de las compañías, reportando a los comités de dirección de ambas empresas.

Las compañías gestoras de activos inmobiliarios no solo gestionan viviendas, también la situación de quienes viven en ellas, por lo que es imprescindible tener en cuenta cada caso, sobre todo, si se trata de familias vulnerables o con pocos recursos.

> "Nuestra figura es muy estratégica para las compañías, siempre muy cerca del CEO y ofreciéndole un acompañamiento continuo"

En Aliseda y Anticipa prestamos gran atención a las familias en riesgo de vulnerabilidad. Son casos que requieren de especial dedicación y sensibilidad en la gestión de nuestros inmuebles, y ésta es una tarea en la que el departamento de comunicación está muy involucrado.

En paralelo, estoy especialmente pendiente de todos los cambios normativos y del marco regulatorio que se están dando en nuestro país en materia de vivienda, lo que a su vez está muy ligado al contexto político y a la actualidad macroeconómica y financiera, tanto a nivel nacional como internacional.

¿Cuál es el nivel de los Dircom españoles en comparación con el resto de los países de Europa?
Creo que España cuenta con un potente panel de directores de Comunicación y Relaciones Institucionales y, sobre todo, con organizaciones de representación y *networking* muy potentes. Además, cada vez vemos más Dircoms en los comités de dirección de las compañías y considero que este es un muy buen indicador del mayor reconocimiento que cada vez tiene esta posición.

Actualmente, ¿cuáles son las claves del éxito de la comunicación de su empresa?
En ambos proyectos, Aliseda y Anticipa, trabajamos la comunicación de manera plenamente alineada, también con nuestros accionistas. Creo que una de las claves es que en los últimos años hemos sido capaces de afianzar nuestra posición de liderazgo en el sector. Por una parte, gracias a nuestra capacidad de negocio; y, por otra, porque hemos entendido qué necesita el mercado y hacia dónde avanza el mundo inmobiliario, en el que somos un actor muy relevante. La política de comunicación y nuestra relación con los medios ha sido fundamental en este proceso.

¿Cómo coordinan desde Aliseda Inmobiliaria un gabinete de crisis?
Somos un equipo en constante coordinación con el resto de la organización, y disponemos de herramientas y mecanismos que nos alertan rápidamente de cualquier asunto negativo que pueda afectar a las compañías. Contamos con plataformas de *escucha activa* con las que realizamos una monitorización continua de lo que se publica en redes sociales y medios de comunicación. Y esto nos permite detectar en tiempo real cualquier situación de crisis, poder reportarla a la dirección de la compañía y a nuestros accionistas y poner en marcha las medidas necesarias para gestionarla.

ejecutivos



Le ofrecemos la más completa información del mundo empresarial e institucional, con reportajes y tribunas de la mano de los mejores especialistas en el sector.

TAMBIÉN EN TU TABLET Y MÓVIL
DESCARGUE EN K+ KIOSKO MÁS

ejecutivos.es

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

Suscríbase a la revista ejecutivos por solo 15 € al año

Nombre..... Apellidos.....

Dirección..... Código Postal.....

Población..... Provincia .....

Teléfono ..... Correo electrónico.....

Forma de pago:

☐ Adjunto cheque a nombre de EDICIONES APUNTES DE LA SIERRA, por el importe señalado.

EDICIONES APUNTES DE LA SIERRA, S.L.
Cardenal Marcelo Spínola, 42 - 28016 Madrid - Teléf. 91 185 45 60
Correo electrónico: redaccion@ejecutivos.es



XXXII EDICIÓN
PREMIOS **ejecutivos**

Ejecutivo del Año	**Vanessa Prats, vicepresidenta ejecutiva y directora general de P&G España y Portugal**
Empresa del Año	**Iberdrola**
Trayectoria Empresarial	**Carrefour España**
Trayectoria Profesional	**Inés Bermejo, directora general de HP Iberia**
Excelencia Empresarial	**Grupo Fuertes**
Sostenibilidad	**Michelin**
Marca	**L'Oréal**
Iniciativa Empresarial	**DFactory Barcelona**
Estrategia Empresarial	**Cupra**
Servicio al Cliente	**Seresco**
Transferencia Tecnológica	**Esprinet**
Excelencia Turística	**Balneario de Mondariz**
Agencia de Medios	**EQUMEDIA**
Recursos Humanos	**Europastry**
Startup	**Senniors**

EJECUTIVO DEL AÑO



VANESSA PRATS, vicepresidenta ejecutiva y directora general de P&G España y Portugal

En 1999, Vanessa Prats entró a formar parte de la plantilla de P&G. Hace casi 25 años, la ahora Vicepresidenta Ejecutiva y Directora General de P&G España y Portugal daba sus primeros pasos en la compañía como responsable de Marketing de Pantene en Europa. Ahora, Vanessa Prats lidera un grupo con cerca de 1.300 empleados, oficinas centrales en Madrid y Lisboa. La compañía cuenta con dos plantas de producción en Jijona (Alicante) y Mequinenza (Zaragoza). Prats ha desarrollado la práctica totalidad de su carrera profesional en P&G, con diferentes puestos en el área de Marketing y Ventas tanto en nuestro país, donde ha ocupado durante años la posición de Directora de Ventas de P&G para los mercados de España y Portugal, así como en las oficinas centrales de P&G en Ginebra, con cargos como el de Directora Global de Cuidado del Cabello para la marca H&S. Es por esta sobresaliente trayectoria que Vanessa Prats ha sido premiada como el Ejecutivo del Año en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

Un líder se va forjando a base de experiencias y de éxitos prolongados en el tiempo. Este es sin lugar a dudas el caso de Vanessa Prats. Nacida en Madrid, es Licenciada en Ciencias Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid y Master en Business Administration por la Peter F. Drucker School of Business en California, USA. Prats cuenta con más de 20 años de carrera profesional en Gran Consumo, asumiendo diferentes cargos en la multinacional Procter & Gamble, varios de ellos en posiciones globales en Ginebra (Suiza). En 2021 asumió la Dirección General de P&G Iberia, con una idea y un enfoque claros: traer la mejor innovación para el consumidor español y desarrollar el talento dentro de la compañía.

Future Female Leaders

Vanessa Prats es la primera mujer en 50 años que ocupa un puesto de máximo liderazgo en P&G, una de las multinacionales de consumo más importantes del Planeta. Ya en 2016 se convirtió en la primera mujer que ocupaba la Dirección Comercial en Iberia de una compañía que cuenta con ella desde hace más de dos décadas. Por ello, Vanessa Prats es toda una es un referente para las generaciones futuras.

Fruto de su compromiso con el liderazgo femenino, hace seis años Vanessa expandió el programa 'Future Female Leaders' con el objetivo de atraer a más mujeres al campo de las ventas. En ese momento, muchas mujeres no mostraban interés en trabajar en este campo, al igual que en las carreras STEM, a pesar de que el 95 % de las decisiones de compra en España son tomadas por mujeres. Sin embargo, al explicarles que el trabajo en ventas era divertido, estratégico y dinámico, entre otras cosas, lograron cambiar la situación: ahora, las mujeres representan la mitad del equipo.

Un liderazgo con sello propio

El liderazgo que Vanessa Prats ejerce en el seno de P&G se puede definir en dos palabras: talento e innovación. Para la directora es vital identificar y potenciar el talento dentro de la compañía, algo de lo que se enorgullece y que potencia dentro de su organización.

Otra de las líneas maestras de la dirección de Vanessa es, sin duda, la innovación. P&G es una multinacional que aglutina marcas de Gran Consumo conocidas por todos, como Ariel, Dodot o Pantene, entre muchas otras. Para la directora es vital traer la innovación a nuestro país para deleitar al consumidor español y portugués y mejorar su vida cotidiana.

Es inevitable que el liderazgo en pleno siglo XXI no vaya de la mano de una estrategia de sostenibilidad por parte de su compañía. El mundo requiere que las empresas cambien su modelo de producción hacia procesos sostenibles, unos procesos que se han acelerado en P&G gracias a los ODS que han adoptado. De este modo, el liderazgo sostenible de la compañía se focaliza en nuestro país en tres pilares: menos emisiones, fomento de la circularidad y protección y cuidado de las aguas. P&G marcará la diferencia a nivel global empezando por España, que



próximamente contará con dos parques eólicos y solares que producirán el 40 % de la electricidad que necesitan las plantas de la compañía en toda Europa.

Madre de dos hijas, Vanessa Prats disfruta del deporte en su tiempo libre, una actividad que le sirve para desconectar del día a día. Entre sus logros más allá de P&G, Vanessa es becada para el Máster "Promociona" en ESADE. Es miembro de la Asociación Eje & Con, así como miembro del Consejo Empresarial Español para el Desarrollo Sostenible de Forética, y miembro del Consejo Directivo de AECOC. Forma parte desde 2021 del listado del Top 100 de mujeres & Cía., de las 100 Mujeres Más Influyentes de España de Forbes en 2022 y de las 500 españolas más influyentes de la revista Yo Dona. Además, la Ejecutiva del Año de Ejecutivos siempre busca implicarse en causas vinculadas a la infancia.

EMPRESA DEL AÑO



IBERDROLA

Iberdrola es hoy la primera eléctrica europea y una de las dos más grandes del mundo por capitalización bursátil, con 76.000 millones de euros. Hace solo dos décadas, era la vigésima empresa energética a nivel mundial. Ahora, el grupo suministra energía a cerca de 100 millones de personas en decenas de países. Actualmente, la compañía abandera la transición energética hacia una economía baja en emisiones y es líder mundial en energías renovables, con 40.000 MW y 8.000 MW más en los próximos cuatro años, lo que supone cuadruplicar la que tenía en el año 2000. Su gran apuesta por la eólica, tanto terrestre como marina, le permite tener más de 20.000 MW verdes operativos y 12.500 MW más en cartera. Sus innovaciones en energías renovables, su servicio al cliente y su compromiso por un mundo y una economía mejor le han hecho valedor del galardón a Empresa del Año en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

Iberdrola es una compañía que conjuga liderazgo con aportación de valor para la sociedad. La estrategia que lleva ejecutando a lo largo de dos décadas le ha permitido alcanzar récords de inversión, fortaleza financiera, expansión internacional y resultados, y también de contribución social, empleo y reducción de emisiones. La compañía se encuentra en una etapa histórica. Cuenta con un equipo humano con la experiencia y el talento necesarios, y con la tecnología y los recursos financieros para continuar llevando a cabo con éxito la gran revolución energética.

Iberdrola es solo la cima de todo un enorme tejido industrial y empresarial que hay detrás y que permite una contribución al PIB de más de 37.000 millones de euros anuales y la creación de más de 400.000 empleos a nivel global, a través de las compras, que superaron los 17.800 millones de euros en 2022. Y ha continuado contribuyendo a sostener los servicios públicos para todos los ciudadanos con impuestos por un total de 7.500 millones de euros, de los que 2.600 millones se ingresaron en las arcas públicas españolas. Sus compras a proveedores alcanzarán los 50.000 millones de euros en tres años, crearán aún más oportunidades de empleo en sus miles de

proveedores y generarán miles de millones en contribución fiscal, que se añadirán a los más de 20.000 millones de euros que el grupo prevé aportar a las arcas públicas.

Las renovables, en el centro de todo

La compañía ha llevado a cabo en las últimas dos décadas unas inversiones de 140.000 millones de euros en energías renovables, redes eléctricas inteligentes y almacenamiento energético eficiente. En paralelo, la empresa ha clausurado en todo el mundo centrales térmicas que sumaban casi 7.500 MW de capacidad instalada. Todo ello como parte de su objetivo de electrificar y descarbonizar la economía.

Iberdrola cree firmemente que la transición hacia una economía neutra en carbono antes de 2040 es tecnológicamente posible, económicamente viable y socialmente imprescindible. La transición energética es una gran oportunidad para crear autonomía, riqueza, generar empleo y mejorar el estado del planeta y la salud de las personas.

Para acelerar la transición energética, se ha comprometido a abanderarla con un ambicioso plan de inversión de 47.000 millones de euros entre 2023 y 2025, que tiene como aspiración lograr la neutralidad en carbono antes de 2040.

Además, prevé destinar en torno a 17.000 millones de euros para energías renovables a 2025. Gracias a estas inversiones, alcanzará los 52.000 MW renovables, entre eólica terrestre, fotovoltaica, offshore, baterías e hidráulica.

La apuesta por el hidrógeno

La compañía ha apostado por el desarrollo del hidrógeno verde. En el futuro multiplicará por diez la capacidad de su planta de producción de Puertollano y ha sellado con Trammo, la mayor comercializadora y distribuidora marítima mundial de amoniaco anhidro, el mayor acuerdo de Europa para la exportación de amoniaco verde. El acuerdo permitirá exportar hasta 100.000 toneladas al año de amoniaco verde a partir de 2026. Precisará que Iberdrola construya en el sur de Europa la primera planta de amoniaco verde, que será viable gracias a los fondos europeos y supondrá una inversión de 750 millones de euros.

Fortaleciendo la distribución para mejorar el servicio

Cuenta en la actualidad con más de 1,2 millones de kilómetros de líneas de distribución, cinco veces más que en 2001, para asegurar el suministro, electrificar la demanda y poder contar con un cliente cada vez más activo.

Iberdrola destinará uno 27.000 millones de euros al negocio de redes para continuar trabajando en su modernización, digitalización y automatización, como elemento clave para mejorar la calidad del sistema de distribución y garantizar la masiva incorporación de renovables en un futuro próximo. El grupo habrá instalado a finales de 2025 más de 21 millones de contadores inteligentes.

Más internacional, más digital

La empresa ha pasado de ser una compañía con el negocio centrado casi en exclusiva en España, a estar presente en más de 26 países, y contar con cuatro grandes filiales en México, Reino Unido (ScottishPower), Estados Unidos (Avangrid) y Brasil (Neoenergia), estas dos últimas cotizadas en sus respectivos mercados.

La compañía está comprometida con las regiones en las que se asienta, desarrollando proyectos industriales para componentes solares y de innovación, relacionados con los Fondos Next Generation EU, como es el proyecto de hidrógeno verde o el desarrollo del metanol, el amoniaco verde o la aerotermia.

Por otro lado, la implicación de la eléctrica con la digitalización se plasma en su compromiso de duplicar la inversión en Innovación, Desarrollo e Investigación (I+D+i) de los últimos 10 años, con el objetivo de alcanzar los 4.000 millones de euros en 2030.

Un motor laboral en nuestro país

La empresa cuenta con más de 40.000 profesionales en todo el mundo, incrementando hasta 90 el número de nacionalidades que acoge en su plantilla. El compromiso con el desarrollo profesional de sus empleados se traduce en las 68 horas de formación por empleado y año, así como en la implantación de medidas para favorecer la conciliación de su vida laboral y personal, en las que la compañía es pionera. Para 2025, prevé realizar 12.000 nuevas contrataciones y seguir haciendo de su plantilla un referente en igualdad, diversidad e inclusión.





TRAYECTORIA EMPRESARIAL



Fachada actual del Carrefour Prat.

CARREFOUR ESPAÑA

Carrefour ha dejado una huella significativa en la industria de la distribución española al celebrar su 50 aniversario en el país. Desde la apertura de su primer hipermercado en El Prat de Llobregat (Barcelona) en mayo de 1973, la compañía se ha transformado en un referente multiformato y omnicanal que emplea a más de 50.000 personas en toda España. Con presencia en todas las Comunidades Autónomas, los centros de Carrefour reciben más de 700 millones de visitas cada año. La compañía mantiene relaciones sólidas y duraderas con más de 7.700 empresas españolas, generando un valor de 9.400 millones de euros. Tanto es así, que su compromiso con la excelencia laboral se ha visto reconocido con el premio Top Employer. La evolución de Carrefour como compañía y su contribución al comercio en España, junto con su dedicación a satisfacer a sus clientes, la hacen merecedor del premio a la Trayectoria Empresarial en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

Medio siglo revolucionando el comercio en España

Durante los últimos 50 años, Carrefour ha desempeñado un papel transformador en el comercio de España. Desde la apertura de su primer establecimiento en El Prat, la compañía revolucionó la forma en que los españoles hacían sus compras al introducir el concepto de hipermercado en el país. Esta innovadora fórmula se basaba en dos elementos sin precedentes: una amplia variedad de marcas disponibles bajo un mismo techo y precios atractivos para los consumidores.

La presencia de los hipermercados de Carrefour no solo ha tenido un impacto en el ámbito económico, sino que también ha dinamizado las comunidades en las que se encuentran. Estos establecimientos se han convertido en el centro de un ecosistema comercial, donde coexisten actividades complementarias como agencias de viajes, centros comerciales, servicios financieros, seguros y gasolineras. De esta manera, Carrefour ha contribuido al desarrollo y prosperidad de las localidades en las que opera.

Con su enfoque innovador y visión de futuro, Carrefour ha logrado consolidarse como uno de los actores más importantes del comercio en España. Su capacidad para adaptarse a las necesidades cambiantes de los consumidores y su compromiso con la excelencia en la experiencia de compra le han permitido mantenerse a la vanguardia del sector.

La omnicanalidad, en el centro

Carrefour se ha posicionado como líder en España al evolucionar desde un modelo único de supermercado hacia una amplia variedad de formatos de proximidad, que incluyen los supermercados Carrefour Express y Carrefour Market. En la actualidad, conviven



Primera fachada del Carrefour Prat.

establecimientos de tamaño medio, pequeñas tiendas de barrio bajo el régimen de franquicia, supermercados ubicados en gasolineras y estaciones de tren y tiendas especializadas en productos ecológicos.

Carrefour España también es la cuna de Supeco, el supermercado económico de la cadena que se inauguró en 2012 en San José de la Rinconada (Sevilla) y que ha expandido su presencia a otros siete países. Este formato se enfoca en ofrecer el mejor precio en productos alimentarios y, según los estudios de precios de la OCU en los últimos años, se ha consolidado como la cadena de supermercados más económica.

La cadena ha llevado a cabo más de 100 aperturas anuales y ha adoptado con éxito el modelo de franquicia como parte de su expansión, complementando su crecimiento orgánico. Gracias a su enfoque multiformato y omnicanal, la empresa se posiciona como una de las líderes en términos de aperturas, potenciando la cercanía con sus clientes y brindándoles la opción de elegir dónde y cómo realizar sus compras.

Carrefour también ha sido pionera en el desarrollo del comercio electrónico en España, siendo el supermercado online más reconocido, ofreciendo una selección de más de 48.000 productos. La compañía también cuenta con un espacio dedicado a los productos de su marca TEX y un marketplace con una oferta que supera los 1,5 millones de productos de cerca de 900 empresas.

Mirando al futuro: hacia una empresa de venta minorista digital

La compañía se encuentra actualmente en medio de un proceso para convertirse en una empresa de venta minorista digital, donde lo digital y los datos son fundamentales en su estrategia. Actualmente, están trabajando en proyectos de realidad aumentada, marketing en la nube, arquitectura de sistemas, big data y adaptación de sus procesos operativos tradicionales.

El cliente se ha vuelto de esta manera el centro de la estrategia de Carrefour. La empresa se basa en la atención y escucha constantes de sus clientes, quienes son el corazón de cada una de las estrategias de ahorro que implementa a través de El Club Carrefour, que se creó en 2005 y actualmente es el programa de fidelización más grande en el sector minorista, con más de nueve millones de socios.

El objetivo es crear una comunidad de clientes orgullosos de pertenecer a Carrefour, conectados y personalizados a través de proyectos, iniciativas y actividades de interés basadas en la escucha constante. Para celebrar su aniversario, la empresa ha diseñado la campaña “Creciendo juntos”, con regalos y promociones para los usuarios de la aplicación y concursos para los socios de El Club Carrefour. La imagen de la campaña muestra el recorrido de la compañía en los últimos 50 años, creando un paralelismo entre una línea de tiempo y un estante de hipermercado para visualizar de manera gráfica la evolución de la cadena y dar vida al concepto de “Creciendo juntos”.

La presencia de Carrefour en nuestras vidas cumple 50 años, y la manera en la que ha transformado nuestros hábitos de consumo le ha hecho merecedor del reconocimiento que Ejecutivos le hace en esta nueva entrega de los Premios.



TRAYECTORIA PROFESIONAL



INÉS BERMEJO, directora general de HP Iberia

HP es una empresa tecnológica que cree que una buena idea tiene el poder de cambiar el mundo. Su gama de productos y servicios de Sistemas Personales, Impresión y Soluciones de Impresión 3D ayuda a hacer realidad estas ideas. HP crea la tecnología que hace que la vida sea mejor para todo el mundo, en cualquier lugar. A través de su gama de productos y servicios de sistemas personales, impresoras y soluciones de impresión 3D, crean experiencias que son capaces de asombrar al mundo. Inés Bermejo, con 25 años de experiencia en la compañía, es desde el pasado año la directora general de HP Iberia. Su labor en la compañía le ha hecho merecedora del premio a la Trayectoria Profesional en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

HP es un líder tecnológico mundial y creador de soluciones que permiten a las personas dar vida a sus ideas y conectarse con las cosas que más importan. Presente en más de 170 países, HP ofrece una amplia gama de dispositivos, servicios y suscripciones innovadoras y sostenibles para los segmentos de informática personal, impresión, impresión 3D, trabajo híbrido, gaming y mucho más.

HP nació con la creencia de que la misión de las empresas debe ir más allá de la obtención de beneficios. Asimismo, en el late motiv de HP está marcado que las compañías deberían contribuir a crear un mundo mejor.

Los esfuerzos de la tecnológica en iniciativas climáticas, derechos humanos y equidad digital demuestran que están haciendo todo lo que está a su alcance para que así sea.

Con más de 80 años de iniciativas que demuestran las intenciones de HP, disponen de la confianza necesaria para imaginar un mundo en el que la innovación permita contribuir de forma extraordinaria a la humanidad.

La tecnología que llevan a cabo, que comprende un portfolio de productos y servicios de sistemas personales, impresoras y soluciones de impresión 3D, se ha creado para inspirar este progreso significativo.

HP tiene marcado el objetivo global de convertirse en la empresa tecnológica más sostenible y justa del mundo, y desde hace años lleva poniendo en marcha iniciativas y políticas que ayuden a alcanzar este propósito centrándose en combatir el cambio climático, promover los derechos humanos y acelerar la equidad digital.

Dentro de su estrategia de Impacto Sostenible, una de sus áreas de acción es el medioambiente, ya que desde HP se quiere transformar el negocio para impulsar una economía más eficiente, circular y baja en emisiones de carbono. La misión es impulsar una economía regenerativa con cero emisiones de carbono y diseñando un portfolio de productos y soluciones sostenibles para el sector.

Inés Bermejo, un referente en el mundo de la tecnología

Inés es directora general de HP para España y Portugal desde noviembre de 2022. Desde este puesto dirige el negocio de la multinacional americana en la región y es responsable de liderar la transformación estratégica de la compañía, y prepararla para el futuro con el objetivo de conectar personas y empresas a través de la digitalización generando un impacto positivo la sociedad.

Con una dilatada experiencia profesional de 25 años dentro de HP, Inés ha desempeñado diversos puestos de dirección en las áreas de ventas, finanzas, operaciones y dirección de unidad de negocio para España y Portugal. En los últimos años antes de ocupar su nueva posición, Inés continuó su desarrollo a nivel internacional como responsable de consumibles para la región de Europa, Oriente Medio y África, así como recientemente la dirección de la unidad de negocio de impresión para el Sur de Europa.

El reconocimiento que Ejecutivos entrega a Inés Bermejo suele darse en personas que ya están finalizando su exitosa carrera profesional. Sin embargo, Inés, a pesar de su dilatada experiencia dentro de HP, es una profesional joven y con mucho recorrido por hacer a nivel profesional.

Inés nació en Madrid y es madre de tres niños. Es licenciada en Ciencias Empresariales por la Universidad CEU San Pablo y en Derecho por la UNED y cuenta con un Digital Business Executive Program (DIBEX) sobre transformación digital de ISDI.

Comprometida con el desarrollo de las personas como un activo transformador de negocio, es además una gran apasionada de la innovación y una ferviente defensora de la diversidad y la sostenibilidad, y lo demuestra cada día impulsando programas e iniciativas encaminadas a reducir la brecha de género, la sostenibilidad medioambiental, y fomentar la educación y la equidad digital desde HP. Todo ello, participando además activamente en diversas asociaciones y fundaciones como Fundación I+E, Cotec, DigitalES, Ametic CEOS por la diversidad y Fundación Seres. Desde 2020 es consejera independiente de Bodegas Riojanas S.A.

Entre los retos a los que Inés Bermejo se ha encontrado en su nuevo rol dentro de HP, la directiva tratará mantener el liderazgo en la región en las áreas de sistemas personales y soluciones de impresión. Además, también es la responsable de definir la estrategia comercial para la evolución en las necesidades de consumidores, clientes corporativos y canal de distribución.



Inés Bermejo, directora general de HP para España y Portugal.

Su dilatada experiencia en el ámbito de la tecnología ha hecho que su trayectoria sea un ejemplo a seguir, más aún teniendo en cuenta que la presencia de la mujer a las carreras STEM es aún muy inferior a la del hombre. Tal y como la propia Inés argumenta: "hemos de ser ese empujón que les dé confianza, seamos apoyo real traducido en medidas y, por favor, seamos inteligentes: la Ciencia necesita más mujeres. ¡Felicidades a todas ellas y a las muchas que han de llegar a este apasionante sector! Desde HP estamos y estaremos por y para ellas".

EXCELENCIA EMPRESARIAL



Desde sus inicios, Grupo Fuertes ha apostado por la innovación y la excelencia en todas sus actividades. Con una visión empresarial a largo plazo, ha logrado diversificar sus operaciones y establecer una presencia significativa en diversos segmentos de la industria agroalimentaria.

En sus primeros años, Grupo Fuertes se centró en la producción y comercialización de productos cárnicos, expandiéndose gradualmente en el mercado nacional. A medida que la empresa ganaba reconocimiento, comenzó su presencia en el exterior, estableciendo relaciones comerciales con diversos países.

La marca favorita de los hogares españoles creada en 1954 como origen de Grupo fuertes, se convirtió en un líder en la producción y comercialización de productos cárnicos y alimentos procesados, y actualmente es una de las marcas más destacadas en el sector alimentario en España.

En los últimos años, Grupo Fuertes ha seguido su expansión internacional y ha diversificado aún más sus actividades. Ha establecido alianzas estratégicas y adquirido participaciones en empresas de diferentes sectores, como energías renovables, tecnología agroalimentaria y servicios inmobiliarios.

Además de su enfoque empresarial, este Holding también ha mostrado un compromiso con la responsabilidad social y la sostenibilidad. Ha implementado prácticas agrícolas y ganaderas sostenibles, ha invertido en energías renovables y apoya proyectos sociales y culturales en la comunidad.

GRUPO FUERTES

Grupo Fuertes es uno de los grupos empresariales más destacados, con una amplia presencia en el sector agroalimentario español desde los años 50, destacando ElPozo Alimentación. Desde entonces, ha experimentado un crecimiento sólido y sostenido, convirtiéndose en un referente en la industria, manteniendo una visión innovadora y una sólida estrategia de negocio. Grupo Fuertes se ha consolidado como un actor clave en la producción y distribución de alimentos, abarcando desde la producción animal hasta la elaboración y comercialización de productos de alta calidad. En la actualidad todos sus esfuerzos están centrados en la sostenibilidad de su producción demostrando su compromiso con la excelencia, la eficiencia y el bienestar animal, ofreciendo soluciones alimentarias de confianza tanto a escala nacional como internacional. Sabiendo mantenerse al día con las tendencias ESG actuales, al tiempo que manteniendo un fuerte crecimiento económico, la compañía es merecedora del premio a la Excelencia Empresarial en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

Compromiso con la sostenibilidad y la innovación en alimentación y salud

Grupo Fuertes es una empresa que cree firmemente en el enfoque 'One Health', promovido por las Naciones Unidas, que reconoce el vínculo existente entre la salud de los humanos, de los animales y del medio ambiente. En línea con este compromiso, Grupo Fuertes es accionista en la biotecnológica canadiense EVAH Group, con sede en Quebec. Esta compañía se especializa en el desarrollo de innovaciones para lograr una alimentación sostenible, a través del desarrollo de productos biológicos destinados a proteger la salud de los animales.

En particular, EVAH Group está trabajando en el desarrollo de cuatro tecnologías que requieren experiencia en diferentes campos, con un enfoque en vacunas y alternativas a los antibióticos. La inversión de Grupo Fuertes en esta compañía ratifica su compromiso con la sostenibilidad, la innovación y su integración en el sector de la alimentación y la salud. Mediante esta asociación, Grupo Fuertes busca contribuir a encontrar soluciones que permitan alimentar a la población de manera sostenible y proteger la salud de los animales.

El papel del cerdo en la alimentación y la salud humana

El cerdo desempeña un papel fundamental en la alimentación humana, siendo la base de muchos alimentos y recetas que forman parte de la cultura gastronómica. Además de su valor culinario, el cerdo también juega un papel cada vez más importante en el mantenimiento y mejora de la salud humana. Un ejemplo destacado es la producción de heparina, uno de los anticoagulantes más utilizados en el mundo para salvar vidas.

Cada año, se utilizan más de 6.000 millones de dosis de heparina, y aproximadamente 150 millones de pacientes dependen de este anticoagulante. Es por ello que una aplicación dentro de los alimentos podría suponer no solo una mejora en la calidad de los alimentos si no, a largo plazo, en la calidad de vida de los consumidores.

Economía circular y aprovechamiento de recursos

En su apuesta por la economía circular, una de las compañías del grupo, ElPozo Alimentación ha dado un paso significativo al poner en valor el intestino de los cerdos para producir heparina, un anticoagulante esencial para millones de personas en todo el mundo. Este proceso implica la extracción de la mucosa y la preparación de la heparina en resina, que son dos de los cinco pasos necesarios para la producción de este anticoagulante.

Este innovador proceso se lleva a cabo a través de Hepabiotic, una joint-venture entre Grupo Fuertes y Horizon Products que se dedica a valorizar los órganos y tejidos de origen animal. Mediante esta iniciativa, Grupo Fuertes integra el intestino del cerdo en la cadena de valor, otorgándole un nuevo uso y transformándolo en un recurso farmacéutico que no solo beneficia la salud de las personas, sino que también salva vidas.

Este nuevo enfoque supone una apuesta en investigación, con una importante inversión, que aporta nuevos y prometedores compuestos de alto valor biológico en los que se está trabajando. Grupo Fuertes pone el foco en criterios sociales, ambientales y de gobernanza. El grupo empresarial, con más de 8.500 trabajadores directos y 50.000 indirectos, tiene un volumen de negocio superior a los 2.300 millones de euros y pretende que gracias a estos avances aumente aún más este volumen.





S O S T E N I B I L I D A D



MICHELIN

Desde la Revolución Industrial, las actividades humanas se han desarrollado muy deprisa, generando emisiones de gases, como el dióxido de carbono o CO2, que tienen un efecto de invernadero porque atrapan una parte de la energía de origen solar. Para conseguir limitar el calentamiento global, habría que alcanzar la neutralidad de carbono en 2050. La industria y los transportes representan respectivamente el 32 y el 14 % de las emisiones de gases de efecto invernadero mundiales generados por la actividad humana. Estos dos sectores tienen ante sí retos de envergadura para conseguir dicha neutralidad de carbono en 2050 y Michelin está comprometido para alcanzar este objetivo. El compromiso de Michelin en la lucha contra el cambio climático y su contribución a una economía más sostenible han hecho merecedor a la compañía del galardón a la Sostenibilidad en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

En los centros de producción de Michelin hay una máxima: trabajar para reducir a la mitad las emisiones de CO_2 en 2030 respecto a 2010, y conseguir la neutralidad de carbono en 2050. Todo ello lo pretenden hacer mediante las siguientes acciones:

- El diseño de máquinas que utilicen menos energía
- La mejora de la eficiencia energética, por ejemplo, optimizando el aislamiento de los equipos industriales
- La reutilización de la energía, con la instalación de bombas de calor para recuperar las calorías de un circuito de enfriamiento y volverlas a inyectar en un circuito de calefacción
- La compra de electricidad de origen renovable. También dispone de paneles solares en varios de sus centros de producción y almacenamiento

Alrededor del 90 % de impacto medioambiental que produce un neumático durante

todo su ciclo de vida se produce durante la fase de uso. El neumático es responsable del consumo de un 20 % del combustible en un turismo de motor térmico (gasolina o gasoil) y por lo tanto de un 20 % de las emisiones de CO_2 de un turismo en la fase de utilización. En el caso de los camiones se eleva a un 33 %. Michelin contribuye asimismo a la neutralidad de carbono de la movilidad de mercancías y personas, mediante el diseño de neumáticos de máxima eficiencia energética, es decir de baja resistencia a la rodadura, así como con el desarrollo de servicios y soluciones que optimicen el uso y la gestión de flotas de vehículos. El Grupo se ha fijado un objetivo para 2030 de la mejora de un 10 % en la eficiencia energética de los neumáticos durante la fase de utilización respecto a 2020.

Los vehículos eléctricos, que son una buena solución para colaborar en la descarbonización, tienen unas características especiales y necesitan unos neumáticos que cumplan con esas características. Los neumáticos para vehículos eléctricos tienen que hacer frente a un peso adicional del vehículo, a una rápida aceleración (par motor), la ausencia de ruido del motor y la autonomía de la batería. Si el neumático es un factor imprescindible en la movilidad, lo es más aún en la movilidad de vehículos eléctricos.

Además, Michelin diseña nuevas soluciones de movilidad gracias a la innovación, por ejemplo, en el sector del hidrógeno o en el transporte marítimo.

Michelin y Forvia (antes Faurencia) han creado la empresa Symbio para el desarrollo, producción y comercialización de sistemas de pila de combustible de hidrógeno (H_2) para turismos, furgonetas y camiones, a la que recientemente se ha unido Stellantis. Y como la competición es la mejor pista de pruebas, Michelin apoya el Proyecto Mission H24 que utiliza la tecnología de la pila de H_2 en la competición automovilística de las 24 horas de Le Mans.

En el transporte marítimo, donde la descarbonización es especialmente complicada, Michelin ha desarrollado el proyecto Wing Sail Mobility (WISAMO), que es un sistema de velas automatizado, telescópico e inflable que se puede instalar tanto en buques mercantes como en embarcaciones de recreo. La vela hinchable aprovecha el viento, una fuente de propulsión gratuita, universal e inagotable. Su revolucionario diseño permite reducir el consumo de combustible de un barco hasta un 20 % y, por tanto, contribuir de forma positiva al medio ambiente, al reducir las emisiones de CO_2. El sistema se instalará por primera vez en el segundo semestre de 2023 en el buque mercante MN Pelican que hace la ruta entre el puerto de Bilbao y el británico de Poole.

A través de estos proyectos, Michelin quiere adelantarse al futuro al crear distintas formas de movilidad con una fuerte impronta en el cuidado del planeta.



Sistema de paneles solares de la fábrica de Michelin en Valladolid.



Sistema de velas inflables Wisamo de Michelin.

M A R C A



Productos sostenibles de las marcas de L'Oréal.

L'ORÉAL

L'Oréal llegó a España hace ya 73 años. A principios de 2022, la compañía se reestructuró con el fin de crear su clúster España y Portugal para aprovechar mejor las sinergias existentes entre ambos mercados y responder mejor y más ágilmente a los cambios. Más de un año después, este proyecto, aún en crecimiento, ha demostrado ya ser un rotundo éxito. Se ha logrado generar un entorno muy intercultural, con unas propuestas de desarrollo profesional para los empleados mucho más ricas y atractivas que, en ciertos puestos, incluyen mayor responsabilidad al haber asumido la gestión de ambos países. Fruto de su buen funcionamiento, España y Portugal presentaron en 2022 resultados record tras la creación del clúster por encima de 1.000 millones de euros. La compañía cuenta con 2.736 empleados en España y Portugal de más de 40 nacionalidades, de los cuales 2.439 se sitúan en nuestro país. La evolución de L'Oréal como compañía en nuestras fronteras, siendo una marca conocida y reconocida dentro de la sociedad de consumo, junto con su tesón por satisfacer las necesidades de clientes y sociedad, la hacen merecedora del galardón a la Marca en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

Siete décadas acompañando al consumidor

Los productos de L'Oréal están disponibles en España desde 1914, cuando un grupo de peluqueros españoles viajó a Francia y trajo productos especializados para el cuidado del cabello. En 1950 se formó una empresa en Madrid para fabricar y distribuir una gama de productos de peluquería, como Oreol-Tratante, Oreol-Régé e Imedia, que tuvieron éxito gracias a su eficacia e innovación.

En 1971, L'Oréal construyó en Burgos una fábrica para satisfacer las necesidades internacionales de la división de Productos Profesionales y, en 2014, se construyó una planta de biomasa que suministra a la fábrica energía térmica, refrigeración y electricidad, convirtiéndola en neutra en emisiones de carbono un año después.

En 2008, L'Oréal España reunió a todas las divisiones del país en una sede corporativa ubicada en Madrid y hoy es reconocida como una compañía líder en innovación en toda su

cadena de valor. Pionera en la aplicación de tecnologías para mejorar la experiencia de consumidor y el servicio en el punto de venta y con un potente programa de sostenibilidad materializado en los compromisos 2020 y que se renuevan ahora con la ambición 2030, "L'Oréal for the Future".

Unos resultados históricos

El Grupo L'Oréal cerró 2022 con un fuerte crecimiento comparable del 10,9 % en las ventas, que alcanzaron los 38.260 millones de euros, y del beneficio neto, que se situó en 5.706 millones de euros, un 24,1 % más que el ejercicio anterior. Ha sido un año extraordinario en el que todas las divisiones crecieron a doble dígito. Los resultados del Grupo del primer trimestre han sido igualmente positivos, con unas ventas de 10.380 millones de euros, lo que supone un incremento del 13 % en términos comparables.

Burgos, sede de la fábrica internacional de productos capilares

La Fábrica Internacional de Productos Capilares de L'Oréal en Burgos es una de las más avanzadas del Grupo en todo el mundo y un auténtico referente en industria 4.0 sostenible. En materia medioambiental fue una de las primeras en alcanzar la neutralidad en emisiones de CO_2 en 2015, gracias a la puesta en marcha de una planta de biomasa que permite que toda la energía que consume sea 100 % renovable. La energía térmica producida es de 20.000 MWh al año y con ello, abastece de vapor, agua caliente, agua fría y electricidad a la fábrica. Con ello se cubre el 100 % de las necesidades energéticas en la fabricación y envasado de la fábrica, pero L'Oréal busca ir más allá y ser el km 0 del primer polígono azul.

Además, cuenta con 'Burgos Green Lines', un corredor sostenible para fomentar el transporte por tren y barco y evitar el transporte en aviones y camiones convencionales, estos últimos solo utilizados en el transporte la última milla; un secadero de fangos, que actualmente suponen la mitad de los residuos de la planta y que, haciendo uso de la energía solar, reduce a la mitad su tamaño necesitando mucho menos transporte y reduciendo el CO_2.

El centro es también todo un referente en su gestión del agua. En 2017 se convirtió en la 1ª "fábrica waterloop", que solo utiliza agua como materia prima y para el consumo humano gracias a un sistema de circuito cerrado que recupera y recicla el agua de su fase de producción.

España, sede de proyectos estratégicos

L'Oréal ha puesto en marcha este año en nuestro país dos proyectos de gran calado. El primero de ellos es eD2C, su 'Campus de Excelencia en D2C eCommerce', situado en su recién estrenada sede madrileña en Alcalá 546. Se trata de un centro de conocimiento tecnológico que ayuda a desarrollar nuevos perfiles tecnológicos, así como mejorar sus capacidades en ecommerce. Su creación responde a la ambición de la compañía por acelerar su capacidad en eCommerce, impulsando la experiencia offline y online del consumidor, manteniendo su liderazgo en las áreas de contenido, servicios y experiencias en las más de 100 websites de sus marcas en Europa. Además, impulsa las sinergias entre países, marcas y divisiones gracias a la centralización en un mismo equipo. eD2C cuenta ya con 34 especialistas digitales en su equipo.

Otro de los proyectos clave es Patio. L'Oréal también ha impulsado este 2023 la creación de Patio Innovation & Startups Campus, un ambicioso proyecto que nace con la vocación de ser el mayor campus de emprendimiento, innovación abierta y sostenibilidad de España. Abrirá sus puertas a finales de 2023 con un espacio de 2.300 metros cuadrados en pleno centro empresarial y financiero de Madrid.



Juan Alonso de Lomas, CEO L'Oréal España y Portugal



INICIATIVA EMPRESARIAL



DFACTORY BARCELONA

El DFactory Barcelona es la fábrica del futuro. Es el principal nodo de industria 4.0 del sur de Europa. Este edificio busca generar sinergias de colaboración, al ser un espacio de innovación abierto y un ecosistema basado en el talento y la inversión en tecnología, reuniendo a las grandes corporaciones empresariales, startups centros de innovación y laboratorios. El DFactory Barcelona aporta un ecosistema para facilitar la transformación digital de la industria europea; una unión de empresas tecnológicas que aportan soluciones digitales con empresas en proceso de transformación que buscan soluciones innovadoras y, además, reúne tecnologías punteras como robótica, sensórica, IA, ciberseguridad, impresión 3D o manufactura avanzada. El incansable afán del DFactory por la promoción de la tecnología como catalizador del desarrollo empresarial le han valido el reconocimiento a la Iniciativa Empresarial en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

DFactory Barcelona es un centro creado para desarrollar, trabajar y potenciar la industria 4.0. El CZFB promueve la creación de un ecosistema donde se disponen las tecnologías más innovadoras con el apoyo del mejor talento para desarrollar nuevas ideas. Para ello, el prestigioso estudio barcelonés TurullSørensen Arquitectos junto con PGI Torrella diseña un edificio inspirado en la tradición industrial del lugar, que facilite la relación entre personas y máquinas como el reflejo de la nueva industria.

Espacios y sistemas constructivos con criterios de innovación y sostenibilidad

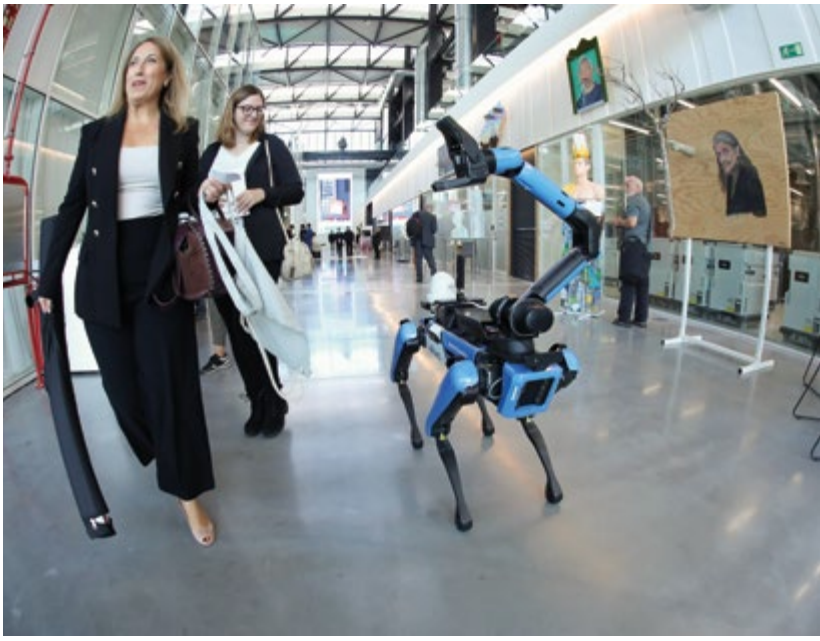
En los diferentes pisos se instalan las empresas, alrededor de un gran espacio central de producción y relación de personas, facilitando el desarrollo del conocimiento y las sinergias entre sus habitantes. Cuenta con cubiertas verdes, útiles y productoras de energía, ade-



más de con espacios interiores de gran dimensión y flexibilidad. También tiene a su vez un espacio donde las empresas se interrelacionan con facilidad.

El edificio cuenta con 17.000 metros cuadrados, con una planta de 80 metros de ancho por 20 metros de algo. Su ecosistema cuenta con una amplia variedad de espacios adaptados, desde puestos unipersonales, hasta instalaciones para equipos de hasta 100 trabajadores.

DFactory es un baluarte en cuanto a sostenibilidad se refiere, y es que el edificio cuenta con la prestigiosa certificación Leed Gold, gracias a medidas como su estructura de acero reutilizable, su cubierta con placas fotovoltaicas o el tratamiento de fachadas, que han aprovechado para usar las ventajas que el clima de la ciudad ofrece. La fachada sur, hecha con vidirio, crea una protección solar selectiva según la inclinación del sol, con el fin de reducir la energía en el consumo climático interior.



Apoyo mayoritario del tejido empresarial

Más de 30 compañías, entre las que se encuentran empresas prestigiosas como HP, NTT Data o Asisys, entre muchas otras, ya se han instalado en las instalaciones que ofrece DFactory Barcelona. En total, más de 500 personas trabajan diariamente en el edificio.

Las instalaciones han sido creadas con el fin de cumplir escrupulosamente con la Agenda 2030 marcada por las Naciones Unidas, de tal modo que la sostenibilidad es un eje vertebrador de este espacio para la innovación empresarial.

Además, DFactory Barcelona ya piensa en el futuro, y es que ya ha prevista una segunda fase de este ambicioso proyecto. En esta, está previsto añadir 72.000 metros cuadrados más, que ofrecerán un total de 1.500 puestos de trabajo directos y hasta 5.000 indirectos.

DFactory es el común denominador necesario para las compañías tecnológicas dedicadas a la sensórica, la Inteligencia Artificial, el Blockchain, la impresión 3D y la robótica. En definitiva, DFactory mira al futuro con el objetivo de hacerlo realidad en el presente



ESTRATEGIA EMPRESARIAL



CUPRA

CUPRA es la marca desafiante y alejada de lo convencional que combina emoción, electrificación y prestaciones para inspirar al mundo, demostrando que la sostenibilidad y la deportividad son una combinación perfecta. La firma española ha obtenido un magnífico crecimiento desde que se fundó hace cinco años. En 2022, fue la marca que más creció en España y Europa, gracias principalmente al gran éxito que ha obtenido con el Formentor. Este modelo fue el más vendido en renting en nuestro país el año pasado, el vehículo más buscado en Google durante ese año, y es el modelo más premiado en nuestro país. CUPRA tiene la ambición de ser, en 2030, una de las 100 mejores marcas globales y, para alcanzar este objetivo, también se está abriendo a nuevos mercados alrededor de todo el mundo. Por todo ello, recibe el galardón a la Estrategia Empresarial en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

CUPRA, la marca que más crece en España y Europa

CUPRA se engloba dentro de la compañía SEAT S.A. que, en la cuenta anual de resultados, anunció un gran crecimiento en el que ha alcanzado un volumen de negocio de 10.500 millones de euros. Es la segunda cifra más alta de su historia, pese a las adversidades a las que la industria del automóvil se enfrenta, en pleno proceso de transformación hacia el vehículo electrificado y tras las consecuencias del COVID, donde la escasez de semiconductores limitó la capacidad de producción global. La compañía anunció que en 2023 avanzará a plena velocidad en la electrificación de su fábrica de Martorell, Barcelona; y se prepara para la mayor ofensiva de producto CUPRA que comenzará en 2024. SEAT S.A. también dio un gran paso adelante hacia la electrificación con el compromiso, junto con el Grupo Volkswagen, PowerCo y los socios de Future: Fast Forward, de invertir 10.000 millones de euros para transformar España en un hub europeo del vehículo eléctrico. Así, en Sagunto (Valencia) ya se ha iniciado la construcción de la segunda gigafactoría de celdas de baterías de PowerCo, que iniciará la producción en 2026 y dará empleo directo a más de 3.000 personas en el futuro, además de hasta 30.000 puestos de trabajo indirectos.

Nuevos héroes para una nueva era

CUPRA está preparando su mayor ofensiva de producto. Así, la marca ya ha desvelado el Tavascan, el primer SUV 100% eléctrico que llegará en 2024 y que se sumará al Born, el primer vehículo eléctrico de la firma española. El CUPRA Tavascan representa el impulso del nuevo y atractivo lenguaje de diseño de la marca, y es uno de los primeros modelos europeos de producción en serie en iluminar su logo. Además, el habitáculo ofrece un increíble diseño disruptivo donde la espina dorsal de su salpicadero y la iluminación ambiental, generan una sensación de modernidad nunca vista. Estará disponible con dos versiones eléctricas, una de tracción trasera y 286 CV, y otra de tracción total con 340 CV; ofreciendo una autonomía de hasta 550 km, gracias a su batería de 77 kWh de capacidad neta.

Además, el año que viene llegará el CUPRA Terramar, el primer SUV electrificado de la marca, que incluirá en su gama motores de combustión y una nueva generación de sistemas de propulsión híbridos enchufables que ofrecerán alrededor de 100 kilómetros de autonomía en modo puramente eléctrico. Por último, en 2025 se lanzará el Raval, que será el primer vehículo eléctrico urbano de CUPRA. Este modelo llevará a la marca mucho más allá, por una parte, al aportar al mundo de los eléctricos un vehículo de diseño rebelde que trasladará grandes emociones al conducirlo y, por otro, porque será el primer modelo 100% eléctrico que se producirá en la fábrica de Martorell, y que democratizará la movilidad urbana sostenible.

La gama actual CUPRA la forman los siguientes modelos: CUPRA Born, un vehículo compacto 100 % eléctrico que ya es el segundo modelo más vendido de la marca en el mundo y, en lo que va de año, es el séptimo eléctrico en ventas en el mercado español; el CUPRA León, que se ofrece con opciones de gasolina de hasta 310 CV, dos variantes híbridas enchufables con etiqueta medioambiental CERO emisiones, y una versión micro híbrida que le otorga la etiqueta ECO y que se erige como la opción sostenible perfecta por su gran relación calidad-precio; el CUPRA Formentor, el modelo más vendido de la compañía hasta la fecha y que se ofrece con versiones de gasolina de entre 150 y 390 CV, dos híbridos enchufables, y también un motor diésel; y el CUPRA Ateca, un modelo único en su segmento, gracias al gran dinamismo que aporta y a unas increíbles prestaciones con su motor gasolina de 300 CV y tracción total.





SERVICIO AL CLIENTE



SERESCO

Seresco es una destacada compañía española especializada en soluciones de software y servicios en Tecnología de la Información y Comunicación (TIC). Con una sólida trayectoria desde su fundación en 1969 en Oviedo, Seresco ha expandido su presencia con centros de servicios en toda la Península, y expansiones internacionales en Portugal y Latinoamérica, ampliando su alcance global. Con 50 años de experiencia, está consolidada en la prestación de servicios en diversas áreas, incluyendo administración de personal y nómina, transformación digital, ciberseguridad y desarrollo de software, destacando especialmente por su enfoque centrado en el cliente, brindando soluciones personalizadas y garantizando su satisfacción en cada interacción. Es por esta eminente labor, centrada en ofrecer el mejor servicio personalizado en un entorno clave como es el desarrollo de la Transformación Digital, que Seresco ha sido galardonado con el premio Servicio al Cliente en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

Seresco es una empresa líder en el sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) que ha logrado establecer una sólida presencia tanto a nivel nacional como internacional. Con más de 2.200 clientes en su cartera, tanto en España como en el extranjero, Seresco ha demostrado su capacidad para brindar servicios de calidad y atención al cliente de primer nivel.

Con centros de servicios estratégicamente ubicados en Madrid, Barcelona, Oviedo, Vigo y Lisboa, Seresco ha expandido su alcance geográfico y ha establecido una presencia sólida en Latinoamérica, contando con cerca de 800 empleados entre todo el Grupo. Su enfoque en el crecimiento inorgánico y la expansión internacional se ha visto respaldado por la adquisición de dos compañías en el último año: ELO-SI en Portugal y SPW en España. Estas adquisiciones han permitido a Seresco ampliar su cartera de clientes y brindar servicios en países como Mozambique, Nigeria, Marruecos, Sudáfrica, Angola y Cabo Verde.

Uno de los puntos diferenciales de Seresco es su compromiso con la excelencia en el servicio al cliente. La empresa se destaca por su atención y soporte técnico de calidad, implementando un protocolo establecido que abarca desde la identificación de las necesidades y expectativas del cliente hasta la oferta final. Además, Seresco cuenta con un servicio garantizado de gestión de incidencias, resolución de problemas y gestión de cambios en la postventa, manteniendo un diálogo constante con los clientes y midiendo su satisfacción y experiencia.

A este respecto, Carlos Suárez nos compartía en el pasado número 330 de la revista Ejecutivos del mes de abril-mayo de 2023: "En Seresco, siempre hemos priorizado como valor principal al cliente a través de la calidad y el compromiso en la prestación del servicio, la seguridad y la accesibilidad en la relación". Añadía también a este respecto: "Nuestra responsabilidad social corporativa (Seresco) nos ha llevado a establecer procedimientos que regulan las relaciones con nuestros clientes en cuanto a la veracidad y fiabilidad de la información suministrada y atención a sus solicitudes, sugerencias y eventuales reclamaciones".

La ratio de fidelidad de los clientes es un testimonio de la confianza que han depositado en Seresco a lo largo de los años. La empresa se enorgullece de su constante innovación en productos y servicios, asegurando una solvencia técnica y buscando la creación de valor para sus clientes. Esto se refleja en áreas clave como la nómina y los recursos humanos, donde se ha mejorado continuamente su software de nómina *MILENA* para satisfacer las expectativas cambiantes de los clientes.

La compañía ha demostrado estar comprometida con la mejora continua, utilizando el *feedback* de los clientes, las encuestas de satisfacción y los planes de mejora para identificar áreas de crecimiento y tomar medidas correctivas. Esta dedicación a la excelencia en el servicio al cliente es un pilar fundamental en la cultura empresarial de Seresco y refleja su compromiso con la satisfacción de sus clientes.

"Seresco, como empresa decana dentro del sector tecnológico español, está liderando el proceso de transformación digital en nuestro país. Desde la compañía ayudamos a todos nuestros clientes a adaptar su cultura empresarial a las necesidades que demanda la sociedad de hoy en día. Ya no solo dotándolos del soporte tecnológico necesario, sino que les guiamos y aconsejamos basándonos en nuestra amplia experiencia en el sector", declara Carlos Suárez

Con su enfoque en la transformación digital, Seresco se posiciona como líder en el sector tecnológico español, brindando apoyo a sus clientes para adaptar sus culturas empresariales a las demandas actuales de la sociedad. Además de proporcionar el soporte tecnológico necesario, la empresa también ofrece orientación y consejos basados en su amplia experiencia en el sector. Esta combinación de conocimiento técnico y asesoramiento estratégico asegura que Seresco esté a la vanguardia de la transformación digital y continúe ofreciendo un servicio excepcional a sus clientes.





Carlos Suárez, consejero delegado de Seresco.



TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA



ESPRINET

Esprinet es un habilitador para el ecosistema tecnológico que, con una llamada profunda a la sostenibilidad social y medioambiental, favorece la tech democracy. Con una oferta completa de asesoría, ciberseguridad, servicios y productos de venta o alquiler a través de una amplia red de distribuidores profesionales, Esprinet es el Grupo líder del sur de Europa (Italia, España y Portugal), el cuarto de Europa y entre los diez primeros a nivel mundial. La visión del Grupo consiste en facilitar la vida a las personas y a las empresas, ampliando y simplificando la distribución y el funcionamiento de las tecnologías. Enabling your tech experience es el lema que resume la evolución de la empresa hacia un auténtico centro de servicios tecnológicos que permita el uso de la tecnología. Su innovación y desempeño le han hecho valedor del galardón a la Transferencia Tecnológica en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

El mayor portfolio de tecnología

El Grupo suministra más de 130.000 productos tecnológicos (entre los que se encuentran ordenadores, impresoras, accesorios, software, nube, centros de datos y ciberseguridad, smartphones, equipos de audio-vídeo, televisores, dispositivos para videojuegos, electrodomésticos, medios de movilidad eléctricos y mucho más) de más de 650 fabricantes a aproximadamente 31.000 revendedores, negocios y consumidores a través de modelos de venta autoservicio (plataforma de comercio electrónico de los mejores productos de su categoría y tiendas de venta al por mayor) y asistida (con fuerza de ventas e ingenieros de sistemas en el lugar).

Además de prestar servicios de venta al por mayor tradicionales (bulk breaking y crédito), Esprinet desempeña el papel de simplificador para el uso de la tecnología. El grupo ofrece, por ejemplo, una plataforma de comercio electrónico llave en mano para centenares de revendedores, la gestión en tienda para miles de puntos de venta al por menor, soluciones de pagos y financiación especializadas para la comunidad de revendedores, así como la generación de demanda por parte de los usuarios finales y análisis de big data a los principales productores y revendedores tecnológicos que cada vez externalizan más sus actividades de marketing.

Los servicios en la nube, el software de colaboración, los sistemas de videoconferencia, las infraestructuras informáti-

cas avanzadas y las soluciones de electrónica de consumo especializadas, como electrodomésticos conectados o plataformas de gaming, son nuevas áreas de crecimiento de valor añadido que alimentan un crecimiento futuro de los ingresos en el sector, mientras que los servicios logísticos y financieros, así como el modelo de venta para consumo, ofrecen más oportunidades de ampliación de los márgenes.

Impulsando la democracia tecnológica

Esprinet es un habilitador de ecosistemas tecnológicos que promueve la democracia tecnológica, con un profundo atractivo para la sostenibilidad social y ambiental. De esta manera el objetivo de su plan industrial 2022-2024 es crear las condiciones necesarias para que el grupo avance hacia un modelo de negocio que combine la distribución tradicional "transaccional" con un nuevo modelo de servicio para el ecosistema de vendedores y revendedores con los que opera y que lo posicionará con el tiempo como un verdadero "proveedor de servicios completos" para estos operadores, con perfiles de margen Ebitda de un orden de magnitud superior a los que se pueden obtener en la distribución tradicional. La evolución estratégica hacia un futuro papel de "proveedor de servicios completos" para el ecosistema de la distribución se centrará inicialmente en la entrada en el sector del alquiler operativo ("renting"). Esto funcionará en sinergia con la actividad tradicional de distribución del grupo, que seguirá siendo un componente esencial del modelo de negocio global.

Comprometidos con el territorio y la comunidad

Todos los días el Grupo ofrece un valor concreto para las personas y los inversores y se esfuerza por generar un impacto positivo en el territorio. Su compromiso es garantizar las últimas innovaciones en el mercado de las tecnologías de la información y electrónica de consumo, experiencia y servicio. Con su experiencia en el sector, contribuye a satisfacer las necesidades de información de los usuarios finales (empresas o particulares) gracias también a su red de distribuidores y fabricantes.

Esprinet trabaja, desde siempre, en estrecha colaboración con las empresas locales, reconociendo el valor del territorio como elemento distintivo en las decisiones sociales y medioambientales. Como Grupo está al servicio del territorio y de las comunidades locales: lleva a cabo, de manera concreta, iniciativas que transforman la tecnología en oportunidades para mejorar procesos, situaciones profesionales y reducir el impacto medioambiental.

Gracias también a la colaboración con asociaciones e instituciones, diseña e implementa proyectos en el ámbito de la sostenibilidad con el objetivo de aportar una contribución tangible y duradera tanto para la comunidad como para la empresa.
La omnipresencia de la tecnología y la necesidad de formas más rápidas y sencillas de proporcionar tecnologías cada vez más complejas y diversificadas a las personas y a las empresas abren el camino a posteriores mejoras en el sector de la distribución tecnológica.







E X C E L E N C I A T U R Í S T I C A



BALNEARIO DE MONDARIZ

150 años, un siglo y medio al servicio del cliente y del turista. Con una fecha tan marcada en el calendario, Balneario de Mondariz celebra su aniversario como baluarte del turismo termal en Galicia y España. Su casa de baños fue construida en 1880 y, a partir de ahí, el Gran Hotel rivalizó con los grandes balnearios de Baden-Baden, en Alemania, y Bath, en Londres. Sus aguas mineromedicinales fueron declaradas de utilidad pública por el Gobierno de España en 1873. Tras vivir con intensidad los tiempos que la historia ha marcado, el Balneario de Mondariz ofrece al turista toda clase de lujos, empezando por unas aguas termales únicas en España que son lugar de peregrinaje para aquellos turistas que buscan paz, tranquilidad y un turismo excepcional. Su excelente compromiso con el turismo y sus 150 años de dedicación al bienestar y a la salud han hecho que Balneario de Mondariz sea el ganador del premio a la Excelencia Turística en la XXXII edición de los premios Ejecutivos.

Balneario de Mondariz cumple 150 años dedicados a la salud termal y como referente europeo en el turismo de salud.

Una fecha, 16 de junio de 1873, marcada por la declaración de utilidad pública por el Gobierno de España, convirtió el destino gallego en la única villa termal española. Su casa de baños fue construida en 1880 y a partir de ahí el Gran Hotel rivalizó con los grandes balnearios de Baden-Baden, en Alemania, y Bath, en Londres. El nivel de los termalistas que acudían cada verano a Mondariz, llegó a convertir el Gran Hotel en un centro social, político y cultural internacional del que dieron cuenta Emilia Pardo Bazán, José Echegaray o Galdós en sus escritos; reuniones políticas entre las que destaca la celebrada, en agosto de 1929, por el jefe del Gobierno español, Miguel Primo de Rivera, y el primer ministro de Portugal, Arthur Ivens Feraz a los que se unió posteriormente el jovencísimo John Rockefeller III, heredero de la mayor fortuna de los Estados Unidos, son algunos de los ejemplos. El Balneario de

Mondariz está enclavado en el valle del río Tea, en plena naturaleza gallega. Reconocido por numerosos premios como el Mejor Balneario de España, cuenta con tres edificios históricos, un hotel de 194 habitaciones, el spa Palacio del Agua, un balneario a la carta y un campo de golf de 18 hoyos.

El termalismo tradicional ha dado paso en el siglo XXI a toda una industria turística gallega a partir del culto al cuerpo. Y es que las aguas mineromedicinales del Balneario de Mondariz por su composición bicarbonatadas, carbogaseosas y ferruginosas son únicas en España a la hora de luchar contra el envejecimiento, tanto a nivel físico como estético.



Mondariz, un agua con historia

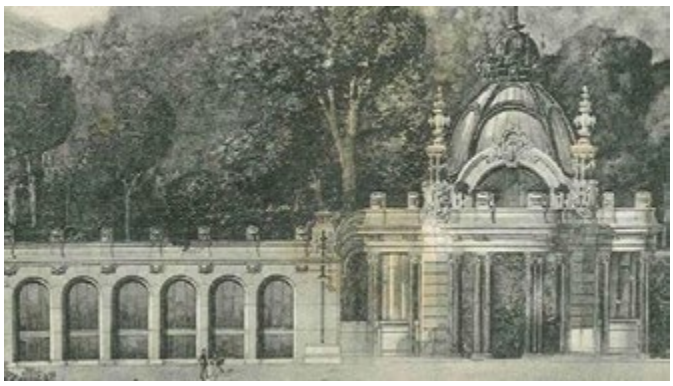
Mondariz, es un agua con historia que mantiene desde principios del siglo XX su propia marca de mesa, empezándose a embotellar cuatro años después, y que dio origen al municipio más pequeño del país. Una villa termal que continúa hoy en activo gracias a la recuperación de su actividad y de sus edificios por parte de un grupo de empresarios liderados por el coruñés Javier Solano Rodríguez-Losada, labor reconocida por los premios Mejor Balneario de España 2005 y 2006, Mejor Alojamiento de Galicia 2007 y Conde Nast Traveler, que lo destacó como Mejor Spa de España 2012. Numerosos reconocimientos de un proyecto humano que en 2015 recibió el Premio Nacional de Salud Ejecutivos por tres siglos de apoyo a la medicina natural, proyecto basado en el poder de las aguas mineromedicinales de la villa termal gallega.



Su casa de baños fue construida en 1880 y a partir de ahí el Gran Hotel. Una época de esplendor que ha dado paso a un centro moderno con un balneario a la carta, un circuito termal basado en la tradición Celta y el Palacio del Agua, un spa de 3.000 metros cuadrados de piscina interactiva y un campo de golf de 18 hoyos, así como una zona dedicada a los más pequeños, Mondariz Kids, para que ellos disfruten mientras sus padres descansan. Una gestión propia por parte de los propietarios que desarrollan varias líneas de negocio: hostelería, termal y golf.

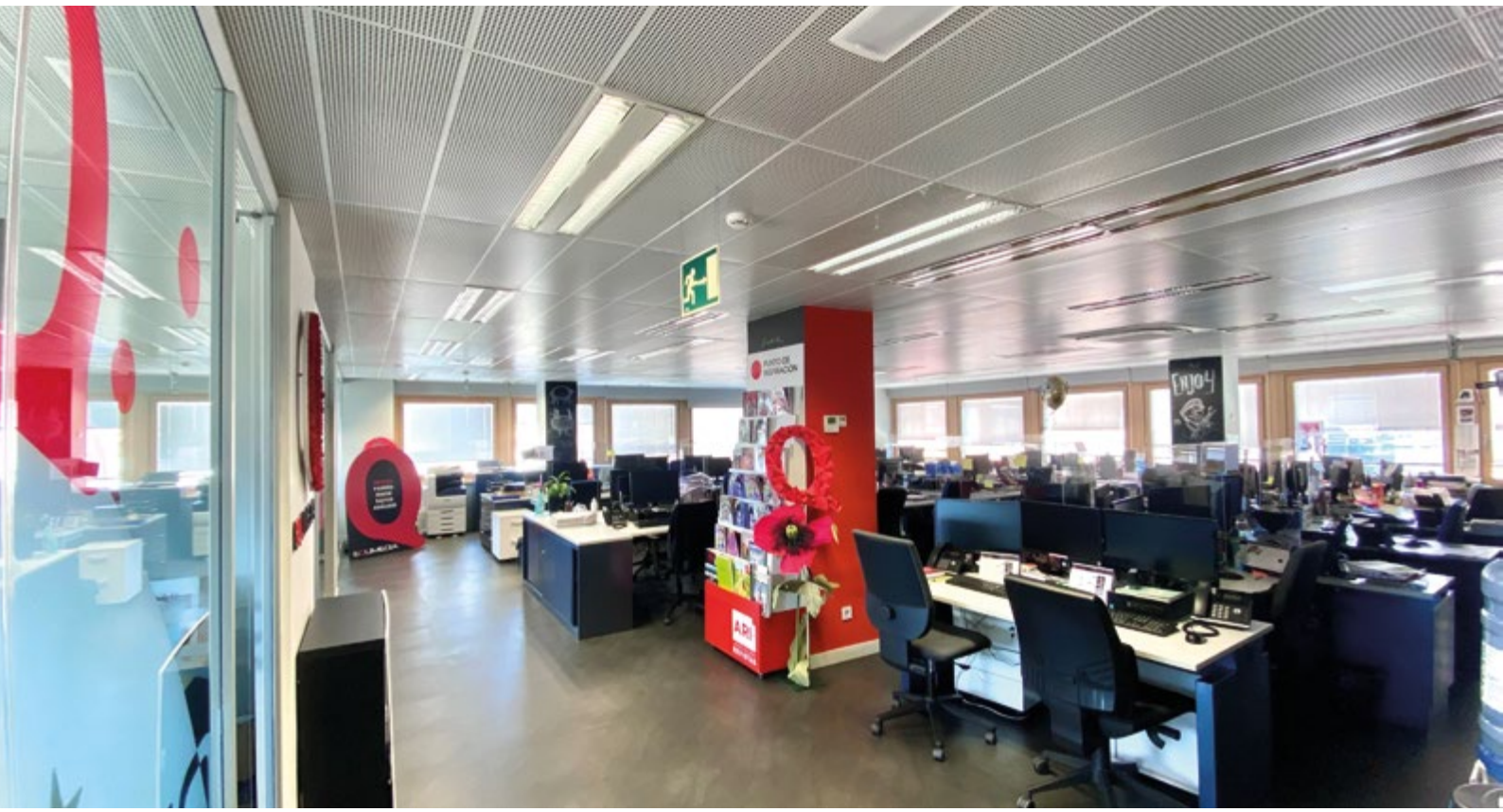
Galicia, tierra termal

Hablar de Galicia es hablar de la Tierra del Agua: mares, ríos y aguas mineromedicinales convierten el noroeste español en todo un destino de bienestar. que tiene en el termalismo una tradición centenaria que los hace únicos.



Y es que las aguas mineromedicinales del Balneario de Mondariz, por su composición bicarbonatadas, carbogaseosas y ferruginosas, son únicas en España a la hora de luchar contra el envejecimiento, tanto a nivel físico como estético. Una realidad recientemente destacada por un estudio realizado por hidrólogos que reconocen la calidad de las aguas termales pontevedresas y que tienen en esta villa termal la referencia del termalismo

A G E N C I A D E M E D I O S



EQUMEDIA

EQUMEDIA es la agencia de medios independiente referente en España y cuenta con un equipo de más de 65 profesionales que ofrecen servicios de Consultoría, Investigación y Planificación Estratégica, Negociación y Compra, Digital, Creatividad y Acciones Especiales. Además, está presente en más de 90 países a través de la Red de Agencias Internacional Local Planet y forma parte de Grupo ZERTEM, el primer grupo de comunicación publicitaria independiente de nuestro país. Gracias a su carácter independiente, sin compromiso con ningún soporte, cuenta la verdad del mercado de una manera honesta y totalmente transparente. La excelencia que demuestran en su trabajo cada día han hecho a EQUMEDIA merecedores del premio a la Agencia de Medios en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

EQUMEDIA combina dos significativos elementos que generan un valor incalculable para sus clientes y que otras agencias no son capaces de dar por su características: por un lado, un equipo profesional cuyas personas ponen todo su talento al servicio del cliente de manera comprometida y con experiencia altamente demostrada, ofreciendo un trato cercano y personalizado, con agilidad en la respuesta; y, por otro, sus unidades especializadas en distintas áreas de la Comunicación e Innovación que les permiten desarrollar e implementar acciones integradoras que vayan más allá de los medios tradicionales. Gracias a esta combinación, EQUMEDIA pone a disposición de sus clientes planes integrados de comunicación, y soluciones ad hoc en todos sus proyectos, colaborando en su desarrollo e implementación y activando sistemas de medición adaptados a sus necesidades.

Un servicio de comunicación integral con la mejor cobertura internacional

Con sede en Madrid, EQUMEDIA trabaja, desde sus inicios, para un amplio abanico de clientes: desde las administraciones públicas (como la Junta de Andalucía o el Ministerio de Trabajo y Economía Social, entre otros),

pasando por anunciantes directos en multitud de sectores (alimentación, salud, energía y sostenibilidad, ocio, automoción, transporte, viajes y turismo, seguros, finanzas...).

Su estrategia fundamental se basa en conseguir que cada anunciante y cada marca se sientan únicos, ofreciendo soluciones personalizadas con la visión innovadora de una agencia que se reinventa constantemente para seguir liderando el mercado. Por ello, desde comienzos de este año, trabaja en la elaboración de un panel de niñas de 13 a 18 años, de ámbito nacional, con la intención de contar con un tracking constante y periódico de un target que evoluciona muy rápido y del que apenas existe información actualizada en el mercado, para extraer datos de valor sobre este perfil y realizar estrategias más completas y adecuadas a este segmento.

Además, EQUMEDIA forma parte de la Red internacional Local Planet, que reúne a una selección de las más relevantes agencias independientes de medios en cada país ofreciendo las mejores soluciones personalizadas a nivel tecnológico y de gestión de datos.



José Luis de Rojas Toribio, presidente de EQUMEDIA.

El cliente, en el centro de su mundo

En 2022 EQUMEDIA ha sido reconocida como la cuarta agencia de medios con el mayor volumen de crecimiento de negocio en el mercado español, según el Informe de New Business Balance elaborado por RECMA, empresa de investigación independiente que evalúa a las agencias de medios en 70 mercados en todo el mundo. Todo ello gracias a la ampliación de su cartera de clientes entre los que destacan Loterías y Apuestas del Estado, la Escuela de Organización Industrial, Metro de Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Ministerio de Trabajo y Economía Social, Selae o la Generalitat Valenciana, entre otros.

Además, es la primera agencia en utilizar Adwatch, basado en la tecnología Blockchain, para la medición de campañas. Y, como fruto de sus servicios plenos de comunicación, elabora también soluciones integrales para muchos de sus clientes como Vespa, con quien ha trabajado en la creación, diseño, desarrollo y lanzamiento del talent show #VespaUrbanTalent para descubrir a los mejores talentos callejeros musicales a nivel nacional. También realiza distintas acciones out of the box como, por ejemplo, con Pacharán La Navarra y el lanzamiento de El Sorbico, la nueva costumbre para el tardeo tomando Pacharán La Navarra, lo que ha conseguido rejuvenecer la marca entre los jóvenes en todo el territorio nacional. O la labor que realiza con Grupo Palacios Alimentación, con quien desarrolla desde hace dos años Inimitables Palacios, el primer certamen llevado a cabo por la conocida marca de alimentación para buscar al mejor imitador amateur de nuestro país.

El propósito de EQUMEDIA, a corto y largo plazo, es continuar creciendo y crear nuevas unidades de negocio para ofrecer más servicios y nuevas soluciones a sus clientes, adaptadas a los nuevos tiempos y consumos.





R E C U R S O S H U M A N O S



EUROPASTRY

En 1987 Pere Gallés, panadero e hijo y nieto de panaderos, fundó Europastry. Hasta entonces había desarrollado la red de panaderías Molí Vell. Europastry nació a partir de una idea: buscar una fórmula para congelar la masa de pan, que mantuviera todas sus cualidades y entregarlo fresco al cliente. Y tras muchas pruebas la encontró. Se trataba de elaborar el pan de forma tradicional, permitiendo que las levaduras fermentasen, llevarlo a cocción hasta el 80% y después congelarlo. El cliente acabaría la cocción. En 1987 amplió el negocio a los mercados de restauración y distribución. Ese fue el origen de Europastry que logró convertirse en los Juegos Olímpicos de Barcelona del 92 en el pan del menú del mítico Dream Team. Hoy la empresa la dirige su hijo Jordi Gallés, que aprendió el oficio en el obrador familiar entre harinas y levaduras. Cristian Viladoms es el director de RR.HH. de la compañía. Su labor y la de su equipo han hecho que sean merecedores del premio de Recursos Humanos en la XXXII edición de los Premios Ejecutivos.

Europastry, de Barcelona al mundo. El punto de partida de la expansión nacional e internacional de la compañía data de 1987. La planta de pan precocido de Azuqueca de Henares (Guadalajara), marcó el inicio de la expansión en España. Cuatro años después, en 1999, con el lanzamiento de los Dots, Europastry abrió las puertas a múltiples mercados internacionales. Aunque la verdadera revolución llegó de la mano ese mismo año de la primera gama de bollería prefermentada, lista para descongelar y hornear en cualquier momento, una innovación sin precedentes a nivel europeo.

Nuevo siglo y nuevos horizontes

En 2002, la adquisición de la marca de masas congeladas Frida permitió a la compañía reforzarse. Y en 2005, con la creación de la gama de pan Gran Reserva, panes con triple fermentación y con masa madre, la empresa fijó un hito en el sector: asegurar la total trazabilidad de cada espiga, del campo a la mesa.

En paralelo, Europastry prosiguió su en Estados Unidos. De la mano de Wenner Bakery, la

comapía se especializó en la producción de los emblemáticos Knots del barrio de Queens de Nueva York y, más tarde, lanzaron al mercado la gama brioche Euroclassic.

En 2015 la empresa puso en marcha la planta de bollería prefermentada de Oldenzaal (Países Bajos) construida bajo exigentes criterios de sostenibilidad, donde elaboran los Dots y bollería para distribuir por todo el mundo. La lucha contra el cambio climático impulsó en 2020 a Europastry a liderar la transformación de la industria panadera utilizando Trigo Responsable y energía 100 % renovable.

Actualmente, una gran parte de los esfuerzos de la corporación están centrados en el crecimiento internacional. Un ejemplo de ello es la última adquisición de la División de Frozen American Bakery en Europa y Oriente Medio de Dawn Foods.

Cristian Viladoms lidera la división de RR.HH.

Cristian Viladoms es el actual Director de Recursos Humanos de Europastry, puesto que ocupa desde el año 2017. Es Licenciado en Derecho por la Universitat de Barcelona.

Desde siempre ha sido un apasionado de los Recursos Humanos, pasando por importantes compañías como Alliedsignal, Rockwell Automation, Yamaha Motor España o Alliance Health Care Spain, entre otras.

Su amplio bagaje en diferentes departamentos de Recursos Humanos le han permitido tener un conocimiento integral y generalista de todas las áreas de Recursos Humanos hasta llegar a Europastry. En la compañía ha avanzado en diferentes materias, como en Atracción del Talento, impulsando el branding de la compañía sobre todo en redes como Linkedin.

En materia de Management, Cristian ha modernizado el departamento de RRHH, impulsando el concepto HRBP alineado a negocio y mucho más cerca de sus clientes. Su labor en Compensation & Benefits destaca por la creación de las bandas salariales competitivas y la racionalización de la equidad interna, así como la gestión de los pactos de no competencia en puestos clave. Para retener el talento dentro de Europastry, Cristian Viladoms ha establecido relaciones con universidades y escuelas varias, así como la creación de diversos programas de atracción de talento.

Asimismo, en Relaciones Laborales, se ha mantenido una política de baja conflictividad y se ha implementado el entorno 'Compliance' y de canal de denuncias anónimo.





Cristian Viladoms, director de Recursos Humanos de Europastry.

S T A R T U P



SENNIORS

Senniors es una empresa que combina tecnología, atención personalizada y un enfoque preventivo y predictivo aplicado al cuidado de personas mayores y dependientes. Su principal objetivo es que puedan permanecer el mayor tiempo posible en sus hogares con la mayor calidad de vida. Con una visión eficiente, tanto en ingresos como en capacidad de apoyo al sistema sanitario y social, Senniors ya ha prestado más de 700.000 horas de cuidados a domicilio, ha generado más de 2.500 puestos de trabajo con contratos indefinidos y condiciones justas, y está trabajando con el sector público y las principales aseguradoras en España. Se convierte así en el partner de cuidados en casa de las personas mayores y dependientes. Su vocación por el bienestar de las personas ha llevado a Senniors a recibir el premio a la Startup del año en la XXXII Edición de los Premios Ejecutivos.

Alineada con las necesidades de la sociedad

A día de hoy, los ciudadanos valoran cada vez más las opciones de cuidados integrales a domicilio porque brindan la oportunidad de mantener su estilo de vida y el de sus familiares sin salir de su entorno. Senniors cubre esta necesidad y, a su vez, apoya al sistema sanitario reduciendo los ingresos hospitalarios. Una oferta de servicios asistenciales en casa 360º basada en el trato humano y asistida por la tecnología más avanzada del sector.

Senniors cuenta con el respaldo de inversores internacionales y nacionales. Terminó 2022 superando una exitosa ronda de financiación de 5,3 millones de euros en capital semilla liderada por el fondo americano SixThirty. El fondo español Sevenzonic también apostó por la startup junto con otros inversores internacionales. Además, Senniors cerró el año con una facturación bruta de más de 7 millones de euros. Con esto, la startup ya demuestra una trayectoria meteórica en el tejido empresarial español.

«Cuando en Sevenzonic decidimos apostar por Senniors pensamos que la solución que proporciona,

combinando tecnología y atención personalizada, es una gran respuesta a dos de los retos más importantes a los que se enfrenta nuestra sociedad: el demográfico, con un envejecimiento acelerado de la población que multiplica la necesidad de atención a las personas mayores, y el reto sanitario para la sostenibilidad del modelo de atención sanitaria y de residencias para mayores», afirma Ángel Cano, presidente de Sevenzonic y ex-CEO de BBVA. «Sólo la atención remota, la monitorización de los pacientes y su seguimiento con tecnología e inteligencia artificial, combinados con una atención personalizada, cercana y humana, permitirán a las personas mayores recibir la atención que requieren y merecen desde sus casas. Senniors proporciona simultáneamente una solución eficaz y, sobre todo, una experiencia cercana a la vez que eficiente desde el punto de vista económico y de capacidad para nuestro sistema sanitario y social, maximizando el uso de recursos y ayudas públicas a la dependencia», añade.

La revolución de la longevidad saludable

Mantener una buena calidad de vida a lo largo de los años sigue siendo un reto en todo el mundo. Según datos publicados por la Organización Mundial de la Salud, en España la esperanza de vida al nacer es de 83,5 años, pero a partir de los 65 perdemos calidad de vida. ¿Y si pudiéramos evitar este declive en el bienestar?

La ciencia dice que es posible y el punto de inflexión lo ponen nuestro estilo de vida y la adquisición de hábitos saludables. Para ayudar a las personas a conseguir este cambio, Senniors ha desarrollado Vitalidad+, el programa de Longevidad Saludable que une interacción personal con tecnología entrenada en los parámetros del bienestar senior. Está enfocado en personas a partir de los 60 años que quieren mantener su ritmo de vida y se desarrolla sobre los 4 Pilares del Bienestar: Actividad física, Nutrición, Sueño y Mindfulness.

Para alcanzar sus objetivos, cada usuario cuenta con un Coach de Longevidad que optimiza las rutinas semanales gracias al seguimiento de los datos que registra el ***wearable*** de Fitbit by Google, un dispositivo imprescindible para realizar el programa. Además, el Coach dispone de una herramienta de última generación: la Inteligencia Artificial Florence, especializada en Longevidad Saludable, que interpreta las métricas de los usuarios para pulir cada plan personalizado.

Un ecosistema de bienestar digital

Senniors ha desarrollado este innovador programa con la confianza de Google y la colaboración de Fitbit. Estos partners la han acompañado a formar parte del ecosistema de bienestar de la aseguradora Zurich, que propone un sistema de cuidado proactivo e integral en el que Vitalidad+ lidera la longevidad.

«Estamos muy orgullosos de este proyecto que nos ayuda a cuidar de las personas de manera proactiva. Con Vitalidad+ tenemos la oportunidad de poner la tecnología al servicio de las personas para mejorar su calidad de vida. Y hacerlo con socios de este calibre nos permitirá acercar la Longevidad Saludable a las personas como nunca se ha hecho en este país», expone Claudia Gómez, CEO y cofundadora de Senniors.

Junto con el programa de Longevidad Saludable, la startup ha desarrollado una App exclusiva para los suscriptores de Vitalidad+ con la que pueden acceder a sus rutinas completas, sesiones actuales y pendientes, recetas y actividades alternativas para que saquen el máximo partido a su experiencia. Y para eliminar la brecha digital, el Coach actúa de facilitador en el uso de la tecnología.

«Nuestra empresa es un negocio de personas para personas muy apoyado en la tecnología. En este sentido, rodearnos de un gran capital humano y profesional es clave en estas materias», concluye Claudia Gómez.



José De Diego Abad y Claudia Gómez Estefan, fundadores de Senniors.



GONÇALO NARCISO

Delegado de Relais & Châteaux para España y Portugal

Por David Cazallas

Fundada en 1954, Relais & Châteaux es una asociación de 580 hoteles y restaurantes excepcionales de todo el mundo, gestionados por empresas independientes, la mayoría de ellas familiares, todas ellas movidas por la pasión por su profesión y muy apegadas a la autenticidad de las relaciones que establecen con sus clientes. Los miembros de Relais & Châteaux tienen un profundo deseo de proteger, preservar y mejorar la riqueza y la diversidad de las tradiciones gastronómicas y hosteleras locales. Han llevado esta ambición, así como la de preservar el patrimonio local y el medioambiente, a través de un Manifiesto presentado en noviembre de 2014 a la Unesco. Gonçalo Narciso es el delegado de Relais & Châteaux para España y Portugal.

¿Qué balance hacen de este primer trimestre en el grupo? ¿Y para los establecimientos de España y Portugal?
El primer trimestre de este año ha sido extremadamente positivo a escala mundial para Relais & Châteaux. Ha habido un aumento significativo de la demanda y unas perspectivas prometedoras para los próximos meses en términos de reservas y de incorporación de nuevas propiedades a nuestra asociación. En mi delegación, que abarca España y Portugal, hemos dado una calurosa bienvenida a tres nuevas propiedades en España en febrero, y hay algunas más en proyecto.

No obstante, me gustaría subrayar que en Relais & Châteaux no nos centramos en la expansión cuantitativa, sino en la mejora de la calidad de nuestra asociación. Nos comprometemos a seleccionar propiedades que encajen perfectamente con nuestra visión, filosofía y valores. Este enfoque garantiza que las nuevas incorporaciones no sólo complementen nuestros establecimientos existentes, sino que también contribuyan al crecimiento sostenible de nuestra red.

¿Cuál es el elemento diferenciador de esta organización?
En mi opinión, si alguien busca una experiencia envolvente que abarque la esencia de un lugar, su patrimonio y su gastronomía, estoy seguro de que una de nuestras 580 propiedades puede ser una opción convincente. Cada hotel encierra una historia cautivadora entre sus paredes y ofrece un ambiente distinto que merece ser celebrado y explorado de todas las formas posibles. Además, creo firmemente que para aquellos que buscan algo excepcional y adaptado a sus preferencias individuales, donde la atención meticulosa al detalle y un servicio excepcional son primordiales, las propiedades Relais & Châteaux son los destinos definitivos. Son estas cualidades las que nos distinguen y nos hacen verdaderamente únicos.

El modelo Relais & Châteaux es único en el mundo. ¿Es la sostenibilidad la pieza clave para que la organización siga diferenciándose de sus competidores?
En efecto, el modelo Relais & Châteaux es un concepto único en el mundo de la hostelería. Aunque la sostenibilidad desempeña un papel importante en nuestra estrategia, no es el único factor que nos diferencia de la competencia. El compromiso de Relais & Châteaux

"EN RELAIS & CHÂTEAUX NOS COMPROMETEMOS A SELECCIONAR PROPIEDADES QUE ENCAJEN PERFECTAMENTE CON NUESTRA VISIÓN, FILOSOFÍA Y VALORES"

> “Relais & Châteaux es conocida por su meticulosa atención al detalle, su servicio personalizado, su excelencia culinaria y su dedicación a preservar el patrimonio cultural”

con la sostenibilidad se alinea con su visión, filosofía y valores más amplios.

Sin embargo, es importante señalar que la diferenciación de Relais & Châteaux también procede de otros factores. La asociación también es conocida por su meticulosa atención al detalle, su servicio personalizado, su excelencia culinaria y su dedicación a preservar el patrimonio cultural. La combinación de estos elementos, junto con sus iniciativas de sostenibilidad, contribuye a su continua diferenciación de la competencia.

2023 apunta a ser el año en el que dejaremos atrás definitivamente la crisis que provocó el coronavirus. ¿Qué ha cambiado en la organización a raíz de esta experiencia? ¿Es el turismo y la gastronomía más maduro tras este tremendo varapalo?

En términos de madurez, la crisis ha supuesto una oportunidad para que los sectores turístico y gastronómico reflexionen y evolucionen. Ha puesto de relieve la importancia de la sostenibilidad, el compromiso con la comunidad y la conservación del patrimonio cultural. El revés causado por la pandemia ha acelerado definitivamente la adopción por parte del sector de prácticas más sostenibles, así como una mayor atención al abastecimiento local y al apoyo a las empresas locales, que es algo que Relais & Châteaux siempre ha defendido.

Además, creemos que esta crisis ha provocado una mayor concienciación entre los viajeros sobre la importancia del turismo responsable y el valor de las experiencias culinarias auténticas. Esto podría conducir



a un enfoque más maduro de los viajes y las opciones gastronómicas en el futuro, con un énfasis en el apoyo a las empresas que dan prioridad a las prácticas éticas y sostenibles.

Y lo que es más importante, la crisis puso de relieve la importancia de la resistencia y la flexibilidad ante la adversidad, algo de lo que en Relais & Châteaux podemos decir con orgullo que unimos nuestras fuerzas como una familia y sacamos el máximo partido de unas circunstancias muy negativas.

¿Qué perspectivas manejan para la temporada de verano que está por venir en el mercado Ibérico?
Las propiedades de Relais & Châteaux en España y en Portugal prevén un aumento de la demanda durante el verano, sobre todo de viajeros internacionales que buscan experiencias de lujo y únicas, procedentes de mercados como Estados Unidos, Reino Unido, Francia, México y Brasil.
A medida que la confianza de los consumidores vuelve gradualmente tras el Covid, aumenta la demanda de experiencias exclusivas y personalizadas. Con un renovado interés por la salud, el bienestar y la sostenibilidad, Relais & Châteaux en España y Portugal se está adaptando para satisfacer las cambiantes necesidades de los viajeros de alto poder adquisitivo, posicionándose para una prometedora recuperación tras la pandemia.

Para finalizar, ¿cuáles son los retos que afrontará Relais & Châteaux durante los próximos años?
Debemos ser conscientes de que nuestro sector es susceptible a diversos factores externos, como los acontecimientos geopolíticos y las crisis de salud pública, por lo que es posible que tengamos que sortear la incertidumbre y adaptarnos a circunstancias imprevistas.

Además, en términos de sostenibilidad, equilibrar la oferta de lujo con iniciativas sostenibles manteniendo la rentabilidad puede requerir esfuerzos e inversiones constantes.

El mercado de la hostelería de lujo es muy competitivo. Relais & Châteaux se enfrenta a la creciente competencia de otras marcas de alta gama, establecimientos boutique y plataformas emergentes que ofrecen alojamientos únicos. Diferenciarnos mediante la sostenibilidad, un servicio excepcional y el mantenimiento de nuestra identidad de marca será crucial para mantenernos en cabeza.

Por último, atraer y retener a profesionales cualificados es un reto constante en el sector hotelero y, por ello, tendremos que centrarnos en fomentar un entorno de trabajo positivo y ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo para garantizar una plantilla de alta calidad y, lo que es más importante, retener el talento.



> “Nuestro sector es susceptible a diversos factores externos, como los acontecimientos geopolíticos y las crisis de salud pública”



ALEXIS SAADA

Director General de Crecimiento de Ardian Growth

Por Redacción Ejecutivos

Ardian Growth es un fondo de inversión que aterrizó en España en 2018, que se especializa en oportunidades donde la digitalización está transformando sectores del mercado, impulsando nuevos servicios y permitir formas innovadoras de entregar propuestas existentes. Cuenta con un equipo de 15 profesionales de la inversión con sede en París y Milán. Invierten en Francia, Italia, España, Alemania y los países del Benelux y organizan numerosos eventos de networking para emprendedores.

La actividad de Growth en Ardian lleva casi una década activa en España, habiendo realizado una primera inversión efectiva en 2017 y considerándolo un mercado clave para su estrategia de desarrollo. ¿Cómo ha evolucionado la cartera del fondo desde aquella primera inversión?

Ardian, así como la actividad y experiencia de Growth, tienen presencia en España desde hace mucho tiempo, cristalizando sus esfuerzos con una primera inversión a principios de 2017.

A lo largo de los años, la cartera de operaciones se ha desarrollado en un número cada vez mayor de países europeos. Entre ellos, las empresas con sede en España ofrecen con frecuencia oportunidades relevantes para el repertorio de Growth a través del flujo de operaciones propias e intermediadas del equipo.

"ESPAÑA CUENTA CON NUMEROSAS COMPAÑÍAS LÍDERES DE SU CATEGORÍA EN VARIOS SEGMENTOS DE CRECIMIENTO INTERESANTES"

En la actualidad, el equipo gestiona unos 1.000 millones de euros en activos y su cartera se compone de unas 25 empresas con sede en toda Europa y presencia global.

En España están sobre todo presentes dentro de tres compañías, Logalty, Mobius Group y T2O Media, cada una en mercados totalmente distintos. ¿Cuál es el potencial real de España para seguir atrayendo capital inversor desde su perspectiva?
En primer lugar, señalemos que estas tres empresas están esencialmente impulsadas por la *"grey matter"*, un criterio común en todas nuestras inversiones de Growth y, aunque pueden servir a diferentes mercados finales, todas ofrecen algún tipo de servicios B2B tecnológicos a sus clientes. También tienen en común un historial consolidado de crecimiento y rentabilidad. En pocas palabras, están dirigidas por empresarios y directivos experimentados que aúnan capital humano y crecimiento rentable, algo característico de Growth en Ardian.

Por otro lado, España cuenta numerosas compañías líderes de su categoría en varios segmentos de crecimiento interesantes, la mayoría de los cuales ofrecen potencial para el despliegue internacional, el crecimiento externo y otras palancas de desarrollo. Estas son y seguirán siendo oportunidades atractivas en las que podemos aportar un valor añadido transformador como socio de capital.

¿Qué otras actividades están desarrollando el fondo dentro de España? ¿Hacia qué mercados planean dirigirse?
Growth cuenta con una amplia trayectoria en empresas rentables de rápido crecimiento, con una experiencia única en sectores digitales o digitalizados (proveedores de software y servicios, empresas basadas en ámbito web, servicios tecnológicos, etc.). Estos sectores abarcan ya muchos de los mayores mercados de M&A del mundo.

El equipo también ha aprovechado progresivamente esos conocimientos para entrar en mercados más tradicionales que se encuentran en un momento de transformación digital y, más ampliamente, en sectores impulsados por tendencias de crecimiento favorables, como industrias que ofrece servicios innovadores, así como la atención sanitaria y el bienestar.

"Growth cuenta con una amplia trayectoria en empresas rentables de rápido crecimiento, con una experiencia única en sectores digitales o digitalizados (proveedores de software y servicios, empresas basadas en ámbito web, servicios tecnológicos, etc.)"

Desde su experiencia en París, ¿qué ventajas ofrece el mercado español frente al de sus homólogos europeos?
El mercado español ofrece solidez y un acceso privilegiado no sólo a América Latina, sino también al continente americano, habida cuenta de la enorme comunidad hispanohablante radicada en Estados Unidos. También dispone de un capital humano altamente cualificado y competitivo, así como lugares atractivos para incorporar a talentos internacionales expertos en tecnología.

En esta misma línea, España también ha construido una red de emprendedores e inversores especializados, creando un ecosistema dinámico para empresas innovadoras que sigue creciendo y evolucionando.

¿Cómo se presenta 2023 para la actividad de Growth en el sur de Europa?
Ante todo, trabajamos activamente en el desarrollo de las empresas de nuestra cartera. Lo hacemos con un trabajo muy cercano a los directivos, tratando de añadir valor a los desarrollos en curso, tanto orgánicamente (contrataciones clave, nuevas geografías y actividades,...) como a través de estrategias de consolidación. Hemos ayudado a nuestras empresas de cartera en el sur de Europa a adquirir 11 objetivos en los últimos tres años.

También seguimos de cerca todas las oportunidades de inversión por cuenta propia e interactuamos activamente con socios locales de Ardian, banqueros de inversión e intermediarios para tener un conocimiento adecuado sobre los próximos lanzamientos de transacciones que podrían ser relevantes para la firma.

En resumen, ¡nos mantenemos ocupados!



GERARD SELLÀRES

Area Manager de Dott en España

Por A. R. D.V.

Dott es una de las empresas de patinetes compartidos que acaban de empezar a operar en Madrid. El Ayuntamiento ha reducido las licencias y establecido nuevas normas más severas para lograr una micromovilidad segura y que conviva con los ciudadanos. Hablamos con Gerard Sellàres, Area Manager de Dott en España, sobre la nueva era de la ciudad de Madrid y el futuro del sector y este vehículo en nuestro país

El patinete eléctrico es uno de los vehículos que más protagonismo está cogiendo dentro de las grandes ciudades españolas. ¿Cuál es la propuesta de Dott para fomentar la movilidad sostenible en Madrid con su flota de patinetes eléctricos compartidos?
La sostenibilidad está en el centro de nuestro negocio, y nuestro objetivo es ayudar a liberar a las ciudades de la contaminación y la congestión del tráfico. Nuestra propuesta para los madrileños es ofrecer una alternativa atractiva y competitiva a los desplazamientos en coche. Con precios comparables a los del metro, y mediante la integración de nuestro servicio con el transporte público mediante la app Madrid 360, que fomenta la multimodalidad, estamos ofreciendo una solución sostenible a los habitantes de las ciudades en las que operamos, como Madrid.

Una de sus principales características es que Dott apuesta por la tarifa fija frente a la variable por minutos que impera en este tipo de vehículos. ¿Qué ventajas ofrece al respecto? ¿No afectará a los márgenes de rentabilidad?
Nuestros precios están diseñados para el uso diario y habitual y son competitivos frente a otros métodos de transporte masivos como el Metro de Madrid. El precio estándar es de 1,50 euros por viaje (con un "abono" mensual de 4,99 euros) o de 3 euros sin dicho "abo-

"NUESTRO OBJETIVO EN MADRID ES ESTABLECER UN SERVICIO ASEQUIBLE Y FIABLE"

no". Con este sistema eliminamos los costes variables inesperados y se anima a los usuarios a viajar con seguridad, ya que llegar antes no significa ahorrar dinero. Estamos probando este nuevo modelo de precios en Madrid de manera inicial para ver cómo responden los usuarios y siempre buscamos nuevos formatos y tarifas sean competitivas en el mercado.

Una de las claves de este tipo de vehículos suele ser la adecuación de los mismos a las normas de la seguridad vial. ¿Cómo de conscientes son los usuarios acerca de las normas de seguridad vial en la actualidad?

En nuestros patinetes contamos con una serie de medidas para reducir el la peligrosidad de nuestros vehículos y conseguir un movilidad segura: límites de velocidad en todos los vehículos, placas de matrícula en cada patinete (lo que facilita a las autoridades la identificación de la conducción ilegal), velocidades aún más limitadas en zonas muy transitadas, además de medidas de concienciación y formación como el aprendizaje electrónico en nuestra aplicación, que recuerda a los conductores las normas de circulación locales.

En general, consideramos que los madrileños quieren una movilidad ordenada y que permita la convivencia de la ciudad, y tras unos años de ajustes estamos consiguiendo un sistema más consciente por parte de usuarios, empresas e instituciones.

¿Qué incentivos ofrece Dott respecto a sus competidores dentro de Madrid?

Como ya hemos mencionado, ofrecemos precios fijos y competitivos para que los usuarios se olviden de las prisas. Dott es un operador con presencia en buena parte de Europa, y estamos demostrando nuestro compromiso con Madrid con una inversión de tres millones de euros en la ciudad. Actuamos utilizando un modelo de gestión y mantenimiento interno, lo que garantiza que ofrecemos un servicio más fiable a nuestros usuarios.

¿Qué expectativas tienen para el medio plazo dentro de Madrid? ¿Hay planes para algún tipo de expansión internacional?

Nuestro objetivo en Madrid es establecer un servicio asequible y fiable, pensado para el uso diario e integrarnos en la vida de los madrileños. A nivel de negocio, planeamos ampliar nuestros mercados actuales, ya que siempre estamos buscando nuevas oportunidades para ayudar a las ciudades a reducir la contaminación y mejorar su movilidad urbana.



“CHIPPIO ES LA PRIMERA COMERCIALIZADORA DE LUZ QUE OFRECE EN ESPAÑA EL SERVICIO SMART CHARGING”



Chippio es una compañía energética totalmente digital que opera en España. De origen escandinavo, la startup ha importado a España una misión: dotar de transparencia y honestidad al mercado eléctrico. A través de la tecnología más innovadora, Chippio permite el control del consumo eléctrico y ofrece autonomía a los consumidores. Asimismo, en su compromiso por la transparencia, el ahorro y sostenibilidad, la compañía ofrece energía verde al precio de coste marcado por el mercado y apuesta por nuevos servicios que permitan democratizar el sector eléctrico.

El vehículo eléctrico es el futuro en cuanto a movilidad sostenible. ¿Cómo contribuye el servicio Smart Charging de Chippio a la sostenibilidad y al uso de energía verde?

El modelo de negocio de Chippio hace que no ganemos más si nuestros clientes consumen más, al cobrar una única cuota mensual. Esto nos legitimiza para intentar que los hogares españoles racionalicen su consumo de manera sostenible, tomen el control de su factura de la luz y puedan ahorrar. Para ello les dotamos de herramientas como nuestra app, donde pueden consultar información sobre su consumo o precios y consultar su factura de luz de manera transparente, no como en las facturas tradicionales. Otra vía fundamental para este objetivo es Smart Charging, que promueve el consumo en horas de menor demanda, donde el mix de renovables suele tener mayor presencia.

POL BRAU

Responsable de Crecimiento y Desarrollo de Chippio

Por Redacción Ejecutivos

2022 pasará a la historia como uno de los más caros en cuanto al precio de la electricidad. ¿Cómo ha afectado esto al mercado de coches eléctricos desde su perspectiva?
Es importante aclarar que los elevados precios alcanzados en 2022 se debieron en gran parte a una serie de circunstancias extraordinarias, como la subida del precio del gas.

La situación ahora es diferente. Hemos entrado en una etapa de bajada de precios de la luz, y se espera que esto continúe siendo así, exceptuando las subidas comunes en épocas de mayor demanda. Las previsiones indican que el vehículo eléctrico se convertirá en un elemento central de nuestras vidas a medio plazo, más tras medidas como la prohibición de la venta de vehículos de combustión más allá de 2035. Un informe del OBS Business School muestra que a finales de 2022 ya supera las 300.000 unidades según ANFAC, la cifra está lejos de los más de 500.000 coches de energía alternativa que deberían venderse anualmente en España, si bien esperamos que el empuje de la sostenibilidad y la transición energética contribuyan a una mayor adopción.

¿Cómo está evolucionando el mercado de la energía eléctrica en España en términos de competencia y precios?
Las expectativas son positivas. La reciente prórroga de la Excepción Ibérica hasta finales de año reduce de forma considerable la incertidumbre que provocaba la situación del gas. Esto en principio debería propiciar una cierta estabilidad en los precios, que además se están viendo apoyados por un aumento del mix de renovables, que en periodos de eolicidad y buena climatología aumentan su producción.

Ambos factores (la extensión de la Excepción Ibérica y el escenario propicio para las renovables) hacen tener un pronóstico positivo para el precio de la luz a corto e incluso a mediano plazo, dejando de lado los aumentos propios de las estaciones del año donde hay un mayor consumo, como ocurre en los meses de verano.

> "El modelo de negocio de Chippio hace que no ganemos más si nuestros clientes consumen más, al cobrar una única cuota mensual"

> "La app de Chippio conoce los precios de la electricidad para cada hora con antelación y planifica la carga del vehículo eléctrico para que tu coche se cargue al menor coste posible"

Una parte importante de la adopción del vehículo eléctrico es precisamente la educación y conocimiento de los consumidores para que no lo vean como un gasto excesivo. ¿Qué estrategias está implementando Chippio para informar y educar a los consumidores sobre la importancia de la carga?
En Chippio intentamos siempre transmitir conocimientos sobre el mercado eléctrico para que nuestros usuarios estén informados, ya sea sobre el sector en sí, las distintas tarifas disponibles o el mercado del vehículo eléctrico. Creemos firmemente que lo mejor es contar con consumidores informados, puesto que así pueden tomar mejores decisiones para su bienestar.

Solemos hacer este trabajo a través de nuestro blog o por email, tratando de explicar las cosas de la forma más cercana posible, desmitificando algunos temas y resolviendo algunas de las confusiones más comunes.

¿Qué características diferenciales tiene el servicio Smart Charging de Chippio en comparación con otros servicios similares en España?
Chippio es la primera comercializadora de luz que ofrece en España el servicio Smart Charging, que automatiza de manera inteligente la carga de vehículo eléctrico durante las horas de luz más baratas. La app de Chippio conoce los precios de la electricidad para cada hora con antelación y planifica la carga del vehículo eléctrico para que tu coche se cargue al menor coste posible. Es totalmente automático y digital, y el usuario tan solo tiene que seleccionar la hora a la que desea tener el coche listo. El ahorro económico por usar Smart Charging puede llegar a ser del 50 % en cada carga.

¿Qué expectativas tienen a medio plazo para la implementación de su sistema dentro de España?
Nosotros estamos centrados en perfeccionar el funcionamiento de nuestra app y sus servicios, y estamos en una constante búsqueda de nuevas soluciones y herramientas que optimicen la experiencia del usuario, siempre en pro de un consumo racional y sostenible que nos haga la vida más fácil. Queremos dar el control de la factura de la luz a los hogares españoles, y esto nos impulsa a mejorar constantemente.

Quirónsalud, comprometido con la salud de sus pacientes y la del planeta





La salud del planeta es esencial para la salud de las personas. Por eso, en 2016 Quirónsalud se convirtió en el primer grupo hospitalario español en adherirse en calidad de socio a la Red Española Pacto Mundial de Naciones Unidas y, actualmente, su actividad está alineada con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), siendo conscientes de su capacidad para impactar positivamente en la construcción de un mundo más sostenible.

Como parte de su estrategia medioambiental, el Grupo trabaja para minimizar el impacto de sus residuos y fomentar la ecoeficiencia mediante el uso racional de los recursos naturales y el apoyo firme en la lucha contra el cambio climático. Asimismo, para Quirónsalud la eficiencia energética es una prioridad con el objetivo de reducir progresivamente las emisiones de Gases de Efecto Invernadero a la atmósfera, para lo que se están implantando diferentes iniciativas en todos sus centros que ayuden al uso eficiente de energía, que van desde la iluminación eficiente con uso de tecnología LED, gestión de la climatización, sistemas eficientes de uso de agua, hasta la educación y concienciación de las personas que trabajan en la compañía.

En 2016, Quirónsalud se convirtió en el primer grupo hospitalario español en adherirse en calidad de socio a la Red Española Pacto Mundial de Naciones Unidas y, actualmente, su actividad está alineada con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En ese sentido, recientemente Quirónsalud ha puesto en marcha un plan de instalaciones fotovoltaicas en sus hospitales con el objetivo de reducir su huella de carbono. Actualmente se han instalado más de 10.000 placas en más de 20 centros, la mayoría sobre las cubiertas de los mismos, a partir de las cuales puede obtener 6,8 GWh de energía anual, lo que se traduce en una reducción de su huella de carbono en más de 1.700 TCO_2. Asimismo, cuenta con tres instalaciones de microgeneración que producen energía eléctrica y térmica, 9 instalaciones de energía solar térmica, y dos plantas de producción térmica con Biomasa. De igual modo, se ha instalado un sistema de control energético que permitirá monitorizar y controlar de forma centralizada tanto las instalaciones de climatización como la energía generada y consumida en todos los centros.

Asimismo, la metodología en gestión ambiental forma parte de los hospitales del grupo, como demuestra que la mayoría cuentan con el certificado en sistema de gestión ambiental basado en la norma ISO 14.001, y 10

tienen la certificación ISO 50.001, la principal certificación en materia energética que garantiza que cuentan con un sistema de gestión de la energía eficiente, que reduce el consumo de energía y el impacto medioambiental. Porque para Quirónsalud, la responsabilidad social, la sostenibilidad y el cuidado por la salud del planeta solo se entienden como algo intrínseco a su actividad.

Quirónsalud ha puesto en marcha un plan de instalaciones fotovoltaicas en sus hospitales con el objetivo de reducir su huella de carbono



El proyecto MAS+, Medio Ambiente y Salud, de la Fundación Jiménez Díaz, prioriza las acciones médicas para reducir el impacto de la asistencia sanitaria sobre el medioambiente

Medioambiente y salud son dos ámbitos indiscutiblemente ligados, tanto afortunada como desafortunadamente. Así, el cambio climático y la contaminación conllevan una mayor incidencia o agravamiento de determinadas enfermedades, sobre todo las crónicas, infecciosas, respiratorias y cardiovasculares; mientras que, por el contrario, todas las acciones que llevemos a cabo para revertir este proceso mejoran la salud de la población. Pero también es cierto que la huella climática que genera el sector de la salud equivale al 4,4 % de las emisiones globales netas; un porcentaje que se mantiene similar tanto a nivel europeo como nacional, y que representa las emisiones anuales de 514 centrales eléctricas de carbón; o lo que es lo mismo: si el sector de la salud fuese un país, sería el quinto productor de huella de carbono del mundo.

La contribución del sector salud a las emisiones de gases de efecto invernadero se estima en un 71 %, tanto por el consumo de la cadena de suministro, como por la producción, transporte y disposición de servicios como los productos farmacéuticos, los alimentos o los dispositivos médicos, correspondiendo un 17 % del citado porcentaje a las emisiones directas de los hospitales.

Este es el escenario que llevó a la Fundación Jiménez Díaz, hace dos años, a adherirse a la declaración de emergencia climática para concienciar de la necesidad de poner en marcha un modelo sostenible y con amplia repercusión que ayude a disminuir la huella de carbono, y que concretó con su particular aportación: la puesta en marcha del programa MAS+, MedioAmbiente y Salud, dirigido a diseñar y desarrollar iniciativas en distintos ámbitos de la actividad del hospital para la reducir el impacto sobre el medioambiente generado por la asistencia sanitaria.

"Esta declaración por parte del hospital supone, por una parte, el reconocimiento de que el cambio climático afecta a la salud de la población y, por otra, un acto de responsabilidad, tanto de la institución como de su personal, para ser los primeros en abogar y contribuir a mejorar el cambio climático y así proteger la salud de nuestros pacientes", explica el Dr. Felipe Villar Álvarez, jefe asociado del Servicio de Neumología en el hospital madrileño y principal promotor de la iniciativa.

Por eso, el proyecto estableció tres áreas de trabajo en las que ha avanzado desde su presentación: la implementación de sistemas sostenibles de energía y mejoras en el uso de recursos energéticos; la promoción de iniciativas de concienciación y formación que han permitido confirmar la sensibilidad de los trabajadores del hospital para seguir contribuyendo de manera individual y colectiva en la mejora del medio ambiente; y el desarrollo de acciones como la mejora del uso de gases anestésicos e inhaladores, la aplicación de protocolos de reciclado, los esfuerzos en investigación, y la promoción de la digitalización de los procesos y de las acciones médicas no presenciales.



MARÍA RITTER

Directora de Guía Repsol

Por David Cazallas

La Guía Repsol, llamada hasta 2008 Guía Campsa, nació en 1979 como una guía turística española encargada de proponer a los viajeros más intrépidos rutas e itinerarios por España, además de ofrecer información de carácter turístico y gastronómico. Es justo la gastronomía la rama que más ha crecido en las últimas décadas en Guía Repsol, impulsada en gran medida por la excelencia culinaria alcanzada en nuestro país, junto con el florecimiento de multitud de establecimientos y la profesionalización y cualificación del sector.

Prueba de ello es la calificación Soles Guía Repsol para establecimientos que profesan la alta cocina, así como los Soletes, una distinción más especial para esos lugares que llenan de sabor y buenos momentos nuestro día a día, ya sean bares, restaurantes, chiringuitos, heladerías, cafeterías o áreas de servicio. Hablamos con María Ritter (Bogotá, 1974), directora de Guía Repsol y con más de 20 años de dedicación a la compañía.

Guía Repsol es el faro de la gastronomía y la hostelería nacional. ¿Cómo es la situación actual de estos sectores esenciales para la economía española?
La gastronomía y el sector está viviendo uno de sus mejores momentos. Cada vez hay más aperturas y nuevos proyectos gastronómicos y lo habitual es intentar reservar y que nos digan que no hay mesa. Esto significa que la cocina nos llena en muchos sentidos y por eso la gente tiene tantas ganas de sentarse a probar platos y de socializar.

Lo que está pasando en España a nivel gastronómico es imparable. Las dos últimas revoluciones gastronómicas, se han dado en este país. Ahora tenemos que integrarla más en el modelo turístico para que la gente no vea solo sol y playa sino también buena gastronomía y sofisticación.

La guía que dirige es un referente en el mundo *gastro*. ¿Son conscientes del potencial que tienen como dinamizador del turismo gastronómico?
Guía Repsol quiere ante todo trabajar en crear una gran comunidad gastronómica española, así como ser un sello de calidad de la Marca España. Creo que ahí es donde la guía puede aportar muchísimo. Llevamos más de cuatro décadas al lado del viajero y queremos seguir estándolo, proponiéndole siempre los mejores planes, las mejores rutas, sitios para comer, etcétera.

2023 ha llegado con 101 nuevos Soles Guía Repsol. ¿Estamos ante la edad de oro de la gastronomía en nuestras fronteras?
Este listado refleja el vigor de la cocina española, con constantes aperturas y salas repletas de comensales deseosos de disfrutar y aprovechar el momento y eso ha hecho posible que en 2023 contemos 101 novedades: dos nuevos Tres Soles, 18 Dos Soles y 81 Un Sol.

“Ahora valoramos más el hecho de viajar y disfrutar de una experiencia alrededor de una mesa”

Para nosotros el talento en las cocinas españolas ha superado este año todas las expectativas y creemos que se mantendrá así en los próximos años. Nuevas aperturas en pueblos y ciudades, salas repletas de comensales, con largas listas de espera que antes eran exclusivas de los Tres Soles Guía Repsol y que ahora se han generalizado. Un excelente momento de la gastronomía nacional.

¿Qué ha cambiado en el sector tras el Covid? ¿Es la gastronomía y el turismo más maduro tras este tremendo varapalo?

La pandemia ha sido un catalizador para que el disfrute, el pasártelo bien, el darte mimos, muchas veces a través de una buena comida con amigos, se haya convertido en el posicionamiento número uno de la de la gente, reforzado por la cultura que tenemos en este país, donde somos muy ‘disfrutones’. Eso se ha visto reflejando en las ganas de viajar, en las ganas de ir a restaurantes, sitios con listas de espera de semanas, destinos con hoteles con una ocupación de casi al 100 %, etc. Ahora valoramos más el hecho de viajar y disfrutar de una experiencia alrededor de una mesa.



Recientemente han sacado la app de Guía Repsol, para que el usuario pueda consultar los restaurantes recomendados y con sol/soles que hay en su trayecto. ¿Qué beneficios traerá a los usuarios su nueva app?

En estos 44 años de Guía Repsol ha sido una prioridad señalar la ruta por las carreteras que conducen a maravillosas experiencias alrededor de una mesa. De la guantera pasamos al móvil para que el viajero pueda, a golpe de clic, encontrar los mejores Soles y Soletes.

A través de un potente buscador y con un preciso geolocalizador, respondemos a las necesidades concretas del usuario ofreciéndole los mejores sitios alrededor para comer, cenar, tomar un café, etc. Además, puedes guardarte y compartir las rutas, tienes acceso a reportajes y a mucha información para disfrutar de la gastronomía y del turismo.

Nuevos tiempos demandan nuevas formas de entender el mundo. Cuéntenos en qué consisten los Soles Sostenibles.

Los premios Sol Sostenible son un reconocimiento al esfuerzo y compromiso de los restaurantes con la sostenibilidad, en los ámbitos del cambio climático y producto. Los candidatos al Sol Sostenible pertenecen al universo de Guía Repsol, por lo que cada edición cuenta con cuatro reconocimientos, correspondiente a las distintas categorías: Tres Soles, Dos Soles, Un Sol y Recomendado.

Con esto queremos poner de manifiesto que no solo los grandes proyectos gastronómicos pueden ser sostenibles. Cada modelo de negocio tiene capacidad de adoptar medidas que suman en el compromiso con la sostenibilidad y deben ser incentivadas.

Para Repsol la sostenibilidad es clave y estamos totalmente implicados como compañía. Somos la primera compañía del sector en fijarnos el objetivo cero emisiones netas en 2050 y por eso, desde Repsol y Guía Repsol, hemos puesto foco en la gastronomía sostenible y en los proyectos que contribuyen a reducir el impacto medioambiental, que fomentan el trabajo conjunto con productores de cercanía y abogan por la sostenibilidad en su planteamiento de negocio.

Por último, ¿qué perspectivas manejan para la temporada de verano que está por venir?

Creo que vamos a ver más gente que nunca, con más ganas de salir a la calle y de disfrutar. En Guía Repsol somos expertos en observar las tendencias y los hábitos de los comensales y lo que estamos observando es que España como destino turístico y gastronómico está más que afianzado e incluso, está dando un paso más, e intentando posicionarse incluyendo la gastronomía dentro del modelo turístico.

Impulsando la excelencia científica

Fundación “la Caixa” concede 105 becas de doctorado y posdoctorado

La Fundación “la Caixa” ha demostrado una vez más su compromiso con la investigación y el desarrollo científico al otorgar 105 nuevas becas de doctorado y posdoctorado a destacados investigadores. Estas becas ofrecen a jóvenes talentos la oportunidad de llevar a cabo sus proyectos en reconocidas universidades y centros de investigación en España y Portugal. Además, tienen como objetivo atraer a investigadores extranjeros y fomentar la colaboración internacional. A través de estas convocatorias, la Fundación “la Caixa” brinda apoyo económico, formación transversal y oportunidades de crecimiento profesional a los becarios.

Apoyo a jóvenes talentos

Las becas de doctorado INPhINIT y de posdoctorado Junior Leader de la Fundación “la Caixa” ofrecen salarios competitivos y una formación integral para potenciar las habilidades de los investigadores. En el caso de las becas de doctorado, se refuerzan aspectos como la comunicación científica, el bienestar emocional, el liderazgo y las oportunidades de financiamiento. Por otro lado, las becas de posdoctorado promueven la carrera científica independiente, la innovación y el liderazgo como opciones para el futuro profesional de los becarios.

La directora general adjunta de la Fundación “la Caixa”, Elisa Durán, destacó la importancia de financiar la ciencia y la tecnología para impulsar el progreso y encontrar soluciones a los desafíos actuales y futuros. Durán enfatizó que los becarios son agentes del cambio y co-creadores de un futuro en el que los desafíos globales se vean reducidos.

El programa de becas de la Fundación “la Caixa”

El programa de becas de la Fundación “la Caixa” es el más relevante de entre las entidades privadas de España y Europa, tanto por el número de becas otorga-





La directora general adjunta de la Fundación "la Caixa", Elisa Durán, y la directora del Área de Becas, Emilia Jordi, junto a los becarios Alfonso Santos y Paola Sanjuan.

das como por la diversidad de disciplinas que abarca. En esta ocasión, la entidad destinará un total de 20,2 millones de euros para financiar becas de doctorado y posdoctorado. Ambos programas han sido cofinanciados por la Comisión Europea a través de la Acción Marie Sklodowska-Curie COFUND, en el marco del programa Horizon 2020.

Las becas de doctorado INPhINIT cuentan con una dotación total de 122.592 euros, y su duración es de 3 años. En cuanto a las becas de posdoctorado Junior Leader, la dotación total es de 305.100 euros, también con una duración de 3 años. En total, se recibieron 1.485 solicitudes para las becas de doctorado y 557 para las de posdoctorado. Finalmente, se concedieron 65 becas de doctorado y 40 becas de posdoctorado.



La directora del Área de Becas de la Fundación "la Caixa", Emilia Jordi, con el becario Julio Esparza.

Perfil de los becarios

De los 105 becarios seleccionados, 52 son españoles, provenientes de 19 provincias distintas, mientras que los otros 53 son investigadores extranjeros, procedentes de 21 países diferentes. Italia es el Italia es el país con el mayor número de becarios extranjeros, con un total de 17. Le siguen Portugal con 5 becarios, y Alemania, Brasil, Estados Unidos, México y Reino Unido, con 3 becarios cada uno. Las becas han sido distribuidas entre 68 centros de investigación y universidades en España y Portugal. En cuanto a las especialidades, la biología molecular encabeza la lista con 11 becarios, seguida de la química física, la ingeniería biomédica y la biología matemática y computacional, con 5 becarios cada una. Además, la física teórica y matemática, la astronomía y astrofísica, y la neurociencia cuentan con 4 becarios en cada una de ellas.

Comprometida con el futuro

El impacto de estas becas trasciende la esfera académica y científica. Al apoyar a jóvenes investigadores con talento excepcional, la Fundación "la Caixa" contribuye al avance de la sociedad en su conjunto. Los proyectos de investigación financiados pueden abordar problemas y desafíos relevantes para la sociedad actual, como el cambio climático, la salud pública, la tecnología y la innovación, entre otros. Los becarios tienen la oportunidad de convertirse en agentes del cambio, generando conocimiento y propuestas que permitan abordar estos problemas de manera efectiva.

Además, la colaboración internacional promovida por estas becas fomenta la diversidad de ideas y enfoques en la investigación. La interacción entre investigadores de diferentes nacionalidades y culturas estimula la creatividad y la generación de soluciones innovadoras. Asimismo, esta colaboración fortalece las redes científicas y académicas, facilitando la transferencia de conocimiento y la realización de futuras colaboraciones en proyectos de investigación.

Estas becas no solo proporcionan un apoyo financiero crucial, sino que también ofrecen una formación integral para desarrollar las habilidades y competencias de los becarios. Su compromiso con la ciencia y la investigación se refleja en estas becas, que ofrecen oportunidades únicas para formar a los científicos del mañana y abordar los desafíos globales con soluciones creativas y efectivas. Al promover la colaboración internacional y atraer talento extranjero, la Fundación "la Caixa" impulsa la investigación de vanguardia en España y Portugal. Con una inversión total de 20,2 millones de euros, este programa de becas consolida a la Fundación "la Caixa" como un actor clave en el impulso de la ciencia y el progreso en la sociedad.



PALOMA RODRÍGUEZ MOURE

RESPONSABLE DE MARKETING Y ENOTURISMO DE ABADÍA DA COVA

Por Alberto Casillas

En 1923, Baldomero Moure comenzó a elaborar sus primeros vinos en una de aquellas pequeñas y humildes bodegas de parcela en A Cova. Gracias a la herencia de Carmen, su mujer, y los ahorros traídos de América, empieza a adquirir fincas en la zona y hace construir una bodega ubicada en la actual finca de Cuñas. A principios de los años 2000 se construye la bodega principal, que en la actualidad acoge el laboratorio, la sala de catas y es el lugar donde Abadía Da Cova elabora los vinos jóvenes y las pequeñas vinificaciones y ensayos experimentales. Conversamos con Paloma Rodríguez Moure, la responsable de enoturismo y marketing de la bodega.

Abadía Da Cova empezó siendo un referente en el mundo de los destilados. Actualmente el vino ha cobrado protagonismo en su reconocimiento nacional. ¿Qué porcentaje de actividad representa hoy el segmento de los destilados?
Los destilados representan aproximadamente el 40 % de nuestro volumen de negocio. Además, nos aportan materia prima para proyectos de investigación como pueden ser la elaboración de vermicompost de nuestro producto destilado, o el desarrollo de destilados varietales que sacaremos pronto al mercado.

Como bodega fundadora de la D.O. Ribeira Sacra, ¿qué valores y objetivos comparten hoy día con la D.O.?
Los valores y objetivos que compartimos con la D.O. Ribeira Sacra son los de preservación y puesta en valor de las variedades tradicionales que existían en nuestro



“EN RIBEIRA SACRA EL PAPEL DE LA MUJER SIEMPRE FUE EL MISMO QUE EL DEL HOMBRE, SIMPLEMENTE HA SIDO MUCHO MENOS VISIBLE”

territorio, así como la protección del patrimonio paisajístico, cultural e histórico de nuestra zona.

En un sector tan ligado a la tierra como el vitivinícola, ¿cuál es el papel actual de la mujer?
En Ribeira Sacra el papel de la mujer siempre fue el mismo que el del hombre, simplemente ha sido mucho menos visible. Las mujeres en Galicia siempre trabajamos en el campo, pero con doble carga, porque la casa también era nuestra competencia. La mujer poseía tierras, pero el que hacía los tratos o la parte visible de los negocios era el hombre.

Afortunadamente esto está cambiando y por fin estamos recuperando los espacios perdidos. La mujer es la columna vertebral de las comunidades: fija población y mantiene unidos los nexos de la comunidad a través de las prácticas y ritos de transmisión oral compartidos generacionalmente. Es importante visibilizar y defender este aporte fundamental a la cultura e historia de un territorio.

Entre sus prácticas en favor de la sostenibilidad, Abadía Da Cova realiza una viticultura heroica. ¿En qué consiste esta práctica? ¿Destacaría alguna más?
La viticultura heroica hace referencia al esfuerzo y al trabajo –totalmente manual– que requiere nuestro tipo de viticultura debido a la orografía en pendiente con gran altitud y en bancales que caracteriza nuestro paisaje.

En cuanto a sostenibilidad, tratamos de conservar el suelo y el medio en el que nos encontramos, sin utilizar herbicidas ni insecticidas para no dañarlo y mantenerlo vivo. Abonamos también nuestros viñedos con el vermicompost resultante de la destilación, y a su vez también mantenemos zonas verdes entre viñedos para mantener la biodiversidad y el ecosistema en equilibrio.

Abadía da Cova ha recibido numerosos premios a nivel nacional e internacional. De hecho, hace poco uno de vuestros blancos ha sido premiado con el premio Gran Oro en la cata de VinEspaña. ¿Cómo repercute esto a su bodega?
Para nosotros el trabajo y el buen hacer es lo que realmente es meritorio, pero los premios siempre ayudan a mantener ese estímulo de trabajo. El premio Gran Oro en la cata de VinEspaña es un galardón que valoramos y agradecemos mucho porque son los propios enólogos quienes lo conceden. Siempre es muy satisfactorio que sean los expertos del sector quienes reconozcan nuestra labor.

Ofrecen visitas a la bodega, jornadas de enoturismo y visita a la destilería. ¿Qué valor añadido aportan estas visitas a su empresa?
Es muy interesante poder comunicar nuestro proyecto de manera directa, más cuando se trata de una zona tan peculiar y desconocida como puede ser la Ribeira Sacra. Nuestros paisajes y nuestros viñedos en bancales son muy característicos y singulares y definen el paisaje y la idiosincrasia del lugar. Además, siempre es muy enriquecedor tener el feedback de nuestros visitantes.



La perfecta combinación entre dinamismo y refinamiento
Range Rover Sport





Nos ponemos al volante del Range Rover Sport, la propuesta de Land Rover para satisfacer a sus clientes más exigentes: aquellos que, sin renunciar al confort y al lujo característico de la marca, quieren emociones fuertes. Todo ello acompañado de un diseño innovador y una exclusividad propia de la icónica compañía

Por David Cazallas

El nuevo Range Rover Sport es, en palabras de la marca, el modelo más dinámico de su catálogo, un vehículo que combina una gama de potentes motores con sistemas de chasis sofisticados y técnológicos. Y todo ello para ofrecer al conductor unos niveles de agilidad y comodidad con el refinamiento característico de los modelos Range Rover.

Nos hemos puesto al volante de este Range Rover Sport, en su versión D300 Dynamic SE, un vehículo con 300 CV y Etiqueta ECO que no nos ha dejado para nada indiferentes.

Un exterior vanguardista y elegante

El Range Rover Sport presenta un diseño llamativo y atlético que combina líneas modernas y fluidas con los elementos más distintivos de la marca. Su carrocería musculosa y aerodinámica, junto con una parrilla delantera cromada y faros LED afilados, le confieren una presencia imponente en la carretera. Además, cuenta con rines de aleación exclusivos y detalles en negro brillante que realzan su aspecto deportivo. Destaca entre el tráfico por esa combinación de elegancia, deportividad y carácter off road, unas señas de identidad que son propiedad de la marca y que hacen que cada vehículo sea único en su especie.

Las proporciones del Range Rover Sport destacan su emotivo diseño con superficies firmes, una presencia dinámica, un perfil inconfundible y robustas proporciones, que dan la impresión de que el vehículo está a punto.

Otro de los aspectos destacados de su exterior es sin duda su diseño minimalista, con unas líneas limpias, sin estridencias y que en definitiva proponen una identidad visual muy interesante.



Detallista, lujoso. Así es por dentro el Range Rover Sport

Una vez dentro del vehículo, se puede apreciar la atención al detalle y el lujo que caracterizan al Range Rover Sport. Los asientos de cuero de alta calidad – de un elegante granate, en el caso de la unidad que hemos probado - ofrecen una comodidad excepcional y brindan un amplio soporte lateral, lo que resulta especialmente útil en maniobras más agresivas, tanto en el asfalto de la ciudad o la carretera como fuera de la misma, en caminos o campo. Además, el habitáculo es muy espacioso y ofrece un generoso espacio para las piernas y la cabeza de los ocupantes, donde pueden viajar cinco adultos con una gran comodidad tanto en trayectos cortos como en viajes más prolongados.



La posición de conducción, elevada, es la típica que propone Land Rover en todos sus modelos. Con una infinidad de ajustes en sus asientos, el conductor puede escoger la posición que más se ajuste a sus gustos. Tanto los materiales usados en su interior como sus ajustes hacen justicia a la marca, rodeando a todos los ocupantes de un lujo y una exclusividad que pocos vehículos ofrecen hoy en día.

En cuanto al infotenimiento, el Range Rover Sport cuenta con una gran pantalla central de 10 pulgadas en posición inclinada para facilitar su uso tanto al conductor como al acompañante. Desde el interfaz se pueden regular la mayor parte de los ajustes del coche. Los ajustes del climatizador tienen mandos físicos propios bajo la pantalla, en mitad de la consola central. Un acierto que permite manipularlo con una mayor facilidad en marcha.

Si nos centramos en la experiencia auditiva, el Range Rover incluye un sistema de sonido Meridian de alta fidelidad que proporciona un sonido envolvente. Si a esto le unimos el excelente nivel de insonorización del habitáculo, llegamos a la conclusión de que viajar con este vehículo es una experiencia única y exclusiva.

El Range Rover Sport combina innovadores tecnologías disponibles de asistencia al conductor y comodidad y exquisitos materiales para ofrecer una conducción –o viaje, si eres de los que prefiere que lo lleven– extraordinaria.

Dinámico y confortable en marcha

Bajo el capó, el Range Rover Sport D300 Dynamic SE alberga un potente motor diésel de 3.0 litros de seis cilindros en línea que genera 300 caballos de fuerza, asociado a una transmisión automática de ocho velocidades con una respuesta bastante precisa. Esta unidad de potencia ofrece una aceleración suave y contundente, así como una excelente respuesta en carretera. Además, la tracción en las cuatro ruedas y los sistemas de gestión de la tracción proporcionan una confianza adicional en terrenos difíciles y condiciones climáticas adversas. Porque no podemos olvidar que estamos en un Range Rover, y ello implica que sus reglajes se ajustan adecuadamente a todo tipo de condiciones: desde un 'callejeo' en ciudad, hasta una exigente salida fuera de las pistas, pasando por una prolongada marcha por las autovías.

carril y control de crucero adaptativo. También está equipado con airbags de cortina, control de estabilidad y tracción, y sensores de estacionamiento tanto delanteros como traseros, lo que brinda una protección sólida a los ocupantes.

Útil para el día a día, a pesar de su tremendo tamaño

Su increíble tamaño no pasa desapercibido entre el parque automovilístico de las grandes ciudades. La presencia del Range Rover es idónea para transitar en autovías y carreteras, así como para circular por pistas forestales y off road. Sin embargo, su tamaño podría parecer un hándicap a la hora de transitar por las ciudades, buscar aparcamiento o circular entre el tráfico. Nada más alejado de la realidad. Si bien es cierto que sus casi cinco metros de largo son un problema para



Su propulsor es suave si tratas el pedal con delicadeza, y enérgico si demandas de él toda su potencia, que entrega con solvencia – y con una breve latencia, si eres muy agresivo – para solventar cualquier vicisitud que podamos tener en la carretera.

Todo ello lo hace con solvencia, y lo hace además con unos consumos bastante contenidos teniendo en cuenta su potencia y sus dimensiones. La versión que hemos podido probar ha hecho unos consumos de 6,9 litros a los 100 km en viajes de larga duración, elevando el gasto hasta los 8 litros en ciclo urbano y mixto.

El D300 Dynamic SE tiene la etiqueta ECO, lo que permite de momento circular por las zonas de bajas emisiones de las grandes ciudades.

En cuanto a la seguridad, el Range Rover Sport D300 Dynamic SE cuenta con una amplia gama de características avanzadas, como frenado de emergencia autónomo, asistente de mantenimiento de aparcar en la calle, lo cierto es que su manejo es preciso y sus cotas permiten hacer un uso diario sin mayores dificultades. Además, los asistentes de aparcamiento y sus sensores de proximidad son el aliado perfecto para que el conductor pueda manejar el Range Rover a las mil maravillas.

En definitiva, el Land Rover Range Rover Sport D300 Dynamic SE es un SUV de lujo que combina una apariencia atractiva, comodidad interior, tecnología avanzada y un rendimiento excepcional tanto en carretera como fuera de ella. Con su potente motor, capacidad todoterreno y características de seguridad destacadas, este vehículo demuestra por qué la marca Land Rover es sinónimo de lujo y aventura. Si estás buscando una opción versátil y sofisticada en el segmento, el Range Rover Sport se puede adquirir desde los 103.050 euros para su versión SE de 249 cv, hasta los 145.500 para la versión First Edition de 510 cv.

Volkswagen T-Roc

El superventas alemán que triunfa en el mercado nacional



El T-Roc se ha consolidado como un importante pilar en la gama de Volkswagen y ha confirmado el éxito de la ofensiva SUV de la marca. Desde su lanzamiento al mercado a finales de 2017 se han vendido más de un millón de unidades, situándose como uno de los SUV urbanos más vendidos tanto en España como en Europa. De hecho, en nuestro país, el T-Roc cerró 2022 como el modelo más vendido de Volkswagen.

Al buen rendimiento de T-Roc, hay que añadir los excelentes resultados registrados también por el T-Cross. Ambos sumaron cerca de 30.000 unidades matriculadas, lo que permitió a Volkswagen liderar el segmento de los SUV urbanos el año pasado en España. Ahora, con el renovado T-Roc y el recién llegado Taigo, Volkswagen quiere reforzar su posición en el segmento de los SUV urbanos, el de mayor crecimiento del mercado.

En la redacción de Ejecutivos hemos tenido la oportunidad de conducir el T-Roc en su versión R-Line y con el más que competitivo motor 1.5 TSI de 150 CV, todo un

El SUV alemán, que recibió el pasado año una renovación, es uno de los bastiones de la marca de Wolfsburgo. Y lo es porque tiene muchas virtudes que han sabido encandilar a los conductores de España. Nos ponemos a los mandos del T-Roc para analizar sus muchas virtudes

Por Alberto Casillas





purasangre y uno de los propulsores más equilibrados del grupo Volkswagen.

Dinámicamente, el coche se comporta bien en cualquier situación. En ciudad es ágil, ya que tanto sus dimensiones como su capacidad de reacción hacen del vehículo un ejemplar ideal para el tráfico denso dentro de una gran urbe. Si lo sacamos a devorar kilómetros, el comportamiento es igual de bueno. Sus 150 cv empujan cuando demandas potencia de él. En una conducción más tranquila y en velocidad de crucero, su rumorosidad es prácticamente imperceptible y se desliza por el asfalto con gran solidez.

En habitabilidad y confort, la unidad probada ha demostrado también un resultado excelente. Sus asientos recogen bien en condiciones de conducción deportiva, y son cómodos en una conducción más relajada y para largos periodos. Cuenta con toda la amalgama de asistentes a la conducción características de Volkswagen, y eso es una ayuda cuando nos ponemos varias horas al volante. Sus acabados son de buena calidad y los encajes de los mismos están bien solucionados, si bien se podrían mejorar los asideros de las puertas, cuyo tacto y encaje podrían ser mejores.

Un diseño renovado y perfeccionado

La marca alemana ha acentuado las líneas del vehículo. Los nuevos detalles le confieren un aspecto más llamativo, expresivo y elegante. El T-Roc está equipado ahora con faros LED de serie, que generan tanto la luz de cruce como la de carretera con unidades LED de gran luminosidad, y las luces traseras oscurecidas se incluyen de serie.

Su interior ha sido completamente actualizado y presenta materiales de alta calidad. La pantalla de infotainment "Ready2Discover" de 8 pulgadas –con una opcional de 9,2"– está diseñada como una tableta y colocada en el salpicadero en línea con el cuadro de instrumentos detrás del volante. Para el acabado Life, el T-Roc ofrece un «Digital Cockpit» basado en la tercera generación del «sistema modular de infotaiment» (MIB3) de 8 pulgadas, y el R-Line equipa el «Digital Cockpit Pro" con una pantalla de 10,25 pulgadas y funciones adicionales.

El T-Roc ofrece dos líneas de equipamiento: Life y R-Line.







Una tecnología propia de segmentos superiores

La actualización del T-Roc permite al SUV compacto equipar tecnologías de segmentos superiores. Entre las novedades se encuentran el asistente de conducción «IQ.DRIVE Travel Assist» y la regulación adaptativa de la velocidad «ACC predictivo». Al mismo tiempo, se ha ampliado la gama de funciones del sistema «Side Assist» y del sistema de aparcamiento asistido «Park Assist», que ahora también se encarga de aparcar hacia delante en huecos de aparcamiento en batería y de salir de plazas de aparcamiento en línea paralelas al carril. El equipamiento de serie incluye el asistente de frenada de emergencia y el asistente de aviso de salida del carril.

Motores gasolina y diésel para el día a día

El Volkswagen T-Roc ofrece una amplia gama de motores con cuatro opciones gasolina –incluye el T-Roc R- y dos motorizaciones diésel. La oferta de los eficientes propulsores de inyección directa de gasolina incluye un TSI de 1.0 litros con tres cilindros y una potencia de 81 kW (110 CV), así como dos motores de cuatro cilindros, el TSI de 1.5 litros con 110 kW (150 CV) y el TSI de 2.0 litros con 140 kW (190 CV), disponible con tecnología 4MOTION.



Las opciones diésel incluyen dos motores de cuatro cilindros TDI de 2.0 litros con 85 kW (115 CV) o 110 kW (150 CV). En función de la transmisión, se combinan con una caja de cambios manual de 6 marchas o con una caja de cambios de doble embrague DSG de 7 velocidades.

T-Roc R: el mandamás

El excelente rendimiento del T-Roc R se basa en el moderno motor de cuatro cilindros y 2.0 litros, que rinde 221 kW (300 CV) y 400 Nm de par. En combinación con la turboalimentación y la inyección directa, el potente propulsor alcanza un par impresionante incluso a bajas revoluciones. Con estas especificaciones, el dinámico SUV acelera de 0 a 100 km/h en 4,9 segundos.

Gracias a un tren de rodaje deportivo específico R, la dirección progresiva y el trabajo de la tracción 4MOTION, el T-Roc R ofrece unas características de manejo extremadamente ágiles. La tecnología 4MOTION hace que la tracción del SUV se distribuye entre las ruedas delanteras y traseras en milésimas de segundo según las necesidades y el deslizamiento. Esto evita que las ruedas derrapen o se bloqueen.

El T-Roc que hemos probado en su versión TSI de 150 CV nos ha dejado un buen sabor de boca, y entendemos que sea todo un éxito de ventas en el segmento de los SUV compactos. El vehículo está a la venta desde 26.700 euros en su versión Life 1.0 TSI de 110 CV con cambio manual, y con campañas y descuentos incluidos.

INFORMA
Business by Data

INFORMA ESG INTELLIGENCE

Si además de datos, buscas sostenibilidad



LO MÁS NOVEDOSO EN INFORMACIÓN ESG

Presentamos INFORMA ESG INTELLIGENCE, la nueva línea de SOLUCIONES ESG con la más completa información empresarial sobre sostenibilidad y responsabilidad corporativa.

RANKING ESG
de 74.000.000 empresas de todo el mundo

D&B RISK ANALYTICS
Control y gestión ESG de proveedores

CONSULTORÍA ESG
específica para cada cliente

Infórmate:

900 176 076
clientes@informa.es

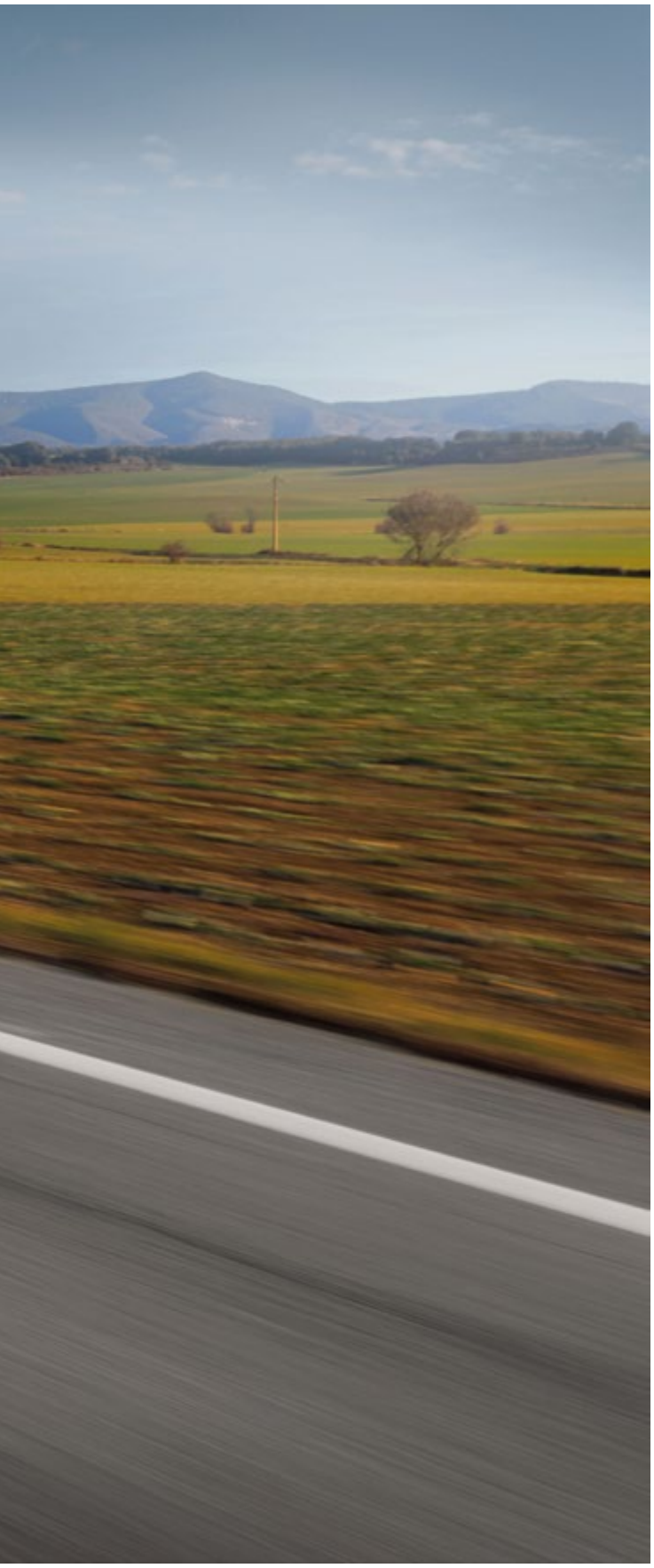
cesce

Digital, interconectado y compacto **Descubrimos el Taigo,** el primer SUV coupé de Volkswagen



Dejen paso a una manera de entender el concepto del coupé: Volkswagen aporta un nuevo estilo y una buena dosis de emoción e individualidad al segmento A0. Con el nuevo Taigo, Volkswagen consolida su primer SUV coupé en esta categoría

Por Pablo Martínez



Entusiasma con su estilo de carrocería crossover, su posición de asiento elevada y su idoneidad sin restricciones para el uso diario, así como con un estilo de vida completamente nuevo en este segmento de volumen y con unas características de equipamiento de excepcional calidad.

La parte trasera del Taigo de cinco plazas se inclina hacia atrás al estilo de un coupé, sin restringir el espacio para la cabeza en la parte trasera del habitáculo. Volkswagen amplía así la cartera de modelos compactos Polo de tracción delantera (versión de parte trasera recta) y T-Cross (SUV) basados en la plataforma modular transversal (MQB) para incluir una tercera variante de carrocería que hasta ahora estaba reservada casi exclusivamente a los modelos de alto precio.

El Taigo se centra en el diseño, la individualidad y la emoción. Equipado de serie con faros LED completos, puesto de conducción totalmente digital y sistemas de infotainment de última generación (MIB3), el SUV coupé de casi 4,26 metros de longitud establece nuevos estándares tecnológicos en su clase.

Con el Taigo, Volkswagen da un paso más en su ofensiva SUV, uno de los pilares de su estrategia de crecimiento para los próximos años. Con un novedoso formato SUV Coupé, el Taigo se inscribe en el segmento de los SUV urbanos, uno de los más competidos y con más recorrido de crecimiento en nuestro país.

Un modelo 'Made in Spain'

La fabricación del Taigo en Navarra supone un hito para la planta que, por primera vez en su historia, produce tres modelos de forma simultánea. La planta de Landaben produce el Polo desde el año 1984. Después de 34 años fabricando de forma ininterrumpida este modelo, Volkswagen Navarra asumió en diciembre de 2018 la producción del T-Cross, un SUV urbano y, ahora, fabrica también las unidades del Taigo.

Motores para todas las necesidades

El Taigo ofrece una selección de tres motorizaciones distintas, dos disponibles en el acabado LIFE: con dos motores de 3 cilindros 1.0 TSI de 70 kW 95 CV asociado a un cambio manual de cinco velocidades y otro 1.0 TSI de 81 kW110 CV, en este caso podremos equipar una caja de cambios automática DSG de siete velocidades o bien optar por una caja de cambios manual de 6 velocidades.

El acabado R-Line ofrece las dos opciones de 110 CV y añade un motor de 4 cilindros 1.5 TSI de 110 kW 150 CV con cambio automático DSG de siete velocidades.

El nuevo Taigo ya está disponible en el mercado español a partir de 22.600 euros con campañas y descuentos incluidos para la versión LIFE 1.0 TSI 95 CV con cambio manual de cinco velocidades.

Egun-On, corazón gallego con alma de txoko



Ubicado en el tranquilo barrio de Barajas, el restaurante Egun-On del chef Edu Collado continúa el camino que su padre emprendió en 1999. Con el producto como base para un resultado creativo, el restaurante conserva la esencia de la cocina tradicional vasca con el toque personal del chef

Por David Cazallas

Allá por 1999 Blas Collado eligió la palabra con la que se dan los buenos días en la tierra donde aprendió a cocinar, el País Vasco, para poner en marcha un local concebido como un tradicional txoko vasco, solo para familiares y amigos. Egun-on acabó por convertirse en un pequeño y entrañable restaurante.

Ubicado en el tranquilo barrio de Barajas, casi 25 años después de su origen, Egun-On ha evolucionado hacia un concepto más gastronómico desde que el chef Edu Collado tomó el relevo de su padre hace ahora cinco años. El chef propone una cocina más elaborada, pero sin perder el aire 'marca de la casa' de sus orígenes.

El producto, en el centro de todo

El chef al frente de Egun-On trabaja con múltiples proveedores para dar a la calidad de los ingredientes el máximo protagonismo en su cocina. Porque la honestidad es otra de las señas de identidad del restaurante. Y el producto está en el centro de la idiosincrasia del local.

Edu Collado ha conformado una carta con platos que miran directamente a sus raíces basados en la tradición gastronómica vasca con guiños a Galicia.

Desde que el chef está al frente del restaurante ha añadido platos con un toque innovador que conviven en la carta con las recetas más representativas de la cocina vasca y gallega. El mayor referente de la cocina, el pulpo, es uno de los grandes protagonistas de la propuesta del restaurante

El pulpo es el ingrediente principal de una croqueta que acompaña con Kimchee y del ya famoso pulpo a la brasa con queso de tetilla patata revolcona, una receta que se ha convertido en uno de los platos estrella del restaurante. Su calidad y originalidad fue reconocida en la VI edición de Pulpo Pasión celebrada en julio de 2022 cuando recibió el premio a la mejor receta en la categoría de Innovadora.

Una vuelta de tuerca a las recetas clásicas

Egun-On ofrece una carta con secciones para "Picar" y "Entrantes" en las que se pueden encontrar una gran variedad de propuestas. Destacan, por su calidad y originalidad, la alcachofa confitada con lascas de foie y taquitos de jamón, los saquitos de txangurro, el pintxo de arenque o las croquetas de rabo de toro con mermelada de piparras.

Los mariscos tienen también un protagonismo indiscutible en la propuesta gastronómica del local. Productos de temporada como nécoras, percebes, carabineros, centolla de la Ría o la cigala de Huelva, comparten espacio en la carta con platos que se pueden degustar todo el año como la gamba blanca a la plancha, zamburiñas, navajas, berberechos al vapor, almejas al Tío Pepe o almejas a la marinera con emulsión de txacolí.



Segunda generación de un cocinero vocacional

Al frente de Egun-On está el chef Edu Collado, segunda generación de una saga que inició su padre y que desde hace un lustro recogió el testigo. Destaca el cariño con el que el chef recibe a los comensales, un trato cercano que el regente ha sabido inculcar al equipo del restaurante. La esencia de este txoko vasco no es otra que hacer sentir a los clientes como si estuvieran en su hogar, de ahí esa apuesta por la cercanía y amabilidad como estandartes.

La influencia vasca del chef bebe de los orígenes culinarios de su padre, que aprendió el oficio de la cocina en el País Vasco. De su madre deviene una importante influencia gallega. No en vano, es originaria de la región. Edu Collado, formado inicialmente en las mismas cocinas en las que su padre comenzó, ha perfeccionado su técnica gracias a las enseñanzas de algunos de los mejores chefs españoles, convirtiendo a Egun-On en una parada obligatoria para todos los amantes de la gastronomía que pasen por la capital. El local se encuentra en el Paseo del Zurrón, 31 de Madrid.



8 hoteles de cinco estrellas donde regalarse una experiencia de lujo

Se estima que en España hay unos 400 hoteles de lujo que alcanzan la categoría de cinco estrellas, lo que permite que nuestro país ocupe el tercer puesto en número de hoteles de la más alta categoría de Europa. La mayoría de esta oferta "deluxe" se concentra en Cataluña, Andalucía y Madrid, aunque es la capital de España la que ha acaparado el mayor número de aperturas en los últimos años. Pese a la inflación y la subida de precios, muchos turistas españoles viajan a lo grande y, según datos que maneja la web número uno de España en regalos experiencias, www.aladinia.com las reservas de experiencias en hoteles de cinco estrellas han aumentado un 30 % en el último año. Pero la categoría y las prestaciones de los hoteles no se mide solo por los datos más o menos oficiales, importa mucho la opinión de los usuarios y las recomendaciones que pueden hacer. El célebre "boca a boca" influye sin duda mucho más que otras formas de comunicación. Por ello, Aladinia.com ha pedido a sus usuarios que elijan los hoteles de cinco estrellas, que consideran mejores, según las experiencias de lujo que han vivido en ellos y estos son los resultados.

Por Enrique Sancho



Hotel The One Barcelona 5*GL (Barcelona)

Hotel The One Barcelona 5*GL (Barcelona)

The One Barcelona es el Hotel Gran Lujo 5* ubicado en la zona más exclusiva y céntrica de Barcelona, a una manzana de La Pedrera de Gaudí, la Casa Milà, y del elegante Passeig de Gràcia, donde disfrutar de la experiencia barcelonesa más auténtica: gastronomía local, boutiques de lujo y un impresionante patrimonio arquitectónico a la vuelta de la esquina.

Las 89 habitaciones presentan una decoración elegante y luminosa y los baños de mármol son amplios y ofrecen ducha de efecto lluvia. El hotel alberga el restaurante Somni, un lugar elegante que sirve desayunos y cenas a la carta y también el bar Mood Rooftop en la última planta. Ofrece vistas impresionantes a la ciudad y cuenta con zona interior y exterior. Es ideal para disfrutar de un almuerzo o cena informal, quedar con amigos para tomar cócteles y tapas o simplemente relajarse con una copa de vino. Tiene azotea con piscina pequeña de 10 metros y terraza. Su spa cuenta con piscina de relajación cubierta, sauna finlandesa y zona de relajación con tumbonas. Se ofrece una amplia variedad de tratamientos faciales y corporales. Hay una pequeña zona de fitness.

Aladinia.com propone una escapada que incluye alojamiento en habitación doble, acceso al spa, cena en el Somni y desayuno por 425 euros dos personas.

Hotel AR Golf Almerimar 5* (Almería)



Hotel AR Golf Almerimar 5* (Almería)

Los amantes del golf encontrarán en el Hotel AR Golf Almerimar de 5 estrellas en Almería un paraíso para practicar su deporte favorito. Goza de una privilegiada ubicación en pleno corazón de Almerimar Resort y con el campo de golf a unos pasos de su habitación. Aunque si lo que se prefiere es disfrutar del mar y los deportes náuticos, también tiene el Puerto Deportivo a solo 50 metros, y a 300, la playa. Tiene 112 habitaciones de lujo perfectamente equipadas y diseñadas para garantizar el confort y la relajación y disponen de sistema domótico de climatización e iluminación.

Todas las habitaciones destacan por su amplitud, desde 55 m^2 con amplias terrazas privadas, la mayoría de ellas con fantásticas vistas al campo de golf o a la piscina. Dispone de una espectacular área de Spa & Wellness con una gran variedad de tratamientos y masajes. Dispone de un restaurante buffet y un Sushi BAR con comida nipona. Como oferta especial, Aladinia.com propone una escapada de dos noches con alojamiento en habitación con desayuno Superior Deluxe y cena buffet para dos por solo 299,90 euros.



Parador San Marcos de León 5* (León)

En pleno corazón de la ciudad de León se encuentra el antiguo Hostal de San Marcos, con una bella fachada del Plateresco español con elementos barrocos añadidos en el siglo XVIII y convertido en majestuoso Parador que ha sido remodelado hace poco. Exhibe también un impresionante conjunto de obras de la colección antigua, entre las que destacan la figura del escultor Juan de Juni y el coro de la tribuna de la iglesia. El claustro y su terraza son los rincones favoritos de los huéspedes. En él se puede disfrutar de una estancia de lujo, nada que ver con la de los antiguos monjes. Se puede pasear por su encantadora terraza, sus jardines verdes y, si uno se anima a salir de este entorno privilegiado, visitar los lugares de interés que ofrece León como la Catedral con sus impresionantes vidrieras, la Real Colegiata de San Isidoro, el Palacio de los Guzmanes, la Plaza Mayo o la Casa Botines con diseño de Gaudí. También dar un paseo y tomar algo en su célebre Barrio Húmedo con decenas de bares que siempre regalan una sustanciosa tapa con cada bebida. El elegante Restaurante Rey Don Sancho del monumental Parador es todo un emblema gastronómico en la ciudad, con una oferta basada en la rica y variada cocina regional tradicional puesta al día. Una carta en la que priman reconocidos productos como la cecina, la morcilla de León y donde reina el lechazo de Castilla y León. Aladinia.com propone una escapada con desayuno para dos personas por 145 euros.



FUNDACIÓN AMIGOS DEL MUSEO DEL PRADO

Todos con el Prado

Agradecemos la colaboración y ayuda de las empresas, instituciones, medios de comunicación y particulares que hacen posible nuestro apoyo al Museo

Empresas e instituciones

Abante
Abertis
Agbar
AGIB Real Estate Infinorsa
AltamarCAM Partners
Asociación Española de Normalización (UNE)
Asociación Patronal Matritense de Notarios
ATValor
Banco de España
Bloomberg
BME
BP Energía España
CaixaBank
Cartier
CECA
Citi
Coca-Cola Europacific Partners Iberia
Colegio de Registradores de España
Cuatrecasas
El Corte Inglés
Endesa
ENUSA
FCC
Fundación ACS
Fundación ADEY
Fundación AON España
Fundación Arquia
Fundación AXA
Fundación Bancaria Ibercaja
Fundación Bancaria "la Caixa"
Fundación Banco Sabadell
Fundación Banco Santander
Fundación Barrié
Fundación Cajamurcia
Fundación Cepsa
Fundación Fuentes Dutor
Fundación Iberdrola España
Fundación IE
Fundación MAPFRE
Fundación Montemadrid
Fundación Prosegur
Fundación Renault Group España
Fundación Repsol
Garrigues
Iberia
Japan Tobacco International (JTI)
J.P. Morgan
Linklaters
Mahou San Miguel
Mediaset España
Santalucía Seguros
SEPI
Técnicas Reunidas
Uría Menéndez
Viscofan

Medios de comunicación

ABC
Actualidad Económica
Cinco Días
Consejeros
Diario de Navarra
Diario Médico
Ejecutivos
El Economista
El Mundo
El Nuevo Lunes
El País
El Siglo de Europa
Expansión
Forbes
Heraldo
La Razón
Radio Intereconomía
Revista Capital
Servimedia
Unidad Editorial
Vocento

DATOS ACTUALIZADOS A JULIO 2022

Hazte Amigo del Museo del Prado

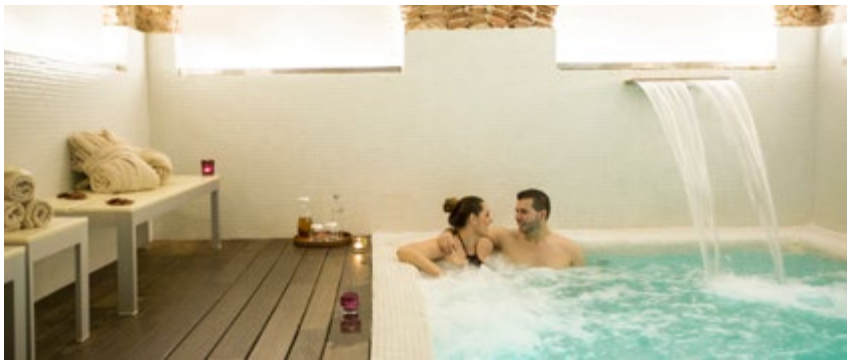
Contáctanos +34 91 420 20 46 | www.amigosmuseoprado.org

Medalla de Oro al mérito en las Bellas Artes
Medalla de Honor de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando

Fundación Amigos Museo del Prado

Hotel Hospes Puerta Alcalá 5* (Madrid)

En pleno corazón de Madrid, en el Barrio de Salamanca, situado en la Puerta de Alcalá y frente al Parque del Retiro, el Hotel Hospes es obra del arquitecto José María de Aguilar y data del siglo XIX; la combinación perfecta entre la elegancia clásica del pasado y la energía revitalizadora que da la capital. El hotel ofrece experiencias únicas de relajación en el Bodyna Spa y un menú degustación de seis platos en el restaurante Malvar, preparado por el chef Ignacio Torregimeno, consistente en gazpacho tradicional, berenjena asada al carbón con hummus, vinagreta de comino y chips vegetales, arroz meloso de mar y montaña con vieiras, bacalao con muselina ibérica y torrezno de su propia piel, lomo de ternera con pastel de patata y boniato y de postre torrija con helado de caramelo a la sal, todo acompañado con vino o cava. Aladinia.com propone una escapada con alojamiento en habitación doble Dreamer, desayuno, acceso al spa y bebida de bienvenida por 259 euros.

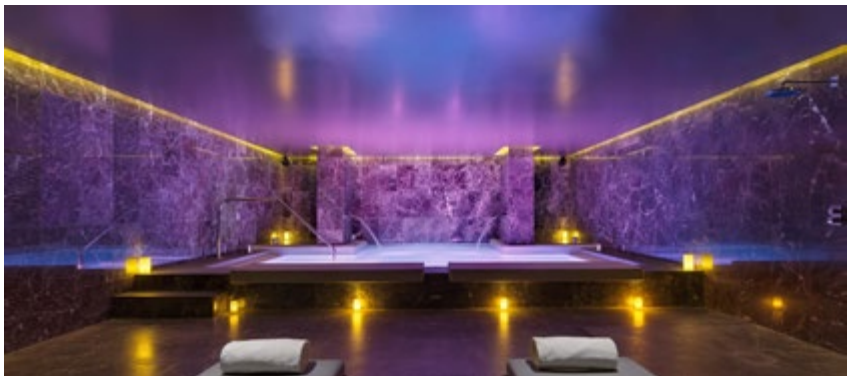






Hotel Villa Retiro 5* en Xerta (Tarragona)







El Hotel Villa Retiro, con solo 19 habitaciones, se encuentra en Xerta (Tarragona), rodeado de grandes jardines verdes, y cuenta con una piscina al aire libre y un bar junto a la piscina. Su restaurante, Villa Retiro, dirigido por el chef Fran López, es el único en el Baix Ebre reconocido con una Estrella Michelin, entre otros premios. Las habitaciones son amplias y presentan una decoración elegante y rústica con muebles de madera oscura y vigas en el techo. Todas tienen balcón con vistas al jardín o su propio jardín privado. También dispone de un spa que ofrece masajes y tratamientos de belleza y tratamientos de medicina ayurvédica. Su piscina cuenta con chorros de hidromasaje y duchas de efecto cascada. La escapada que propone Aladinia.com incluye alojamiento en habitación doble, Desayuno para dos, Cena Estrella Michelin para dos y Acceso zona relax durante una hora. El precio es 348 euros las dos personas en Aladinia.com.

Hotel Spa Pazo los Escudos 5* (Vigo-Pontevedra)



El Hotel Pazo los Escudos (antiguamente el Pazo de Sensat) se encuentra ubicado en el barrio de Alcabre, con jardines con vistas al mar y acceso directo a la playa de Carril en Vigo. Esta antigua casa rural gallega se ha convertido en el primer y exclusivo 5 estrellas de la ciudad de Vigo. El edificio actual aún mantiene elementos característicos de típicas construcciones gallegas. Su mayor atractivo consiste en la magnífica colección de más de un centenar de labras heráldicas. Estas, repartidas por jardines y muros almenados, conforman la mayor y mejor exposición de escudos nobiliarios existentes en Galicia, de ahí, su nombre. Dispone de habitaciones amplias y lujosas. Todas tienen baño de mármol con bañera y artículos de aseo gratuitos. Muchas habitaciones gozan de bonitas vistas al mar y los jardines. El Pazo Los Escudos alberga una piscina al aire libre de temporada. El spa Club de Agua está equipado con bañera de hidromasaje, sauna, piscina cubierta climatizada y hammam. Hay varios servicios de restauración en el hotel: el restaurante Alcabre sirve un menú tradicional; el Piacere elabora cocina italiana y la cafetería El Escudo prepara el brunch de los domingos. Alojamiento y desayuno en habitación doble y circuito spa para dos durante una hora, sale por 139 euros la pareja en Aladinia.com.



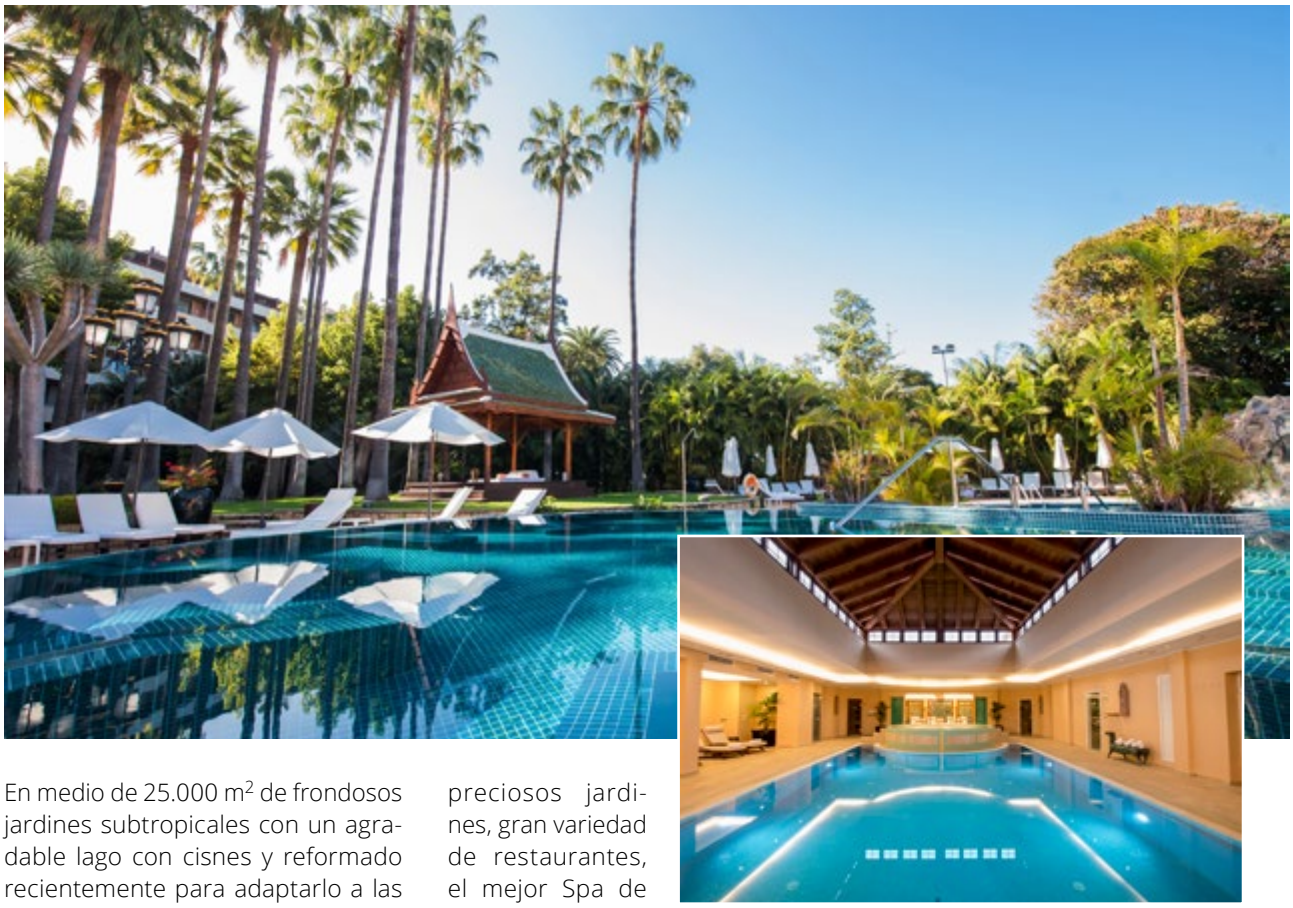
PuebloAstur Eco-Resort, Hotel & Wellness 5* Parres (Asturias)



En el Valle del Sueve en el tranquilo pueblo de Cofiño y frente el majestuoso macizo central de Los Picos de Europa se encuentra este alojamiento con encanto y solo 30 lujosas instalaciones. El enclave de Puebloastur, entre el mar Cantábrico y los Picos de Europa, es perfecto para disfrutar de la naturaleza en su estado más puro. Un lugar único y especial donde realizar diferentes actividades y disfrutar experiencias inolvidables, como paseos en globo, descenso del Sella, tirolinas de vértigo sobre el Desfiladero de los Beyos, único en España, etc. Desde la habitación Panorámica Nature se disfruta de unas vistas impresionantes a los valles y montañas asturianas. En este rincón del mundo privilegiado la tierra provee productos únicos y los dos restaurantes de Puebloastur aprovechan esa valiosa materia prima para vivir una experiencia gourmet, donde disfrutar de la gastronomía del afamado chef Ramón Celorio, una gastronomía asturiana actual con un toque de innovación y con sabores internacionales. También se puede disfrutar del Nature Spa del hotel, un lugar concebido para la desconexión con una atmósfera relajante, donde el agua transporta a sus usuarios a un mundo de relajación. El espacio de hidroterapia está compuesto por una piscina activa con más de 20 chorros, una sauna, un baño turco y un jacuzzi al exterior. La escapada de una noche, con desayuno, circuito spa de hora y media y menú especial con bodega, todo para dos, cuesta 550 euros.



Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden 5* Puerto de la Cruz (Tenerife)



En medio de 25.000 m² de frondosos jardines subtropicales con un agradable lago con cisnes y reformado recientemente para adaptarlo a las necesidades del huésped de hoy en día, el Hotel Botánico, ofrece un estilo clásico y un toque oriental. Es un compendio de fantásticas instalaciones de ocio de primera clase y confort, con preciosos jardines, gran variedad de restaurantes, el mejor Spa de Europa, una estupenda colección de arte y mucho más... En cualquiera de sus 252 habitaciones se puede encontrar paz y tranquilidad gracias a la atención a los detalles, la elegancia de su decoración, la atmósfera sofisticada y las espectaculares vistas al valle de la Orotava, al Teide o al océano Atlántico. En sus restaurantes es posible viajar con los cinco sentidos a Asia, Italia, el Mediterráneo, las Canarias... sin moverse de la mesa. Mención aparte merece el Oriental Spa Garden, 3.500 m² de pura armonía, paz y bienestar. Grandes profesionales que trabajan con la mejor tecnología para ofrecer tratamientos cuya finalidad es la satisfacción de los huéspedes. Por eso ha sido reconocido con numerosos galardones, destacando el de mejor Spa Hotel de Europa y del Mediterráneo en repetidas ocasiones. Aladinia.com propone alojamiento y desayuno en habitación Doble Deluxe, botella de cava de bienvenida, frutas con chocolate, acceso ilimitado a The Oriental Spa Garden y cena romántica para dos por 460 euros.

Hotel The One Barcelona 5*GL (Barcelona)
https://www.aladinia.com/the-one-barcelona

Hotel AR Golf Almerimar 5*(Almería)
https://www.aladinia.com/escapada-cena-hotel-almerimar

Parador San Marcos de León 5* (León)
https://www.aladinia.com/bono-regalo-parador-leon

Hotel Hospes Puerta Alcalá 5* (Madrid)
https://www.aladinia.com/hotel-puerta-de-alcala

Hotel Villa Retiro 5* en Xerta (Tarragona)
https://www.aladinia.com/escapada-villa-retiro-xerta

Hotel Spa Pazo los Escudos 5* (Vigo-Pontevedra)
https://www.aladinia.com/hotel-spa-vigo

PuebloAstur Eco-Resort, Hotel & Wellness 5* Parres (Asturias)
https://www.aladinia.com/pubbloastur-eco-resort

Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden 5* Puerto de la Cruz (Tenerife)
https://www.aladinia.com/noche-romantica-tenerife

AMIGOS
MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFIA



Descubre todo lo que significa ser Amigo del Museo Reina Sofía.

www.amigosmuseoreinasofia.org
C/ Santa Isabel, 52. 28030 Madrid. Tel.: 915 304 287
fundacion@amigosmuseoreinasofia.org

Estos son los diez mejores lugares de España para disfrutar de un vuelo en globo



Palma.

Por Enrique Sancho

Todos recordamos la imagen del intrépido Phileas Fogg y su ayudante "Picaporte" a bordo de un globo aerostático como símbolo de su aventura en "La vuelta al mundo en 80 días" obra del genial Julio Verne y de cuya primera edición completa se cumplen ahora 150 años. Sin embargo, esa imagen es en cierto modo falsa. En la obra de Verne los dos protagonistas viajan en tren, barco, trineo, caballos y hasta en elefante... pero nunca en globo. La escena en el globo más conocida es la de la película que interpretaron en 1956 David Niven y Cantinflas en los principales papeles, pero seguramente su uso se ha impuesto porque es lo que mejor representa el espíritu de aventura.

Volar en globo hoy en día sigue siendo una bonita aventura, es más fácil y más seguro que en aquellos lejanos días, y no digamos en el siglo XVIII cuando lo hicieron por primera vez los hermanos Montgolfier o el sacerdote brasileño Bartolomeu de Gusmão ante el rey de Portugal, no está claro quien lo hizo primero. Pero para disfrutar de la experiencia hay que seguir ciertas recomendaciones y tener en cuenta algunas cosas:

- El mejor momento para volar en globo es a primera hora de la mañana o a última de la tarde; entonces el ambiente es más frío y el aire caliente del globo sube mejor, además en esos momentos suele haber menos viento.
- Por la misma razón, conviene llevar ropa de abrigo porque puede haber cambios de temperatura a medida que aumenta la altura.
- No hay que llevar objetos pesados como grandes mochilas o bolsos, el coche de apoyo puede hacerse cargo de ellos hasta que aterricemos.
- Hay que mantener la calma durante el despegue y el aterrizaje: El despegue y el aterrizaje pueden ser momentos tensos, pero hay que permanecer tranquilos y seguir las instrucciones del piloto, que tiene mucha experiencia en estos procedimientos.
- No hay que moverse mucho dentro de la cesta del globo porque puede perder estabilidad. Hay que dejar espacio al piloto para que maniobre y controle el fuego que caliente el aire con comodidad.

Aladinia.com, la web número uno de España en regalos experiencias, propone decenas de posibilidades para disfrutar de esta experiencia sobrevolando los más bellos paisajes de España completándola casi siempre con una copa de cava, un desayuno en plena naturaleza, un almuerzo y otros agradables complementos. En esta ocasión ha querido preguntar a sus usuarios cuáles creen que son los mejores lugares para sobrevolar en España y estos han sido los diez mejores del país:

Palma de Mallorca – Baleares

Aunque Palma es bella desde cualquier punto de vista, desde el aire adquiere otra dimensión, se puede apreciar el perfecto diseño de su barrio gótico, el Palacio Real de la Almudaina o la Catedral hasta el barrio judío o el Castillo de Bellver, la cercanía de calas desiertas, y las más visitadas de Sa Calobra, Es Trenc y Cala Tuent, y más allá, hacia el interior, el encanto de la Sierra de Tramontana, Parque Natural de Mondragó o el casi mítico Cabo de Formentor, sobre todo al atardecer.

Un paseo en globo en Mallorca es una experiencia mágica e inolvidable. Los vuelos en globo no dan vértigo, ni la cesta se mueve o balancea. Es exactamente igual que estar en un mirador que se desplaza lentamente, por eso pueden volar niños o gente mayor sin problema. Debido a la temperatura de la isla se pueden hacer despegues en la costa por la tarde o por la mañana con botella de cava a bordo. Una vez se deja de tocar tierra, se alcanza una altura de entre 100 y 300 metros, pudiendo observar cada detalle del paisaje. Más tarde se puede ascender a los 500 metros, contemplando la isla en su totalidad. A lo largo del vuelo el piloto irá explicando detalles de navegación y la historia de la zona que se sobrevuela. La empresa que lo organiza, Illes Balears Ballooning, forma grupos de 4 a 8 pasajeros con un precio de 180 euros por una hora de vuelo y copa de cava, pero también ofrece solo para parejas una experiencia romántica que incluye una hora de vuelo con champagne y cesta de canapés luxe, diploma y CD de regalo para recordar toda la vida. Y para los más sibaritas en lugar de canapés se ofrece una cena en el restaurant de Andreu Genestra con platos del nivel del Bulli o Arzaz ya que Andreu fue su discípulo avanzado.

Sierra de Guadarrama - Madrid

En la zona oeste de la Comunidad de Madrid se encuentra este espacio natural de gran diversidad ambiental. Desde la base de la sierra madrileña hasta la campiña de la depresión del Tajo, siguiendo el curso de los ríos Guadarrama y Aulencia, presenta en su territorio tres paisajes principales: el bosque mediterráneo, el bosque de ribera y los cultivos o eriales. Se configura como una larga y estrecha franja, alrededor de las riberas del río Guadarrama, de unos 50 km de longitud.

Una buena propuesta conjunta es la de sobrevolar el Parque Regional del Río Guadarrama con The Balloon Company y celebrar la aventura en la Bodega del Nero en Chinchón, todo a un paso de Madrid. El día empieza por la mañana con el montaje e hinchado del globo. A continuación, se montará en la cesta y se disfrutará de un agradable paseo en globo sobre el río Guadarrama. Cuando el globo aterriza, esperará a los aventureros una comida campestre y brindar con cava. Después, hay que dirigirse al pueblo de Chinchón, al sureste de la Comunidad de Madrid, para visitar la Bodega del Nero, fundada en el año 1870 donde conocer sus procesos de cultivo y elaboración del vino y disfrutar de una cata de dos vinos maridados con queso. La experiencia de Aladinia.com cuesta 395 euros para dos personas.



Guadarrama.

Montseny - Barcelona - Cataluña



Montseny.

El vuelo despegará desde Cardedeu o Vic (en ambos lados del Montseny según condiciones meteorológicas). Se podrán ver entre montañas Mataró, la Ciudad Condal, Sabadell o Granollers. Si se parte de Vic se podrá admirar Montserrat y el pantano de Sau. Aunque no se sobrevuela, podrá disfrutarse a de las vistas del parque natural del Montseny, declarado reserva de Biosfera, un mosaico de paisajes mediterráneos y centroeuropeos de una biodiversidad extraordinaria, con bosques de alcornocales, encinas, hayas, castaños, bosques de pino y abetos. Los numerosos cursos de agua están rodeados por bosques de ribera de chopos, sauces, avellaneros y fresnos. La experiencia, de unas tres horas, la organiza Aircat de la mano de Aladinia.com y durante el vuelo se podrán degustar unos dulces y hacer un brindis con cava, todo por 160 euros por persona.



Valle de Orduña – Vizcaya – País Vasco

Disfrutar de la sensación de flotar a 1.000 metros de altura en silencio absoluto, mientras el viento empuja el globo y se descubre paisajes asombrosos como el valle de Orduña es algo increíble. El valle está rodeado de un circo de paredes verticales de roca caliza de más de 800 metros y se trata de una de las zonas de vuelo más antiguas y famosas de toda la península. Durante el vuelo se podrá disfrutar de unas espectaculares vistas del casco histórico de Orduña y del Salto del Nervión, una impresionante cascada de 222 metros de altura, la más alta de la Península Ibérica. Todo esto a tan solo 40 km al sur de Bilbao o de Vitoria.

El recorrido del globo siempre depende del viento. Los globos sólo se pueden dirigir verticalmente y el piloto aprovechará las corrientes de aire en distintas capas de la atmósfera para elegir una dirección. El equipo de tierra sigue el globo desde un 4x4 y recoge a los participantes en el punto de aterrizaje para servirles un merecido desayuno y brindis con cava. Lo organiza la empresa Globos Estratos con más de 30 años de experiencia, más de 3.000 vuelos y más de 4.000 horas en el aire. El precio por persona en Aladinia.com varía según sea día entre semana o fin de semana, entre 170 y 180 euros; los niños 120 euros.




Toledo.

Toledo – Castilla-La Mancha

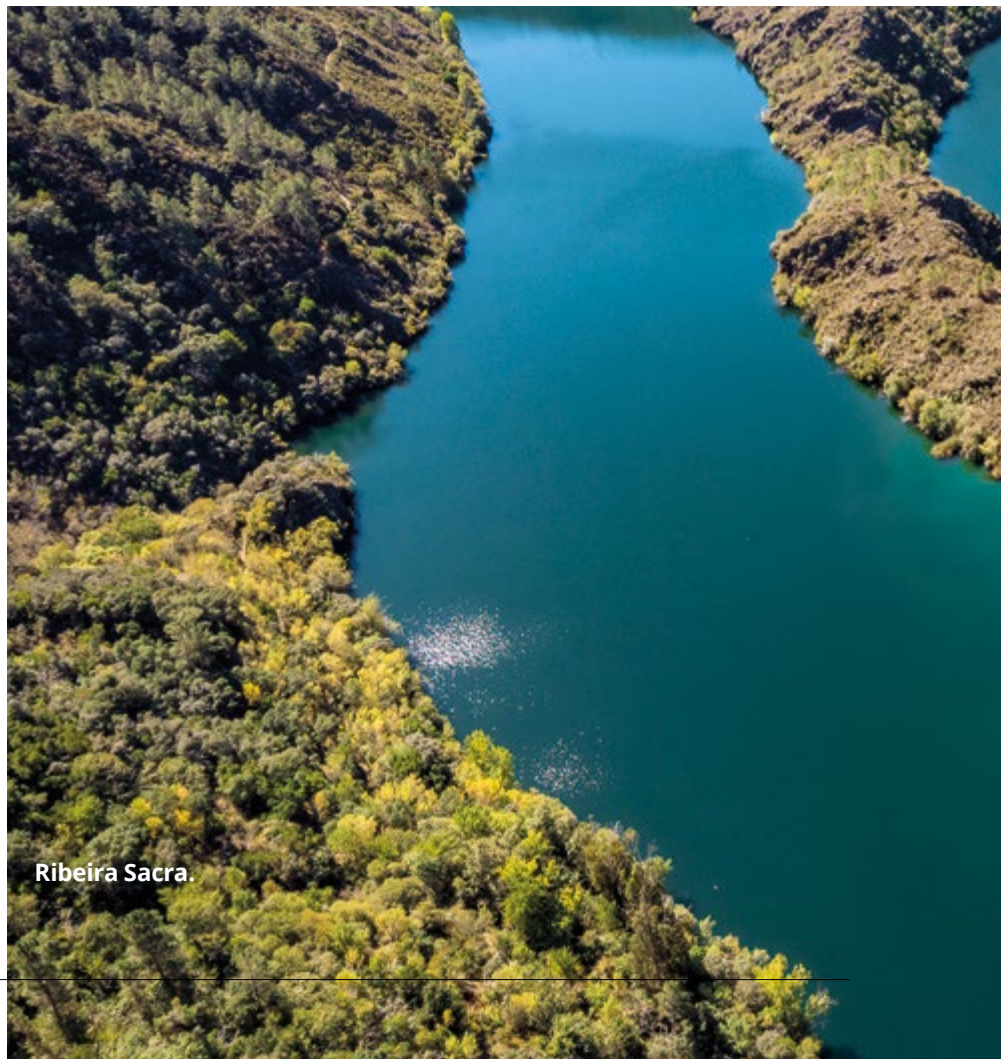
Ver Toledo desde el aire no solo es contemplar sus intrincadas calles, llenas de subidas y bajadas, descubrir su magnífica catedral, el alcázar, la animada plaza de Zocodover o los apretados barrios judíos y árabes, con sus mezquitas, sinagogas y baños, que le han hecho merecedora de ser Patrimonio de la Humanidad, también es apreciar el cinturón de agua que marca el Tajo y sus bellos puentes, la estructura rectangular del edificio Sabatini, antigua fábrica de armas, las puertas de la ciudad, la simetría de sus tejados y, en las afueras, los magníficos cigarrales y sus jardines. La empresa Siempre en las Nubes propone un vuelo de una hora, seguido de almuerzo, brindis con cava y reportaje fotográfico y vídeo por 200 euros en Aladinia.com.


Mérida.

Mérida - Extremadura

Por su especial climatología, Extremadura es uno de los mejores lugares de España para realizar un viaje en globo aerostático. Y por su particular belleza Mérida lo es en especial, con sus impresionantes testigos de los romanos, como el circo, el anfiteatro, el acueducto de los Milagros o el Puente de Lusitania, pero también se puede admirar la alcazaba, el templo de Diana o incluso el Arco de Trajano y ya en las afueras, el embalse de Proserpina, las vegas del Guadiana y sus campos de cereal.

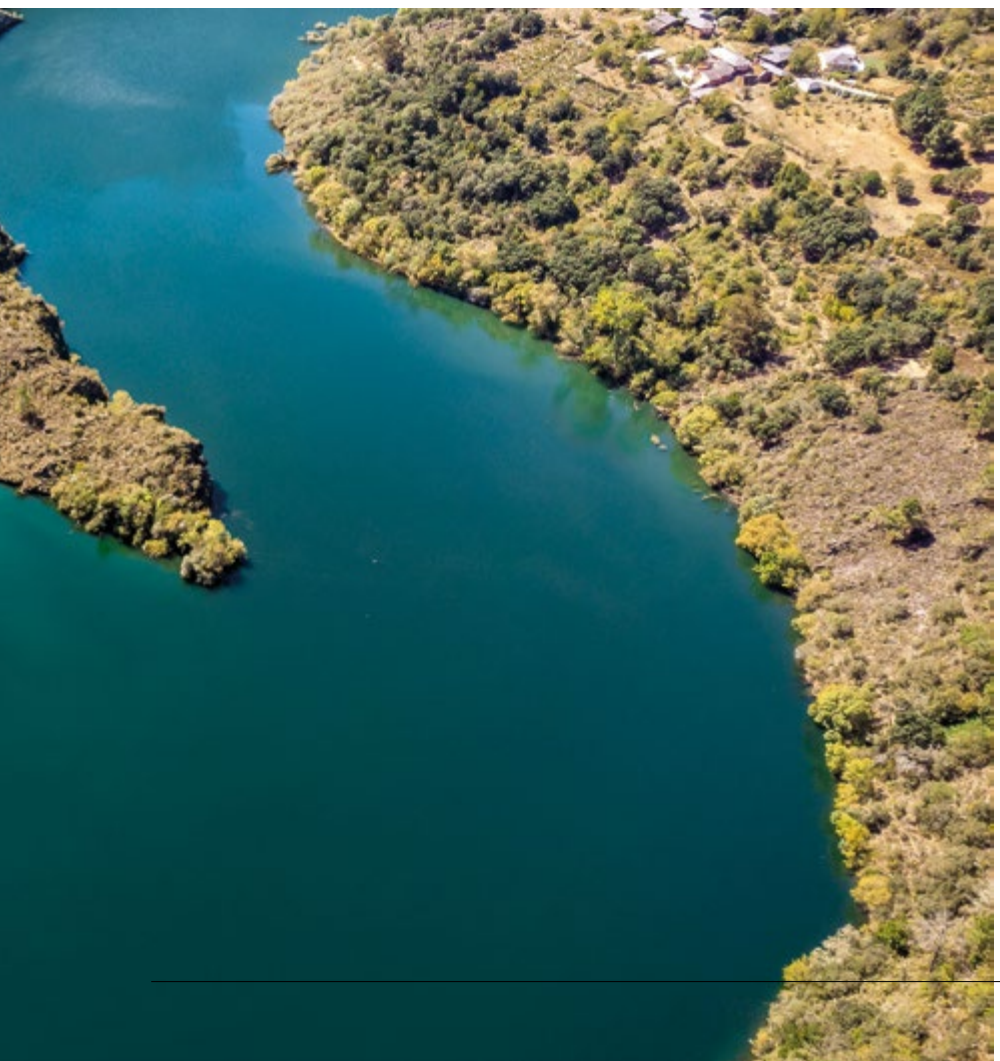
Desde la barquilla se puede disfrutar de la paz y tranquilidad del que navega dentro del viento, admirando los maravillosos paisajes que rodean Mérida. Aladinia.com propone, antes o después del vuelo en globo de una hora de duración, una noche de estancia con desayuno en el Hotel Rural La Sinforosa, en el pueblo de Alange, en una de sus habitaciones con bañera de hidromasaje y una magnífica cena para dos con platos típicos de la región. Todo por 470 euros para dos personas.


Ribeira Sacra.

Ribeira Sacra - Lugo - Galicia

La Ribeira Sacra es uno de los lugares más singulares y poco conocidos de Galicia y uno de los mayores tesoros escondidos de la península ibérica, entre los ríos Miño y Sil. Un destino que combina a la perfección el sinuoso cauce de los ríos, el paisaje, la abundancia de monumentos románicos y sus milenarios viñedos. Apreciar todo ello desde el aire tiene un encanto especial, desde la primera llama que infla el globo, hasta el último soplo de aire que lo hace aterrizar, guiado por las brisas de la mañana y volando a muchos metros de altura. El vuelo en globo que propone Aladinia.com transcurre sobre bosques de robles, castaños, pazos, las riberas del Miño, viñedos en bancales verticales y los parajes de Taboada, Monterroso y Antas de Ulla, y si el viento es favorable también se puede llegar hasta los impresionantes cañones de Sil.


Segovia.



La bella travesía está organizada por Aerotours, incluye brindis en el aire, almuerzo campestre, fotos y vídeo de la aventura por 205 euros por persona.

Segovia - Castilla y León

Segovia es uno de los destinos preferidos de millones de turistas, pero no hay nada como sobrevolarlo en globo. Desde el aire se tiene una perspectiva diferente de una ciudad única y se puede admirar sus monumentos más conocidos; la catedral, el acueducto y el alcázar de una forma diferente. A más de 1.000 metros de altitud, la ciudad descansa sobre una gran peña situada entre los valles de los ríos Eresma y Clamores, lo que, unido a su cercanía con la Sierra de Guadarrama, provoca que las condiciones atmosféricas para sobrevolarla sean especialmente favorables. Esta idoneidad para el vuelo, unida a lo espectacular de sus monumentos, su luz inconfundible y la prodigiosa riqueza natural de su entorno, hacen que conocer Segovia desde las alturas sea siempre una experiencia memorable. Y como



Antequera.

la aventura abre el apetito, al aterrizar se celebra un almuerzo campestre con cava, queso y embutidos ibéricos. Lo organiza Aerotours y cuesta 190 euros en Aladinia.com.

Antequera – Málaga – Andalucía

A vista de pájaro se podrá contemplar los impresionantes paisajes que rodean Antequera, Patrimonio de la Humanidad gracias a sus dólmenes y el Torcal, con sus 32 iglesias y al fondo la Peña de los Enamorados que guarda una hermosa y triste leyenda. Desde el aire se disfruta de las antiguas villas romanas que rodean la ciudad y un impresionante mar de olivos a su alrededor. La experiencia, que en total dura seis horas, se completa participando en el montaje del globo y el funcionamiento del quemador de gas propano, además, se podrá disfrutar de un desayuno campero, una copa de cava durante el vuelo y un pequeño aperitivo. El precio para adultos con la empresa Globotur en Aladinia.com es de 165 euros, para los niños de 7 a 15 años, 130.

Antequera es Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO

Las Merindades – Burgos – Castilla y León

Sobrevolar en globo sobre los ríos, bosques y montañas del norte de Burgos, en la comarca de Las Merindades, el Valle de Tobalina y Frías, un balcón móvil a los orígenes de Castilla es una experiencia única. Naturaleza intacta y avistamientos de corzos, jabalíes, zorros, liebres y otros tipos de animales. Se trata de una experiencia incomparable: la emoción del ascenso, la percepción del espectáculo, la conciencia del aire fresco y limpio, las nubes al alcance la mano, sobrevolando preciosos páramos, contemplando la majestuosidad de las montañas, el discurrir de los ríos convertidos en pe-

Segovia - Castilla y León
https://www.aladinia.com/vuelo-globo-castilla-leon

Antequera – Málaga – Andalucía
https://www.aladinia.com/vuelo-en-globo-antequera

Sierra de Guadarrama - Madrid
https://www.aladinia.com/vuelo-globo-visita-bodega-madrid

Montseny - Barcelona - Cataluña
https://www.aladinia.com/vuelo-globo-montseny

Valle de Orduña – Vizcaya – País Vasco
https://www.aladinia.com/vuelo-globo-vizcaya

Toledo – Castilla la Mancha
https://www.aladinia.com/paseo-globo-toledo

Mérida - Extremadura
https://www.aladinia.com/escapada-romantica-vuelo-globo-badajoz

Ribeira Sacra - Lugo - Galicia
https://www.aladinia.com/vuelo-en-globo-ribeira-sacra

Las Merindades – Burgos – Castilla y León
https://www.aladinia.com/vuelo-globo-romantico-burgos

Palma de Mallorca – Baleares
https://www.aladinia.com/vuelo-globo-mallorca

queñas arterias, las diminutas aglomeraciones de casas que conforman los pueblos, dejando volar nuestra mente en busca de emoción y aventura. Esta experiencia, para hacer en pareja, es la que propone Azulair. Durante el vuelo nada mejor que acompañar la admiración de los paisajes con una copa de cava. Y al finalizar, recordar las emociones durante un almuerzo en un lugar típico. Precio para dos personas 700 euros.



Las Merindades.



ISABEL ARANDA
Profesora de EAE Business School

La IA y el futuro del trabajo: ¿Mejorará o empeorará el burnout laboral?

Hace tiempo que la inteligencia artificial (IA) se ha venido integrando en la actividad laboral. Sin darnos cuenta forma parte habitual de nuestras búsquedas en internet, en la producción de coches o en el control del tráfico y así ha venido demostrando su capacidad para transformar ciertos aspectos no sólo del trabajo sino de nuestra vida, en general. A medida que avanzamos hacia un futuro más digital, nos surge la pregunta de cómo la IA va a afectar al trabajo.

Actualmente la IA tiene efectos tanto positivos como negativos en el trabajo. Por un lado, entre sus efectos positivos, permite aumentar la eficiencia y la productividad en muchas tareas, procesar grandes volúmenes de datos y realizar tareas repetitivas de manera rápida y precisa, eliminando así muchos trabajos monótonos y rutinarios y abriendo la puerta a otras definiciones horarias al poder reducir los tiempos de trabajo. Además, facilita la toma de decisiones informadas y con mayor precisión estratégica. Así es especialmente útil en sectores como la medicina, la ingeniería, las finanzas donde la rapidez en la toma de decisiones es un factor crítico. A medida que la oferta de IA se sofistica, va a ir generando nuevas oportunidades laborales de expertos que puedan desarrollar e implementar estas tecnologías y de especialistas en la supervisión y gestión de los sistemas, especialmente desde el punto de vista legal y ético.

Por otro lado, entre sus efectos negativos están la pérdida de ciertos puestos de trabajo especialmente vinculados con tareas repetitivas y predecibles que son las primeras que pueden ser automatizas, por ejemplo, en sectores como la manufactura, la logística y el servicio al cliente. Pero, también está la velocidad y la omnipresencia en nuestras vidas a la hora de manejar información, realizar tareas o tomar decisiones, factores que se vinculan al tecnoestrés que muchas personas están padeciendo y con el fenómeno laboral del burnout.

En este sentido una encuesta publicada por ZDNET sobre si la IA puede prevenir el burnout arroja una interesante información. Según indican alrededor del 58% de los empleados de todo el mundo piensan que los avances en inteligencia artificial y robótica servirán para paliar los efectos del burnout, aunque esta percepción varía mucho en las diferentes generaciones. Cuanto más jóvenes más confían en ello.

Sin embargo, la relación entre IA y disminución del burnout no está tan clara. El burnout, definido como el agotamiento físico, emocional y mental causado por el exceso de trabajo, es un problema de salud laboral que afecta a millones de personas en todo el mundo. Tenemos que tener en cuenta que el núcleo clave del burnout es la percepción que tiene el trabajador de su trabajo, bien porque hay una diferencia importante entre su ideal de trabajo y la realidad de éste, bien por la estructuración de turnos y sobrecarga de horas y, muy especialmente, por las relaciones que mantiene en el ámbito laboral, con sus jefes, compañeros y aquellas personas a las que daría servicio: clientes o pacientes o alumnos.

A día de hoy, la IA mejora la productividad y acelera la consecución de resultados, algo que para algunos trabajadores puede suponer un plus en el estrés con que perciben su trabajo. Por otro lado, el desempeño que consigue la IA puede poner en entredicho el desempeño del trabajador, dejar ciertas posiciones obsoletas y hacerle sentir frustrado, más quemado y que es prescindible activando, con ello, su incertidumbre ante la pérdida del empleo e incrementando, a su vez, el estrés.

La IA en sí misma no tiene por qué tener un efecto directo en el burnout, va a depender de la gestión que hagamos de ella. Su impacto en nuestra calidad de vida laboral dependerá de cómo se implemente y se integre en las organizaciones.

En resumen, la IA tiene el potencial de mejorar la ejecución de muchas tareas, aumentar la eficiencia, la productividad y la toma de decisiones informadas, facilitando, con ello, la agilidad en muchos trabajos y la reducción de las horas dedicadas, abriendo la puerta a una reducción de jornadas o a una reconsideración de la organización del trabajo más orientada a resultados que a permanencia en el puesto del trabajo, algo que se ha comprobado facilita la reducción del estrés laboral y, como consecuencia, los síntomas del burnout. Sin embargo, plantea desafíos en el mercado laboral relativos a la pérdida de ciertos empleos y a la necesidad de reconvertir otros, por un lado, y, por otro, en la percepción y la relación del trabajador con su trabajo que, precisamente intensifican el estrés laboral, incrementando, con ello, la frecuencia de burnout.

En definitiva, el que la IA incremente o reduzca la tasa de burnout va a depender de la gestión que hagamos desde las organizaciones de este recurso.



rafaelhoteles
atocha

Eventos y Celebraciones **A TU MEDIDA**





245 Habitaciones | Más de 1000 m2 de Salones | Terraza-Jardín | Aparcamiento

Méndez Alvaro, 30 -MADRID | www.rafaelhoteles.com | T:900 900 895 | reservas@rafaelhoteles.com

PUBLICIDAD

Cercanía es tener un préstamo[1] inmediato cuando lo necesites

En CaixaBank sabemos lo importante que es tener a alguien cerca. Por eso, ahora cuentas con un **préstamo inmediato** para hacer realidad tus ilusiones. Solicítalo en tu oficina o con un solo clic a través de la *app* **CaixaBankNow**.

Infórmate en tu oficina o en CaixaBank.es



UNIVERSO MUJER BALONCESTO

CaixaBank
Tú y yo. Nosotros.

1. Siempre que se mantengan las circunstancias económico-financieras del solicitante en el momento de la solicitud. NRI: 5671-2023/09681.