

Business People

business-people.es

La gente que influye

01
Abril
2024

**Combustible
futurista**

Volar con aceite usado

**Trabajar 4 días:
¿genialidad o suicidio?**

Protagonistas

**Javier Hernani
(BME)**

**Ángel Sáenz
(LinkedIn)**

España
Escuela
de negocios

1924-2024
El centenario
de multinacionales

Viaje
Descanso digital

Javier Tebas
LALIGA

**EL TIQUITACA
ECONÓMICO**





PORCELANOSA



Descubre más



BY APPOINTMENT TO
H.R.H. THE PRINCE OF WALES,
MANUFACTURER AND DISTRIBUTOR
OF CERAMIC TILES AND BUILDING PRODUCTS,
PORCELANOSA GROUP LIMITED

PORCELANOSA Grupo

Por qué lanzamos *Business People*

De Vito Sinopoli

Hay etapas en la historia política, cultural, económica y social de un país que se pueden contar mejor que las versiones previas. Porque hay algunos momentos que capturan con mayor precisión que otros la esencia de una nación. Personalmente, creo que estos primeros meses de 2024 son un claro ejemplo de esos momentos en España.

El hecho de que el país haya registrado la tasa de desarrollo más alta de Europa (+2,5%) es un claro indicador de que las empresas españolas han reaccionado mejor al fin de la pandemia de la COVID que sus colegas europeas. Un hecho que pone en cierto modo de relieve que los hogares han sabido gestionar eficazmente su presupuesto y que los consumidores no han dejado de comprar productos ni servicios. Así como que las empresas han reaccionado y que ni directivos ni empresarios se han dejado intimidar.

Y es por eso que lanzamos *Business People*. Porque queremos (y tenemos) que explicar y dar a conocer esta extraordinaria capacidad de respuesta del país. Nuestra revista quiere ser una herramienta de información y de conocimiento para que los protagonistas de la economía



La revista será una herramienta de información y conocimiento para los líderes de la economía

puedan darse a conocer y servir de fuente de inspiración para nuevas aventuras empresariales.

Creo que, para mantener esa tendencia positiva, es de vital importancia poder contar con reflexiones y análisis rigurosos sobre la competitividad de las empresas españolas, entender por qué han ganado cuotas de mercado en el país y han aumentado las exportaciones contra viento y marea. Quizá sea la transición ecológica y la digitalización las palancas que hacen que el país avance a un ritmo rápido, superando a otros en Europa.

Pero también nos gustaría entender las razones por las que la productividad sigue sin despegar, por qué siguen sin implementarse reformas estructurales para dotar el sector público de eficiencia, regular la competencia y mejorar el sistema educativo y del empleo. El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PNRR) se encargará de mejorar ciertos aspectos, pero tampoco puede ser considerado la panacea, ni quien lo salvará todo. Más aún teniendo en cuenta la frágil mayoría del Gobierno actual.

En definitiva, de esto y mucho más temas es de lo que quiere hablar *Business People* cada mes. Siempre contando con el apoyo y respaldo de los directivos y directivas, empresarios y empresarias que sientan el deseo y la curiosidad de contar sus historias en nuestras páginas.

MODULNOVA

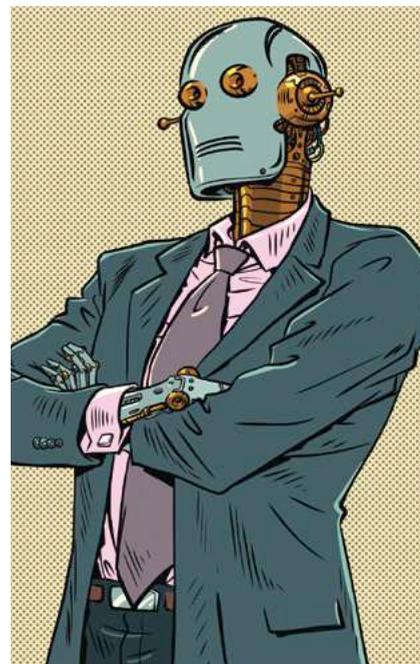


¡Cuidado con los robots!

De José A. Puglisi

La Inteligencia Artificial avanza a un ritmo vertiginoso y, en algunos momentos, dificulta la posibilidad de identificar entre la realidad y la ficción (alerta spoiler: volveremos sobre este crucial punto). No es secreto para nadie que en la era digital en la que vivimos, la inteligencia artificial se ha convertido en uno de los avances tecnológicos más significativos y disruptivos de nuestro tiempo. Desde la automatización de tareas rutinarias hasta la toma de decisiones complejas, la IA está transformando radicalmente la forma en que vivimos, trabajamos e interactuamos en la sociedad moderna. En primer lugar, es crucial comprender qué es realmente la inteligencia artificial. En su forma más básica, se refiere a sistemas informáticos diseñados para realizar tareas que normalmente requerirían inteligencia humana. Esto incluye procesos como el reconocimiento de patrones, el procesamiento del lenguaje natural, la toma de decisiones y el aprendizaje automático. Gracias a avances en algoritmos y al poder computacional, la IA ha alcanzado niveles de sofisticación nunca antes imaginados. Uno de los ámbitos donde esta tecnología ha dejado una huella indeleble es en el mundo laboral. Si bien es cierto que la automatización

impulsada por la IA ha generado temores sobre la pérdida de empleos, también ha creado nuevas oportunidades y ha aumentado la eficiencia en numerosas industrias. Desde la manufactura hasta la atención médica, la IA está optimizando procesos, reduciendo costos y permitiendo a los trabajadores centrarse en tareas de mayor valor añadido. Sin embargo, el impacto de la inteligencia artificial va más allá de la esfera laboral. En el ámbito de la salud, por ejemplo, está revolucionando el diagnóstico médico, permitiendo una detección más temprana de enfermedades y personalizando tratamientos para pacientes individuales. En el transporte, los vehículos autónomos alimentados por IA prometen mejorar la seguridad vial y reducir la congestión en las ciudades. Y en la educación, la IA está personalizando el aprendizaje, adaptando la enseñanza a las necesidades específicas de cada estudiante. No obstante, junto con sus numerosos beneficios, la inteligencia artificial también plantea desafíos éticos y sociales significativos. Desde preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los datos hasta el sesgo algorítmico y el impacto en el empleo, la IA presenta una serie de dilemas complejos que requieren una reflexión cuidadosa y una regulación adecuada.



¿En qué se parece la Inteligencia Artificial a un martillo?

Por ejemplo, el lector que llegó hasta este punto del artículo habrá pensado que eran mis palabras las que llenaban el papel, pero en realidad se trata de un artículo escrito por la IA, sobre sí misma. ¿Se acuerdan de que al inicio hablamos sobre la dificultad de identificar los límites entre la realidad y la ficción? En este sentido, la IA no se diferencia mucho de un martillo. Con él se puede construir un mueble o matar a una persona. No es más que una herramienta que hará maravillas o desatará el caos, según las manos en las que caiga.



**Si este QR te ha despertado
interés, espera a ver el que le
puede despertar a tu empresa.**

bankinter.

El banco que ve el dinero como lo ves tú.

Sumario



24 EL TIQUITACA ECONÓMICO DEL FÚTBOL

LALIGA avanza en sus resultados y se posiciona como una de las competiciones más sólidas de la Unión Europea. Su presidente, **Javier Tebas**, explica la 'fórmula del éxito' y los riesgos que supone la llegada de la Superliga Europea...

13 Insider



14



12

14 Women power

16 Pictures

18 People

22 Numerology



16



34



86

33 Business is business

34

Destino: líderes europeos del SAF

La oportunidad de España para convertirse en un referente mundial en la producción del Sustainable Aviation Fuel

40

Empresarios estadounidenses 'made in Spain'

Cada año crece el número de jóvenes de Estados Unidos que se forman como empresarios en España

46

Trabajar cuatro días: ¿genialidad o suicidio?

El Gobierno impulsa la nueva política laboral, mientras que los expertos temen por la productividad

52

Empresas centenarias: el arte de perdurar

Tras el final de la Gran Guerra, nació una generación de empresas que por su resistencia y de innovación ahora celebran 100 años de historia

62

Mercado laboral: Evolución o desempleo

Entrevista a Ángel Sáenz de Cenzano, CEO de LinkedIn

66

Salir de la hibernación

Entrevista al CEO de Bolsa y Mercados Españoles, Javier Hernani

70

El MVP contra la pandemia de la obesidad infantil

La Gasol Foundation lleva más de una década impulsando el crecimiento infantil saludable y la reducción de las desigualdades sociales, charlamos con su fundador al respecto.

74

Cómo hacer feliz a tus clientes

La entidad logra, por quinto año consecutivo, liderar el ranking de los clientes más satisfechos de la banca española



77 Free time

78

Streaming empresarial

Las películas y series que ayudan a entender el fascinante universo de los negocios

86

Descanso Digital

Los mejores destinos para poder desconectar de las tecnologías y reencontrarse con uno mismo, con la naturaleza como compañero de viaje

92

Un año electrizante

La industria del automóvil confía en volver a la normalidad tras cuatro convulsos ejercicios. El desembarco de un buen número de marcas chinas y una explosión de novedades eléctricas marcarán los próximos meses

96

El Prado con mirada femenina

El prestigioso museo madrileño resalta la importancia de las mujeres en el arte con un espléndido itinerario que abrirá sus puertas el 30 de abril

100

El tiempo redefine su estilo

El sector de la relojería de lujo presume sus nuevas tendencias

102

De Madrid al Cielo... de las estrellas Michelin

La capital española es uno de los grandes referentes gastronómicos de Europa,



sumando 35 estrellas de la Guía Michelin que se reparten entre 26 restaurantes

106

Los más deseados de la Rioja

Las etiquetas vitivinícola de la región alcanzan las más altas puntuaciones en guías y rankings del mundo, lo que les convierte en las puntas de lanza del mercado del vino español

108

Entertainment

La agenda que no te puedes perder para tu tiempo libre

112

Amor puro en un enloquecido París

El ex ministro Máximo Huerta habla sobre su novela París despertaba tarde, donde ahonda en el incalculable valor de la amistad femenina



Business
People

¡DESCARGA LA APP!

Forma parte de la comunidad que cada mes lee *Business People España* en versión digital. La App está disponible de forma gratuita para dispositivos Apple y Android.



Síguenos en    

www.business-people.es

Business People

N. 1 Abril 2024

Director responsable

Vito Sinopoli

Consultor editorial

Linda Parrinello

Redactor jefe y coordinación editorial

José Antonio Puglisi

Redacción

M^a Gabriela Sivira - gsivira@e-duesse.es

Coordinación gráfica

Alda Pedrazzini

Maquetación

Jangala Media

Han colaborado en este número: Alfredo García Reyes, Ana Montenegro, Cristina Mendoza, Ernesto Páez, Eva de Amo, Fernando García, Francisco Javier Villagrán, Guillermo Reparaz González, José Suay y Raquel Pardo.

Coordinación técnica

Paola Lorusso - plorusso@e-duesse.es

Publicidad

Elisabetta Pifferi - elisabetta.pifferi@e-duesse.es

Publicación mensual - 10 números al año
Precio de la copia 3,90 euros

Preimpresión: Target Color srl, Milano

Impresión: Rotocobrhí/Walstead

Ronda de Valdecarrizo, 13

28760 Tres Cantos

Madrid

Distribución: SGEL

Avda. Valdelaparra, 29. Pol. Ind.

28108 - Alcobendas (Madrid)

Depósito Legal: M-30765-2023

ISSN 3020-6618

Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de la revista puede ser reproducida en cualquier forma o reelaborada con el uso de sistemas electrónicos, o reproducida, o difundida, sin el permiso por escrito del editor. Los manuscritos y fotografías, aunque no estén publicados, no serán devueltos. La redacción se ha ocupado de obtener los derechos de autor de las imágenes publicadas. En caso de no haber sido posible, el editor queda a disposición de los titulares para responder a eventuales solicitudes.

DUESSE COMMUNICATION ESPAÑA SL

C/ Fernando el Católico, 17

28015 Madrid

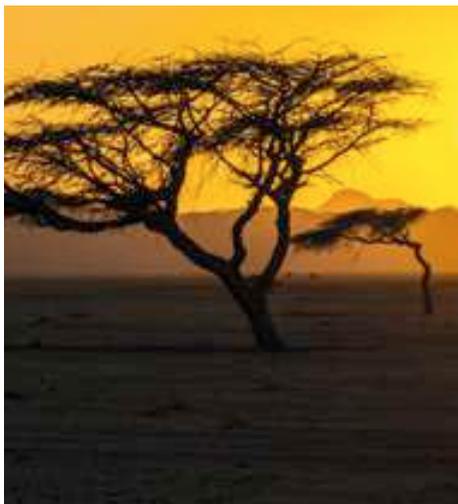
www.e-duesse.es

Número cerrado en la redacción el 13/03/2024




GORGONIA[®]
BEACH RESORT
★★★★★

gorgoniabeach.com



Apuntes e imágenes que inspiran

Insider

La belleza está en el interior



Ln su 59ª edición, Casa Decor abre las puertas del Palacio de la Trinidad. Se trata de una de las pocas edificaciones privadas de encanto señorial que aún siguen ocultas en la zona urbana de Madrid y que, ahora, gracias a la Exposición que se celebrará entre el 11 de abril y 26 de mayo, se podrá visitar. Sin embargo, la magia ocurrirá dentro de sus paredes, donde se exhibirán las últimas tendencias en interiorismo, diseño, materiales, innovación, artesanía y sostenibilidad. Una experiencia única en la que participarán reconocidas figuras como Miguel Muñoz o las empresas Delamora y Vonna. ▲



© Nacho Uribe Salazar para Casa Decor

Epicentros del éxito femenino

Las mujeres están rompiendo los techos de cristal. Los clichés se van quedando en el pasado, mientras ellas avanzan a paso firme dentro las empresas para demostrar lo que, hasta ahora, era un secreto a voces: las directivas también saben cómo tomar las riendas y revolucionar la economía mundial. Su éxito no pasa desapercibido. Al contrario, se celebra en cada rincón del mundo y con especial énfasis en Madrid y Shenzhen (China). La capital española recibirá, entre el 9 y 11 de mayo, el Global Summit of Women. En su 34 edición, la cumbre internacional impulsada por el GlobeWomen Research & Education Institute y bajo el

lema *Energizing economies of the future*, reunirá a unas 1.000 líderes de empresas y gobiernos, provenientes de más de 60 países. “La cultura es una barrera importante para el desarrollo empresarial de las mujeres. Lleva mucho tiempo, siglos, romper con los estereotipos culturales sobre lo que una mujer puede o no hacer”, indica Irene Natividad, presidenta del Global Summit of Women a *Business People*. Y aprovecha para poner la lupa en una de las asignaturas pendientes dentro de España: aumentar el liderazgo femenino en el sector energético. Solo hay un 17% de mujeres en altos cargos del mercado energético y un 12% entre las empresas TIC,

EL PRÓXIMO MES DE MAYO HABRÁ DOS CITAS IMPRESCINDIBLES PARA LAS EMPRESARIAS Y LAS EMPRENDEDORAS. DE MADRID A SHENZHEN LAS MIRADAS SE POSAN EN LAS INDISCUTIBLES CONQUISTAS DE ELLAS, LAS NUEVAS LÍDERES QUE MUEVEN LA ECONOMÍA DEL MUNDO

según la Agencia Internacional de Energías Renovables y FEDEA, respectivamente. Sin embargo, Natividad está convencida de que mejores tiempos están por llegar. “La Inteligencia Artificial lo cambiará todo. La forma de trabajar en el mercado global dará un giro de maneras que no podemos siquiera imaginar”, precisa.



Irene Natividad durante la celebración del Global Summit of Women en Dubái



Un grupo de las ganadoras del Cartier Women's Initiative 2023

PREMIAR EL FUTURO

Al otro lado del mundo, en la ciudad china de Shenzhen, Cartier Women's Initiative reconocerá a exitosas emprendedoras que utilizan los negocios para mejorar el mundo. Además de sus categorías regionales y temáticas, Cartier creó en 2023 un Premio a la Diversidad, la Equidad y la Inclusión para reconocer las soluciones diseñadas para cerrar las brechas de acceso en comunidades tradicionalmente desatendidas. La iniciativa, lanzada en 2006 como parte del Foro de Mujeres para la Economía y Sociedad, ya financió con 6,4 millones de dólares a 262 empresarias provenientes de 62 países y diversos sectores. En todos los rincones del mundo, ellas están reformando la economía desde sus propios proyectos y escalando peldaños en las instituciones más prestigiosas del sector empresarial. Mayo es el mes para celebrarlo.



Cartier reconocerá a las emprendedoras que utilizan los negocios para mejorar el mundo

EL MUNDO A TRAVÉS DE LA CÁMARA

Es conocido que una imagen vale más que mil palabras y los *Sony World Photography Awards 2024* es la demostración. La *World Photography Organisation* analizó las más de 395.000 imágenes inscritas en la 17.ª edición del concurso (y provenientes de más de 220 países y territorios) para escoger a los fotógrafos finalistas del prestigioso concurso profesional que dará su veredicto el 18 de abril.

La iniciativa, que reconoce una serie de trabajos excepcionales por su maestría técnica y su enfoque original de la narrativa, también escogerá al *Photographer of the Year 2024*. El ganador recibirá un premio de 25.000 dólares en metálico y varios equipos de captación de imágenes digitales de Sony, además

de la presentación individual de su trabajo como parte de la próxima exposición de los *World Photography Awards* de Sony. También se reconocerá la labor profesional de los fotógrafos en diversas categorías como: Arquitectura y Diseño, Creatividad, Proyectos Documentales, Ambiente, Paisajes, Portfolio, Retrato, Deporte, Naturaleza Muerta o Bodegón, Vida Salvaje y Naturaleza. Los apasionados por la imagen también podrán disfrutar de una importante selección de las fotografías finalistas y preseleccionadas que se expondrán como parte de los premios *Sony World Photography Awards 2024* en Somerset House (Londres) del 19 de abril al 6 de mayo de 2024, y que luego viajarán a ubicaciones adicionales.

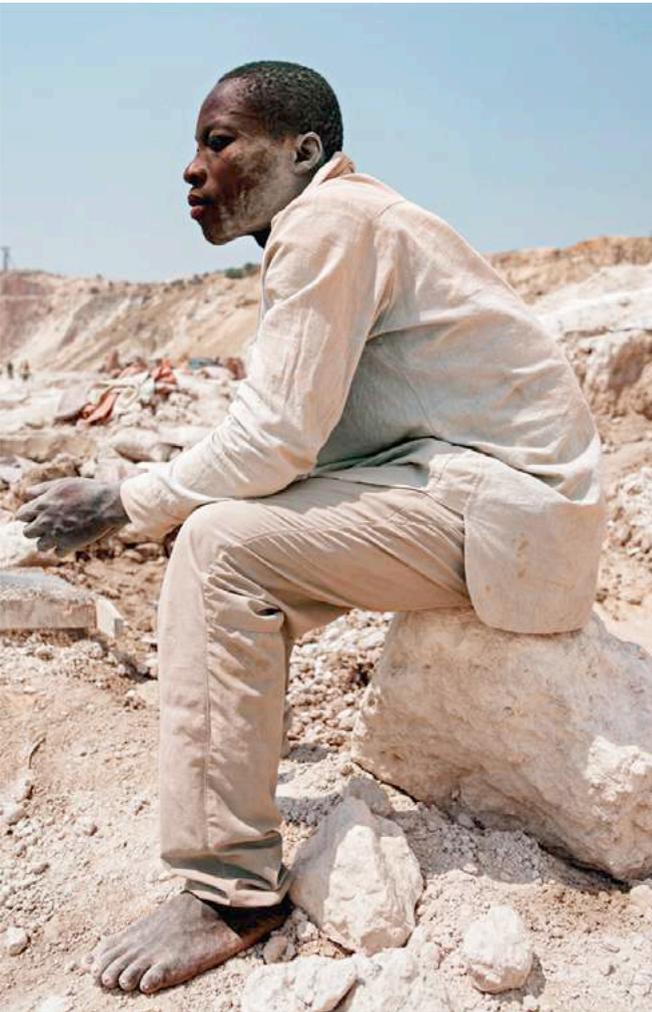
www.worldphoto.org



Albrecht Voss Voß presenta la arquitectura alpina como esculturas surrealistas hechas en zonas montañosas ↑

Davide Monteleone documenta la condición y el impacto de la minería de cobalto en la República Democrática del Congo →

Categoría: Arquitectura y Diseño. © Albrecht Voss Voß, Alemania. Sony World Photography Awards



↑ Eddo Hartmann muestra "El Polígono", que alguna vez fue el hogar de las instalaciones de pruebas nucleares de la URSS

↓ Padres e hijos se dan la mano por primera vez en años, a veces décadas en este trabajo artístico de Valery Poshtarov



VALDEOLIVAS FICHA POR LEGENDS

Laura Valdeolivas es designada consejera delegada de Legends, compañía participada por LaLiga y la UEFA. Deberá liderar la expansión nacional e internacional de la empresa deportiva y posicionar a su museo como referente en la oferta turística.

**NUEVO LIDERAZGO EN DIRCOM CATALUNYA**

Jordi Romañach es nombrado presidente de la Asociación de Directivos de Comunicación en Catalunya (Dircom Catalunya) para el período 2024-2028, en sustitución de María Luisa Martínez Gistau.

**El Corte Inglés
Gastón
Bottazzini****Asesor de presidencia**

El Corte Inglés fortalece su equipo directivo con la incorporación de Gastón Bottazzini, quien hasta ahora se desempeñaba como consejero delegado de la firma Falabella. El empresario se une al grupo como asesor de la presidenta Marta Álvarez y de los dos consejeros de la comisión delegada, José Ramón de Hoces, el secretario del consejo y responsable del área Legal, y Javier Rodríguez Arias Ambrosini. También deberá apoyar en el proceso de transformación del holding y colaborar con los directores generales.

**Cepsa
Belén
Linares****Directora de Investigación**

Cepsa ficha a Belén Linares como directora de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i). En su nuevo cargo se enfocará en potenciar la investigación, el desarrollo y la innovación desde el área de Tecnología, Proyectos y Servicios de la multinacional energética, área liderada por José Manuel Martínez, miembro del comité de dirección. Cuenta con 23 años de experiencia internacional en el sector energético y aeroespacial, además de ser una experta en innovación y tecnologías para la descarbonización en sistemas energéticos.

**Tesla
Almudena
Cobas****Content & Communications Specialist**

Tesla incorpora a Almudena Cobas como Content & Communications Specialist para España y Portugal. La periodista, que trabajó para Telefónica, Europa Press y elEconomista, se une al equipo de la compañía de Elon Musk para mejorar la comunicación en la región ibérica y apoyar el progreso de la empresa en las áreas de movilidad eléctrica y sostenible, entre otras. Su experiencia en el sector automotriz y su conocimiento en los medios serán relevantes para asumir el reto de su nuevo cargo.

**Grifols
Nacho
Abia****Consejero delegado**

Nacho Abia asume, desde el 1 de abril, el cargo de consejero delegado de la empresa farmacéutica. Con 25 años de experiencia en gestión internacional, ha trabajado en compañías cotizadas de los sectores de las ciencias de la salud y tecnología médica, además forma parte del consejo de administración de AdvaMed (Asociación de Tecnología Médica Avanzada) en Estados Unidos y del consejo de administración de la Cámara de Comercio Estados Unidos-España. Por su parte, Thomas Glanzmann continuará en la compañía como presidente ejecutivo.

PABLO MORENO CRECE EN THE FINI COMPANY

Pablo Moreno es nombrado como *Chief Marketing Officer Global* de The Fini Company, donde dirigirá las iniciativas de marketing y colaborará con los equipos de sus diez filiales y socios estratégicos.

**BCW ESPAÑA SE REFUERZA**

La agencia de comunicación designa a Antonio Roldán Monés como Senior Advisor. El economista y político contribuirá al Consejo Asesor de la compañía para fortalecer la visión y aportar asesoramiento en el área de comunicación.



AHORRAMÁS PRESUME DE NUEVO DIRECTOR

El consejo de administración de Ahorramás designa a Ramón Bosch Illa como nuevo director general, en sustitución de Eusebio Rubio Martín, quien estuvo al mando de la cadena de supermercados durante 20 años.



RENOVACIÓN EN LA FUNDACIÓN ESADÉ

El Patronato de la Fundación Esade nombra a Daniel Traça como nuevo director general. Se incorpora para fortalecer el posicionamiento global de la entidad y centrarse en la calidad educativa, sostenibilidad, impacto social e innovación.



Mapfre José Miguel Alcoleas



Secretario y director general

El Consejo de Administración de Mapfre nombra, desde el 1 de abril, a José Miguel Alcolea Cantos como secretario general y director general del área corporativa de Asuntos Legales y secretario del Consejo de Administración. También incrementará sus responsabilidades al convertirse en vocal del Comité Ejecutivo del Grupo. Este nombramiento se produce en sustitución de Ángel Dávila, quien se jubila tras 32 años en la multinacional, donde ocupó diferentes altos cargos.

DKV Seguros Fernando Campos



Consejero delegado

Fernando Campos, licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid y con un MBA Internacional por IE Business School, es el nuevo consejero delegado de DKV Seguros España desde el 1 de abril. En su trayectoria profesional ha ocupado altos cargos en diversas compañías, incluyendo AON, Cigna Spain Healthcare y Sanitas, una larga experiencia que empezó en el año 2000 cuando entró a la reconocida consultora PWC como miembro de equipos de auditoría para compañías de seguros.

IBM Ana Governado Hernández



Managing partner

Ana Governado Hernández se incorpora como Managing Partner de IBM Consulting para España, Portugal, Grecia e Israel. Con 25 años de experiencia en el sector de la tecnología, ha liderado proyectos transformadores complejos e inversiones estratégicas, como la adquisición de Bluetab en 2021. También ha ocupado varios puestos de liderazgo en las áreas de Tecnología, Ventas y Consultoría, entre los que destacan el de Executive Partner del área de Data y Technology Transformation, Cognitive Process Reengineering Leader.

QBE Iván Arenal



Regional Manager

QBE Iberia incorpora a Iván Arenal como Regional Manager Cataluña para fortalecer su oficina en Barcelona y mejorar la relación con los corredores de seguro. Además, pasa a formar parte del Comité de Dirección de la sucursal y reportará a Patricia Puerta, directora general del grupo. Asume la nueva responsabilidad tras una trayectoria de 16 años dentro de la firma, donde ocupó otros cargos como el de gerente del Negocio Industrial o responsable de Suscripción de Grandes Empresas de Cataluña.

EL NUEVO SOCIO DEL MANZANO

Apple Tree elige a Julio Fernández-Sanguino como su nuevo socio. Su labor será fortalecer la presencia digital de la agencia y desarrollar estrategias innovadoras para adaptarse a los cambios del mercado y las expectativas de los clientes.



UNA TRANSICIÓN FLUIDA DE INGENIERÍA

La multinacional de ingeniería ABB designa a Morten Wierod como su nuevo consejero delegado en sustitución de Björn Rosengren, quien se jubilará el 31 de diciembre de 2024. El noruego ha sido miembro del comité ejecutivo desde 2019.



**Su
oasis
de
relax,
con
Nice**



**Su
futuro
más
verde,
con
Nice**



**Su
tiempo
libre,
con
Nice**



**Su
casa
smart
ideal,
con
Nice**



**Su
vida
más
fácil,
con
Nice**



Su hogar seguro, con Nice



Nice

Entre en el futuro de la vida en el hogar con nuestra oferta de soluciones de gestión del hogar conectadas e integradas, diseñadas para mejorar su estilo de vida con una experiencia de vida. Imagine un hogar que se anticipa a sus necesidades, se adapta según sus preferencias y mejora tus rutinas diarias: todo esto es Nice.

**Bienvenido al futuro —
bienvenido a casa.**



Descubre nuestras soluciones

El acelerón de los coches de lujo

Los coches de lujo vuelven a 'rugir' con fuerza en España. En total, en 2023 se vendieron 3.925 vehículos de alta gama, alcanzado **la cifra más alta de los últimos cinco años**. Lo que supone un incremento del 19,5% en las matriculaciones con respecto al año anterior. La gran campeona del mercado es la marca **Porsche**, que lidera el 83% de las unidades adquiridas



3.275

PORSCHE
unidades vendidas en 2023

MODELOS MÁS POPULARES:

Macan y **Cayenne** (1.155 y 912 unidades)



412

MASERATI
unidades vendidas en 2023

MODELO MÁS POPULAR:

Grecale (330 unidades)



FERRARI 74

unidades vendidas en 2023

MODELOS MÁS POPULARES:

296 GTB y el **Roma** (19 y 17 unidades)





69 BENTLEY
 unidades vendidas en 2023
 MODELOS MÁS POPULARES:
Continental y **Bentayga**
 (29 y 24 unidades)



LAMBORGHINI
 unidades vendidas en 2023
 MODELO MÁS POPULAR:
URUS (28 unidades)



ASTON MARTIN
 unidades vendidas en 2023
 MODELO MÁS POPULAR:
DBX (25 unidades)



McLaren
7 MCLAREN
 unidades vendidas en 2023
 MODELOS MÁS POPULARES:
720 S, **Artura** y **GT** (2 unidades)

ROLLS R.
 unidades vendidas en 2023
 MODELO MÁS POPULAR:
Cullinan (2 unidades)



1 FISKER
 unidad vendida en 2023
 MODELO: **Karma Revero**

J

JAVIER TEBAS

Licenciado en Derecho por la Universidad de Zaragoza, es presidente de LALIGA desde abril de 2013, cargo en el que fue reelegido en 2016, 2019 y de nuevo en 2023 por cuatro años más. Su gestión se ha basado en tres pilares fundamentales: el control económico, la venta centralizada de derechos audiovisuales y la estrategia de internacionalización de la competición



El tiquitaca económico del fútbol

Javier Tebas

LALIGA

El presidente de la Liga Nacional de Fútbol Profesional está moviendo con destreza el balón financiero y, con los clubes como sus compañeros de equipo, **prevé registrar unos ingresos de casi 5.000 millones de euros**, lo que le sitúa a las puertas de sus mejores datos históricos

Texto de José A. Puglisi - Fotos Javier Villagrán

J

Javier Tebas entra a la Sala de las Banderas con semblante serio. Como un *killer* que está a segundos de disparar a la portería desde los 11 metros, observa con determinación a su entorno. Al presidente de LALIGA no le tiemblan las piernas al augurar una victoria contra la Superliga Europea o al pronosticar que, en solo tres temporadas, los clubes españoles jugarán un partido en Estados Unidos. Dudar no es una opción. No para él, que promueve con el ejemplo que los empresarios deben tener la valentía y el conocimiento para gestionar a sus empresas 'a lo panenka'. Una estrategia que le permite, hasta la fecha, ostentar de unos espléndidos resultados económicos.

Algunos le llaman el 'rey Midas' del fútbol español, ¿está convirtiendo en oro a LALIGA?

Lo que hemos hecho es un trabajo con los clubes para lograr que esta industria genere lo que tiene que generar, así como aprovechar las oportunidades para generar riqueza en el sector y en el país.

Los resultados le acompañan, con un importe neto de casi 2.000 millones en la temporada 22-23, un 3% más interanual, ¿cuál fue la 'receta mágica'?

Lo primero es trabajar más que los demás, sin dar a entender que los demás no lo hagan. A lo que se suma estudiar y conocer las situaciones que hay en el mercado, especialmente a nivel audiovisual y comercial y saber dónde diseñar la estrategia. De lo contrario, sería imposible optar al crecimiento o, en época de crisis, minimizar el impacto de la coyuntura.

¿Destacaría alguna estrategia?

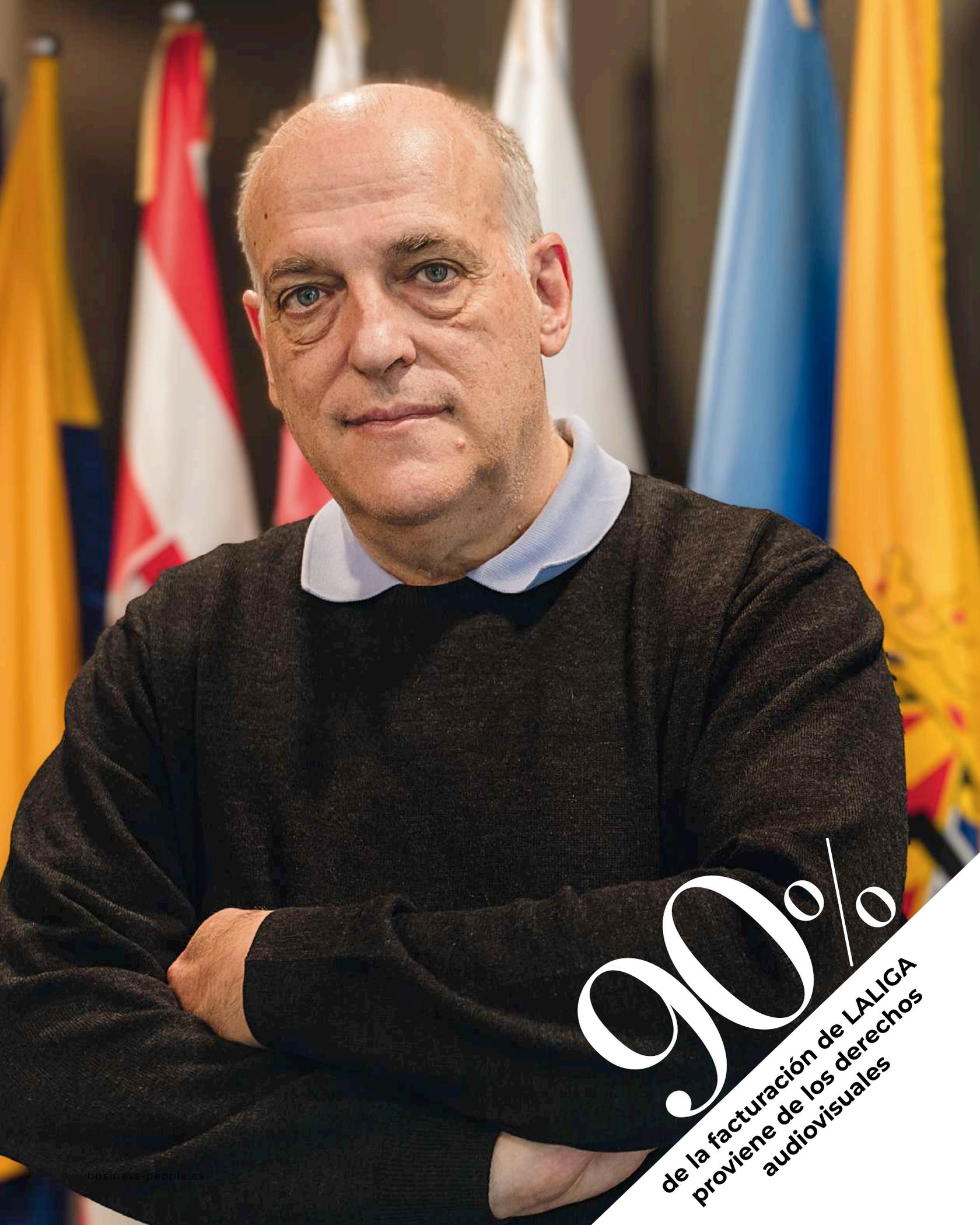
A nivel audiovisual, que es nuestra mayor fuente de ingresos, hemos geolocalizado aún más las estrategias de nuestros tender de televisión o de la forma de vender los derechos audiovisuales conociendo mucho más la idiosincrasia de cada industria local. En cada país el desarrollo de las OTT o de los operadores de comunicaciones es totalmente distinto y es clave tener una estrategia concreta para enfocar el producto, la distribución o los años de duración de los contratos.

Justamente el 90% de la facturación llegó de los derechos audiovisuales, ¿cómo afectará una posible alianza con la Bundesliga a los mercados locales?

Estamos explorando opciones porque hemos visto que hay algunos territorios donde se pueden crear sinergias de valor con otras ligas. Podría ser con la Bundesliga o con otras. En los mercados donde LALIGA no es un producto premium por existir otros deportes más predominantes, es importante hacer sinergias que creen valor y es en lo que estamos trabajando.

El informe Annual Review of Football Finance de Deloitte estima que LALIGA será →





90%
de la facturación de LALIGA
proviene de los derechos
audiovisuales



la competición que más aumentará sus ingresos en la temporada 23-24, ¿cuál es la clave para superar a Ligue 1, Serie A, Bundesliga y Premier League?

Los informes son los informes... pero sí vamos a terminar la temporada 23-24 de forma muy similar a la temporada 22-23. Se trata de un resultado importante al tener en cuenta que Telefónica perdió un número considerable de suscriptores. Para terminar el año nos estamos centrando en otros territorios internacionales para intentar aumentar la media del trienio anterior y, en términos globales, superaremos la media de la temporada previa.

¿Ve a Netflix capaz de dar el salto a los derechos de partidos de fútbol?

En España, no. Como otras grandes plataformas de entretenimiento, están estudiando nuevos modelos y oportunidades de mercado. Sin embargo, las competiciones como LALIGA tenemos mucho valor económico y, actualmente, esas plataformas buscan más el acceso a mercados más locales que nacionales. A día de hoy, veo inviable que Netflix, Amazon o Apple TV compre estos derechos *premium*.

LALIGA y los clubes superaron los de 4,8 millones de euros en ingresos totales en la temporada 21-22, ¿seguirá en aumento en la 22-23 cuando se presenten?

La cifra de negocio del fútbol español va en aumento

y destacaría el crecimiento que están registrando los clubes a nivel comercial, no solo por Real Madrid o FC Barcelona, sino también por el resto de clubes. El Plan Impulso con CVC ha crecido muchísimo en el ámbito comercial y también en el del matchday, que eran dos factores que nos hacían perder competitividad con respecto a otras ligas, pero que ahora nos acercan a los niveles de la Bundesliga o de la Premier.

La Premier League parecía imposible de vencer, ¿qué opciones hay de 'golearles' económicamente desde LALIGA?

Es muy complicado. Ellos tienen mucha más población, mayor renta per cápita y más penetración de la televisión de pago. Hay que plantearse, con las características del mercado español, si estamos logrando igualarnos en objetivos cualitativos, donde sí nos aproximamos mucho y donde estamos por encima de otras competiciones como la Bundesliga, la Ligue 1 o la Serie A.

¿Qué impacto económico prevé que generará en LALIGA la llegada de Mbappé al Real Madrid?

Son jugadores que aceleran procesos a pesar de no ser imprescindibles. Todo el halo que se ha generado en los últimos años ayudará a que su llegada sea una gran alegría para los aficionados del Real Madrid, pero también para los aficionados del fútbol español.

¿Hay otros jugadores que podrán tener ese efecto acelerador?

El Real Madrid descubrió a Bellingham, cuando inicialmente casi nadie le imaginó a este nivel. Pero también está Vinicius Jr., Lewandowski o Griezmann, que son grandes jugadores en la competición nacional, sin olvidar a españoles nacidos de las canteras de LALIGA como Pedri o los jugadores del Valencia que están marcando la diferencia a pesar de ser muy jóvenes, por poner algunos ejemplos.

La situación económica del FC Barcelona es preocupante, ¿cuánto tiempo estima que será necesario antes de que logren estabilizarse nuevamente?

No me corresponde a mí entrar a opinar en eso. Dependerá de la estrategia que utilice el FC Barcelona. Pero es un club que factura casi 1.000 millones de euros y, con las decisiones adecuadas, saldrán de la situación antes o después.

¿Echa de menos que el club tome algunas medidas en particular?

Sí, pero son mis opiniones personales. Nosotros no tute-

lamos las decisiones de los clubes, solo que los gastos sean acordes con las decisiones que hayan tomado.

Aseguró que si la Superliga sale adelante usted dimitiría, ¿lo mantiene?

¡Claro! Es lo lógico porque destruiría por completo las ligas nacionales. En España, por ejemplo, reduciría como mínimo un 65% de los ingresos y no tiene sentido que permanezca en el cargo con una caída de esos ingresos. LALIGA requeriría de otro tipo de organización para poder competir en ese nuevo rol, muy inferior al que tienen actualmente. Pero nada de esto pasará.

Le veo muy convencido...

Lo estoy. Conozco muy bien el pensamiento de la mayoría de los clubes europeos y porque, en 2019, se presentó un proyecto similar entre la UEFA y la ECA, menos dañino incluso que el actual, y las ligas domésticas y los clubes de Europa dijeron que 'no'. No ha pasado tanto tiempo como para que cambie la opinión de los clubes y las ligas.

¿Ve realmente viable a medio plazo un mo- →



La Superliga Europea supondría
una caída mínima del
65%
en los ingresos anuales de la competición
de fútbol española

¿de dónde se transmiten gratuitamente los partidos?

No, por eso llamamos a Bernd Reichart, CEO de la Superliga, 'Bernd Copperfield', porque es un ilusionista. Todo el proyecto está sustentado sobre dos grandes mentiras: la primera es que la OTT puede ser gratis y, la segunda, que no se dañará a las ligas nacionales.

En LALIGA ya utilizan la IA para mejorar retransmisiones, gestionar horarios, acercarse a los aficionados y ayudar a los clubes a luchar contra la piratería, ¿en qué otras áreas les gustaría implementarla?

Estamos trabajando en implementarla en la propia gestión de LALIGA y sus clubes. La llegada del Chat GPT, Co-

CONFESIONES DESDE EL BANQUILLO

¿C

uál fue el partido de fútbol que más ha disfrutado en su vida?

Cuando era presidente del Huesca, los seis partidos que nos permitieron el ascenso de Tercera a Segunda B. Son los encuentros que más me marcaron y me acuerdo perfectamente de todos.

Como apasionado del esquí, ¿qué sensación tiene cada vez que se desliza?

Riesgo, velocidad en las decisiones y liberación sobre todo. Esquí en algunos lugares peligrosos donde debes estar muy concentrado y donde no te da tiempo a pensar en los problemas que tienes.

¿Cuál es el mejor vino tinto para acompañar una buena conversación?

Flor de Pingus

A sabiendas de que disfruta de la buena gastronomía, ¿cuál es el plato y restaurante que le 'enamora'?

El lomo de corzo en el restaurante El Fogaril del Hotel Ciria.

También disfruta de la historia de España, ¿cuál es el época que más le cautiva y por qué?

El nacimiento de la nación española, con los Reyes Católicos y el descubrimiento de América. Refleja el espíritu español de no conformarse y, además, de enseñar y transmitir conocimiento.

LALIGA

LALIGA es optimista y prevé que, junto a los clubes, anunciará

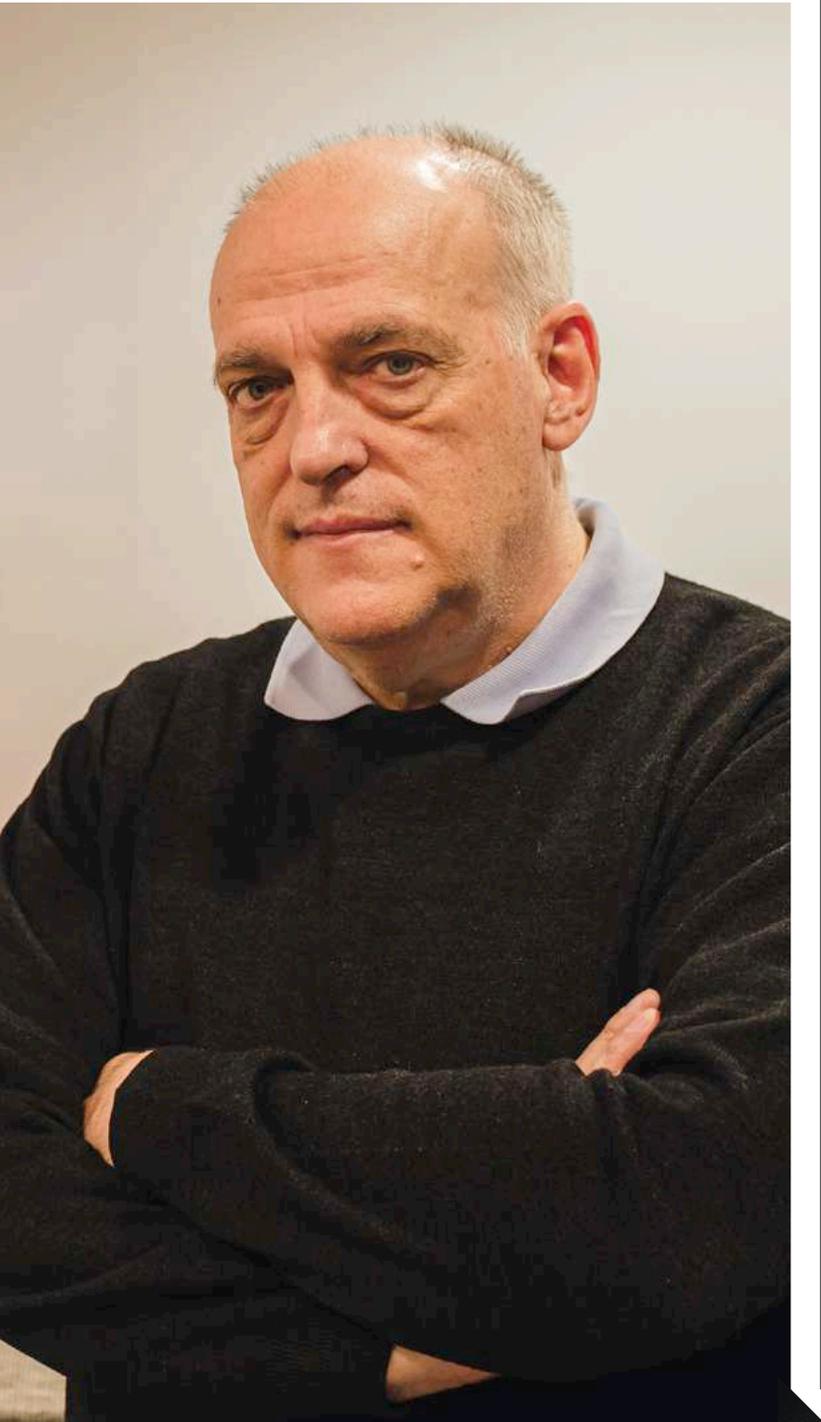
5 mil millones

casi de ingresos para la temporada 22/23



pilot y Gemini será importante en el management y hemos creado un departamento de IA que busca utilizar las nuevas tecnologías en el desarrollo interno de nuestra organización. Creemos que la IA es igual a eficacia, ya que nos permite tener más tiempo para tomar decisiones de acuerdo a mejores informes y acceso a la información.

¿Cómo valora la llegada de la NFL a Madrid du-



rante 2025?

Así como estoy peleando para jugar partidos en Estados Unidos, no veo mal que la NFL venga a buscar mercado y crecer. Nosotros, dentro de las próximas tres temporadas, acabaremos también jugando un partido oficial en Estados Unidos.

En enero de 2023 tildó de “circo” a la Kings League, ¿lo sigue pensando?

Tuvo un gran momento de explosión y parecía que íbamos a tener que ‘cerrar la ventanilla’. Pero mi expresión no quiso ser peyorativa, sino en referencia a todo lo que se estaba montando alrededor de la competición. Como business me parece una buena idea y cuando hablabas con Ibai o Piqué ellos mismos bajaban el suflé. Eso sí, hubo periodistas que escribieron que se acababa el fútbol y esos eran los ‘payasos’ de todo ese ‘circo’.

El sector del fútbol levanta muchas pasiones por parte de los aficionados, ¿qué es lo más difícil de llevar las riendas de LALIGA?

Que el fútbol no duerme. Eso conlleva a un importante sacrificio familiar y del entorno, más a una edad en la que se busca aprovechar el tiempo de calidad con los seres queridos.

Se le vincula a una veintena de empresas de sectores muy diversos. Además del fútbol, ¿en qué sectores disfruta invirtiendo?

Se exagera. Por haber estado en Consejos de Administración no implica que haya invertido en esas empresas o que tenga otros negocios por ahí. Mi única pasión es mi despacho de abogados, donde ayudo en todo lo que puedo y donde terminaré la faceta profesional tras abandonar LALIGA. Ya les pedí que me vayan barriendo el despacho (risas)

¿Cuáles son las características que debe tener un ejecutivo para dirigir con éxito a una compañía en España?

Los altos directivos no pueden tener vértigo a las decisiones y deben tomarlas en el tiempo adecuado. Además, deben estudiar más que nunca para formarse constantemente y estar a la vanguardia de la tecnología.

¿Cuáles son los grandes retos que afrontará LALIGA durante los próximos años?

Enterrar definitivamente a la Superliga Europea y que, a nivel mundial y europeo, entiendan que deben analizar el impacto que tendrán sus decisiones en las ligas domésticas. Finalmente, seguir los avances tecnológicos y adaptarnos a los mismos, por lo que es fundamental el estudio constante. ▲

Business is business

¡Órale! Coge el avión



Los turistas mexicanos ven 'chido' viajar a España. Más de 992.000 personas llegaron provenientes del país azteca en 2023, un 70% más que en el año 2019. Durante su estancia media de más de siete días, los viajeros se gastaron 2.355 millones de euros, duplicando el dinero que se deja un turista británico o alemán y hasta triplicando el consumo de un francés, según los datos de Turespaña.



© iStockphoto

DESTINO: LÍDERES EUROPEOS DEL SAF

Las petroleras, energéticas y aerolíneas invierten con fuerza en **el nuevo combustible que no solo les permitirá cumplir con las regulaciones de la UE**, sino también transformarse en uno de **principales productores dentro del continente**

Texto de M.ª Gabriela Sivira

España empezó su misión de convertirse en una de las grandes potencias mundiales en la producción del Sustainable Aviation Fuel (SAF). La sólida inversión de las petroleras, energéticas y aerolíneas ayudará a que se cumplan con los objetivos establecidos por la Unión Europea en materia de aviación sostenible para 2050. Pero, además,

desarrollará un nuevo mercado que se podrá convertir en uno de los motores económicos del país. El informe de PricewaterhouseCoopers (PwC) para Iberia y Vueling es contundente: la construcción de 32 plantas entre 2025 y 2050 generaría 56.000 millones de euros de PIB y 270.000 nuevos empleos en el país. Además, recuerda que España tiene todo lo necesario para liderar el mercado del →



© Shutterstock

BUSINESS IS BUSINESS

SAF. “Contamos con la tecnología y los recursos necesarios tanto en la generación a través de los residuos orgánicos, como en la síntesis de hidrógeno y dióxido de carbono, conocidas como PtL (Power-to-Liquid)”, explica a *Business People* Óscar Barrero, socio líder de Consultoría Energía PwC España. “Esto es importante porque, al final, España tiene un amplio potencial en Europa y le posiciona como un ‘player’ destacado en el desarrollo y producción de SAF”, precisa. Sin embargo, aún queda camino por recorrer y el papel que juegue la administración pública será clave. Para Barrero, desde el Estado “se deben buscar fórmulas para cubrir directamente el coste del precio del SAF en euros por tonelada, o bien dar incentivos para que baje el CAPEX y, por lo tanto, obtener un precio del producto más bajo”.

EL EFECTO CARTAGENA

Repsol quiere estar a la cabeza de la apuesta de España por el SAF. La multinacional tiene sus principales esfuerzos concentrados en su planta de Cartagena, desde donde produ-

cirán “más de 200.000 toneladas, lo que equivale a toda la producción mundial registrada en el año 2022”, destaca el Gerente Senior de Aviación Sostenible en Repsol, Francisco José Lucas. “Eso nos posiciona, automáticamente, en una posición absoluta de liderazgo. Ahora hay otras compañías que a nivel global están anunciando inversiones futuras, nosotros ya asumimos el riesgo cuando las regulaciones y normativas no estaba lo suficientemente claras”, detalla. El ingeniero de Repsol explica que actualmente utilizan el aceite de cocina usado como una de las materias primas en la generación del combustible sostenible, lo que considera que tiene un valor añadido: “No solo vamos a fabricar un combustible que reduzca las emisiones, sino que vamos a emplear un residuo que, en vez de terminar inevitablemente en el vertedero, se transformará en energía. Estamos apostando totalmente por la economía circular”. Convencido de que tendrán la capacidad de abastecer al mercado nacional, ‘Curro’ Lucas deja caer el interés de la empresa por exportar a Portugal, aunque se mantiene más discreto al hablar de los

Cepsa buscará producir

800.000

TONELADAS

de SAF para el año
2030



Álvaro Macarro, director de Aviación Sostenible de Cepsa

La UE requerirá que los aeropuertos y aerolíneas utilicen un

2%

DE SAF EN 2025

y que el porcentaje crezca al

70%

PARA 2050

En 2023, los volúmenes de SAF alcanzaron más de 600 millones de litros, el doble de los 300 millones producidos en 2022, según IATA

otros planes internacionales. Ahora bien, Repsol no se conforma con la planta de Cartagena que utilizará aceite usado para crear SAF y promover la optimización de recursos, sino que también apostará por convertir el CO₂ en 'combustible verde' a través de su "planta demo" que abrirá en 2025. "Sustituiremos los residuos orgánicos por el propio CO₂. Es decir, la materia prima será el dióxido de carbono, al que vamos a capturar y convertir en SAF sintéticos. De momento, va a ser una planta chiquitita, pero que ha requerido una inversión relevante de cara a que, en el 2030, podamos disponer de este tipo de E-jet".

COMBUSTIBLE Y EMPLEOS SOSTENIBLES

Cepsa buscará producir 800.000 toneladas de SAF para el año 2030, lo que "situará a España como un referente en la nueva economía verde europea", precisa Álvaro Macarro, director de Aviación Sostenible de Cepsa. Para alcanzar su meta, la multinacional apuesta por la construcción, junto a Bio-Oils, "de la mayor planta de biocombustibles 2G del sur de Europa", lo que se traduce en una inversión de 1.000 millones en el Parque Energético "La Rábida" en Huelva. "Tendrá una capacidad de producción flexible de 500.000 toneladas de diésel renovable y SAF, destinados al transporte aéreo, marítimo y terrestre", aclara.

Macarro también destaca que es necesario acelerar "la Legislación Secundaria derivada de ReFuelAviation, para desarrollar aún más este mercado. No hay tiempo que perder: según los plazos marcados por la Unión →

Óscar Barrero,
socio líder de Consultoría
Energía PwC España



Europea, como tarde en 2025 deberemos tener un 2% de SAF en los aviones, y un 70% en 2050". Actualmente, Cepsa está ofreciendo biocombustible en cinco de los principales aeropuertos de España. "Desde julio de 2023, comercializamos SAF en Madrid, Barcelona, Palma de Mallorca, Sevilla y Málaga, para todos los clientes que lo soliciten". Justamente en la capital andaluza hicieron "una prueba pionera donde más de 200 vuelos despegaron utilizando SAF producido por nuestra empresa". "Hasta la fecha, hemos firmado alianzas para la investigación y producción de SAF con aerolíneas de referencia que operan en España, como Binter, Grupo IAG (Iberia, Iberia Express y Vueling), Air Nostrum, Air Europa, TUI, Wizz Air o Volotea", explica el director de Aviación Sostenible de Cepsa.

Las ambiciones de la multinacional son altas: para 2030 prevén tener una disponibilidad del SAF en aeropuertos nacionales, "igual que con el combustible convencional". Una misión que les llevaría no solo a ofrecer el combustible ecológico en la Península, sino también dentro de los aeropuertos de Baleares y Canarias.

VUELOS EFICIENTES

Las aerolíneas también están moviendo ficha para avanzar en la implementación del nuevo combustible. Teresa Parejo

recuerda que "el grupo al que pertenece Iberia fue el primero en comprometerse a alcanzar las emisiones netas cero en 2050 y la reducción de sus emisiones en un 20% en 2030". Tras matizar que "la sostenibilidad es uno de los pilares de nuestra estrategia", la directora de sostenibilidad de Iberia, pone énfasis en que "es necesaria una comprensión profunda de la oportunidad que supone el SAF".

"A pesar de ser compleja en su diseño y gestión, es una oportunidad única de generar riqueza y puestos de trabajo en España. Para ello, sería interesante estudiar la posibilidad de diseñar nuevos incentivos para que la producción se acelere y aumente la cantidad de SAF disponible en el mercado". De ahí que considere que "es esencial que se establezca un diálogo entre las administraciones públicas y el sector, pasando por las productoras, las aerolíneas y las empresas de gestión de residuos y ordenación del territorio, entre otras, para desarrollar las políticas necesarias que regulen esta nueva industria". España despegará para liderar la producción del SAF, pero quiere esquivar las turbulencias que pongan en riesgo millonarias inversiones, por eso piden reglas del juego claras y ayudas que les permitan tener un vuelo tranquilo. ▲

▼ Francisco José Lucas, gerente Senior de Aviación Sostenible en Repsol



Repsol capturará dióxido de carbono para convertirlo en SAF sintético

A PARTIR DE 2030

La construcción de

32

PLANTAS DE SAF

generará

56.000

MILLONES DE EUROS DE PIB Y

270.000

NUEVOS EMPLEOS HASTA
2050

La aerolínea ve necesaria una comprensión profunda de la oportunidad que supone el SAF



EMISIONES NETAS CERO

EN CONVERSACIÓN CON **TERESA PAREJO**, DIRECTORA DE SOSTENIBILIDAD DE IBERIA

La manager certifica que el grupo al que pertenece Iberia fue el primero en comprometerse a alcanzar las emisiones netas cero en 2050 y la reducción de sus emisiones en un 20% en 2030.

Aseguró que “España tiene la oportunidad de convertirse en una gran potencia productora de SAF”, pero ¿cuáles son las grandes asignaturas pendientes?

El marco jurídico, que era una de las primeras cuestiones necesarias, ya existe y es claro. Lo que hace falta ahora es el impulso de las alianzas público-privadas y el compromiso de las administraciones a todos los niveles. Efectivamente, la

oportunidad de que España se convierta en productora de SAF es enorme. Cuenta con recursos suficientes y es líder en energías renovables y alberga una nueva industria de producción de SAF que supondría generación de riqueza y empleo.

¿Qué medidas, a su entender, deberían tomarse desde el Gobierno de España para facilitar que España se convierta en una gran potencia productora?

Es esencial que se establezca un diálogo entre las administraciones públicas y el sector, pasando por las productoras, las aerolíneas y las empresas de gestión de residuos y ordenación del territorio, entre otras, para desarrollar las políticas

necesarias que regulen esta nueva industria. Es necesaria una comprensión profunda de la oportunidad que supone.

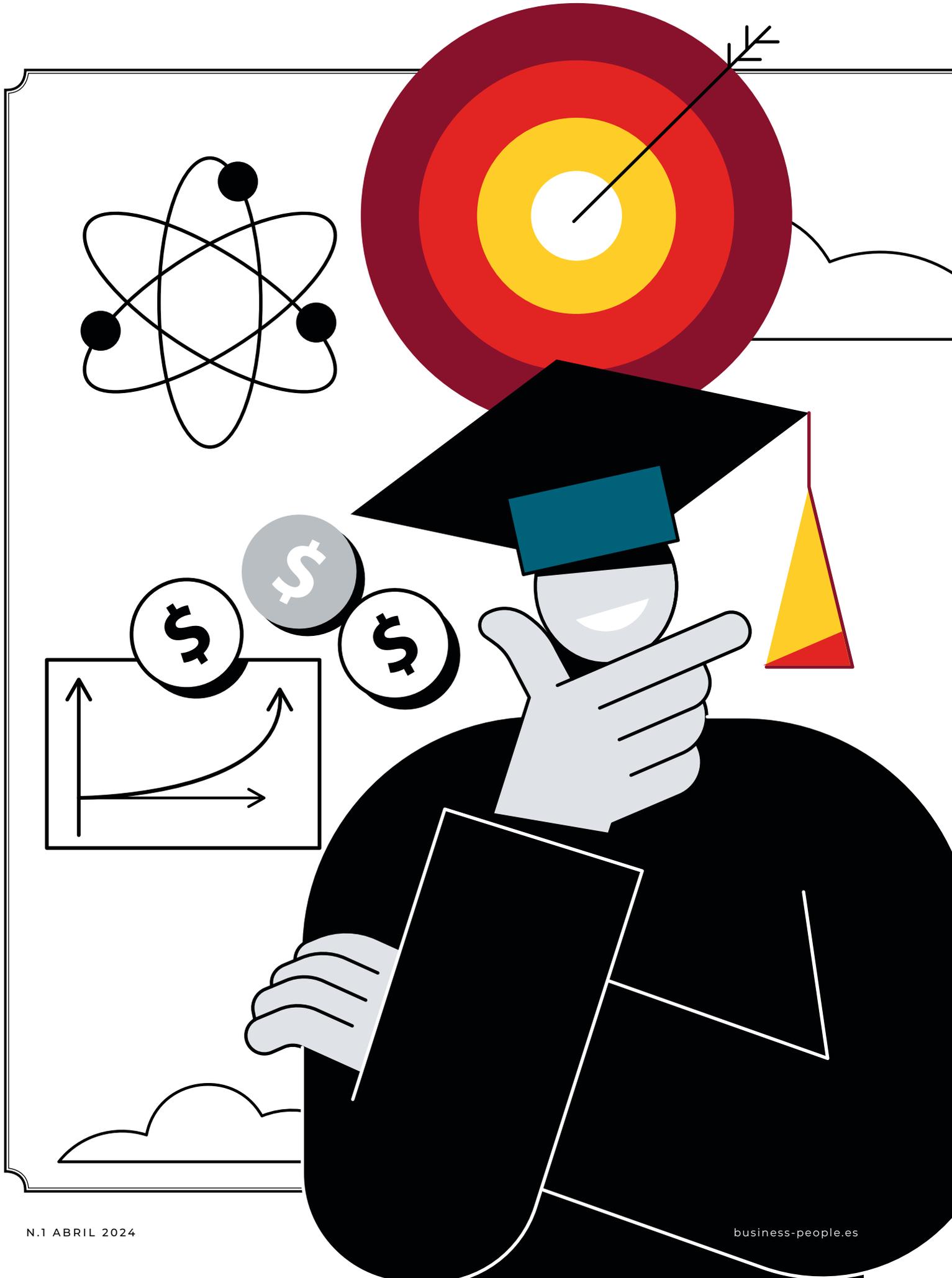
¿Cuánto tiempo necesitaría España para consolidarse como una potencia en el SAF? ¿Qué papel juega actualmente en el mercado internacional?

El estudio de PwC analiza los efectos del establecimiento de una industria de SAF en España hasta 2050. En los primeros años podrían desarrollarse combustibles de origen biológico. Más adelante ya se podría producir el SAF sintético, de captura de carbono, que es más interesante por no necesitar ninguna materia prima y poder, incluso, generar

emisiones negativas.

Además de apostar por los combustibles de origen sostenible, Iberia también renovó su flota e incrementó la eficiencia de sus operaciones, ¿qué nuevos esfuerzos realizar la empresa en estas áreas durante los próximos años?

Iberia está comprometida con la sostenibilidad y una de sus estrategias es continuar renovando la flota por aeronaves más eficientes. Durante 2023 hemos incorporado seis A350, para las rutas de largo radio, y tres A320neo, para las rutas de corto y medio radio. Son aviones que reducen significativamente el consumo de las aeronaves a las que sustituyen.



Empresarios

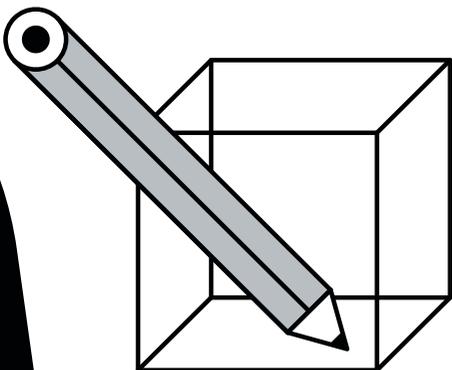
ESTADOUNIDENSES



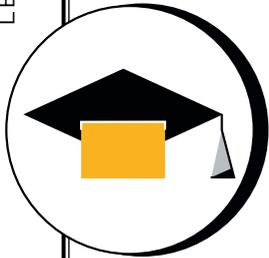
“made in SPAIN”



Cada vez son más el número de jóvenes provenientes de **Estados Unidos** que escogen las **universidades** y escuelas de negocios de **España** para formarse como los emprendedores y ejecutivos del futuro



Texto de Cristina Mendoza



Los grandes empresarios norteamericanos del futuro podrán llevar el sello *made in Spain*. El informe anual *Open Doors*, publicado por el Departamento de Estado de Estados Unidos junto al Instituto para la Educación Internacional desvela que, en el curso 2021-22, España fue el tercer destino elegido por los estudiantes estadounidenses, con 25.348 jóvenes. Del total, 7.717 estaban inscritos en los programas de movilidad (*credit mobility*) y con matrícula ordinaria (*degree mobility*), según el Ministerio de Universidades. Pablo Conde, director de Servicios Profesionales en ICEX, atribuye el fenómeno a tres causas. “Las instituciones académicas españolas están muy posicionadas en los rankings internacionales. A lo que se suma que el coste de la formación académica es mucho más accesible que en Estados Unidos y que las entidades tienen una tasa de empleabilidad de entre el 90 y 94%, garantizando el retorno de la inversión académica”.

En efecto, la competitividad de los precios en España es bastante significativa. Mientras el precio de un MBA en una universidad norteamericana oscila entre los 240.000 y los 247.000 dólares, en España el precio desciende hasta los 47.700 y 72.000 euros, según datos recopilados por el ICEX. “Pagar un tercio por una formación de la misma calidad es una gran oportunidad para los jóvenes norteamericanos”, precisa Conde.

El estudio Impacto Económico de los Estudiantes Internacionales en España, realizado por el ICEX junto al Ministerio de Industria, desvela que los estudiantes y los proveedores académicos que los atraen contribuyen al sistema fiscal español en al menos dos áreas. “Los internacionales gastan 2.122.311.675 millones de euros en bienes y servicios sujetos al impuesto del IVA. Además, al menos tres categorías de programas (SA, escuelas de español, e IC) contratan profesores y personal administrativo, por los que ha-

La IE Tower es un campus en un rascacielos de 180 m. en Madrid y el IESE tienen en Barcelona 30.000 m2 para sus alumnos





Mar Hurtado de Mendoza,
vicepresidenta de IE University

cen las contribuciones correspondientes a la Seguridad Social”.

Un impacto económico donde los estudiantes norteamericanos juegan un rol importante, ya que España está en su ‘top 3’ de destinos académicos junto a Reino Unido e Italia. De ahí que en el ICEX sean optimistas sobre la tendencia y recuerden que, estadísticamente, “cada 10 años se duplica el número de estudiantes extranjeros en el país”.

UNA VISIÓN GLOBAL

Mar Hurtado de Mendoza, vicepresidenta de IE University, confirma que el número de estudiantes norteamericanos crece cada año y destaca que “desde hace tres o cinco años están entre las tres principales nacionalidades de nuestro campus”. El mayor número de estudiantes trae consigo la llegada de nuevos perfiles, “pasando de aquellos que venían por tener una vinculación con la Unión Europea o Latinoamérica a quienes muestran un interés por tener una visión global de los negocios y diferenciarse de quienes se forman en las instituciones norteamericanas”. La vicepresidenta de IE University pone énfasis en cómo su institución atrae al estudiante de Estados Unidos con una formación centrada en la resolución de problemas aplicados a la idiosincrasia de los mercados internacionales, al estilo de los contenidos abordados en el aula y al desarrollo de las *soft skills*. “Una formación de calidad que, no solo está al nivel de la impartida en Estados Unidos, sino que se realiza en el propio idioma del estudiante”. Para María Ángeles Losa, directora del MBA del IESE, el atractivo de España recae sobre cuatro pilares: la reputación de las instituciones académicas, la exposición internacional, el acceso al mercado laboral europeo y la inmersión cultural. Un listado al que →



ESPAÑA es el tercer destino elegido por los estudiantes de **ESTADOS UNIDOS**, con aproximadamente

25.348 JÓVENES AL AÑO



El impulso legal a la figura del nómada digital permitirá que un porcentaje del talento que se forma en **ESPAÑA** no regrese a su **PAÍS DE ORIGEN**

EL BACKGROUND ESTUDIANTIL

UNA SMALL TALK CON **GONZALO MORENO**, PROFESOR DE BUSINESS AND ECONOMICS MARKETING DE LA SAINT LOUIS

El profesor desvela cómo evoluciona el perfil de los jóvenes norteamericanos que eligen a España para su formación profesional

¿Qué diferencia a la generación actual de jóvenes norteamericanos a la que venía hace dos décadas?

Antes los universitarios norteamericanos confundía España con México y es verídico. En las últimas tres décadas esto cambió por hechos como las olimpiadas, la Expo del 92 y hasta la colaboración de España con Estados Unidos en la Guerra del Golfo han puesto al país en el mapa mental de los americanos. Ahora muestran interés por visitar la segunda potencial mundial, que es la Unión Europea, y descubrir esa diferencia cultural, que va más allá de lo personal y se materializa también en aspectos vinculados con la economía, por ejemplo el proteccionismo al empleado en el mercado laboral.

¿Qué empresas españolas captan el interés de los estudiantes norteamericanos?

España tiene una presencia muy potente en banca, siendo líderes mundiales con nombres como el Banco Santander o el BBVA, pero también en la construcción, donde también hay grandes 'monstruos' como ACS o Ferrovial que crean cosas como el segundo canal de Panamá. Son importantes multinacionales

Gonzalo Moreno,
profesor de Business
and Economics Marketing
de la Saint Louis University

que son admiradas internacionalmente y que sí generan interés por conocer sus orígenes.

¿Cuál es la gran diferencia que percibe entre la formación en España y la realizada en Estados Unidos?

En la formación norteamericana no tienes compañeros de clase, como sí ocurre en el modelo de España. Ellos van de aula en aula y de asignatura en asignatura y compones tu carrera, por lo que trabajas constantemente con perfiles muy diversos y conformas equipos muy variados. Es lo mismo que, después, ocurre en una empresa. Esto en Europa, y aunque nos duela, todavía no lo hemos conseguido, simplemente por una cuestión de estructura educativa.

el decano de EAE Business School, Antonio Rodríguez, agrega que “contamos con las *soft skills* en nuestro ADN, por lo que las combinamos con las *hard skills* y, transversalmente, con la apuesta por la sostenibilidad y las nuevas tecnologías”. Con un 5% de su alumnado proveniente de Estados Unidos, Rodríguez prevé “un futuro muy bueno”, pero considera que es fundamental trabajar con las empresas para “mostrar el talento” que se está formando en España y “apoyar a los estudiantes internacionales” en su proceso de permanecer en el mercado nacional. Una misión que ya están realizando firmas como Accenture, American Express, Banco Santander, BBVA, Cosentino, Deloitte, EY, Globant, ING, Inditex, KPMG, Mahou San Miguel, Mapfre, Meliá Hoteles, NH Hotel Group, Ogilvy, P&G España, PwC, XPO Logistics, entre otras. Cada vez más las escuelas de negocios cuentan con sus propios *Career Development*, un departamento que se dedican en exclusiva a guiar a sus estudiantes en la búsqueda de oportunidades laborales. Los programas de orientación profesional, talleres y eventos de *networking* reflejan el compromiso de los centros con el éxito a largo plazo de sus graduados, contribuyendo de manera significativa al desarrollo laboral de quienes han pasado por sus aulas. “La empleabilidad de graduados es muy elevada. El IE se encuentra en el puesto 18 del *Global Employability Ranking* con una tasa de empleabilidad de en torno al 92%. El ESADE tiene una tasa del 90% de empleabilidad, mientras que el IESE tendría una tasa del 94%, aunque estos datos pueden variar dependiendo del tí-





Pablo Conde,
director de Servicios
Profesionales en ICEX

tulo”, explican desde el ICEX.

El decano de EAE Business School percibe que los estudiantes provenientes de Estados Unidos muestran un alto interés en algunos sectores de la economía española como son el *supply chain*, el big data, las áreas de marketing digital y *project management*. Unas áreas que se potencian con el consolidado posicionamiento internacional de España en el área de la logística, trasplantes, turismo y escuelas de negocio.

RETENER EL TALENTO

Una vez terminada su formación, los estudiantes toman usualmente tres caminos: volver a casa, entrar al mercado laboral español o desplazarse a otro destino de Europa. “Hay un porcentaje nada despreciable de ellos que buscan seguir en España”, admite Hurtado de Mendoza. Sin embargo, existen algunas barreras que se deben saltar.

La más evidente es la gran diferencia en la escala salarial que existe entre Estados Unidos y España. La propia vicepresidenta de IE University reconoce que la competitividad de las remuneraciones tiene un peso importante al momento de definir el futuro profesional de los jóvenes. No obstante, admite que es ahí donde entra en juego también aspectos como “el salario emocional u otros incentivos laborales”. También juega un papel importante “la presión fiscal y la poca cultura que existe del *sponsor*, lo que genera que sea muy complicado contar con los papeles para quedarse en España y acceder al mercado laboral”, denuncia Gonzalo Moreno, profesor de Business and Economics Marketing de la Saint Louis University. “Hay que formar a los directores de recursos humanos en los procesos de patrocinio y, desde la administración pública, facilitar los procesos para la captación de talento”, advierte Moreno. Sin embargo, desde el ICEX defienden que el proceso de *sponsorship* está pensado

Un MBA en ESPAÑA cuesta unos

72.000 EUROS



frente a los

247.000 DÓLARES

que se desembolsan en EE.UU.

para dar prioridad al trabajador local y que tiene las mismas trabas que se pueden encontrar en el mercado norteamericano. Eso sí, las escuelas de negocio, universidades y hasta el ICEX coinciden en el potencial de la figura del nómada digital, ya que la nueva normativa del Gobierno permitirá que un alto porcentaje del talento formado en España permanezca en el país aunque trabaje en remoto para una empresa en Estados Unidos.

La medida también aporta algunos beneficios fiscales. La ley establece que los nómadas digitales podrán tributar por el Impuesto sobre la Renta de No Residentes (IRNR) y no por el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). En consecuencia, se beneficiarán de un tipo fijo del 24% hasta los 600.000 euros, mientras que el tipo pasará al 47% a partir de dicha cifra.

Estos trabajadores podrán formar parte de este régimen tributario siempre que hayan vivido al menos cinco años fuera de España antes de realizar la solicitud. El periodo durante el que se podrán beneficiar de esta reducción fiscal incluirá el año de llegada a España y los cinco inmediatamente posteriores. De ahí que se trata de una oportunidad para ver brillar a los nuevos empresarios ‘a la española’. ▲



TRABAJAR CUATRO DÍAS: ¿GENIALIDAD O SUICIDIO?

El Gobierno de España está entusiasmado con la puesta en marcha de la nueva política, mientras que los expertos advierten que su implementación

“a golpe de BOE”

solo llevará a una **caída del PIB** y a la **destrucción del empleo**

Texto de Cristina Mendoza





L

La reducción de la jornada laboral a 37,5 horas semanales es una genialidad o un suicidio económico. Todo depende de a quién se le pregunte.

El Gobierno de España defiende que la medida de trabajar cuatro días traerá una larga lista de beneficios para los empleados, al mismo tiempo que no tendrá ningún impacto negativo en la productividad de las compañías o en la evolución de sus resultados.

El secretario de Estado de Trabajo, Joaquín Pérez Rey, asegura a *Business People* que la medida generará “una elevación del bienestar general de los trabajadores que espoleará, además, la productividad porque es una medida bi-

lateral con efectos beneficiosos para las empresas”.

No todos son tan optimistas. El informe *Situación España* del BBVA Research alerta en que la rebaja de horas de trabajo (hasta las 38,5 horas en 2024 y hasta las 37,5 horas en 2025) supondrá perder 7.800 millones de crecimiento en el PIB y la desaparición de 100.000 puestos de trabajo.

Los investigadores creen que, a largo plazo, la medida reducirá en un 2,6% el PIB, en un 3,4% el empleo y desaparecerá en un 2,4% la tasa de paro. Sumado al aumento del coste laboral (0,5%), de la remuneración por asalariado (1,3%) y de la productividad (0,8%).

El Observatorio Económico de la Universidad Francisco de Vitoria prevé un escenario aún peor: la pérdida 220.000 plazas de trabajo en los próximos años. El problema radica en que la política impulsada por Moncloa daría la estocada final a la baja productividad española.

Javier Blasco, director de The Adecco Group Institute, explica que el epicentro del debate está “en los márgenes de productividad que tengan las empresas, ya que al bajar la jornada o mantener la productividad o pierdes →

En lo que va de siglo,
la productividad española
cayó un

7,3%

rentabilidad". De ahí que lamenta que se fuerce la medida "a golpe de BOE", en lugar de plantear un análisis "que se realice sector por sector, empresa por empresa y valorando los costes productivos".

La 'medida estrella' del Gobierno está lejos de ser innovadora. Blasco recuerda que se trata de la misma promesa que Richard Nixon lanzó en 1956 cuando era vicepresidente de Estados Unidos y que, según el análisis de la Universidad de Washington, tendría "un impacto directo en la pérdida de productividad y en el empleo". Las previsiones no han cambiado y por eso admite que "echo en falta análisis económicos que hagan que la medida sea creíble".

No es un secreto para nadie que, en lo que va de siglo, la productividad española cayó un 7,3%. El mismo período en que países como Estados Unidos y Alemania la ele-

varon por encima del 15% y 11%, respectivamente, según la Fundación BBVA y el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie).

José Emilio Boscá, catedrático de Fundamentos del Análisis Económico en la Universidad de Valencia e investigador de Fedea, precisa que la reducción de la jornada laboral se sustenta sobre "dos falacias". La primera, que la productividad (medida en PIB por hora trabajada) aumentará 'ipso facto' y, la segunda, que se generará empleo para "completar" las 40 horas semanales.

Tras recordar que España tiene asignaturas pendientes en tasa de empleo y en procesos de optimización e innovación, el experto considera que "trabajar más horas" era la única fórmula del país para compensar su baja productividad. Un 'plus' que ahora saltaría por los aires. →

La CEC estima que la
medida laboral supondrá
una subida salarial
encubierta equivalente al

6,5%

PLAN MONCLOA

ENTREVISTA A **JOAQUÍN PÉREZ REY**,
SECRETARIO DE ESTADO
DE TRABAJO

El Gobierno muestra su máximo optimismo sobre la nueva política laboral y buscará aumentar el control sobre las empresas para garantizar su puesta en marcha.

Los expertos estiman que la reducción de jornada hará caer el PIB y aumentará el paro...

Al contrario. Los datos que disponemos demuestran que los países que han acometido reducciones de

jornada tuvieron un incremento de su productividad y ganaron competitividad. La reducción que propone España, que muchos sectores productivos ya han acometido, va a permitir recuperar nuestra productividad, mejorar el bienestar y alimentar el crecimiento económico, porque el tiempo de trabajo liberado tendrá efectos beneficiosos directos sobre el consumo.

Pero hasta el vicepresidente del BCE indicó que reducir la jornada "no sería bueno desde el punto de vista económico"

No coincide con nuestro análisis. Nosotros creemos que la reducción de jornada es uno de los debates que debe tenerse en Europa. La región tiene que trabajar menos y ser más productiva y yo creo que esta es la clave de la ciudadanía europea: el trabajo, el trabajo con derechos y la reducción de la jornada junto con el incremento de la productividad.

Desde el Gobierno destacan la importancia de reforzar el control de horas, ¿cómo lo harán?

Necesitamos un control horario mucho más eficaz, basado en las





◀ María Álvarez, cofundadora de Francachela y promotora de la plataforma 4dayweekspain



nuevas tecnologías y con una mayor comunicación con la Inspección de trabajo y Seguridad Social. Las principales damnificadas de los incumplimientos normativos son las propias empresas, que tienen que hacer frente a conductas de competencia desleal por aquellos que no respetan los derechos laborales.

¿Prevén la creación de nuevas sanciones? Cuáles serían?

Preveamos dos cosas en este sentido. En primer lugar, Trabajo dejó claro que quiere reformar el sistema de control horario. El reconocimiento de los derechos laborales no puede ser un espejismo. A partir de ahí, determinar sanciones lo suficientemente disuasorias. Es evidente que, en algunas ocasiones, la sanciones para el incumplimiento del tiempo de trabajo actualmente en la LISOS (que suelen determinarse por la empresa y no por el trabajador) no tienen esta finalidad disuasoria. Hay que actualizar las sanciones y establecer parámetros distintos como, por ejemplo, sancionar por persona trabajadora.



Joaquín Pérez Rey, secretario de Estado de Trabajo

BUSINESS IS BUSINESS



RICHARD NIXON

ya propuso reducir la jornada en

1956

cuando era vicepresidente de EEUU

“La vicepresidenta segunda Yolanda Díaz asegura que la medida laboral ‘es ciencia, no ideología’, pero yo no lo creo”, lamenta el catedrático. Y recuerda que “para mejorar la productividad es necesario hacer reformas generales que nos permita contar con un marco regulatorio menos burocrático, al mismo tiempo que se mejora la formación del talento y se incrementa la inversión en tecnología e innovación”.

Boscá apuesta en que la reducción de la jornada sea un proceso negociado entre los trabajadores y las empresas, ya que “los sindicatos entienden que la medida supone un incremento de los costes laborales y ofrecerán

© iStockphoto (5)

Javier Blasco,
director de The Adecco Group Institute



EXIT



▲
José Emilio Boscá, catedrático de Fundamentos del Análisis Económico en la Universidad de Valencia

otras propuestas como contrapartidas”. De lo contrario, teme que un porcentaje de las empresas darán el salto a la economía informal y se incrementará la economía sumergida.

Un comunicado de la Confederación Española de Comercio (CEC) respalda esta versión al hablar de “una subida salarial encubierta equivalente al 6,25%”, lo que “dispararía los costes para los comerciantes de una forma inasumible”. Unas palabras casi idénticas a las utilizadas por el presidente de la CEOE, Antonio Garamendi, en sus declaraciones del 18 de enero ante los medios de comunicación: “Es otra subida implícita del Salario Mínimo Interprofesional”.

UNA RACIÓN DE INNOVACIÓN

Para María Álvarez es un “mito” que la reducción de la jornada no se pueda aplicar con éxito en todos los sectores por igual. La cofundadora de Francachela y promotora de la plataforma 4dayweekspain fue la primera en implementar el modelo de cuatro días en el ámbito de la restauración. “Empezó como una decisión tomada durante la pandemia del Covid para facilitar la conciliación, pero nos dimos cuenta de que la productividad se disparó exponencialmente”, recuerda.

Tras algunos ajustes en el menú y una inversión tecnológica, el restaurante se renovó para optimizar las tareas de sus empleados. “Ya no tenemos a camareros sin hacer nada hasta que un cliente llegue a su mesa. Con nuestro nuevo sistema, los comensales piden su comida desde sus móviles, lo que hace que los procesos sean más rápidos y

Trabajar CUATRO DÍAS costará

7.800 MILLONES
al PIB y la desaparición de
100.000 puestos de trabajo,
según
BBVA Research

eficientes”, precisa.

En el primer año de la implementación de la nueva jornada laboral, Francachela vio que el ticket medio por mesa se disparó un 30%. En cuanto a la plantilla, “no hubo cambios significativos y nos permitió acceder a un talento distinto: estudiantes o padres para los que la conciliación era un aspecto fundamental”.

A pesar de su positiva experiencia, Álvarez considera un “error” que la reducción de la jornada llegue impuesta desde la administración pública y que se ‘venda’ como una “mejora laboral”. “Es como el ejemplo de la rana y la olla hirviendo. Se tiene que subir la temperatura gradualmente y con incentivos. De lo contrario, todos saltarán fuera de la cazuela”. ▲

En el primer año con la reducción de jornada, el ticket medio por mesa de Francachela se disparó un

30%

Empresas CENTENARIAS: el arte de PERDURAR

La **'COSECHA' EMPRESARIAL DE 1924** se levantó sobre las ruinas de la Gran Guerra para construir un imperio capaz de sobrevivir a la II Guerra Mundial y a la Gran Depresión.

Flexibles al cambio y apostando por la **INNOVACIÓN CONSTANTE**, se forjaron a fuego grandes nombres como **TELEFÓNICA, HUGO BOSS, MG MOTORS, METRO-GOLDWYN-MAYER y UMBRO**

Texto de Ernesto Páez

El año 1924 demostró que las crisis sí crean oportunidades. Mientras Europa sanaba aún las heridas del final de la I Guerra Mundial y Rusia asumía el fallecimiento de Lenin, una nueva generación de empresas daba sus primeros pasos sin poder imaginar que, 100 años después y sobreponiéndose a la II Guerra Mundial y a la Gran Depresión, se convertirían un referente mundial dentro de sectores como el de las telecomunicaciones, moda, motor, deporte y cine.

Fue la misma época que vio nacer la 'Semana Internacional de los Deportes de Invierno' (después pasaría a llamarse Juegos Olímpicos de Invierno en 1926), que celebró la primera Carrera de San Silvestre en São Paulo, Brasil (replicada en el barrio de Vallecas en 1964)

y que lloró la muerte del nostálgico escritor checo Franz Kafka.

Para España también fue un año de grandes cambios. Se constituyen los ayuntamientos de todo el país, se funda la Agrupación Deportiva El Rayo (actual Rayo Vallecano), inician las transmisiones de Radio Barcelona (actual Cadena SER) y se inaugura la primera línea de metro de la ciudad de Barcelona.

La bonanza económica que se vivió entre 1924 y 1929 impulsó el optimismo y consumo de los ciudadanos en Occidente, lo que permitió a las empresas construir unos cimientos sólidos. Los 'felices años veinte', al ritmo del charleston, se convirtieron en la incubadora perfecta para el nacimiento de una nueva generación de compañías centenarias.

1924
2024

Las trabajadoras de Telefónica en su etapa inicial y La Cabina, el revolucionario centro donde desarrolla nuevas tecnologías

TELEFÓNICA

Una llamada al futuro

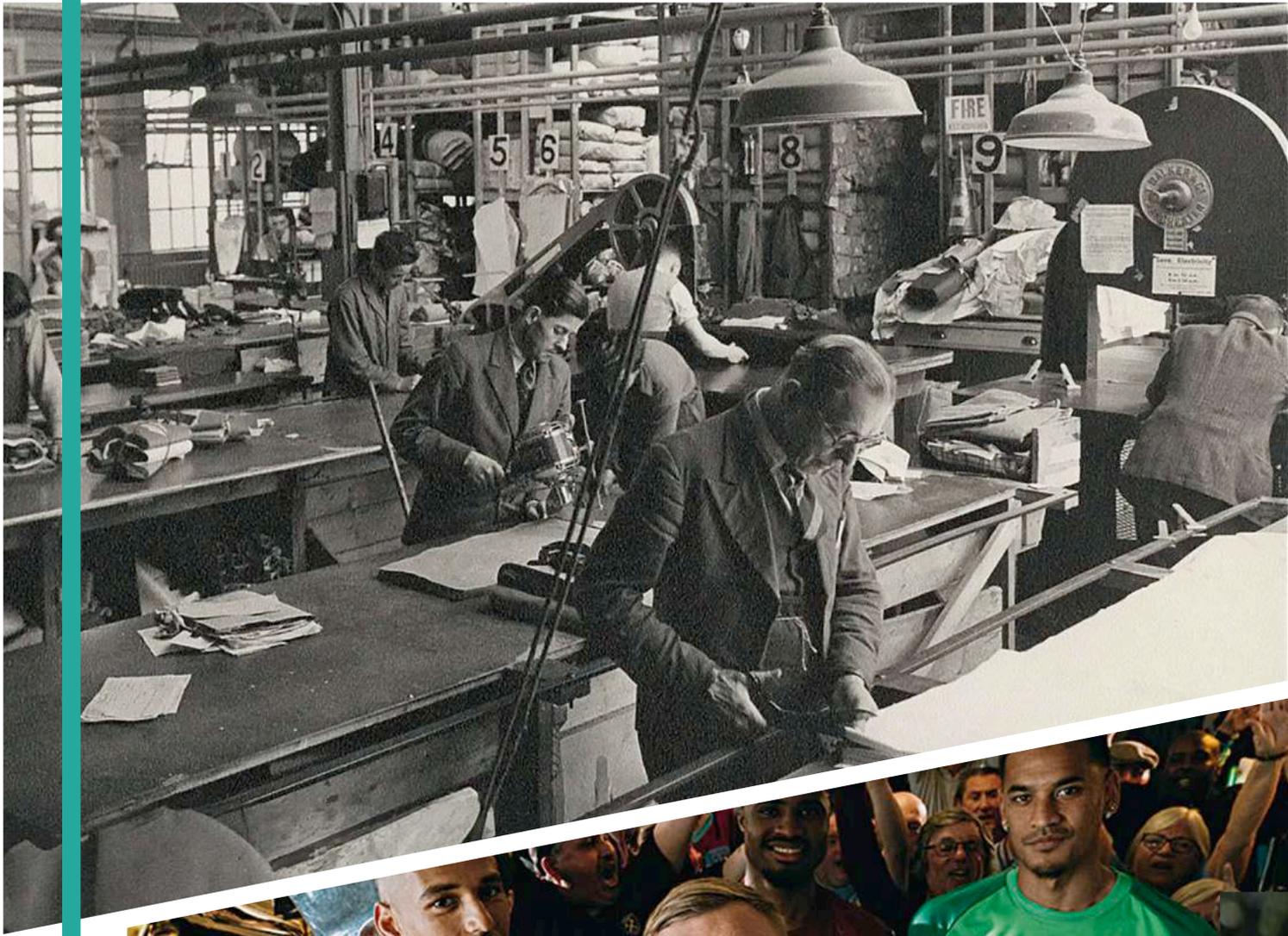
La Compañía Telefónica Nacional de España (CTNE) se fundó el 19 de abril de 1924. La firma, que contaba con la estadounidense ITT como fundadores y principales accionista, nació en el corazón de Madrid y su primera sede social estaba en la Avenida del Conde de Peñalver, la actual Gran Vía. Tuvo que esperar seis años antes de trasladarse al emblemático rascacielos del arquitecto Ignacio de Cárdenas, actual sede del Espacio Fundación Telefónica. El éxito de la compañía no pasó desapercibido y, en 1945, el Estado español se hizo con el 79,6% de las acciones. Para 1960, la CTNE ya se transforma en la principal empresa de España con un total de 100.000 accionistas y 32.000 empleados.

Para José María Álvarez-Pallete, Telefónica es "una historia apasionante de constante transformación". Esa que se reflejó en hitos como el inicio de las comunicaciones por satélite en 1967, el salto

a la Bolsa de Nueva York en 1987, la irrupción en el mercado de Chile (CTC) y en Argentina (TASA) en 1990 y el lanzamiento en 1994 de la telefonía móvil digital: Movistar. Telefónica empezó su proceso de privatización en 1995 y lo finalizó en 1999. Justamente un año después de que Fundesco y Fundación Arte Tecnología se fusionasen para crear la Fundación Telefónica. La ausencia del Estado en Telefónica se acabará en 2024 cuando, en plena celebración por su centenario, el Gobierno comprará hasta un 10% de la compañía a través de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI). Una jugada que le convierte en el mayor accionista de la multinacional española y ayuda a contrarrestar la influencia de inversores extranjeros como el grupo saudí STC, que adquirió el 9,9% del capital en septiembre de 2023.

UNA MULTINACIONAL SIN MIEDO A INNOVAR

Telefónica avanzó en su proceso de internacionalización durante los 90. La capacidad de apostar por las nuevas tecnologías fue una de las claves del éxito en la evolución de Telefónica, no en vano ya lideraba la integración de la inteligencia artificial en sus redes y en la atención al cliente en 2018. La multinacional española, que opera en 12 países y está presente en 38 (con 384 millones de clientes), facturó 9.334 millones de euros hasta septiembre de 2023, un 0,5% superior a los 9.283 millones del mismo periodo del ejercicio anterior. Datos positivos para un centenario que solo se ven empañados por el ERE para 3.421 trabajadores en sus tres principales filiales en el país.



Desde su humilde inicio en Moberley hasta su hito en la final de la FA Cup en Wembley, Umbro se ganó su lugar como un ícono en el fútbol mundial

1924

2024

UMBRO

El sueño vivo de dos hermanos

Harold Humphreys era un emprendedor nato. Desde la habitación trasera de un pub en Mobberley (Reino Unido) empezó su faceta comercial. En 1924, convenció a su hermano Wallace para crear una empresa: Umbro. La fortaleza de la empresa familiar quedó grabada a fuego en la marca, con la abreviatura del apellido "Um" y la palabra hermano "bro" haciendo una combinación que pasaría a la historia.

La fama de los productos elaborados por Harold y Wallace les permitió, después de seis años, dejar atrás la producción en almacenes y abrieran su primera fábrica. Empiezan a producir a escala y, en 1933, encuentran un nicho de mercado que lo cambiaría todo: el rugby. Es ahí cuando empiezan a ofrecer una amplia selección de camisetas, "ruggernicks" (cortos) y "hosiery" (calcetines).

La Segunda Guerra Mundial

supuso un importante reto para la empresa británica. Con las competiciones paralizadas por el conflicto, Umbro se reinventó y puso en 'stand by' su producción de ropa deportiva para elaborar los uniformes militares y accesorios interiores para bombarderos Lancaster.

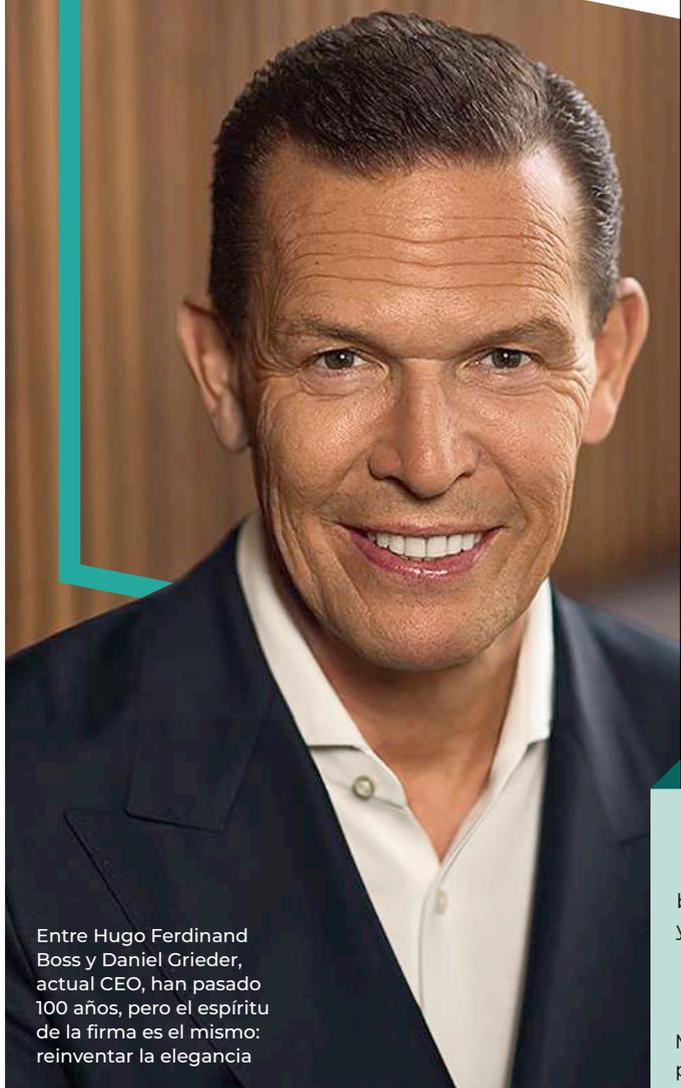
La presencia de la firma británica en las grandes competiciones no tardaría en volver. Con el final de la Segunda Guerra Mundial, equipa a toda la delegación británica de atletismo en los Juegos Olímpicos de 1952. Lejos de dormirse en los laureles, la firma se volvió a reinventar en 1959 con el 'Soccer Set', una caja que traía camisetas, pantalones cortos y calcetines para los fanáticos del fútbol. Por primera vez, los uniformes no estaban solo en las manos de los profesionales. Para la década de los 70, la presencia de Umbro en el fútbol es indudable.

REINVENCIÓN O MUERTE

La historia de Umbro dio un giro en 2007 cuando JJB Sports se hizo con un 10,1% de la compañía. En noviembre de 2008, Nike adquiere la empresa en una operación que valoró a la firma inglesa en 285 millones de libras esterlinas (340 millones de euros) y no es hasta 2012 cuando la vende por 174 millones de euros a la principal compañía estadounidense de gestión de marcas en el mundo Iconix Brand Group. Las operaciones no han menguado el sueño de Harold y Wallace, cuya empresa sigue siendo la proveedora de ropa deportiva que viste a más de 80 clubes profesionales en todo el mundo y a selecciones como Iraq, Congo, Sierra Leona, Zimbabue, Uganda y Etiopía.

2024

1924



Entre Hugo Ferdinand Boss y Daniel Grieder, actual CEO, han pasado 100 años, pero el espíritu de la firma es el mismo: reinventar la elegancia

HUGO BOSS

La herencia de la moda

Hugo Ferdinand Boss fue el quinto hijo de los propietarios de una tienda de lencería y lino en Metzinger, Alemania. Pasó su juventud entre retales e hilos sin imaginar que la trágica muerte de sus hermanos (solo su hermana sobrevivió) le acabaría convirtiendo en el heredero del legado construido por sus padres. Tras haber servido en el ejército entre 1903 a 1905 y haberse formado durante tres años en Bad Urach, Hugo Ferdinand Boss retomó el negocio familiar en 1924, con la apertura de su propia fábrica junto a dos socios. Con cerca de 30 costureras se embarcó en la gran producción de camisas, chaquetas, ropa de trabajo, ropa deportiva e impermeables. Sin embargo, la situación económica no era fácil. La industria textil germana sufrió una grave crisis económica en 1929, lo que llevó a la empresa

a declararse en quiebra y solo logró volver a la actividad gracias a la exitosa negociación con los acreedores realizada en 1931. La situación política que atravesó Alemania tocó de lleno a Hugo Ferdinand Boss, quien acabó convirtiéndose en proveedor de uniformes con licencia de Reichszeugmeisterei para Sturmabteilung (SA), Schutzstaffel, las Juventudes Hitlerianas, el Cuerpo de Automovilistas Nacionalsocialistas y otras organizaciones. Hugo F. Boss declaró que se había unido al partido para combatir el desempleo en Alemania y aclaró que había sido un "proveedor de uniformes nacionalsocialistas desde 1924". En la misma línea, la multinacional emitió en 2011 una declaración de "profundo pesar a los que sufrieron daños o dificultades en la fábrica dirigida por Hugo Boss bajo el gobierno nacionalsocialista".

UNA NUEVA OPORTUNIDAD

Tras el final de la Segunda Guerra Mundial, la compañía volvió a confeccionar uniformes para los trabajadores del servicio público, ahora bajo la dirección de Siegfried Boss y Eugen Holy. Hugo Boss se reinventó y logró una expansión de la marca. La firma se centró en un nuevo nicho de mercado: los triunfadores y los jóvenes hombres de negocios. Su expansión y diversificación le llevaron a cotizar en la Bolsa de Frankfurt.

Así permaneció hasta 1991, cuando el imperio italiano de la moda Marzotto adquirió el 50,4% de las acciones. Actualmente, cuenta con una plantilla de casi 12.000 personas y 6.102 puntos de venta en 124 países, así como una facturación de 968 millones de euros.





1924

2024

MG MOTORS La fuerza del ave fénix

La historia de Morris Garages cambiaría con la llegada de Cecil Kimber como gerente de ventas en 1921. Solo un año después, se convertiría en el gerente general de la empresa propiedad de William Morris y, a partir de ese momento, impulsaría las ventas al producir sus propias versiones especiales de automóviles Morris. La marca MG, que se registró el 1 de mayo de 1924, empezó como una división de coches deportivos de Morris Cars. Y su éxito fue inmediato. Captó la atención del público con el primer modelo de la serie: el MG 14/28, con una velocidad máxima de 105 Km/h. Este modelo se convirtió en un ícono entre los pilotos deportivos de la época. Cecil Kimber abandonó su puesto en el departamento de ventas y se sumergió en el taller para construir coches más pequeños, más rápidos y divertidos de conducir. Una pasión que

se transformó en el modelo llamado Old Number One. Tres años después, la compañía consiguió el tamaño suficiente para independizarse de Morris Garage y es entonces cuando adoptan la marca The M.G. Car Company. El éxito de la compañía siguió creciendo y les llevó a alquilar una antigua fábrica de cuero para avanzar en su producción en 1929, justamente cuando presentaron el M-Type, su primer "deportivo del pueblo". Un año después, surgió la M.G. Car Company Limited con Cecil Kimber a la cabeza, liderando la marca hasta 1941, momento en el que se produjo una disputa con Morris. En 1935, Morris vendió MG a Nuffield Organisation, lo que inició una serie de cambios de propietarios, fusiones y absorciones que llevarían a la degradación gradual de la marca hasta su eventual extinción en la década de 1970.

RENDIRSE NO ES UNA OPCIÓN

A pesar de ello, la marca MG subsistió. En 1994, BMW adquirió la marca MG, pero la vendió en el año 2000 y la marca fue renombrada como MG Rover Group. Solo cinco años después, el fabricante experimentó otra quiebra. Ese mismo año la china Nanjing Automobile Group adquirió MG y otros activos de MG Rover Group. En 2007, se fusionó con el gigante Shanghai Automotive Industry Corporation, permitiendo a la compañía británica iniciar una nueva etapa de expansión con una nueva gama de modelos propios. Actualmente, SAIC Motor es el séptimo fabricante de automóviles más grande del mundo.

La evolución de MG: De su modelo 1924 al futurista MG-E179 que pilotó el mítico Stirling-Moss. Sin olvidar la gama eléctrica y el impactante Cyberster

2024

1924



MGM ilumina el cielo de Hollywood

La empresa que da vida a más de 4.000 películas y ostenta 180 Premios Óscar nació en las manos de Marcus Loew. El dueño de Metro Pictures Corporation adquirió Goldwyn Pictures y Louis B. Mayer Pictures.

Fiel a su lema "Más estrellas de las que hay en el cielo", Loew convirtió a MGM en el estudio más prestigioso de Hollywood hasta su fallecimiento en 1927. Las riendas de la compañía cayeron en manos de Nicholas Schenck, quien tuvo que lidiar con los fallidos intentos de William Fox de comprar Loew's Inc., firma que controlaba los estudios de MGM. Destacaban sus instalaciones en Hollywood, con 27 estudios y un total de 4.000 trabajadores, entre los que se encontraban en nómina actores, directores y guionistas. A pesar de que fue el último estudio en adoptar el sonido en el cine, MGM

logró mantener su liderazgo durante la década de los 50. A mediados del siglo XX, la compañía producía alrededor de 40 películas al año, pero sus éxitos de taquilla no eran suficiente para la firma que, entre los años 50 y 60, perdió significativas sumas de dinero por su lento proceso de adaptación a los cambios legales, económicos y técnicos que se iban sucediendo en la industria del cine.

La situación financiera llevó a que, en 1966, Edgar Bronfman comprara MGM. Solo tres años después, la vendería a Kirk Kerkorian, que tuvo que hacer recortes de personal y de costes para reflotar la compañía. Además, contrató una nueva dirección, redujo la producción a cinco películas al año y diversificó los productos, creando MGM Resorts International, cadena de hoteles y casinos en Las Vegas.

DEL ÉXITO A LA BANCARROTA

MGM cerró sus puertas y se declaró en bancarrota en 2010, con una deuda de 3.500 millones de dólares. Gracias a la protección de la Ley de Quiebras, el estudio se liberó de una deuda de 4.000 millones de dólares y tuvo un nuevo resurgir una década después, cuando fue adquirido por Amazon en 2020 por 8,5 mil millones de dólares. La apuesta de Amazon es clara: fortalecer su plataforma de entretenimiento 'Amazon Prime' con más de 4.000 películas, incluyendo la saga de James Bond y clásicos como El mago de Oz y El silencio de los inocentes. El león de MGM ya no solo ruge en el cine, sino en nuestros propios hogares.

De los emblemáticos estudios
y león de MGM hasta su apuesta
por los resort de lujo para diversificar
el negocio del cine



LINKEDIN

MERCADO LABORAL: EVOLUCIÓN O DESEMPLEO

Las empresas están reorganizando constantemente las habilidades y competencias que piden al momento de contratar. Si en los últimos cinco años variaron en un 25%, se prevé que durante la próxima década cambien en un 65%, advierte **Ángel Sáenz de Cenzano**. Un escenario que solo deja un camino para los trabajadores: mantenerse en una formación continua o prepararse para ser desplazados

Texto de José A. Puglisi

E

El mercado laboral está cambiando vertiginosamente. El CEO de LinkedIn para España y Portugal desvela que cada vez más empresas buscan perfiles capaces de combinar las *soft* y *hard skills*. Es decir, un profesional que pueda combinar sus conocimientos técnicos con el trabajo en equipo o las herramientas de comunicación. Sin olvidar, por supuesto, que cuenten con una capacitación genérica del ámbito digital.

La lista Empleos en Auge de 2024 de LinkedIn desvela la creciente demanda de profesionales especializados en inteligencia artificial, ciberseguridad, ventas, marketing y sostenibilidad. ¿Por qué serán tan importantes?

Llevamos algunos años viendo el auge de perfiles técnicos y seguirá siendo una realidad, especialmente impulsa-

do por la explosión de la inteligencia artificial generativa y su puesta a disposición de los usuarios. Pero es interesante ver cómo se mantienen estables otras profesiones ligadas al contacto humano y al ámbito comercial. En los últimos cinco años crecieron las labores vinculadas con la sostenibilidad y, según estudios, un 50% de los perfiles solicitados por las empresas habrá cambiado en la próxima década.

¿Existe el talento para satisfacer la demanda en estos sectores o hace falta un esfuerzo extra en la formación?

Creo que no es una cosa u otra. Sí existe el talento y una capacidad de trabajo importante en España, por lo que hemos sido reconocidos internacionalmente como profesionales muy capaces, que hay un reto importante de actualización que, probablemente, hace pocos años no existían. En este sentido, no es tanto la presencia o ausencia del talento, sino cómo lo gestionamos o cómo identificamos ese conjunto de capacidades que definen al verdadero talento.

Cada vez más, las empresas están asumiendo en primera persona el desarrollo de esas capacidades y avanzan en los ámbitos internos de capacitación y formación para que las plantillas sigan siendo eficientes y productivas a lo largo del



50% de los perfiles solicitados por las empresas habrá cambiado en la próxima década

tiempo y en un ambiente tan cambiante. Es decir, las compañías pasaron de priorizar la captación de talento a la generación y desarrollo del mismo.

¿Cuáles son las habilidades y competencias que cada vez más piden las empresas?

Las habilidades más demandadas cambiaron un 25% en los últimos cinco años y se espera que, en los próximos 10 años, varíen en un 65%. Vemos en nuestros análisis que existe una búsqueda muy clara de la combinación de las *soft* y *hard skills*, dando importancia a la capacidad de trabajo en equipo y a la comunicación. Sin olvidar que es imprescindible, en cualquier profesión, una capacitación



genérica del ámbito digital.

¿Cómo afectará la implementación de la IA al mercado laboral?

Es un factor disruptivo como lo fue internet o el *cloud computing*, por lo que cambiará la forma en la que trabajamos. Sobre las dudas sobre si destruirá empleo, probablemente no lo haga, pero sí podrás perder tu plaza porque te sustituya alguien que use mejor las nuevas tecnologías, por eso se requiere de un proceso de adaptación y de capacitación por parte de las personas, las empresas y los Estados.

El objetivo es saber cómo convertir esta tecnología en una herramienta productiva, ya que podrá ayudarnos a dedicar más tiempo a actividades de más valor y menos a procesos transaccionales. No en vano, el 40% de los profesionales del tech ya lo utilizan.

¿La capacitación en IA podrá convertirse en un 'salvavidas' para los parados?

Mi esperanza es que sí. Tenemos algunos datos difíciles de conciliar con el desarrollo del país y pienso, especialmente, en aspectos generacionales del desempleo tanto joven como de los profesionales senior. Entonces, desde luego la tecnología debe ser una herramienta que nos permita entender cómo podemos combatir contra esas dos realidades.

¿La jornada de cuatro días asestará un golpe al mercado laboral?

La jornada laboral de cuatro días será cada vez más común y será una tendencia dentro del mercado. Sin embargo, no todo es aplicable a todos, por lo que nunca deberá ser una imposición, ya que generará más problemas que beneficios. Lo ideal es adaptarlo a cada una de las empresas y sus ámbitos para que podamos buscar fórmulas para aumentar la productividad y la flexibilidad.

LinkedIn buscará junto a la CEOE, Fundación Telefónica, KPMG, Microsoft y Universia mejorar la empleabilidad y el talento en España. ¿Cuáles serán las principales medidas que pondrá en marcha la iniciativa Nodo Talento?

Hemos puesto en marcha tres líneas de trabajo: una centrada en la transferencia del conocimiento en diversos puntos del país y sectores; otro enfocado en el análisis y estudio del talento; y la última destinada a formar en nuevas capacidades para que tengan una conexión directa con la empleabilidad. Es decir, qué habilidades están demandando las empresas al buscar talento y que si las adquieres puedas acceder al mercado laboral. En este último, esperamos llegar a las 1.000 personas al año cuando alcancemos velocidad de crucero.

Un proyecto sobre el que las administraciones públicas

El porcentaje de trabajadores que busca cambiar de empleo en los próximos 12 meses

pasó del **54%** al **65%**

regionales ya han mostrado interés y están viendo cómo aplicarlo a las comunidades autónomas.

Existe mucho optimismo desde la Administración Pública con respecto a la evolución del mercado laboral en España, ¿qué valoración hace usted de los datos?

Estamos atravesando una época macroeconómica compleja y, dentro de ese escenario, el empleo está manteniéndose en niveles mejores de lo previsto. Hay un componente muy claro que ha mantenido activo el empleo: la vocación y necesidad de las empresas de conseguir nuevas capacidades. Ese dinamismo lleva a un incremento de contrataciones y a que el porcentaje de trabajadores que busca cambiar de empleo en los próximos 12 meses pasó del 54% al 65%.

A pesar de que los datos de la EPA indiquen que hay más personas activas que nunca, no supone un motivo para conformarnos y menos cuando seguimos viendo los alarmantes datos de empleo juvenil y senior. Al contrario, hay que aprovechar el momento para atajar los retos de empleabilidad.

El ranking de una consultora situó a Rafael Juan, de Vicky Foods y a José Armando Tellado, de Cepsa Foods, como los CEO más influyentes de LinkedIn, ¿qué cree que están haciendo bien estos ejecutivos para destacar?

Nuestros Top Voices son profesionales que destacan por ofrecer contenido de valor y con una frecuencia adecuada. Hemos visto que en los últimos años creció la disposición de profesionales y ejecutivos a estar presente, al considerarlo una ventana de comunicación y un espacio para compartir ideas y propuestas. También les permite tener feedback de los usuarios, llegando a recibir planteamientos o críticas que ayudan a las empresas.

Tras haber superado la barrera de los 20 años, ¿cuál es el gran reto que afronta LinkedIn en el mercado de España y Portugal?

Seguir generando oportunidades económicas. ▲

BME

SALIR DE LA HIBERNACIÓN

Las tensiones geopolíticas, la competencia del private equity y la incertidumbre macroeconómica hundieron las operaciones de los mercados de valores. El CEO de Bolsa y Mercados Españoles, **Javier Hernani**, estima que la 'sequía' llegará a su final este año, aunque destaca que hay que trabajar para lograrlo y apuesta por su Libro Blanco como principal hoja de ruta

Texto de José A. Puglisi

L

Las salidas a Bolsa son una señal de la buena salud de la economía. El salto al mercado de valores permite a las empresas diversificar sus vías de financiación y multiplicar sus posibilidades de crecimiento. No obstante, las operaciones llevan largos meses en *stand by* en España, por lo que la BME lanzó un compendio de 56 medidas que le ayudarán a salir de su hibernación a lo largo de 2024.

Tras año y medio sin salidas a Bolsa en el mercado principal y una caída en el número de empresas del Mercado Continuo, ¿qué escenario nos espera si no se toman las medidas necesarias?

En España, como en otros países europeos, es necesaria una reactivación de las salidas a Bolsa, que esperamos poder empezar a ver este año, en el que las perspectivas son positivas. Aunque también influyen muchos factores externos imprevisibles, es importante tomar las medidas adecuadas para facilitar y agilizar lo máximo posible el proceso de salida a Bolsa. Es necesario que el tejido empresarial español se acerque a la media europea en cuanto a financiación vía mercados de capitales, porque eso le daría más

solidez en un mundo en constante cambio e impredecible. La presencia de empresas cotizadas en Bolsa va en favor del progreso de la economía española y del crecimiento de sus empresas.

BME publicó un Libro Blanco con 56 medidas. ¿Cuáles son las iniciativas que deberían ponerse en marcha de forma inminente?

Muchas de estas medidas serían de aplicación inmediata y tendrían un impacto positivo directo. El mercado de capitales español necesita un impulso en su competitividad respecto de sus homólogos europeos y por eso trabajamos en una lista de medidas que pretenden revertir esta tendencia. El estudio realizado por BME revela la importancia de eliminar las desventajas competitivas de los mercados de valores españoles para que nuestro país pueda competir de igual a igual con otras plazas de nuestro entorno. La clave está en hacer de España un país amigable a la inversión, porque ello tendría múltiples ventajas.

De aplicarse, ¿cómo mejoraría los resultados del sector?

El Libro Blanco ofrece una simulación retrospectiva que intenta dar una imagen de cuál hubiera sido el estado actual de nuestros mercados de capitales si las medidas que se sugieren se hubieran empezado a aplicar hace unos años. Entre las conclusiones que arroja este estudio retrospectivo podemos destacar que la situación de los instrumentos de inversión nacionales hubiera mejorado sensiblemente. Por ejemplo, el número de SICAVS no hubiera



caído de 3.036 en 2013 a alrededor de 500 hoy en día, junto con una caída de sus activos gestionados de 28.000 millones de euros a 14.000 millones en el mismo período de tiempo. También, de haberse alineado con el resto de mercados de valores europeos, se estima que la capitalización del conjunto de las empresas españolas hubiera rondado el billón de euros hoy en día, lejos de los 630.000 millones actuales. →

BME Growth y BME Scaleup buscarán impulsar el nuevo mercado para empresas emergentes



Piden repensar el impuesto a las transacciones financieras (ITF) y eliminar la retención fiscal a cuenta de determinados productos y activos cotizados, pero el Gobierno no se ha destacado por bajar impuestos...

Nuestra postura sobre el Impuesto a las Transacciones Financieras es claro desde el principio: su aplicación de forma unilateral en nuestro país penaliza a los mercados de capitales españoles frente sus homólogos internacionales. La fiscalidad es una parte más de los aspectos que consideramos que podrían mejorar para impulsar la competitividad de los mercados financieros en nuestro país. Es algo con lo que coincide una buena parte de los participantes del mercado con los que hemos hablado para la elaboración de este Libro Blanco.

¿Cree que el Gobierno debería eliminar su poder de veto a la inversión extranjera en determinados sectores?

El mundo de la inversión es un mundo plenamente globalizado en el que los inversores extranjeros juegan un rol muy relevante. El papel que juegan estos actores es crucial para el buen funcionamiento y la buena marcha de nuestros mercados financieros y bursátiles y, por tanto, hay que tenerlos en cuenta también a la hora de tomar decisiones que afecten a estos mercados. Los inversores internacionales poseen la mitad de las acciones de la Bolsa española, lo que da una idea de su importancia. Sin duda, con carácter general, conviene hacer nuestros mercados lo más atractivos posibles para ellos.

¿En qué posición está España frente a los países de referencia analizados en el Libro Blanco?

El mercado bursátil español se encuentra en una posición de desventaja competitiva en frente a otros mercados de nuestro entorno en cuestiones como la fiscalidad, por el Impuesto a las Transacciones Financieras. Si tomamos como referencia los instrumentos de inversión la radiografía del mercado no es positiva. El número de SICAVs españolas cayó un 50% entre 2021 y 2022 y su capitalización bursátil otro 37%. Las SPACs han proliferado en otros mercados antes que en el español. Son sólo dos ejemplos de esas desventajas. En definitiva, es vital revertir la pérdida de competitividad del mercado bursátil español. Desde

BME hemos contribuido a ello con la creación de nuevos mercados, como BME Growth, que aumenta año a año el número de empresas admitidas a cotización. Además, en el caso de la Renta Fija, el MARF (Mercado Alternativo de Renta Fija) en sus 10 años de historia ha visto un crecimiento anual en volumen emitido del 52% y 15 nuevas incorporaciones al año. En cuanto al mercado principal, las empresas cuentan con una fuerte presencia de inversores internacionales, un mercado líquido y con las mejores horquillas para los valores españoles. Hay mucho camino que recorrer para competir de igual a igual con el resto de competidores.

SIX anunció el lanzamiento de nuevos tipos de referencia e índices en tiempo real de criptomonedas para instituciones financieras. ¿Prevén también cambios en materia de activos digitales en BME?

El mercado de los activos digitales se ha demostrado pujante en los últimos años y ha demostrado un gran potencial. En este contexto es necesario que los proveedores de infraestructuras de mercados nos adaptemos a estos cambios y podamos ofrecer soluciones seguras a los inversores para invertir en los mercados de activos digitales.

Como mercado regulado, tenemos un acreditado historial que aporta entornos seguros a nuestros inversores, no sólo en el ámbito de la inversión tradicional, sino que también hemos sabido adaptarnos a esta demanda en materia de activos digitales. Sin duda, seguiremos creciendo en este campo, porque

los mercados regulados son el lugar ideal para combinar el creciente interés por los activos digitales con la necesidad de operar en un entorno sólido, fiable y seguro.

¿Qué previsiones se manejan para los próximos meses? ¿Veremos muchas operaciones en 2024?

Las previsiones para este 2024 son positivas tras la ausencia de salidas a Bolsa vista durante el curso anterior. Siempre que el entorno económico acompañe, contamos con que más empresas se animen a dar el salto y empiecen a cotizar. Además de la Bolsa, también esperamos la llegada de nuevas empresas a BME Growth y BME Scaleup, el nuevo mercado para empresas emergentes que lanzamos hace unos meses. ▲

El número de SICAVs españolas cayó un 50% entre 2021 y 2022 y su capitalización bursátil otro 37%

El MVP contra la pandemia de la OBESIDAD INFANTIL

La **Gasol Foundation** lleva más de una década impulsando el crecimiento infantil saludable y la reducción de las desigualdades sociales, siendo sus investigaciones un referente nacional e internacional en la lucha contra el sobrepeso en los niños

Texto de **Cristina Mendoza**

Las leyendas del baloncesto **Pau y Marc Gasol** llevan 10 años promoviendo la salud infantil y la reducción de las desigualdades sociales a través de la Gasol Foundation.

En la última década, la entidad realizó estudios

de investigación, programas y actividades que buscan promocionar los hábitos de vida saludable y prevenir la obesidad infantil. Un esfuerzo que promovió desde sus sedes en Sant Boi de Llobregat (Barcelona) y Los Ángeles (EE.UU.) y en el que participaron 200.000 niños y adultos. →





Más de 200.000 niños y adultos participan en los estudios de investigación, programas y actividades de la entidad para promover los hábitos de vida saludable y prevenir la obesidad infantil

Su principal enemigo es la pandemia de la obesidad infantil. La OMS reconoce que se trata de un problema mundial de salud pública y, en España, afecta a 1 de cada 3 niños, según datos del estudio PASOS de la Gasol Foundation. Para vencerlo, la entidad apuesta por una estrategia holística basada en la evidencia científica que involucre a toda la sociedad y utiliza la metáfora pedagógica de la 'Galaxia Saludable', con la que acercan de forma divertida a los más pequeños a los cuatro pilares de los hábitos saludables: actividad física, alimentación, sueño y bienestar emocional.

La experiencia y recorrido de la fundación hizo que, en el 2022, fuera el aliado estratégico del Alto Comisionado contra la Pobreza Infantil en la elaboración del Plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil, el primero realizado en Europa y que contiene más de 200 medidas para reducir el exceso de peso en un 25% en el año 2030.

La Gasol Foundation es un referente en la promoción de la salud infantil, siendo la puerta de entrada para que cada vez más niños tengan la oportunidad de crecer de forma saludable y divertida. ▲



A través de ÓRBITA4Kids se implementan todos los programas de la Fundación en una misma comunidad



Entrevista a PAU GASOL

El fundador de Gasol Foundation cuenta sus principales éxitos y retos

¿Cuál de los ocho programas de la Gasol Foundation tiene un especial valor para ti y por qué?

Todos nuestros programas comparten el enfoque holístico de la fundación, que está basado en la evidencia científica y, por tanto, tienen aspectos comunes. Sin embargo, el que queremos impulsar es ÓRBITA4Kids, un programa que reúne a todos nuestros programas y los pone en funcionamiento en una misma comunidad, como estamos haciendo en Sant Boi de Llobregat (Barcelona) y en La Llagosta (Barcelona). El objetivo es que los niños reciban estímulos saludables a través de los diferentes agentes y entornos en los que se desarrollan: escuelas infantiles, centros educativos, entidades deportivas, centros de salud, comercios, etc.

Hiciste un llamamiento a los líderes europeos para encontrar soluciones efectivas para prevenir la obesidad infantil, ¿qué medidas deberían ser las primeras en aplicarse en toda la UE?

Es cierto que la promoción de hábitos saludables en la infancia para prevenir la obesidad infantil es uno de los temas que tienen una trascendencia europea y mundial. Algunas de las medidas prioritarias que recoge el *Plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil* y que se podrían aplicar a nivel europeo son: asegurar el derecho universal al ejercicio físico y el deporte, facilitar el acceso a productos frescos y saludables a familias en situación de vulnerabilidad, mejorar la conciliación familiar para proteger el bienestar emocional de pequeños y mayores, y regular la publicidad de productos malsanos dirigida a los menores.

Los hábitos saludables en la infancia han retrocedido, ¿a qué se lo atribuyes y qué debería hacer España para proteger a los más pequeños?

Estudios científicos, como PASOS, constatan un deterioro en los hábitos de vida saludable y los motivos son múltiples. En las dos ediciones del estudio (2019 y 2022) hemos visto cómo los indicadores vinculados a la práctica de actividad física,

la alimentación saludable, el sueño y el bienestar emocional empeoraron en las niñas y niños españoles. Esto se debe, en parte, a los efectos de la pandemia de COVID-19, pero está claro que estamos ante una problemática muy compleja y multifactorial.

Vivimos en un entorno obesogénico, en el que todos los estímulos que recibimos nos predisponen a desarrollar una pautas poco saludables: existen pocos caminos seguros para ir a los sitios andando o en bicicleta, la mayoría de anuncios publicitarios nos invitan a tomar alimentos malsanos, las redes sociales están pensadas para que les destinemos más tiempo de lo debido y un largo etcétera que entorpece que podamos desarrollar hábitos que favorezcan nuestra salud y calidad de vida. La solución pasa por asumir esta situación como prioritaria y trabajar de forma coordinada con todos los agentes que

forman parte del día a día de los niños (administración pública, instituciones, empresas, entidades sociales, familias, etc.) para que la elección más accesible y sencilla sea la saludable.

¿Qué metas te gustaría que alcanzara la Gasol Foundation en la próxima década?

Nuestra misión es contribuir a que todos los niños puedan crecer de forma saludable y desarrollar su pleno potencial. En los próximos 10 años deberíamos estar más cerca, a través de la reducción de desigualdades sociales, el progreso del Plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil y su objetivo de reducir la obesidad infantil en un 25% en el 2030. Para ello, queremos ampliar nuestro alcance y llegar a más niños y familias, así como liderar este movimiento saludable sumando más agentes clave a nuestra misión.



10

años promoviendo la salud infantil y la reducción de las desigualdades

2

sedes, en Sant Boi de Llobregat (Barcelona) y en Los Ángeles (EE.UU.)

BANCO MEDIOLANUM O CÓMO LOGRAR CLIENTES SATISFECHOS

La entidad especializada en asesoramiento financiero logra, por quinto año consecutivo, **liderar el ranking de los clientes más satisfechos de la banca española**

Banco Mediolanum cuenta con la receta para que sus clientes estén contentos con su entidad bancaria.

Por quinto año consecutivo, la entidad especializada en asesoramiento financiero logra la mayor nota de satisfacción de los clientes dentro del sector bancario en España, según los resultados del estudio Benchmarking de Satisfacción de Clientes 2023, realizado por la consultora independiente Stiga y que analiza las principales entidades bancarias de España.

Con una puntuación de 8,39 sobre 10 en satisfacción global de los clientes con su entidad en España, Banco Mediolanum consolida su posición de liderazgo y marca una distancia con los 7,24 puntos alcanzados por el conjunto de la banca en el mercado nacional.

Desde Banco Mediolanum explican que la clave del éxito radica en la suma de diferentes parámetros relativos al trato y a los servicios ofrecidos, así como la relación del cliente con la entidad. Una estrategia que también puntúa favorablemente en el estudio realizado por Stiga, en el que se analizan un total de 11 variables, de las que la entidad participa en 9, para determinar el grado de satisfacción de los clientes con su banco, entre las que se encuentran los intangibles de relación (transparencia, confianza y personalización) e intangibles de marca (solidez y solvencia, modernidad y compromiso social), la satisfacción con la banca por internet, banca móvil, información al cliente, oferta y precio, entre otras.

Los resultados del informe reflejan el éxito del modelo de asesoramiento financiero personalizado de la entidad, que pone a disposición de todos sus clientes a un Family Banker, un asesor financiero que les acompaña en la planificación de sus finanzas. Un servicio que permite al banco contar con una puntuación de 8,96 puntos en la categoría Gestor (asesor financiero), frente al 8,30 de media del mercado.

Ahora bien, no se trata de una estrategia única.



Ya que, a la atención personalizada proporcionada por los Family Bankers, se suma el liderazgo del equipo humano que está detrás del Servicio de Atención Telefónica, ofreciendo información y apoyo operativo a los clientes de la entidad. Un departamento que sitúa a la entidad, un año más, en el primer puesto en satisfacción en esta categoría, con un total de 8,9 puntos, superior a los 7,76 puntos de media del sector. Además, fruto del trabajo realizado, el banco destaca en la primera posición por tercer año consecutivo también en la capacidad de dar respuesta y solución a las incidencias.

“La satisfacción de los clientes es el fruto de la visión que desde el primer día impulsó nuestro fundador, Ennio Doris: situar al cliente y a sus necesidades en el centro como eje de nuestro modelo de asesoramiento financiero personalizado. Por ello, estamos muy agradecidos de que en España nuestros clientes muestren un alto nivel de satisfacción con nuestros servicios y nuestro acompañamiento, algo que también sucede en Italia y nos caracteriza como grupo”, destaca Luca Bosisio, consejero delegado de Banco Mediolanum.

Por 5.º año consecutivo,
N.º 1 en Satisfacción
de Clientes.*



*Según el estudio Benchmarking de Satisfacción de Clientes 2023, realizado por la consultora independiente Sfiga, que analiza las principales entidades bancarias en España.



© iStockphoto (2)

Free Time

Venecia se rinde ante Marco Polo



En la conmemoración del 700 aniversario del fallecimiento del mercader italiano, la ciudad de los canales le brindará un majestuoso homenaje. Desde el Teatro La Fenice hasta el Carnaval dedicarán sus espacios para destacar la importancia del hombre que construyó puentes hacia Oriente. Una de las grandes exposiciones que no te puedes perder es la organizada por el Palacio Ducal a partir del 6 de abril: *Los mundos de Marco Polo. El viaje de un comerciante veneciano del siglo XIII*. Una oportunidad única para contemplar una amplia variedad de objetos del aventurero veneciano y conocer más sobre sus viajes a lugares aún desconocidos para la mayoría de sus contemporáneos, donde llegó a trabajar para el emperador mongol Kublai Kan.



© iStockphoto

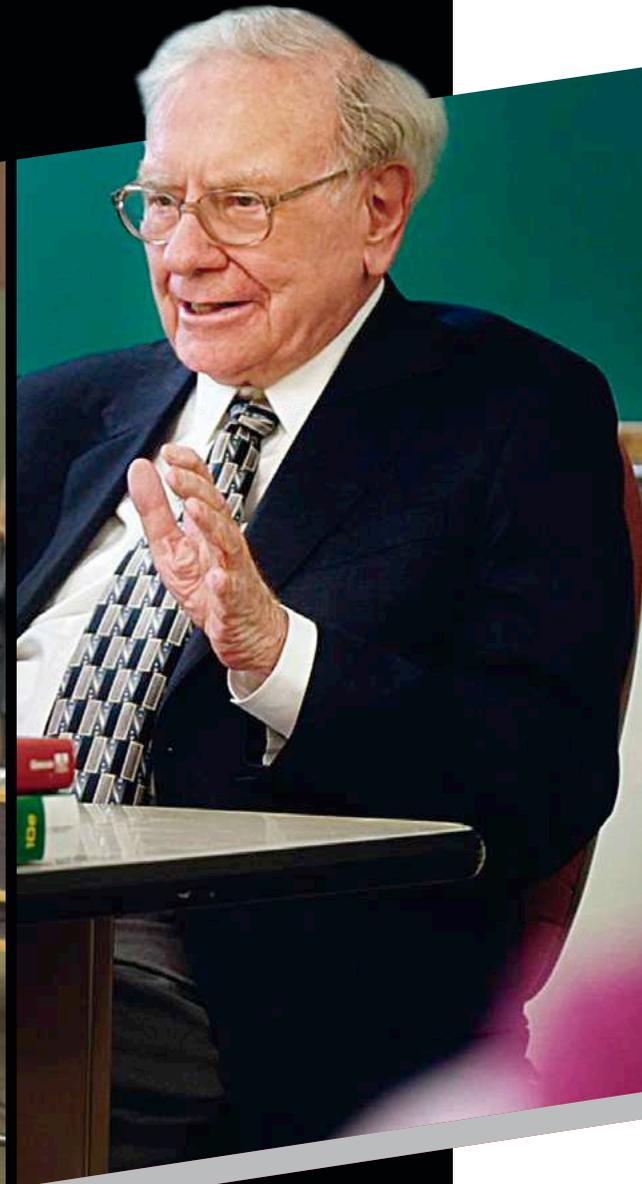
STREAMING

Las **PELÍCULAS** y **SERIES** nos ayudan a entender mejor el fascinante universo de los negocios, ya sea mediante historias de **EMPRENDIMIENTO** inspiradoras o a través de estafas a gran escala. Las plataformas españolas nos ofrecen un extenso abanico de posibilidades para sumergirnos en él

Texto de Fernando García



EMPRESARIAL



MUCHO OJO CON LAS ESTAFAS



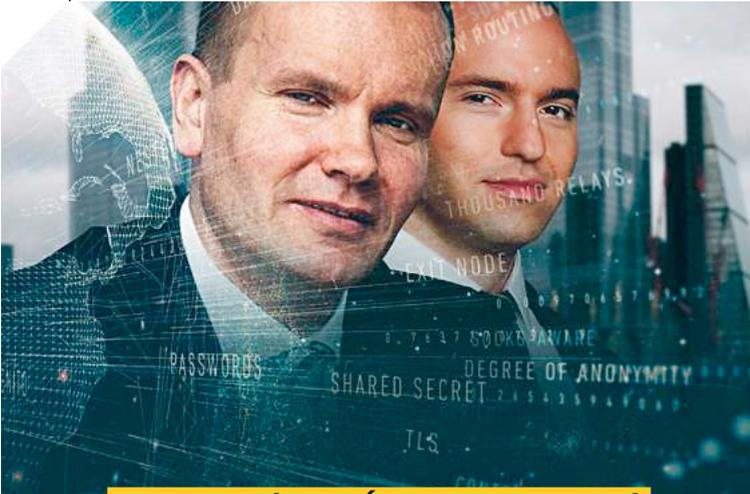
EL BUEN PATRÓN

Balanzas Blanco es una exitosa empresa de balanzas industriales en una ciudad de provincias española. Su jefe, Julio Blanco (un Javier Bardem pletórico), hará todo lo posible por tenerlo todo perfecto para la inminente llegada a la fábrica de la comisión que decidirá si la empresa se llevará un prestigioso premio. Pero los planes del patrón van paulatinamente desmoronándose tras su inhumano modelo de negocio. **RTVE play.**



SANGRE Y DINERO

Basándose en el llamado por la prensa francesa "El fraude del siglo", esta serie sigue las andanzas de dos estafadores y un joven rico adicto a las finanzas y al póker, que desvían a sus bolsillos varios millones de los impuestos sobre el carbono que impuso la Unión Europea en 2005. Con un reparto lleno de caras conocidas del cine francés como Vincent Lindon o Niels Schneider, Sangre y dinero ofrece un trepidante e inquietante thriller en 12 capítulos. **Filmin.**



SKANDAL! (LA CAÍDA DE WIRECARD)

Wirecard fue una exitosa empresa alemana que proporcionaba servicios de procesamiento de pagos y emisión de tarjetas. El documental explora el trabajo periodístico que se realizó para destapar lo que subyacía detrás de ese negocio: todo un escándalo que engloba prácticas empresariales corruptas y falsos informes financieros. **Netflix.**



¿QUIÉN ES ANNA?

Esta serie creada por Shonda Rhimes, se basa en la historia real de Anna Delvey, una instagramer que se hizo pasar por una rica heredera alemana para colarse en el mundo de las élites. Su obsesión por el dinero y la fama la llevó a estafar a bancos, hoteles y a distintas personas de la forma más sibilina posible. **Netflix**



SCAMS

La necesidad económica a veces puede llevar a acciones poco éticas. Es el caso del protagonista de esta serie japonesa, que en mitad de una crisis económica y tras quedarse sin trabajo, no le queda otro remedio que trabajar en un call center. Ahí es cuando comienza a coquetear con los asuntos delictivos, cuando se da cuenta de que timar a personas mayores por teléfono puede ser tan sencillo como efectivo. **Netflix.**



EL CLUB DE LOS JÓVENES MULTIMILLONARIOS

Remake de la miniserie de 1987 con Taron Egerton y Ansel Elgort basada en hechos reales sobre dos estudiantes de Harvard que convencieron a sus excompañeros de clase para crear un fondo de inversiones para hacerse ricos. Pero cuando hay tanto dinero de por medio, los valores morales tiemblan. **Prime Vídeo / Filmin.**



EL ESCÁNDALO NORBOURG

Entre las muchas historias de ascenso y caída, la de la compañía corporativa canadiense Norbourg destaca por su magnitud. En 2005 salió a la luz este caso de malversación de fondos por parte del auditor que estaba encargado de vigilar las acciones de la empresa. **Filmin.**

PARA PERMANECER SIEMPRE ACTUALIZADO

¿Tiene dificultades para mantenerse al día con la creciente oferta de títulos disponibles en las distintas plataformas digitales? La búsqueda constante puede ayudar, pero ciertamente no es suficiente para mantenerse actualizado sobre todas las novedades (mediante suscripción, bajo demanda o gratis) que existe en el mercado. Para ello existe **Best Streaming**, una especie de guía de TV 2.0, en donde cada uno puede construir su propia programación, consultando los menús de las plataformas individuales a través de un camino hecho de colores: naranja para Now, azul para Disney+, rojo para Netflix, etc. En cada sección es posible encontrar, además de las novedades del mes, análisis en profundidad y entrevistas



exclusivas con los protagonistas. **Best Streaming** se adjunta de forma gratuita a **Best Movie** cada mes, y también se puede adquirir de forma individual en quioscos y grandes superficies por 1 euro. Sin mencionar que la edición digital se puede descargar de forma gratuita en App Store y Google Play.

GRANDES EMPRENDEDORES



SELF MADE (MADAM C. J. WALKER)

Protagonizada por la siempre convincente Octavia Spencer, esta miniserie explora la figura de Sarah Breedlove, más conocida como Madam C. J. Walker, nacida en 1967 fruto de un matrimonio de esclavos liberados. Logró convertirse en la primera mujer millonaria por méritos propios de la historia de Estados Unidos gracias a su marca de productos de belleza especializados en el cuidado del cabello para las mujeres negras. **Netflix.**



ENRICO PIAGGIO

El empresario italiano Enrico Piaggio es un claro ejemplo de cómo una simple idea puede cambiar el mundo. La película se centra en la época en la que la compañía automovilística que había heredado de su padre estaba a punto de quebrar, pero en 1945 se le ocurre algo que no solo lo sacará de la ruina, sino que le hará mundialmente famoso: la Vespa. **Netflix.**



EL BANQUERO

La idea del sueño americano es uno de los pilares de la sociedad estadounidense. Sin embargo, los conflictos raciales siempre han facilitado las cosas a unos por encima de otros, y alcanzar un estatus social importante sin ser blanco no era nada sencillo. En los 60, Bernard Garret y Joe Morris eran conscientes de ello, por lo que crearon un imperio bancario e inmobiliario manteniéndose en la sombra y poniendo a un hombre blanco como la cara visible del negocio. **Apple TV.**

TETRIS

La película muestra la disputa por la licencia internacional del videojuego Tetris, creado por el ruso Alexey Pajitnov, y que Henk Rogers (Taron Egerton en la ficción) descubrió en 1988 en la feria Consumer Electronics Show en Las Vegas. No obstante, conseguir los derechos de distribución del juego no es tan sencillo, e involucra a Rogers en una red de mentiras y corrupción. **Apple TV.**



AIR

La última película de Ben Affleck narra la unión entre la estrella del baloncesto Michael Jordan, que aún estaba empezando, con la también incipiente compañía Nike, y fruto de esta unión, nacería la marca Air Jordan. Esto marcó un antes y un después en el mundo de los patrocinios deportivos e impulsó a la firma estadounidense al estatus que actualmente mantiene. Fue posible gracias a un ecléctico grupo de personas que confiaron en el potencial profesional y comercial del deportista y lo arriesgaron todo por ello. **Prime Video.**

LA REALIDAD SUPERA A LA FICCIÓN



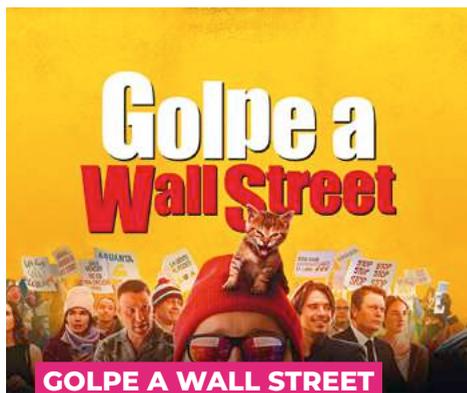
THE DROPOUT

La empresa de tecnología sanitaria Theranos saltó a la fama por supuestamente haber encontrado un nuevo sistema de hacer análisis de sangre que solo requería una cantidad mínima de ella. La serie se centra en su creadora, Elizabeth Holmes (Amanda Seyfried en la ficción), un personaje fascinante, ambicioso... y mentiroso. **Disney +**



LOS INVENCIBLES

Otra forma de descubrir el apasionante mundo de los negocios es adentrarse en esta serie sobre la crisis financiera que sufrió Finlandia a principios de los 90. La historia sigue a una economista que comienza a trabajar en la Inspección Bancaria de su país con la convicción de acabar con la corrupción, pero cuanto más se mete en este mundo, más se da cuenta de que las cosas no siempre son lo que parecen. **Filmin.**



GOLPE A WALL STREET

A veces, para ser un exitoso empresario todo lo que se necesita es tener la desfachatez suficiente de saltar al vacío sin red. Que se lo pregunten a Keith Gill, un youtuber que se gastó todos sus ahorros en comprar las acciones de GameStop, una cadena de tiendas de videojuegos que estaba de capa caída y la convirtió en una empresa de moda, haciéndolo enfrentarse a varios peces gordos de Wall Street. **Movistar +.**

WECRASHED

Jared Leto y Anne Hathaway protagonizan esta miniserie sobre el startup WeWork, que no tardó en convertirse en una marca de un valor de 47 millones de dólares para acabar declarándose en bancarota en menos de un año. Toda una muestra de aquello de que "la avaricia rompe el saco". **Apple TV**



THE PLAYLIST

¿Quién no tiene una suscripción para escuchar música en streaming? La más popular de todas, Spotify, tiene hasta 236 millones de usuarios. Esta serie cuenta los comienzos de la empresa sueca y como sus fundadores, Daniel Ek y Martin Lorentzon revolucionaron la industria musical y nuestra manera de consumir música. **Netflix.**

LA FICCIÓN TAMBIÉN ENSEÑA



SUCESION

Una de las series más populares y prestigiosas de los últimos años es *Succession*, un drama familiar sobre el poder, la riqueza y la corrupción. Dueños de una de las empresas de comunicación y entretenimiento más importantes del mundo, los herederos de Logan Roy son gente sin escrúpulos, dispuestos a todo por hacerse con el negocio de su padre. **HBO Max.**



THE CONSULTANT

Hay jefes que harían cualquier cosa con tal de conseguir el éxito de su empresa, sin importarles el bienestar de sus trabajadores. Es el caso del protagonista de esta serie interpretado por Christoph Waltz, que llega a la empresa de videojuegos CompsWare como nuevo consultor, y no tardará en imponer su arriesgada y ambiciosa forma de trabajar. **Prime Video**



BILLIONS

Durante siete temporadas, la serie protagonizada por Paul Giamatti sigue a un fiscal neoyorkino que investiga a un empresario multimillonario especializado en fondos de inversión privados por un caso de uso de información privilegiada. Lo que parecía algo medianamente sencillo, se convierte en toda una lucha de egos que también involucra a la mujer del fiscal, ya que esta ejerce como coach y psicóloga en la empresa del magnate. **SkyShowtime / Movistar +**

INDUSTRY

La crisis económica de 2008 ha marcado un antes y un después en el mundo financiero. Esta serie británica de dos temporadas narra cómo un grupo de jóvenes que trabajan en finanzas y como agentes de banca intentan labrarse un futuro laboral en Londres durante esa época. **HBO Max**



MANUAL DE LA VIDA SALVAJE

La inteligencia artificial ha llegado para quedarse y ha sacudido prácticamente todos los sectores profesionales. Esta serie canadiense cuenta cómo un grupo de emprendedores millennials crean una startup que desarrolla una aplicación en la que mediante las huellas digitales de los muertos, se puede dialogar con ellos. La invención es innovadora y extraordinaria, pero también levanta acalorados debates sobre la ética detrás de todo ello. **Filmin**

DOCUMENTAL



CÓBRAME SI PUEDES

Quien piense que los documentales sobre finanzas no pueden ser divertidos, se equivoca. En esta película francesa, con mucha ironía y un claro fin educativo, se ilustra el problema de la evasión fiscal y cómo se aprovechan los vacíos del sistema para conseguir dinero a costa de todos. **Filmin.**



MADOFF: EL MONSTRUO DE WALL STREET

Bernie Madoff es uno de los estafadores más celebres de la era moderna. Esta miniserie de 4 capítulos narra el ascenso y caída de este empresario de Wall Street que llegó a robar más de 50 millones de dólares utilizando el sistema de las estafas piramidales. **Netflix.**

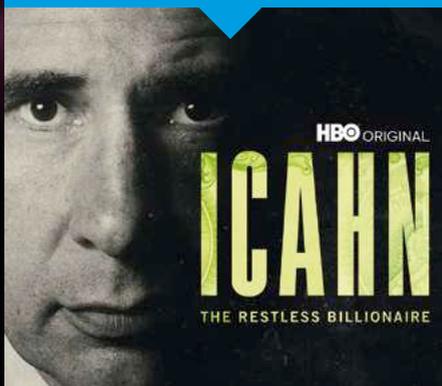


BECOMING WARREN BUFFET

No todos los millonarios son malos ni ostentosos, ahí está Warren Buffet para demostrarlo. Es uno de los hombres más ricos del mundo gracias a su talento para las inversiones y su aguda visión empresarial, pero él siempre ha optado por llevar una vida modesta y tranquila en su Oklahoma natal. **HBO Max.**

ICAHN: THE RESTLESS BILLIONAIRE

Explora la vida de uno de los financieros más famosos del mundo, adentrándose en su psique, sus contradicciones y su obsesión por seguir estando en la cima de la jerarquía corporativa de Estados Unidos. El documental cuenta con sus propias declaraciones, así como las de familiares y amigos. **HBO Max**



CRYPTOQUEEN

La cryptomoneda One Coin, cuando se creó en 2014 tenía la ambición de convertirse en la más potente del mundo. Esa era la meta de su creadora, Ruja Ignatova, pero su forma de conseguirlo no consistía en jugar limpio. De alguna manera, consiguió engañar a autoridades y clientes con una gran estafa piramidal. Lo más sorprendente de todo, es que One Coin sigue operando hoy en día. **Filmin.**

© Prime Video (3); Apple TV (2); HBO Max (4); Sky Showtime (1); Movistar + (2); Filmin (7); RTVE Play (1); Netflix (6)

FREE TIME

DESCANSO DIGITAL

Vivimos nuestro día a día pendientes del móvil y, mientras lo hacemos, nuestro nivel de estrés no deja de aumentar. Si te sientes identificado, ha llegado el momento de **desconectar para reconectar**

Texto de Eva de Amo



EE

El nerviosismo que sentimos cuando nuestro móvil no nos ofrece señal refleja la dependencia que tenemos del teléfono. Con él agendamos reuniones, hacemos llamadas, visitamos las redes sociales, nos enteramos de qué ha ocurrido en el mundo y enviamos mensajes. Es fácil que pasemos varias horas al día mirando a la pantalla y, al tiempo que renegamos de la tecnología, cada vez estamos más enganchados a ella. Si crees que ha llegado el momento de darse un respiro y eres de los que más de una vez fantaseas con irte a una isla desierta para olvidarte de todo, puede que necesites un descanso digital.

Hay destinos, tanto dentro como fuera de España, donde no existe o es inestable la cobertura. Lugares en plena naturaleza, alejados del bullicio digital, que te invitan a sumergirte en su belleza sin distracciones tecnológicas. Escenarios naturales que te permiten dedicarte tiempo y escucharte a ti mismo. Donde las interacciones son cara a cara y la realidad es la que habla. Tanto en España como en el extranjero hay lugares en los que el móvil se queda en la maleta para que tú puedas disfrutar. →

Lugares donde darse un respiro tecnológico en España

1



2



4



3



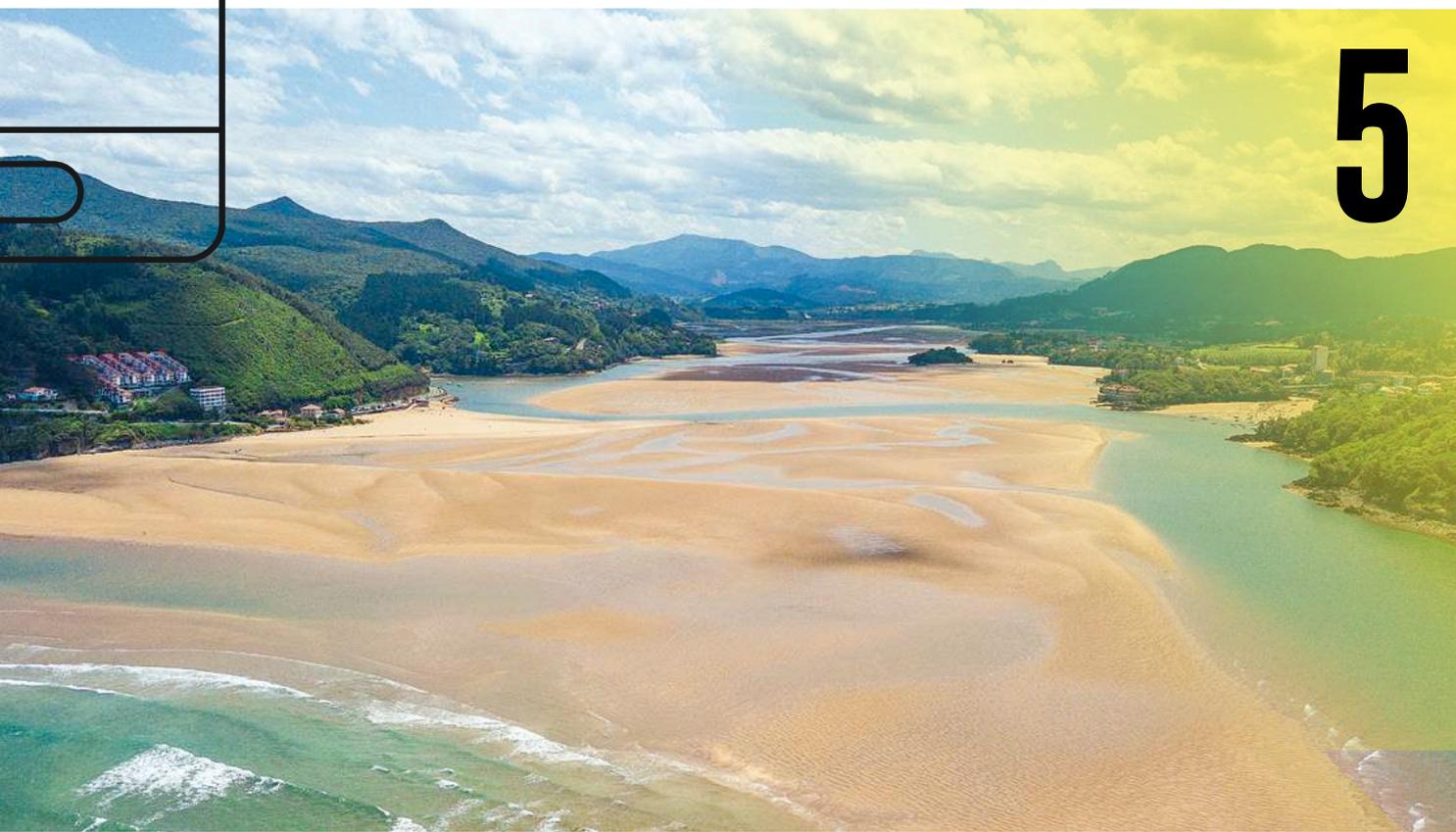
1 Pueblos de la Alpujarra granadina: prepárate para vivir la vida a fuego lento y desconectar mientras disfrutas de sus rutas y senderos

2 Picos de Europa, en Asturias, Cantabria y León: sus montañas hipnóticas, y sus bosques de robledales y hayedos, te permitirán disfrutar de cada minuto del día

3 Cabo de Gata-Níjar, en Almería: espacios naturales a medio camino entre las playas vírgenes y el desierto, que permiten disfrutar de la naturaleza sin distracciones digitales

4 Valle de Arán, en Lérida: desde los picos nevados a los prados más verdes, en este paisaje de ensueño el teléfono móvil pasa a un segundo lugar





5

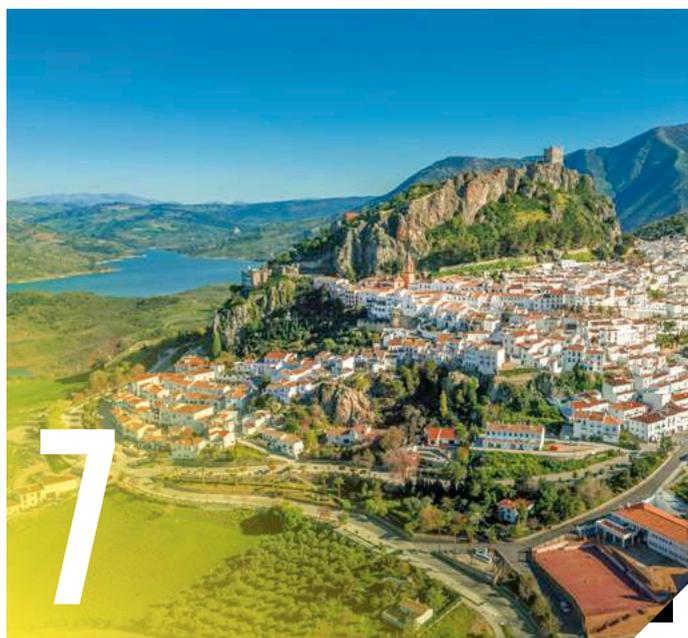
5 Urdaibai, en Vizcaya: declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO, aquí encontrarás acantilados, montañas, playas y ríos. Un auténtico museo natural.



6

6 Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, en Huesca: en el corazón de los Pirineos, no todos los lugares tienen cobertura. ¡Ni falta que hace!

7 Sierra de Grazalema, entre Cádiz y Málaga: esta sierra abrupta, salpicada de pueblos blancos, atrae a las borrascas que la hacen cada vez más bella →



7

8



9



10



11



12

8 Salar de Uyuni, en Bolivia: el mayor salar del mundo te sumerge en un paisaje casi lunar. En el altiplano la tecnología es solo un murmullo lejano

9 Parque Nacional de Fiordland, en la isla Sur de Nueva Zelanda: en tierras de fiordos, donde se dan cita delfines y focas, solo pensarás en el móvil para hacer fotos

10 Ladakh, en India: enclavado en el Himalaya, en la India más remota, desconocida y mística, este lugar es perfecto para reconectar con tus propios pensamientos

11 Islas Feroe: a medio camino entre Noruega, Islandia y Escocia hay 18 islas separadas por estrechos fiordos. Su lado más salvaje está reñido con la tecnología

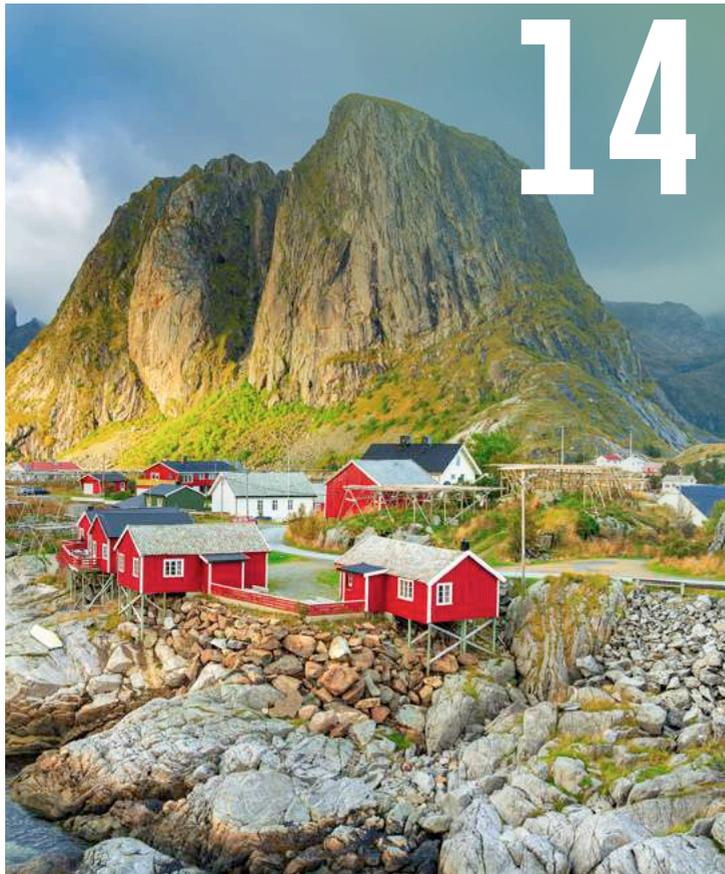
12 Raja Ampat, en Indonesia: este archipiélago encierra unas de las mayores diversidades marinas del mundo. Buceando entre arrecifes de coral, tu máxima preocupación será disfrutar del momento

Propuestas donde disfrutar de un apagón digital en el extranjero



13 Cañón del Antílope, en Estados Unidos: este estrecho cañón de Arizona, enclavado en una reserva indígena, encierra un paisaje surrealista de rocas esculpidas por el viento

14 Islas Lofoten, en Noruega: en el Círculo Ártico, cuando dejas atrás los preciosos pueblos pesqueros, puedes disfrutar de auroras boreales sin interferencias digitales



Si eliges un destino con escasa o nula cobertura, los beneficios del descanso digital llegan casi inmediatamente. Es probable que al principio eches mano al móvil instintivamente o incluso te parezca oírlo sonar o que ha vibrado. Sin embargo, esta sensación irá desapareciendo poco a poco y comenzarás a tener conciencia de dónde estás. No hay sensación más placentera que la de encontrarse a sí mismo, disfrutar del momento presente y descubrir que el mundo no está en la pantalla, sino más allá. ▲

Un año



La industria del automóvil arranca **2024** confiando en volver a la senda de la normalidad tras cuatro convulsos ejercicios. **Un escenario marcado en Europa** por el desembarco de un buen número de marcas chinas, a lo que se suma una explosión de novedades **eléctricas** en todos los segmentos

Texto de Ana Montenegro

electrizante

CYBERTRUCK 61.000 euros



Este año aspira a ser electrizante para el mercado del automóvil y no sólo por la llegada de novedades mayoritariamente 100% eléctricas, sino también porque después de tres años difíciles, encadenando y digiriendo conflictos mundiales (pandemia, parada de la producción y escasez de semiconductores) el 2024 debería ser el regreso a la normalidad.

Los conductores siguen recelando de los eléctricos, caros y con poca autonomía, pero para los fabricantes, que hace cuatro o cinco años decidieron entrar con entusiasmo en la nueva tecnología de propulsión, ha llegado el momento de empezar a vender sus productos.

Estos son algunos de los más sofisticados, sorprendentes o llamativos automóviles que se estrenan en 2024 en Europa. Y no todos son eléctricos.

El renacimiento de la británica Lotus se consolida con el Emeya, un coupé eléctrico con cuatro puertas, cuatro plazas individuales y unas líneas en las que ha primado la aerodinámica. Superará los 100.000 euros con versiones desde 610 caballos y comparte plataforma con el SUV Eletre, lanzado hace un año tras la venta a la china Geely en septiembre de 2017. El exitoso BMW X2 que nació en 2018 rompiendo esquemas estéticos y que ha sido muy imitado, estrena en marzo su segunda generación, más grande, hasta 4,55 metros y desde →



LOTUS EMEVA DESDE 100.000 euros



LAMBORIGINI REVUELTO DESDE 500.000 euros

46.600 euros con una gama que incluye motores gasolina, diésel y hasta eléctrico.

La también alemana Mercedes-Benz tiene un año de estrenos importantes, desde el nuevo Clase G, el todoterreno más deseado y poderoso del mundo que se electrifica y podrá girar sobre sí mismo, como un tanque. Pero la marca no pierde su estrella y también juega en el segmento de los deportivos de lujo con el SL más potente de la historia y el primer híbrido enchufable, el AMG SL 63 S E Performance que llega a los 816 caballos, e incluye versiones gasolina V8.

Para Ferrari la potencia es parte de su ADN así que la gran novedad para este año, que guarda celosamente, es un nuevo V12 que sólo se ha podido fotografiar camuflado y que recuerda al Roma y al 812 Competizione.

Los ferraristas están expectantes. Cerca de la casa del Cavallino, en las afueras de Bolonia, Lamborghini arranca la producción del Revuelto, el primer híbrido de la marca y el más potente al combinar un motor de gasolina V12 con tres eléctricos para alcanzar 1.015 caballos. Es posiblemente el más rápido de los 60 años de historia de la marca ya que llega a los 350 km/h y pasa de 0 a 100 km/h en 2,5 segundos. Su precio alcanza el medio millón de euros. Mientras, Audi sigue el proceso de electrificación de su gama. La novedad este año es el A6 e-tron, una espectacular berlina de diseño futurista y el Q6 e-tron, con carrocería SUV y Sportback, construido sobre la nueva plataforma PPE (Plataforma Premium Eléctrica) y un sistema eléctrico de 800 voltios.

Desde Gran Bretaña, JLR lanza en verano el nuevo



BMW X2 desde 46.600 euros



MB SL 63 SE PERFORMANCE 150.000 euros

Ferrari guarda celosamente la imagen de su modelo V12

Range Rover eléctrico, tras haber estrenado en 2022 la versión térmica e híbrida enchufable. Con una batería de 100 kWh promete mantener el estilo y las prestaciones que caracterizan este modelo. Del otro lado del mundo llega el Tesla Cybertruck, un pick-up de líneas futuristas que se ha retrasado cuatro años y elevado su precio a 61.000 euros, un 50% más caro de lo inicialmente anunciado.

Porsche adelantó, a principios de enero, la presentación del nuevo Macan, su segundo eléctrico. En este caso un SUV en dos versiones, Macan 4 y Turbo. Llega en la segunda parte del año, desde 85.382 euros, con una carrocería de 4,78 metros de largo, tracción integral y una autonomía de 613 y 591 km (WLTP). En marzo llegó la nueva generación de la lujosa berlina Panamera, con dos longitudes, tracción trasera o total y una versión híbrida enchufable desde 125.000 euros. ▲

EL PRADO CON MIRADA FEMENINA

El prestigioso museo madrileño resalta la importancia de las mujeres en el arte con **Promotoras artísticas de las colecciones del Museo (1602-1700)**, un itinerario que abrirá sus puertas del 30 de abril al 8 de septiembre

Texto de Ernesto Páez

La belleza, el talento y la generosidad de las mujeres inundan las galerías del Museo del Prado.

A partir del 30 de abril, la prestigiosa institución permitirá disfrutar de *Promotoras artísticas de las colecciones del Museo (1602-1700)*. Se trata de la segunda edición del itinerario *El Prado en femenino*, una iniciativa para centrar la mirada hacia aquellas mujeres que promocionaron, coleccionaron e inspiraron algunas de las obras de arte más emblemáticas de esta institución.

Las reinas Isabel de Borbón, Mariana de Austria y Cristina de Suecia, son las grandes protagonistas de la nueva muestra conformada por 34 obras (repartidas en cuatro secciones), a través de las que se podrá explorar el patronazgo de las reinas españolas del siglo XVII, así como la labor desarrollada por las mujeres de la Casa de Austria presentes en las cortes europeas del Barroco, quienes desempeñaron un destacado papel como mediadoras artísticas y culturales.

Bajo la dirección científica de la profesora Noelia García Pérez, *El Prado en femenino* subraya la importancia de la figura de la reina Cristina de Suecia. La Monarca que permitió al museo madrileño contar con un valioso conjunto de escultura clásica, así como obras pictóricas icónicas como las tablas de Adán y Eva de Durero.

La apuesta del Museo del Prado por visibilizar el papel

de la mujer en el arte es absoluto. El itinerario irá acompañado de la edición de cuatro piezas audiovisuales que se incorporan a la serie documental *Obras maestras del Prado y sus promotoras artísticas*, centradas en las figuras de Cristina de Suecia, Isabel de Borbón, Mariana de Austria y Mariana de Neoburgo.

Además, se publicará un libro cuyo objetivo principal es explicar el destacado papel que las promotoras artísticas

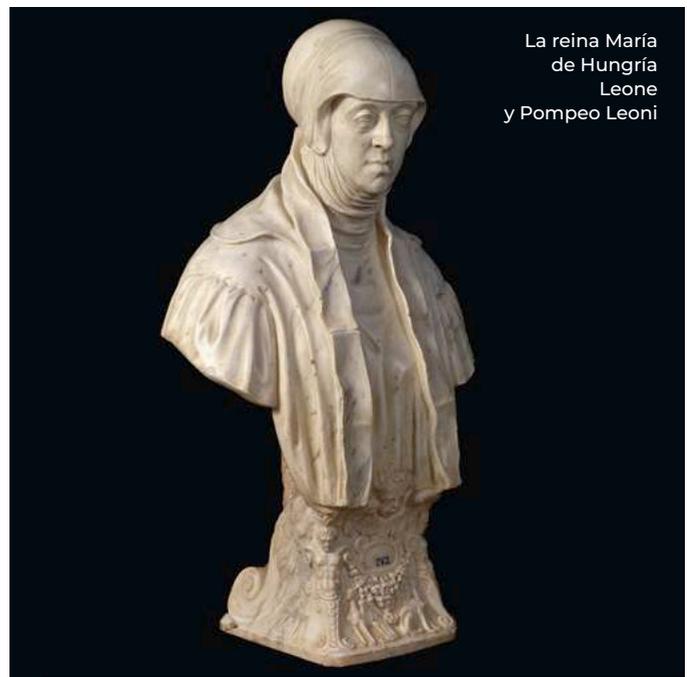




Isabel I de Castilla
Anónimo neerlandés



Leonor de Austria
Atribuido
a Jacques
Dubroeuq



La reina María
de Hungría
Leone
y Pompeo Leoni



Sala 56 del edificio
Villanueva con varias
obras incluidas
en el itinerario

desempeñaron entre 1602 y 1700 en las colecciones del Museo. La muestra irá acompañada además de un ciclo de conferencias, un ciclo de cine, un curso de formación para el profesorado y distintas actividades dirigidas a distintos tipos de público. *El Prado en femenino* es, pues, una labor transversal en la que participan todos los departamentos del Museo.

LOS ORÍGENES

El Prado es, probablemente, el museo europeo en el que las mujeres fueron más decisivas en su configuración. Su importancia es indiscutible y es que, sin ellas, la institución no tendría entre sus paredes a obras tan importantes como: *El descendimiento* de Van der Weyden, *Carlos V en la batalla de Mühlberg* de Tiziano, las soberbias escul- →



turas en bronce fundido de Felipe II y María de Hungría confiadas a Pompeo y Leone Leoni o *La Sagrada Familia rodeada de santos* de Rubens.

El despliegue artístico de *El Prado en femenino* es impresionante.

Gracias a la creación de este itinerario –que empezó con la exposición *Promotoras artísticas* en el Museo del Prado (1451-1633)–, se tuvo la oportunidad de exponer algunas obras que permanecían, hasta la fecha, en los almacenes de la institución como los retratos de Isabel Clara Eugenia y Alberto de Austria, realizados por Rubens y Brueghel el Viejo.

No son los únicos. También ‘salieron a la luz’ los retratos de Juan Federico de Sajonia de Tiziano; Isabel de Valois de Pantoja de la Cruz o Ana de Austria de Bartolomé González. Sin olvidar que también se permitió reubicar otras piezas como los bustos de Leonor de Austria y María de Hungría, realizados por Dubroeuq y los Leoni, respectivamente.

No se trata del único esfuerzo de El Prado por destacar el papel de las mujeres. En 2016 ya presentó su primera exposición dedicada a una mujer pintora, Clara Peeters. A partir de ese momento, el Museo propuso itinerarios y exposiciones con el fin de visibilizar el papel de la mujer en el mundo del arte. En unos casos se ha puesto el acento en cuestiones de género, como en el caso de la exposición *Invitadas* o *Historia de dos pintoras*. En otras ocasiones se ha dado relevancia a obras que estaban ocultas, como en la exposición *La mirada del otro* con la obra *El Cid*, de Rosa Bonheur.

“El número de visitantes potenciales del itinerario *El Prado en femenino* fue de 981.594 personas. Con motivo del itinerario, se realizó un libro cuyas ventas superaron los 15.000 ejemplares en los cuatro meses. De hecho, dada la gran demanda, en estos meses se reeditó en tres ocasiones”, precisa García Pérez a *Business People*.

Miguel Falomir, Marina Chinchilla, Noelia García Pérez y Javier Solana



La reina Isabel de Valois Pantoja de la Cruz (según modelo de Sofonisba Anguissola)



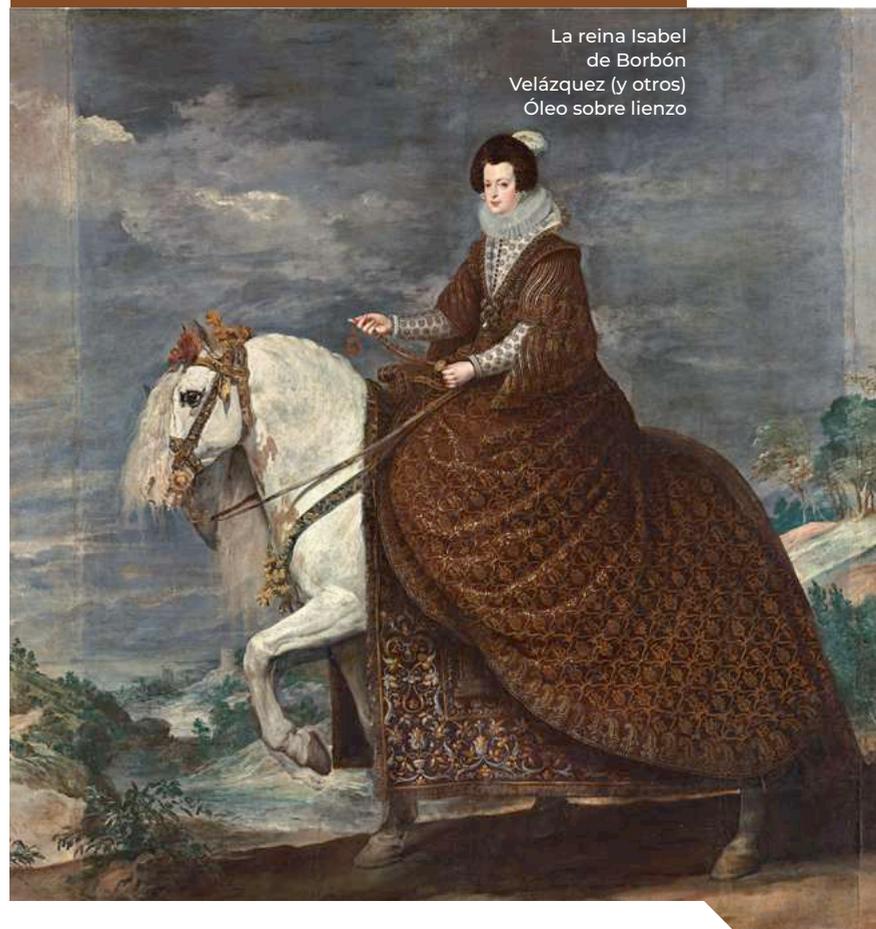
Cristina de Suecia a caballo
Sebastián Bourdon
Óleo sobre lienzo



La reina Mariana
de Austria
Velázquez
Óleo sobre
lienzo

EL PRADO EN CIFRAS

La institución recibió 3.337.550 visitas en 2023, siendo la cifra más alta en su historia y representando un aumento del 33,51% respecto a los visitantes de 2022. El público tiene una edad media de 45 años, donde predomina el perfil femenino (57%), con estudios superiores (81%) y con ocupación estable (56%).



La reina Isabel
de Borbón
Velázquez (y otros)
Óleo sobre lienzo

TRES OBRAS IMPRESCINDIBLES

Aunque las 34 piezas seleccionadas en *Promotoras artísticas de las colecciones del Museo (1602-1700)* son un verdadero deleite para la mirada y el alma, hay tres pinturas que supondrán el epicentro de la muestra, dos de ellas nacidas del pincel del gran Diego Velázquez y otra de Sebastián Bourdon.

Del autor de *Las Meninas* no se pueden perder las obras *La reina Mariana de Austria* (Óleo sobre lienzo, 234,2 x 132 cm) y *La reina Isabel de Borbón, a caballo* (Óleo sobre lienzo, 301 x 314 cm). Un listado al que hay que sumar el *Cristina de Suecia a caballo de Sebastián Bourdon* (Óleo sobre lienzo, 340,5 x 303 cm).

Unas obras únicas que son la evidencia de que las mujeres son imprescindibles en el mundo del arte. ▲

EL TIEMPO REDEFINE SU ESTILO

Llevar una pieza de alta relojería está muy lejos de ser un acto inocente. Es una manera de transportar belleza y estatus en la piel, de celebrar la mejor artesanía de precisión y crear un vínculo con **un objeto nacido para saltar de generación en generación**. El 2024 llega lleno de cambios radicales y estas son las tendencias más esperadas para los próximos meses

Texto de Guillermo Reparaz González



BVLGARI

A TODO COLOR

Muchos entusiastas ven hoy los relojes como declaraciones de moda que deben incluir un twist de diversión. Y eso hace que prioricen tonos vitales en la esfera. El año pasado Rolex, Tag Heuer o Hermès produjeron auténticas revoluciones cromáticas. ¿Turquesa, amarillo, verde ácido? Cuanto más colorido y extravagante, mejor.

5.200 euros



SWATCH X BLANCPAIN

COLABORACIONES

Si 2023 fue el año del Audemars Piguet x Cactus Jack, el Hublot x Takashi Murakami y el IWC x Lewis Hamilton, en enero ya hemos celebrado un nuevo modelo de la colección Blancpain x Swatch y un Royal Oak inspirado en la alta costura de Tamara Ralph. Asociar marcas de éxito es sinónimo de superventas y listas de espera. La suma de los factores multiplica el impacto.

400 euros



HUBLOT

AÑO DEL DRAGÓN

El mercado chino es poderoso y el 10 de febrero dio comienzo el Año del Dragón de Madera. Muchos iconos de la alta relojería ya han respondido con impresionantes piezas inspiradas en esta criatura, como Hublot, Blancpain, Bell & Ross, Ulysse Nardin o Vacheron Constantin. El resultado son proezas estéticas y mecánicas con una creatividad sin igual. Y las que están por venir...

30.800 euros



BELL & ROSS

JUEGOS DE LUCES

En 2023 la luminiscencia alcanzó cotas inesperadas más allá de su uso en manecillas y marcadores horarios. Omega Ultra Deep creó un efecto grafiti invisible en la esfera, con el mensaje "Omega was here", y otras marcas –como IWC o Tag Heuer– apostaron por diales completamente luminiscentes. El Bell & Ross Br-X5 Green Lum Watch alumbró esta fantasía para 2024.

13.900 euros



G-SHOCK

GRANDES ANIVERSARIOS

Piaget cumple 150 años, Bulgari, 140, Rolex celebra siete décadas del GMT-Master II y Lange & Sohne tres de su Lange 1... Eso hace que la industria espere con impaciencia el lanzamiento de piezas conmemorativas emocionantes que conecten las muñecas contemporáneas con el ADN vintage más atemporal.

370.000 euros



LONGINES

DRESS CODE

El reloj de vestir está haciendo su regreso triunfal. Aunque la demanda de piezas deportivas está lejos de disminuir, hoy los coleccionistas vuelven a girarse hacia la elegante apariencia retro de los iconos de Hollywood de 1950. Sólo hay que fijarse en el renacer de marcas como Daniel Roth y Gerald Genta de la mano de Arnault. El pasado es el futuro.

16.500 euros



De Madrid al Cielo... de las estrellas Michelin

La capital española es uno de los grandes referentes gastronómicos de Europa, sin duda.

Para refrendarlo solo hay que consultar la **Guía Michelin**, que en su última edición le da 35 estrellas, repartidas entre 26 restaurantes

Texto de Alfredo García Reyes



DiverXO

A Dabiz Muñoz no le pesa la responsabilidad de ser el mejor cocinero del mundo, según The Best Chefs Awards. Tampoco el hecho de ser el único tres estrellas de

la ciudad. Su frescura y creatividad hacen de la velada una experiencia para toda la vida, con una cocina viajera plagada de sorpresas.

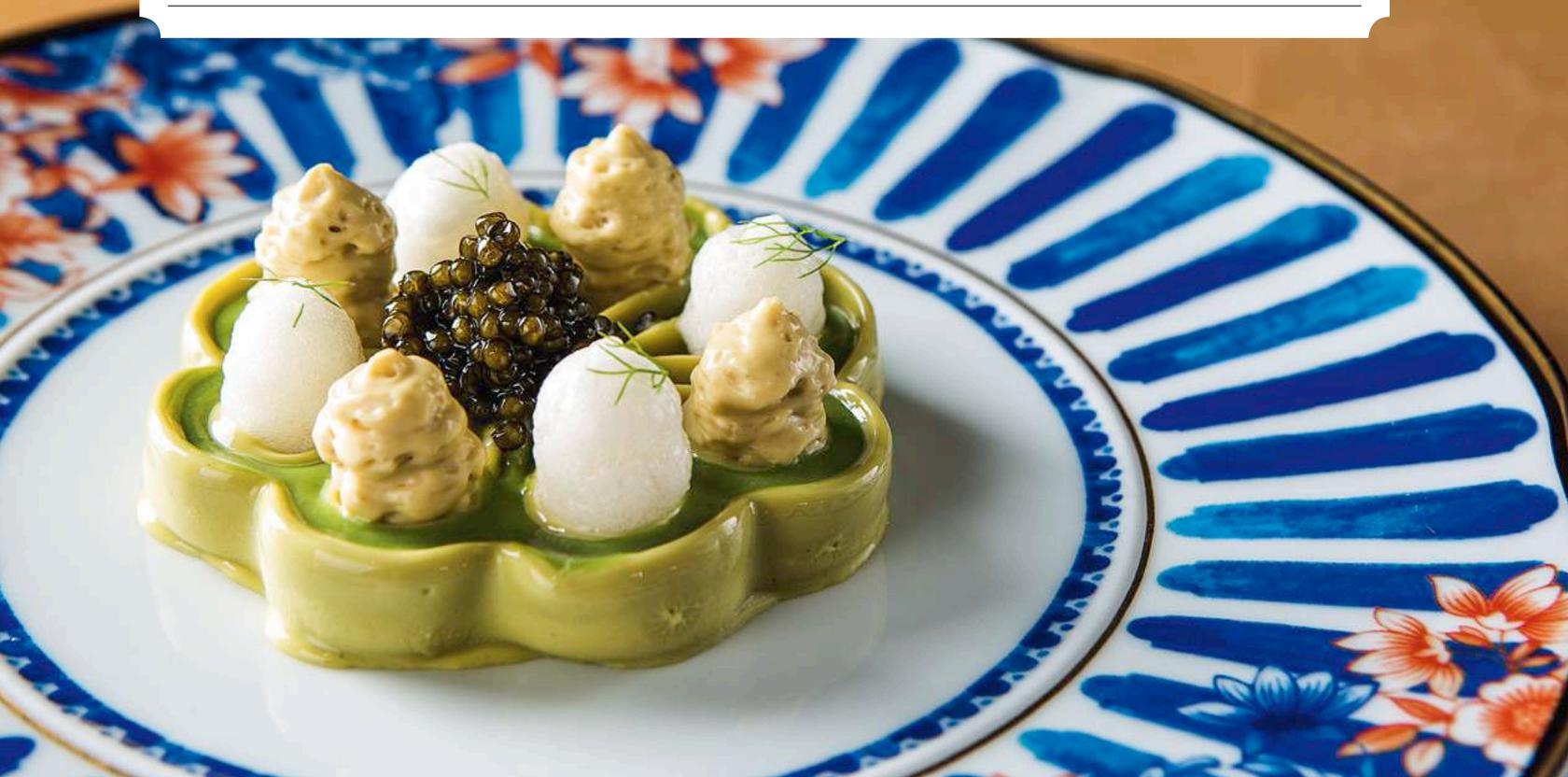
Menú La cocina de los cerdos voladores: 395 euros + Maridajes de 300 y 600 euros.

Coque

Desde que Mario Sandoval se vino a la capital con sus hermanos, ha ganado madurez y empaque, sin perder parte del atrevimiento que lo lanzó a la alta cocina hace más de 20 años.

El Coque actual, junto a La Castellana, con dos estrellas Michelin y una verde, es un compendio de la investigación desarrollada en el agrolab de la finca El Jaral de la Mira, en la Sierra de Guadarrama.

Menú Guarda: 340 euros. Maridaje: 360 euros.





Paco Roncero

La azotea del glamuroso NH Collection Real Casino de Madrid es desde hace 24 años el reino de Paco Roncero. Al principio como jefe de cocina de La Terraza del Casino y desde 2019 a la cabeza del restaurante con su nombre, con

dos estrellas.

La propuesta es un interesante recorrido entre la innovación (de los aperitivos) y la tradición con que conquistan los suntuosos principales.

Menú Esencia (mediodía): 120 euros + maridajes. Menú Afirmación 210 + maridajes.



Ramón Freixa

El triunfo de este cocinero catalán en Madrid, con dos estrellas Michelin, ya no sorprende. Porque la experiencia Ramón Freixa en el Hotel Único es, desde hace tiempo, un must de la alta

cocina madrileña. Una propuesta de producto y mercado donde las nuevas técnicas sacan el máximo sabor, color, olor y matices a un producto de primera.

Menús de 75, 95, 160 y 220 euros + maridajes.



Deesa

El buque insignia de la lujosa apuesta del nuevo hotel Mandarin Oriental Ritz por la alta cocina está comandada por Quique Dacosta y ejecutada por el talentoso Domenico Vildacci. Una carta de esencia mediterránea pero con muchos guiños a Extremadura (origen de Quique), servidos en el emblemático salón Alfonso XIII.

Menú Esencia Contemporáneo, 150 euros + armonías de 150 a 550 euros.



El Club Allard

Este restaurante acaba de regresar al estrellato Michelin de la mano de Martín Berasategui y de su pupilo, el talentoso José María Goñi. Cada uno aporta su sello en los menús degustación, de 10 y 12 pases, con la reinterpretación de los platos clásicos del gran maestro y los creados por el joven Goñi. La experiencia augura éxitos más allá de la estrella Michelin que atesora.

Menús degustación de 140 euros (+ maridaje de 95 euros) y de 175 euros (+ maridaje de 175 euros).

Los más deseados de la Rioja

Las altas puntuaciones en guías y rankings, así como el acceso a mercados exclusivos, acrecentaron el valor (y el precio) de muchas de las **etiquetas vitivinícola de la región**, que funcionan como puntas de lanza de un renombre que es el gran territorio por conquistar

Texto de **Raquel Pardo**



Vicente Cebrián-Sagarriga

En 2021, dos tintos españoles, uno de ellos, Yjar, el rioja que elabora Telmo Rodríguez a partir de un viñedo de la finca familiar de Remelluri, en Labastida, entraron por primera vez en La Place de Bordeaux, el marketplace de vinos finos más reputado del mundo. Tres años después, son ocho las etiquetas de vinos españoles presente, cuatro de Rioja.

Luis Gutiérrez, crítico de vino español para *The Wine Advocate*, habló del gran talento emergente de Rioja, encarnado en pequeños productores que están extrayendo vinos muy interesantes a partir de viñedos singulares. Abeica, José Gil, Dominio del Challao, Miguel Merino, Cupani, Carlos Sánchez o Diego Magaña aparecen como gratas sor-

presas a las que seguir.

El ranking de los mejores cien vinos del mundo según el influyente crítico James Suckling incluía un 33% de esta denominación, contando al que encabezaba el listado, Marqués de Murrieta Castillo de Ygay, una etiqueta que sube en prestigio por las altas puntuaciones y reconocimientos a la bodega que encabeza el Conde de Creixell, Vicente Dalmau Cebrián-Sagarriga. Junto a esta escalada en prestigio llegó la de la demanda y, por ende, la de su precio, que supera los 250€ por botella. Uno de los factores que el director de Bodegas Remírez de Ganuza, José Urtasun, señala como clave para el despunte de algunos vinos de Rioja es su potencial de guarda, que despierta el interés de coleccionistas y consumidores iniciados. Eso, y la escasez, permiten generar un deseo que conlleva a la venta por cupos y la subida progresiva de precios. En su caso, sus referencias, entre las que destaca el Reserva (más de 60€) han ido escalando en los últimos cinco años y no solo debido al IPC.

Desde La Rioja Alta S.A., con tres vinos Gran Reserva en el mercado y cuya etiqueta top, Gran Reserva 890 2010, ha sido considerada el cuarto mejor vino del mundo por *The Wine Spectator*, se apunta que el factor espera es de mucho valor para los consumidores, a lo que se suma el estilo clásico y una marca consolidada. Recientemente, la bodega del icónico Barrio de la Estación de Haro instauró para sus dos mejores Grandes Reservas, 890 y 904, la venta por cupos lo que, sumado a que en una década salen a la venta tan solo tres o cuatro añadas del primero y unas cinco del segundo, aportan un valor emocional al consumidor iniciado que permite ir elevando precios y agotando stocks. ▲

La Carta de vinos



Labastida
Marques de Murrieta
Rioja Alta
Remirez de Ganuza



1

Yjar 2019
Labastida de Alava

Variedades

Tempranillo, garnacha, graciano, rojal, granegro

Color

Rojo picota

Nota de cata

Complejo y potente, con notas frutales y herbales, elegante en la boca, amplio, vibrante, sabroso y profundo.

Grado alcohólico

Vol. 14,5%

Maridaje

Carnes a la brasa, guisos de aves, legumbres con foie.



2

Castillo Ygay 2012
Marqués de Murrieta

Variedades

Tempranillo y mazuelo

Color

Rojo granate

Nota de cata

Complejo, con aromas de frutas rojas, de cacao, violetas, toques balsámicos, de pimienta, apuntes florales, regaliz. Envolvente, intenso, con una elegancia sublime.

Grado alcohólico

Vol. 14%

Maridaje

Solomillo al punto con pimienta, guisos de setas y trufas, mero a la parrilla, quesos potentes.



3

Gran Reserva 890 2010
Rioja Alta

Variedades

Tempranillo, mazuelo y graciano

Color

Rojo granate

Nota de cata

Seductor, de corte clásico, complejo y caleidoscópico, notas especiadas, cacao, tabaco, pimienta, boca amplio, sedoso, redondo y largo.

Grado alcohólico

Vol. 14%

Maridaje

Guisos con carne roja, pescados azules en salsa, tarta o brownie de chocolate con helado de vainilla.



4

Reserva
Remírez de Ganuza

Variedades

Tempranillo, graciano, mazuelo

Color

Rojo intenso

Nota de cata

Complejo, expresivo, con notas de fruta negra y azul, tinta china y cedro, vibrante en la boca, elegante, fino, sobrio, mineral.

Grado Alcohólico

Vol. 14,5%

Maridaje

Chuletillas al sarmiento, aves al horno con verduras, rabo de toro con cacao, coulant de chocolate.

De José Suay

CINE
EN SALA

ABRIL

12

Menudas Piezas

Director: Nacho G. Velilla **Distribución:** Paramount Pictures Spain | **Reparto:** Alexandra Jiménez, María Adán, Francesc Orella, Miguel Rellán, Alain Hernández, José Manuel Poga y Luis Callejo

Uno de los estrenos españoles de la temporada llega de la mano de Nacho G. Velilla (*Que se mueran los feos*, *Perdiendo el norte*), todo un tótem de la televisión de nuestro país que ha dirigido algunas de las comedias con mayor éxito reciente en taquilla. Acompañado de un casting de lujo, nos

traerá una comedia con tintes sociales basada en hechos reales en la que Candela (Alexandra Jiménez) se verá obligada a volver a sus orígenes cuando ve cómo pierde de golpe su consolidado estatus social, después de un traumático divorcio y de ser despedida del colegio de élite en el que trabajaba. De vuelta en el barrio del que salió, Candela no tendrá otra opción que pedir ayuda a

su padre y hermana, a quienes siempre repudió. La única oportunidad de trabajo que encuentra es como profesora en el instituto en el que ella misma estudió, que está repleto de estudiantes con problemas de integración. Pero gracias al ajedrez, sus alumnos poco a poco empezarán a ver que la vida les puede brindar oportunidades que nunca creyeron tener.

ABRIL

Siempre nos quedará mañana

26**Director:** Paola Cortellesi | **Distribución:** Bteam Pictures | **Reparto:** Paola Cortellesi, Valerio Mastandrea, Giorgio Colangeli, Vinicio Marchioni, Emanuela Fanelli

© BTeam Pictures

Paola Cortellesi dirige, escribe y protagoniza esta comedia dramática que llega a España esta primavera como una de las grandes sensaciones del cine italiano de 2023. Ambientada en la Roma de los años 40, la película nos contará la historia de Delia, una madre que cría a sus tres hijos bajo el duro yugo de su autoritario marido Ivano. La posguerra asola Italia y esta familia hará lo posible para salir adelante en un periodo de grandes penurias, donde mujer y marido pasan por diversos trabajos mal pagados. Sin embargo, Marcella, la hija mayor, se compromete con Giulio, un chico que proviene de una familia de clase más alta. Esta noticia hace que la ilusión de Delia por un futuro mejor para todos ellos crezca enormemente, aunque de pronto recibe una misteriosa carta que promete cambiar los planes de la familia para siempre.

ABRIL

Rivales

26**Director:** Luca Guadagnino | **Distribución:** Warner Bros. Pictures España | **Reparto:** Zendaya, Josh O'Connor y Mike Faist

La cartelera del mes de abril tendrá uno de sus puntos cúlmenes con la llegada de una de las películas más esperadas gracias a su atractivo reparto encabezado por Zendaya, Josh O'Connor y Mike Faist. Los tres intérpretes protagonizan un triángulo amoroso que está narrado bajo la firma del reputado director de *Call me by Your Name*, Luca Guadagnino. *Rivales* está ambientada en el competitivo mundo del tenis, donde la exjugadora y entrenadora Tashi, interpretada por Zendaya, ha hecho que su marido Art, personaje de Faist, se convierta en un campeón de Grand Slam. Sin embargo, el tenista se ve de pronto inmerso en una negativa racha de derrotas que llevan a que su entrenadora le inscriba en un evento conocido como "*Challenger*", como se conoce al nivel más bajo de los torneos profesionales de tenis. Pero no todo acaba aquí, ya que es en este torneo donde se tendrá que enfrentar a Patrick, a quien encarna O'Connor, su antiguo mejor amigo y ex novio de Tashi.



© Warner Bros.

De José Suay

ABRIL

12

Fallout

Plataforma: Prime Video | **Creadores:** Lisa Joy, Jonathan Nolan | **Reparto:** Walton Goggins, Ella Purnell, Kyle MacLachlan, Xelia Mendes-Jones, Aaron Moten, Mike Doyle, Moisés Arias | **Episodios:** No se ha desvelado oficialmente el número, se estima que tendrá 10

SERIE TV
STREAMING

Adaptación de la saga de videojuegos de rol del mismo nombre y ambientada en una América post apocalíptica. La serie nos trasladará a un universo paralelo en el que la energía nuclear se usaba para todo en el hogar, incluyendo los vehículos y otras tecnologías. Pero esta época de esplendor llegó a su fin cuando Estados Unidos y China se sumergieron en una guerra que obligó a los habitantes de Norteamérica a refugiarse en búnkeres antinucleares, muchos de los cuales se usaron para hacer pruebas científicas sobre el comportamiento de las personas. Doscientos años después, los refugios comienzan a abrirse al exterior. Cuando Jean, la protagonista de la historia, abandona el Refugio 33 en el que se encontraba protegida, se encuentra ante un mundo hostil donde la vida no vale nada y al que se verá obligada a hacer frente. La saga de videojuegos destaca por su vertiente satírica y por sus temas universales, como las diferencias entre los distintos seres humanos, el racismo, la guerra o las distintas ideologías políticas.



© PrimeVideoES

ABRIL

5

La gran exclusiva

Plataforma: Netflix | **Director:** Philip Martin | **Reparto:** Gillian Anderson, Rufus Sewell, Billie Piper y Keeley Hawes

PELICULA
STREAMING

© Tudum para Netflix

La historia de cómo la BBC obtuvo en 2019 la famosa entrevista con el Príncipe Andrés de Inglaterra para hablar acerca de su amistad con Jeffrey Epstein llega a Netflix. La película es una adaptación del libro del ex director del programa de noticias Newsnight, de la BBC Two, Sam McAlister, titulado *Scoops: Behind The Scenes of the BBC's Most Shocking Interview*. Se trata de una cinta que se centrará en las mujeres que negociaron con el *establishment* del Palacio de Buckingham para asegurar la conocida como «primicia de la década», en una entrevista televisada que se centró en la relación entre el tercer hijo de Isabel II con el magnate, acusado de múltiples agresiones sexuales a menores, en las que presuntamente también estuvo involucrado Andrés.



GAMING

Eiyuden Chronicle: Hundred Heroes

23 de abril | Rabbit and Bear Studios - PlayStation 4, PlayStation 5, Xbox One, Xbox Series, Nintendo Switch y PC

Eiyuden Chronicle: Hundred Heroes nace como un sucesor espiritual de la mítica saga *Suikoden* de Konami. Se trata de un juego de rol de estilo clásico con el que el jugador puede manejar a más de 100 personajes bajo un sistema tradicional de combate por turnos.



NOVELA GRÁFICA

Viejas promesas

10 de abril | COMIC BOOK

Esta historieta autoconclusiva ambientada en el mundo del fútbol la protagoniza Beni Castanera, un terco representante de deportistas en los años 90. Cuando Beni descubre a Rafael Fernández, apodado "Fali", cree que tiene ante sí al que está llamado a reinar el fútbol. Pero se queda con la miel en los labios cuando el jugador se lesiona y su carrera como agente se ve truncada. Todo cambiará de nuevo tres décadas después.



TEATRO

La Celestina

18 de abril | 16 de junio | Teatro Reina Victoria (Madrid)

Una nueva adaptación de la gran novela de Fernando de Rojas, considerada una de las grandes obras maestras de la literatura universal, llega a Madrid encabezada por la popular actriz Anabel Alonso, que dará vida a la alcahueta. Ambientada en el siglo XV y titulada oficialmente como la *Tragicomedia de Calisto y Melibea*, la representación teatral volverá a cautivar al público una vez más.

DISCO

ABRIL

12

Mark Knopfler: One deep river

Sello: British Grove (vía EMI)

El cantante, guitarrista y compositor Mark Knopfler, conocido mundialmente por ser el fundador de la mítica banda Dire Straits y por su indistinguible estilo singular de guitarra sin púa, lanzará con *One Deep river* el que será su décimo álbum de estudio en solitario. En total, 12 canciones compuestas por él mismo dan forma al nuevo disco del que es considerado como

uno de los mejores músicos de la historia, grabadas todas bajo su propio sello, British Grove (vía EMI). El disco estará disponible en CD, doble vinilo desplegable, casete y con una caja especial de edición limitada que incluye el álbum en vinilo y CD, 9 temas extra exclusivos, en LP y CD, una litografía de Mark, un juego de púas de Knopfler y una chapa esmaltada.

El tema que da título al álbum, *One Deep River*, refleja el afecto que siente Knopfler por el río que atraviesa Newcastle, su ciudad de la infancia: "Cruzar el Tyne siempre está en tu mente. Es lo que hacías cuando te ibas de joven y esa sensación es siempre la misma, cada vez que lo haces. Vuelves o te marchas, pero siempre conecta con tu infancia. Su fuerza no desaparece", versa en la canción.

De Ernesto Páez

Amor puro en un enloquecido París

Una talentosa modista con el corazón roto luchará por alcanzar sus sueños durante los años veinte, una historia con la que **Máximo Huerta** nos traslada hasta la capital francesa para comprender el incalculable valor de la amistad femenina



Máximo Huerta
PARÍS DESPERTABA TARDE
NARRATIVA Planeta

La novela ahonda en la vida de Alice Humbert, la modista de su bestseller *Una tienda en París*, quien ahora se convierte en protagonista y debería comenzar de cero sin el apoyo del amor de su vida, pero sí con la complicidad de su amiga Kiki, la Reina de Montparnasse.

El amor y la amistad son los pilares de París despertaba tarde, ¿a qué viaje buscas trasladar al lector?

Una gran historia de amor. Amor que parece inquebrantable pero que necesitará de la amistad. La alegría de vivir. Es la fotografía en color de los años más locos de París. Un paréntesis entre el drama de las guerras y la celebración de la vida. Los juegos olímpicos, la cumbre del arte, la vanguardia, la moda... Un año clave, de una intensidad inaudita.

El papel de las mujeres es fundamental en tu nueva obra, ¿qué tenemos que aprender de las protagonistas Kiki de Montparnasse y Alice?

Que frente al drama, tenemos la opción de hundirnos o salir a flote. Frente a las mismas preocupaciones encontraremos dos miradas y dos puntos de vista. Alice es una de aquellas modelos que se ofrecían en la calle a los pintores. Una mujer que decide elegir su destino y enfrentarse a todo. La protagonista de esta novela trató de salir de la miseria y de un futuro aciago haciendo de modelo para los artistas que se instalaban en París. Consciente de haber sido tratada por ellos como una cualquiera, la joven y dulce modista buscará valerse por sí misma sacando adelante su negocio. Los sentimientos y

recuerdos de Alice navegan en un mar de culpabilidades hacia el hombre que tanto ama y también hacia su familia.

Tu admiración por París es evidente, ¿cómo te inspira la capital francesa?

París es un lugar inspirador. El corazón de París tiene de particular que cada uno lo sitúa donde lo escucha. Cada uno tiene su París en París. Sacha Guitry fue claro, y estoy de acuerdo, "ser parisino no es haber nacido en París, sino haber renacido ahí". Pues eso.

¿Quién debería leer 'París despertaba tarde'?

Todas las personas que quieran sentir la alegría de vivir de los años veinte y colarse en la inauguración de los JJOO de París como espectadores privilegiados junto a Kiki de Montparnasse.



Júlia Peró
OLOR A HORMIGA

FICCIÓN Reservoir Books

Uno de los debuts nacionales más esperados de 2024. La poeta publica un libro que aborda la soledad que sufren las personas mayores, valorada como epidemia en muchos países. La historia presenta a dos personajes femeninos: Olvido, la anciana que vive encerrada en su casa, sin salir a la calle, sin recibir compañía y discutiendo con su gato, y la joven que iba a cuidar de ella pero que tras una discusión se ha marchado.



Niccolò Ammaniti
LA VIDA ÍNTIMA

ROMÁNTICA Anagrama

Su nueva obra es una tragicómica novela que oscila entre el drama íntimo y la sátira social de un mundo tan patético y caótico como el nuestro. La protagonista es Maria Cristina Palma, considerada la mujer más bella del mundo, mujer del primer ministro y, aparentemente, feliz con su vida. Sin embargo, la aparición en su teléfono móvil de un video erótico sacará a relucir fantasmas del pasado.



Luis Landero
LA ÚLTIMA FUNCIÓN

FICCIÓN Tusquets Editores

Un grupo de jubilados rememora cómo en los años 90 un popular actor de su pueblo regresa a casa en su madurez vital para preparar una representación colectiva con sus vecinos con el objetivo de atraer a turistas y evitar el desdoblamiento. Para ello necesitarán a una gran actriz y es ahí donde entra Paula, una mujer cuyos sueños se vieron aplastados por la rutina laboral.



David Safier
MIENTRAS ESTAMOS VIVOS

NARRATIVA Seix Barral

El autor alemán publica una novela alejada de lo cómico que cuenta la historia de amor entre un judío vienés y una joven viuda de Bremen a lo largo de varias décadas. Lo personal y lo histórico aquí se entrecruzan en un romance repleto de vaivenes en los que destacan dramáticos golpes del destino.



Sara Barquinero
LOS ESCORPIONES

NARRATIVA Lumen

La joven zaragozana regresa con una ambiciosa obra protagonizada por Sara y Thomas, quienes se ven envueltos en una teoría de la conspiración dirigida por poderes políticos y económicos para controlar a la ciudadanía a través de la hipnosis y mensajes subliminales para conducirlos hasta el suicidio. Una obra que nos habla acerca de la soledad, la angustia existencial y la necesidad que tenemos los humanos de creer en algo.



Gabriel García Márquez
EN AGOSTO NOS VEMOS

REALISMO MÁGICO

Random House

Gabo regresa una década después de su fallecimiento con una novela que dejó sin acabar y que ahora sus herederos sacan a luz por tener "muchísimos y muy disfrutables méritos y nada que impida gozar de lo más sobresaliente de su obra: la capacidad de invención, la poesía del lenguaje y la narrativa cautivadora".

| Sostiene... |

Johann Wolfgang von Goethe

“El único hombre que no se equivoca es el que nunca hace nada”



© Getty Images

Valsport



OLIMPIA

Spring Summer 24

BY YOUR SIDE
SINCE 1920

HANDCRAFTED
ITALIAN

valsport.it

Blauer

USA

CY BUSSON
MEETS
BLAUER

