

# Business People

business-people.es

La gente que influye

03

Junio  
2024

## SUBSCRIPTION ECONOMY

Un diamante en bruto

La reunión  
que cambia...  
al **MÁNAGER**

Oficinas  
ingeniosas  
Trabajar entre  
inspiración

## EMPRESARIOS youtubers

Los negocios  
entre likes

Protagonistas  
Reyes Maroto  
Ale Galán

## EUROCOPA

Un golazo  
económico

Ágatha  
Ruiz de la Prada

Chute  
de color



**SS 2024**  
blauerusa.com

# Blauer

USA

CY BUSSON  
MEETS  
BLAUER



1/6

Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

Bankinter SA se encuentra adherido al Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito de España. La cantidad máxima garantizada actualmente por el mencionado Fondo es de 100.000 euros por depositante y entidad.

bankinter.

El banco que ve el dinero como lo ves tú.

# Haz que tu dinero trabaje para ti.



CUENTA DIGITAL

**SIN**

SIN COMISIONES  
SIN CONDICIONES

Ahora hasta

**1'5%** TAE<sup>1</sup>

DE RENTABILIDAD

SIN LÍMITE DE SALDO  
Y CON LIQUIDACIÓN  
MENSUAL

Hasta 30/06/2024. Para saldo igual o superior a 50.000€.

CUENTA  
NÓMINA o  
PENSIÓN

SIN  
COMISIONES

Hasta

**680€**

los dos primeros años

Hasta

**5%** TAE<sup>2</sup>

el primer año

Hasta

**2%** TAE

el segundo año

Saldo máximo remunerado: 10.000€  
Hasta 30/06/2024 o 40.000 cuentas.

(1) Cuenta Digital: Oferta disponible hasta 30/06/2024 para nuevos clientes que contraten la cuenta a través de bankinter.com. Comisión de mantenimiento: 0€/año. Rentabilidad sin límite de tiempo que podrá variar según condiciones de mercado. Tipo de interés nominal en función del saldo medio en cuenta en cada periodo de liquidación, la periodicidad de la liquidación es mensual: 1,00% TIN (1,01% T.A.E) para saldos medios inferiores a 25.000 euros. 1,24% TIN (1,25% T.A.E) para saldos medios superiores o iguales a 25.000 euros e inferiores a 50.000 euros. 1,49% TIN (1,50% T.A.E) para saldos medios superiores o iguales a 50.000 euros. A continuación, se muestran 3 ejemplos representativos, calculados para un periodo de liquidación de 30 días, sin importe mínimo ni máximo remunerado. Para un saldo en cuenta diario de 10.000€, remuneración bruta mensual de 8,22€. Para un saldo en cuenta diario de 30.000€, remuneración bruta mensual de 30,58€. Para un saldo en cuenta diario de 60.000€, remuneración bruta mensual de 73,48€.

(2) Cuentas remuneradas 5%: Oferta válida hasta el 30/06/2024. Para nuevos clientes y ya clientes, personas físicas y residentes en España que no sean o hayan sido titulares de una Cuenta Nómina/Pensión/Profesional/No Nómina/Nómina joven durante los 12 meses anteriores a la contratación, ni hayan recibido nunca remuneración por ninguna de estas cuentas. Para Cuenta Nómina/Pensión/ el cliente, además, deberá domiciliar su nómina/pensión por un importe de al menos 800€ mensuales. Para disfrutar de esta promoción, el cliente no podrá ser titular de más de dos de las siguientes cuentas: Cuenta Nómina/Nómina Joven, Cuenta Pensión, Cuenta Profesional y Cuenta No Nómina. Saldo máximo a remunerar 10.000€. 1º año: tipo de interés nominal anual 4,94% (5% TAE). 2º año: tipo de interés nominal anual 1,99% (2% TAE). Liquidación semestral. Ejemplo para saldo en cuenta nómina diario de 10.000€ calculado para un periodo de liquidación de 180 días, remuneración bruta: 1º semestre 243,62€, 2º semestre 243,62€, 3er semestre 98,14€. 4º semestre 98,14€. Para acceder y conservar las ventajas de nuestra Cuenta Nómina/Pensión, además de mantener el nivel de ingresos declarado, será necesario el cargo de al menos 3 recibos domiciliados en el trimestre, así como que la tarjeta asociada a esta cuenta esté activa, entendiéndose como tal realizar al menos tres movimientos de pago al trimestre. Para la Cuenta Pensión no será necesaria la activación de la tarjeta de crédito asociada.

# ¡Por favor, detengan la fuga de talentos!

de Vito Sinopoli

**¿Q**ué le pasa a una empresa que dedica tiempo y enormes cantidades de recursos a formar a sus empleados para que, con sus habilidades, le ayuden a afrontar mejor los retos que le esperan y después los ve desfilar en masa en la competencia? Sucede, y todos los directivos y empresarios saben bien que la empresa lucha, pierde competitividad y se ve obligada a perseguir a otras empresas.

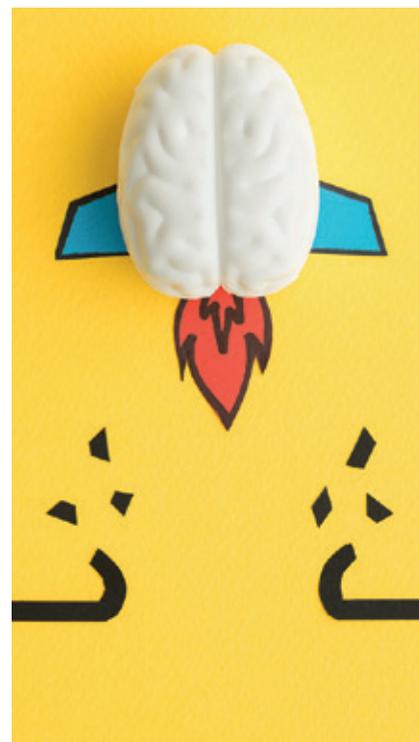
¿Qué pasa con un país que es incapaz de retener a sus jóvenes talentos hasta el punto de que el 60% de los ciudadanos que emigran tienen al menos un título universitario (fuente Eurostat 2023)? Ocurre que el país -en este caso España- pierde impulso competitivo, dado que los nuevos empleados con una formación más actualizada prefieren emigrar antes que desarrollar su carrera en donde estudiaron. Las razones que les empujan a abandonar el país son, evidentemente, sobre todo económicas, pero también la mejor calidad de vida y las oportunidades profesionales que se les garantizan en el extranjero. Sin embargo, al hacerlo, la nación pierde cada año más de 150.000 millones en valor de este capital humano, según estimaciones del programa de investigación socioeconómica de la Fundación BBVA-Ivie.

Hoy, los contribuyentes españo-

les financian con sus impuestos las universidades donde estos titulados estudian, se forman y forjan sus talentos, tras lo cual las empresas extranjeras -que compiten con las españolas en los mercados- recogen los frutos de sus estudios y de sus talentos. Hay algo que no cuadra, porque - aparte de la libre elección de cada graduado de trabajar donde quiera y con quien quiera - también existe la necesidad de que un país y una comunidad recojan los frutos de sus inversiones en educación pública. Y quienes -como el Gobierno- piensan que la solución pasa simplemente por la inmigración se equivocan, dado que sólo el 23,1% de los extranjeros en edad de trabajar que viven en el país tiene una titulación.

Por eso es preocupante que no se vislumbre en el horizonte un intento de mitigar el fenómeno. A día de hoy, según Synergie, el 40% de las búsquedas de ejecutivos en España se realizan en el extranjero. Por tanto, existe la necesidad de que los titulados españoles permanezcan en su país.

Es necesario que universidades, gobierno, asociaciones comerciales, instituciones y administraciones locales abran una mesa de discusión y análisis para desarrollar estrategias y soluciones para retener el talento y orientarlo hacia las empresas. Necesitamos políticas destinadas a



**El 60% de los españoles que emigra cuenta con al menos un título universitario**

atraer talentos que ya han elegido ir al extranjero y alentarlos a regresar. No se trata sólo de inversiones, sino también de actitud, de escuchar y de ponernos a disposición de estas nuevas generaciones, a las que se confiarán las empresas comprometidas a sostener la economía de todo el país.

# MODULNOVA



# Ni bueno, ni bonito y mucho menos barato

de José A. Puglisi

**L**a reforma de las pensiones nos salió rana.

La medida impulsada por el exministro José Luis Escrivá está lejos de ser 'buena, bonita y barata'. El *Informe sobre Envejecimiento*, publicado por la Comisión Europea, admite que la reforma condenará a España a ser en las próximas décadas el país de la Unión Europea que tenga que destinar una parte más elevada de su Producto Interior Bruto al pago de las pensiones públicas, un 16,7% en el año 2070.

El motivo del impacto económico radica en la revalorización anual de todas las pensiones públicas conforme a la inflación. Una medida que *ipso facto* hizo subir las pensiones un 8,5% en 2023 y que lo hará un 3,8% en 2024. En otras palabras, la medida genera un efecto bola de nieve en las cuentas de la Seguridad Social

Si bien es cierto que la reforma de las pensiones permitirá que los ingresos de la Seguridad Social sobre PIB pasen del 12,9% en 2022 al 14% en 2070, la Comisión Europea vuelve a advertir que la recaudación no será suficiente para compensar toda la explosión de gasto. Una situación que enciende las alarmas en la Unión Europea, ya que el déficit del sistema pasará del 0,2% del PIB en 2022 (2.700 millones de euros) a un desfase presupuestario del 2,7% en 2050 (unos 39.500 millones de euros). Un nivel que



## La reforma de Escrivá obligará a España a destinar el 16,7% de su PIB al pago de pensiones en 2070

permanecerá hasta 2070.

El preocupante análisis de la Comisión Europea no sorprendió al Gobierno de España. Y es que, durante el diseño de la reforma de las pensiones, Moncloa se guardó un as bajo la manga por temor a no lograr cuadrar las cuentas del sistema. Es ahí donde nace la llamada 'cláusula de cierre' que permitiría aplicar ajustes adicionales en caso de ser necesario.

Si bien la Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal (AIReF) tendrá que seguir

de cerca el impacto generado por la reforma de las pensiones y maniobrar (seguramente) para intentar ajustar las cuentas, desde el Gobierno mantienen el optimismo.

La esperanza de Moncloa se centra en los cálculos de la AIReF, específicamente los que publicarán en 2025, cuando se presente un Informe de Evaluación con las proyecciones del impacto estimado de las medidas adoptadas para fortalecer los ingresos del sistema público de pensiones en el periodo 2022-2050. Si el documento apunta a que la evolución de los ingresos crece por encima de 1,7 puntos, las cuentas le cuadrarán al Gobierno. De lo contrario, se dará el 'pistoletazo de salida' para cambiar una reforma de las pensiones que, desde la Unión Europea, ya advierten que no es buena, bonita y mucho menos barata.

El tiempo juega en contra de los españoles, quienes tendrán que pagar las consecuencias de la fallida reforma de las pensiones, ya sea viéndose obligados a retrasar su jubilación (en unos tres años) o sufriendo un brutal aumento de los impuestos hasta alcanzar el incremento del 3,8% en las cotizaciones que hará viable el equilibrio del sistema. Es decir, serán los trabajadores quienes pagarán la factura de una medida política a la que no le salen los números y de la que ya advierten desde Bruselas.

# Sumario



## 26

### SUPERVIVIENTE A TODO COLOR

**Ágatha Ruiz de la Prada** inaugura su nuevo **cuartel general** en el madrileño barrio de Salamanca y desvela cómo logra mantenerse en el top de la moda española tras más de 40 años de trayectoria y en un mercado que exige demostrar las mejores habilidades de supervivencia y adaptación.

## 12 Insider



## 16



- 14** Photography
- 16** Awards
- 17** Quote Wall
- 18** Numerology
- 22** Into the future
- 23** Event
- 24** People



## 22



## 34 Business is business

**36**

### La reunión que cambia... al mánager

En la historia de todo hombre (o mujer) de negocios, siempre hay una persona, un libro, un acontecimiento particular o incluso un fracaso que marcó la diferencia en su trayectoria profesional.

**42**

### Subscription Economy: Un diamante en bruto

El sistema que se popularizó por las plataformas de entretenimiento cuenta con grandes opciones de expansión, hasta duplicar su valor para 2030.

**48**

### Empresarios youtubers, negocios entre likes

Los directivos se sumergen en las redes sociales, mientras que los creadores de contenido aprovechan su popularidad para construir sus propias firmas: las dos caras de una misma moneda...

**58**

### Oficinas que desafían lo convencional

Todo vale para romper con lo tradicional, desde incorporar toboganes, hasta hacerse un hueco entre los árboles o tener de compañero al propio Spider-Man.

**64**

### Ciberseguridad, prohibido fallar

Las empresas muestran su preocupación por el incremento de los ataques digitales, que se caracterizan por una sofisticación y evolución constante.

**66**

### Robustecerla industria... sin tregua fiscal

Reyes Maroto, exministra de Industria, Comercio y Turismo, analiza la evolución industrial de España y las grandes metas previstas para 2030.

**70**

### De rey del pádel a promotor empresario

Ale Galán ya se está preparando para el momento en el que deberá 'colgar la pala' y sumergirse de lleno en el mundo de las inversiones y las empresas.

**74**

### La unidad élite tras el avión de hidrógeno verde de Airbus

El departamento de ProtoSpace contribuirá a la aceleración, a través del prototipado rápido, del ZeroE, el primer avión impulsado por hidrógeno.

**78**

### Decálogo del ahorrador inteligente

Las diez claves esenciales que todo ahorrador debe tener en cuenta para preparar su futuro.

## 80 Free time

**82**

### Eurocopa: Golazo financiero

Este 14 de junio comienza en Alemania la competición de selecciones más importante de Europa.

**88**

### Las motos más exclusivas para sibaritas

Las marcas tradicionales amplían sus gamas con modelo exclusivos, al mismo tiempo que entran nuevos actores en un mercado que crece de forma imparable.

**92**

### Resurgir del olvido en el Thyssen

La exposición dedicada a la pintora figurativa española Rosario de Velasco, emblema del movimiento artístico Retorno al orden.

**96**

### El arte (olvidado) de construir el tiempo

Algunas manufacturas de alta relojería mantienen viva la llama de la artesanía.

**98**

### Vivir en un hogar futuristas

Los hogares futuristas hace mucho que dejaron de ser una fantasía de ciencia ficción para convertirse en una realidad en expansión.

**100**

### Cocinar con mucho...¡Garrote!

El chef Martín Berasategui, cuarto mejor del mundo, desvela las 'recetas secretas' del éxito gastronómico.



**104**

### Coleccionar vino como inversión de futuro

Casas de subastas, bodegas o négociants de sólido prestigio entran en este juego de creación de valor y captación de botellas.

**106**

### Noche de fuego y encanto

Las llamas iluminan la Noche de San Juan, en una fiesta que genera unos 200 millones al año.

**108**

### Entertainment

La agenda que no te puedes perder para tu tiempo libre.

**112**

### Regresa el Rey del Terror

Una colección de 12 aterradores relatos afianzan la trayectoria del majestuoso Stephen King.





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](http://www.business-people.es)

**Director responsable**  
Vito Sinopoli

**Consultor editorial**  
Linda Parrinello

**Redactor jefe y coordinación editorial**  
José Antonio Puglisi

**Redacción**  
M<sup>a</sup> Gabriela Sivira - [gsivira@e-duesse.es](mailto:gsivira@e-duesse.es)

**Coordinación gráfica**  
Alda Pedrazzini

**Maquetación**  
Jangala Media

**Han colaborado en este número:** Ana Montenegro,  
Cristina Mendoza, Damián Henríquez Perdomo, Ernesto Páez,  
Fernando García, Francisco Javier Villagrán, José Suay,  
Raquel Pardo y Kino Verdú.

**Coordinación técnica**  
Paola Lorusso - [plorusso@e-duesse.es](mailto:plorusso@e-duesse.es)

**Publicidad**  
Elisabetta Pifferi - [elisabetta.pifferi@e-duesse.es](mailto:elisabetta.pifferi@e-duesse.es)

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

**Preimpresión:** Target Color srl, Milano  
**Impresión:** Rotocobrhi/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](http://www.e-duesse.es)

Número cerrado en la redacción el 17/05/2024



  
**GORGONIA**<sup>®</sup>  
BEACH RESORT  
★★★★★

[gorgoniabeach.com](http://gorgoniabeach.com)



Apuntes e imágenes que inspiran

# insider

El búnker europeo de datos



**E**n el marco de su 20º aniversario, el Supervisor Europeo de Protección de Datos (EDPS, siglas en inglés) celebrará el próximo 20 de junio la Cumbre Europea de Protección de Datos, titulada Repensar los datos en una sociedad democrática en Bruselas. El evento -donde participarán expertos en privacidad, especialistas en tecnología y formuladores de políticas- contará con ponentes de reconocidas instituciones como la Comisión Europea, Europol, EU-Lisa, BfDI, ODNI o el Reino de Bélgica.



© Shutterstock

## EL FLORECER DE LA IMAGEN

**E**l Real Jardín Botánico de Madrid ‘florecerá’ con las obras galardonadas y finalistas del Premio de Fotografía Fundación ENAIRE 2024. La exposición colectiva, que se podrá visitar hasta el próximo 1 de septiembre de 2024, permitirá disfrutar de los trabajos más destacados de la XVII edición del concurso organizado por la entidad cultural destinada a la promoción del arte contemporáneo.

Las piezas expuestas, que también pasarán a formar parte de la Colección de la Fundación ENAIRE de Arte Contemporáneo, cuentan con temática libre, lo que permitió a los artistas fotográficos desarrollar todo su potencial y dar rienda suelta

a su creatividad. Una labor que se ve recompensada con un galardón de 12.000 euros para el ganador del primer premio, mientras que el segundo y el tercer lugar reciben un total de 8.000 y 5.000 euros, respectivamente.

Para la XVII edición del Premio de Fotografía Fundación ENAIRE 2024 se presentaron casi 800 artistas, de los que el jurado tuvo que seleccionar las tres obras premiadas, las 14 finalistas y una Mención Especial de PHotoESPAÑA 2024. Todo un despliegue de creatividad y talento que hace que el Real Jardín Botánico de Madrid muestre su rostro más fotogénico.

[fundacionenaire.es](http://fundacionenaire.es)



© Imágenes cortesía de la Fundación ENAIRE

© Carlos Folgado Sueiro

El poder de la naturaleza convierte esta imagen en uno de los 30 trabajos del Premio de Fotografía Fundación ENAIRE



Javier Riera juega con la cámara y la luz para dar una interpretación única de la naturaleza

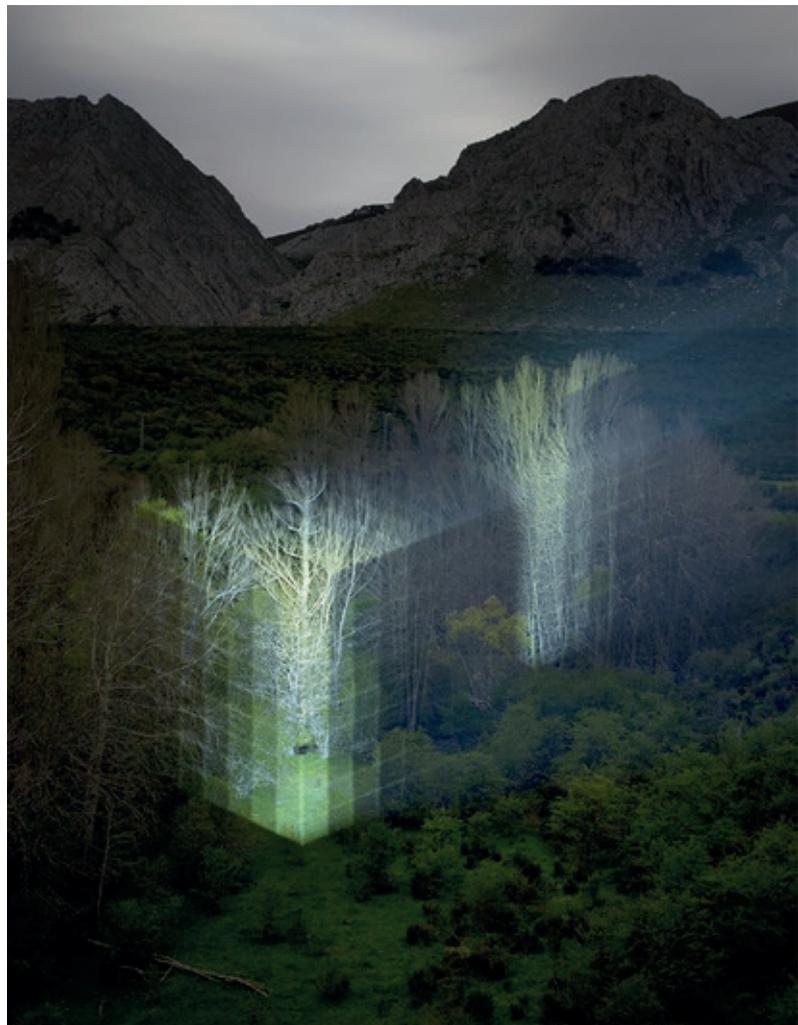




© Alvaro Deprit

↑ La composición de Alvaro Deprit permite inmortalizar una escena de la cultura religiosa española

El retrato presentado por Javier Arcenillas revela el poder de la mirada femenina →



© Javier Riera

© Javier Arcenillas



INSIDER

# El cenit del diseño mundial



**E**l mundo del diseño posa sus miradas en la ciudad alemana de Essen. El 24 de junio se celebrará en el Aalto Theater la entrega de los premios Red Dot, uno de los galardones de diseño más importantes del mundo. Un espacio desde donde se reconocerá los mejores trabajos en 51 categorías que abarcan diversos ámbitos como la moda y accesorios, así como electrónica de consumo y vehículos, sin olvidar electrodomésticos y muebles.

Además, se reconocerá dos metacategorías que serán: Productos inteligentes y Productos innovadores. Como cada año, también se entregará el título honorífico Red Dot: Equipo de diseño del año, que se utiliza para reconocer a un equipo que ha demostrado su valía a través de sus logros de diseño consistentemente innovadores y de primera clase. En este sentido, no se aceptan candidaturas para este galardón que es elegido directamente por el

jurado y la institución. Todos los ganadores recibirán el anhelado premio de las manos del profesor Dr. Peter Zec y un miembro del jurado, en una noche que estará repleta de presentaciones y de sorpresa para los asistentes. La entrega de los premios supone, además, el pistoletazo de salida de la inauguración de la exposición, donde los participantes tendrán la oportunidad de ver los productos premiados y deleitarse con unos diseños que hacen soñar despiertos.

## Elon Musk

**CEO de Tesla Motors**

“Siempre tengo optimismo, pero soy realista. No comencé Tesla o SpaceX con la expectativa de un gran éxito. Solo pensé que eran lo suficientemente importantes para hacerlo de todas formas”.



## Joe Tsai

**Chairman de Alibaba**

“Las empresas de tecnología actuales deberían pensar en cómo resolver problemas, en lugar de cómo conectar el mundo y todas esas cuestiones filosóficas muy amplias. Creo que estamos aquí para resolver problemas”.



## Carolina Herrera

**Diseñadora**

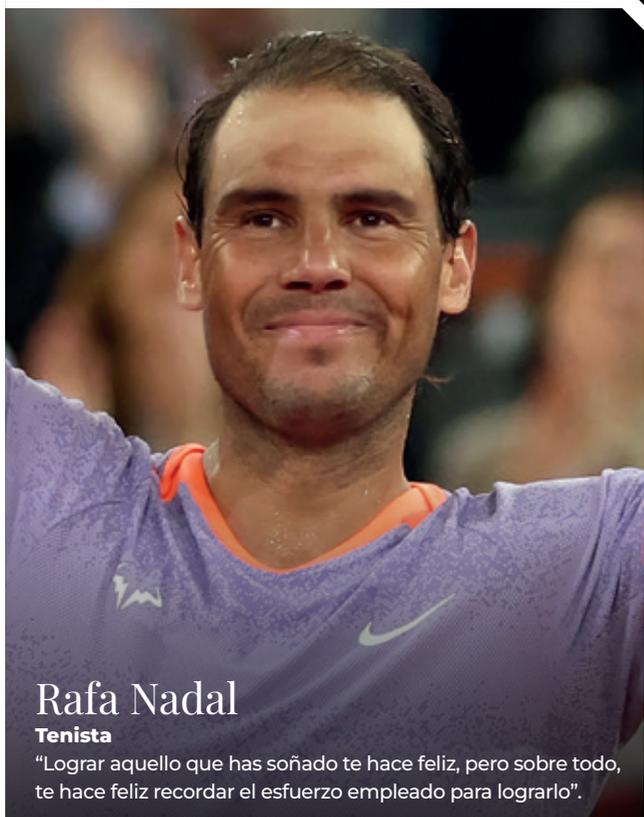
“El verdadero estilo no se puede comprar con dinero. El estilo es algo sutil que se muestra en los pequeños detalles. No es la ropa que se usa, es la forma en la que se actúa, se mueve y se habla”.



## Anne Sweeney

**Copresidente de Disney Media**

“Define el éxito en tus propios términos, consíguelo por tus propias reglas y construye una vida de la que estés orgullosa”.



## Rafa Nadal

**Tenista**

“Lograr aquello que has soñado te hace feliz, pero sobre todo, te hace feliz recordar el esfuerzo empleado para lograrlo”.



## Juan Béjar

**Expresidente de Globalvía Infraestructuras**

“Soy un escéptico de la formación. A mis hijos les he recomendado que le dedicaran a ello lo justo y que comenzaran una vida profesional cuanto antes, porque creo que vale más el querer que el saber”.

# LA RIQUEZA DE LA FIESTA ESPAÑOLA



## La Feria de Sevilla

### IMPACTO ECONÓMICO:

Cerca de  
**1.000** MILLONES DE EUROS

### EMPLEO

UNOS **100** PUESTOS

### FECHA DE CELEBRACIÓN

El segundo domingo posterior a la **Semana Santa**

## Las Fallas de Valencia

IMPACTO ECONÓMICO  
**910** MILLONES DE EUROS

### EMPLEO

**6.500** PUESTOS

### FECHA DE CELEBRACIÓN

Entre el **14 y el 19** de marzo

## San Fermín

### IMPACTO ECONÓMICO

Más de  
**160** MILLONES DE EUROS

### EMPLEO

**000** PUESTOS

### FECHA DE CELEBRACIÓN

Del **6 al 14** de julio

## Semana Grande de Bilbao

### IMPACTO ECONÓMICO

Más de  
**110** MILLONES DE EUROS

### EMPLEO

**1.700** PUESTOS

### FECHA DE CELEBRACIÓN

El sábado siguiente al **15** de agosto

**E**l impacto económico generado por las tradicionales fiestas españolas no para de crecer. Cada año, aumenta no solo el número de asistentes (entre locales y turistas), sino que también se incrementa el gasto medio que se registra durante las festividades, permitiendo registrar nuevos récords financieros. Por ejemplo, la Cátedra de Modelo Económico Sostenible de la Universidad de Valencia desveló que Las Fallas generan más de 900 millones de euros, lo que se traduce en el 0,14 % del PIB de la Comunidad Valenciana. Estas son algunas de las fiestas más rentables del país...

### La Fiesta del Pilar

IMPACTO ECONÓMICO  
Cerca de **70 MILLONES DE EUROS**

EMPLEO  
**000 PUESTOS**

FECHA DE CELEBRACIÓN:  
La semana del **12 de octubre**

© Ayuntamiento de Zaragoza.

### La Feria de Málaga

IMPACTO ECONÓMICO  
Cerca de **60 MILLONES DE EUROS**

EMPLEO  
Unos **1.000 PUESTOS**

FECHA DE CELEBRACIÓN  
El **segundo viernes** de agosto

### Carnaval de Tenerife

IMPACTO ECONÓMICO  
Aproximadamente **38 MILLONES DE EUROS**

EMPLEO  
Unos **200 PUESTOS**

FECHA DE CELEBRACIÓN  
A **mediados de Febrero**

### Descenso del Sella

IMPACTO ECONÓMICO  
Más de **10 MILLONES DE EUROS**

EMPLEO  
**350 PUESTOS**

FECHA DE CELEBRACIÓN  
El **primer sábado** de agosto

### La Tomatina de Buñol

IMPACTO ECONÓMICO  
Cerca de **2 MILLONES DE EUROS**

EMPLEO  
**000 PUESTOS**

FECHA DE CELEBRACIÓN  
**28 de agosto**



# PORCELANOSA



Descubre más



BY APPOINTMENT TO  
HER Majesty THE PRINCESS OF WALES  
MANUFACTURER AND DISTRIBUTOR  
OF CERAMIC TILES AND BUILDING PRODUCTS  
PORCELANOSA GROUP LIMITED

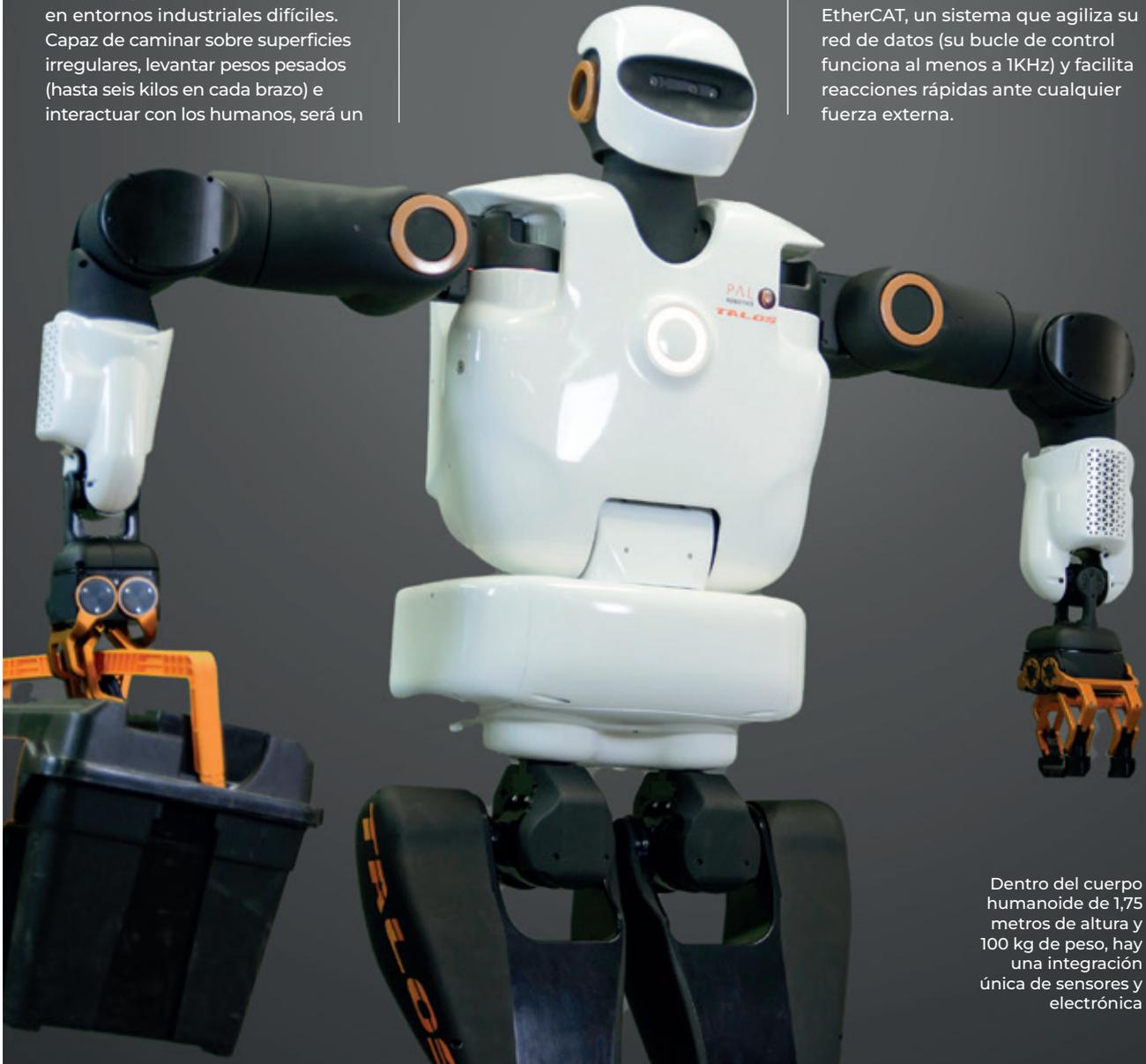
PORCELANOSA Grupo

# Tu nuevo compañero de trabajo: Un humanoide

Los robots están incorporándose a las plantillas. PAL Robotics busca que su robot bípedo autónomo de alto rendimiento, Talos, participe activamente en las fábricas del futuro. La presencia del humanoide permitirá reducir los riesgos laborales y aumentar la eficiencia en entornos industriales difíciles. Capaz de caminar sobre superficies irregulares, levantar pesos pesados (hasta seis kilos en cada brazo) e interactuar con los humanos, será un

compañero de trabajo idóneo para las tareas peligrosas que pueden dañar la salud del trabajador. Ya sea porque requieren de ejercer una gran fuerza o de mantener una postura corporal incómoda durante un largo periodo de tiempo. Talos puede manejar herramientas industriales pesadas con sus pinzas

personalizadas de tres dedos y sus fuertes brazos. Además, dentro del cuerpo humanoide de 1,75 metros de altura y 100 kg de peso, hay una integración única de sensores y electrónica, creando una plataforma altamente avanzada que va más allá de otras tecnologías similares. Sin olvidar que cuenta con las comunicaciones EtherCAT, un sistema que agiliza su red de datos (su bucle de control funciona al menos a 1KHz) y facilita reacciones rápidas ante cualquier fuerza externa.



Dentro del cuerpo humanoide de 1,75 metros de altura y 100 kg de peso, hay una integración única de sensores y electrónica

# El futuro de la gestión

**M**adrid recibirá, el 18 de junio, uno de los encuentros imprescindibles para profesionales y ejecutivos interesados en optimizar la gestión empresarial a través de soluciones innovadoras en software. Tras ediciones en Brasil, Portugal, México, Colombia, Chile, Perú y Sudáfrica, el ERP Summit

llega a IFEMA para presentar las herramientas y tendencias que impulsen el crecimiento y la eficiencia de las empresas. En concreto, se prevé la participación de más de 600 líderes empresariales españoles, así como con reconocidos expertos en tecnología y gestión empresarial internacional.

El evento contará, además, con demostraciones prácticas, talleres especializados y conferencias magistrales que ofrecerán soluciones concretas para los desafíos actuales del mundo empresarial. Entre los expositores más destacados estarán Wolters Kluwer, Manage Engine, Cegid y Adiss.



**MOTOR DE CRECIMIENTO**

Ignacio Vázquez Guerra es designado nuevo director de la unidad de negocio para Bacardí España. En su nuevo cargo, será responsable de las operaciones comerciales de la compañía y estará a cargo de impulsar el crecimiento de sus principales marcas.

**VISIÓN DE FUTURO**

Miguel Lucas asume el cargo de director Senior Global de Innovación en LLYC. Será el responsable de liderar y ampliar la visión corporativa en el área de innovación, integrando soluciones avanzadas en el campo del aprendizaje automático y la IA.


**Nestlé**  
**Pablo Isla**
**Vicepresidente**

El empresario español Pablo Isla es designado vicepresidente del consejo de administración del grupo Nestlé, en reemplazo del francés Henri de Castries, que ocupó este puesto durante doce años. Quien fue presidente ejecutivo del grupo textil Inditex hasta la llegada de Marta Ortega en el año 2022, también asumirá la función de consejero coordinador, presidente de la comisión de nombramientos y miembro de las comisiones de retribución y de gobernanza corporativa. Una fuerte apuesta de Nestlé para dar el salto en el mercado español.

**Masorange**  
**Víctor del Pozo**
**Director general de Innovación, Alianzas y Nuevos Servicios**

Víctor del Pozo es el nuevo director general de Innovación, Alianzas y Nuevos Servicios en Masorange, el gigante de las telecomunicaciones que nace de la fusión entre Orange y MásMóvil. El que fue consejero delegado de El Corte Inglés, será la persona encargada de desarrollar nuevos productos y servicios para sus clientes, así como para impulsar su capacidad de innovación. Su amplia experiencia en el mundo retail y su exitosa trayectoria profesional le permitirán escalar y ampliar la actividad del nuevo gigante de la telecomunicación.

**CaixaBank**  
**Ana Martín**
**Directora General**

El Consejo de Administración de CaixaBank Asset Management nombra como su nueva directora general a Ana Martín de Santa Olalla, quien llega en sustitución de Juan Bernal, que deja la entidad tras siete años en el cargo. Anteriormente, era la directora de Desarrollo de Negocio y Comercial de CaixaBank Asset Management y es miembro del Comité de Dirección de la entidad bancaria. Además, cuenta con una amplia experiencia en el sector financiero, ya que trabajó durante casi 30 años en entidades líderes en sus respectivos mercados.

**Bimbo**  
**Daniel Servitje**
**Presidente Ejecutivo**

Daniel Servitje se convierte en el presidente ejecutivo de Grupo Bimbo, mientras que Rafael Pamias asume la posición de director general, lo que supone el inicio de una nueva etapa en la empresa para mejorar su gobernanza corporativa y supervisión estratégica. Este nuevo rol se centrará en la toma de decisiones estratégicas importantes a nivel internacional, garantizando que la visión de la compañía se mantenga alineada con los intereses a largo plazo tanto de los accionistas como del Consejo de Administración. Una labor que requiere de experiencia y creatividad.

**IMPULSAR LA DIGITALIZACIÓN**

La Junta Directiva de DigitalES, designa a Miguel Sánchez Galindo como nuevo director general en sustitución de Víctor Calvo-Sotelo. Hasta ahora, se desempeñaba como responsable de Políticas Públicas en la Escuela de Organización Industrial.

**RENOVACIÓN EN LA CÚPULA**

BigMat Iberia ficha a Jorge Vega Lorenzo como director general para España y Portugal, en reemplazo de Jesús Prieto, quien ha ostentado la dirección general de BigMat durante más de 18 años y ahora ocupará el cargo de consejero.



### RECUPERAR EL TALENTO

Carlos López Jall es reincorporado a Kreab como Senior Advisor en el área de comunicación financiera. Anteriormente, desempeñó el cargo de director general de Finanzas y Administración en Nueva Pescanova.



### NUEVAS ENERGÍAS

María José Herbón Prada es nombrada directora corporativa de EIDF Solar. Se encargará de las áreas de Finanzas, Recursos Humanos y el área jurídica de la empresa. Anteriormente, ocupó el puesto de Directora Corporativa del Real Club Celta de Vigo.



### Indra Marc Murtra



Presidente Ejecutivo

El Consejo de Administración de Indra otorga competencias ejecutivas a Marc Murtra, quien hasta ahora ocupaba el cargo de presidente no ejecutivo de la empresa. Las nuevas funciones se desarrollarán en coordinación con el liderazgo operativo y de negocio del consejero delegado, José Vicente de los Mozos. Esta decisión tiene como objetivo la correcta implementación del Plan Estratégico 2024-2026, con visión hacia 2030, así como la apertura de relaciones en geografías donde la compañía no tiene presencia.

### Allianz Commercial Iberia Ignacio d'Ornellas



Responsable de Equipo

Allianz Commercial incorpora a Ignacio d'Ornellas, procedente de AIG, como responsable del equipo de grandes brokers y clientes para el negocio de Iberia (España y Portugal). Tras finalizar sus estudios de Administración y Gestión de Empresas, trabajó 9 años para Aon ocupando puestos en diversos departamentos con grandes cuentas multinacionales. Posteriormente, fichó por Marsh, donde pasó 4 años en el negocio de grandes cuentas. Este fichaje supone la consolidación de un perfil más sénior en esta parte de la compañía, la cual lidera Gianluca Piscopo.

### Johnson & Johnson Innovative Medicine Iberia María Fernanda Prado



Director General

La nueva directora general de Johnson & Johnson Innovative Medicine Iberia es María Fernanda Prado para relevar en el cargo a Luis Díaz-Rubio, quien ha asumido una nueva responsabilidad como vicepresidente de Estrategia y Operaciones de EMEA (Europa, Oriente Medio y África) en J&J Innovative Medicine. Con una impresionante trayectoria de 24 años de experiencia en el sector farmacéutico, comenzó su carrera en Johnson & Johnson en su país natal, Brasil, y ocupó diversos puestos de responsabilidad en la compañía en varios países.

### Xerox David Alcaide González



Director General

David Alcaide González es designado director general de Xerox para la región de Iberia, donde liderará las operaciones y la estrategia de la empresa en Portugal y España. Asume el puesto de Mariola Martínez, quien actualmente ocupa el cargo de vicepresidenta de Canal y Partners para Western Europe. Anteriormente, se desempeñaba como jefe de ventas en la empresa, liderando las tres áreas de negocio: comunicaciones gráficas, entornos de producción de gran escala y la red de distribución; siendo en los últimos doce años el responsable de esta última área.

### ADAPTARSE AL MERCADO

Leroy Merlin designa a Mónica Pérez Mateo como la nueva directora de Retail Media. La creación de esta posición refleja la demanda cambiante del mercado y busca fortalecer aún más la presencia de Leroy Merlin en el ámbito del marketing y la publicidad.



### EL CLIENTE PRIMERO

Natixis designa a Juan Isusi como responsable de la cobertura de clientes financieros en España y Portugal. Además de dicha tarea será responsable de clientes institucionales, compañías de seguros y entidades públicas.



Á

## ÁGATHA RUIZ DE LA PRADA

La diseñadora y empresaria española –que ostenta los títulos nobiliarios de XIII marquesa de Castelldefels y XXIX baronesa de Santa Pau– realizó su primer desfile con apenas 21 años. Solo 12 meses después, ya tenía su primera tienda en el mercado. Ahora, tras más de 40 años de trayectoria, sigue siendo un referente de la moda española en el mundo

Ágatha Ruiz de la Prada

---

# Superviviente a **todo** color

---

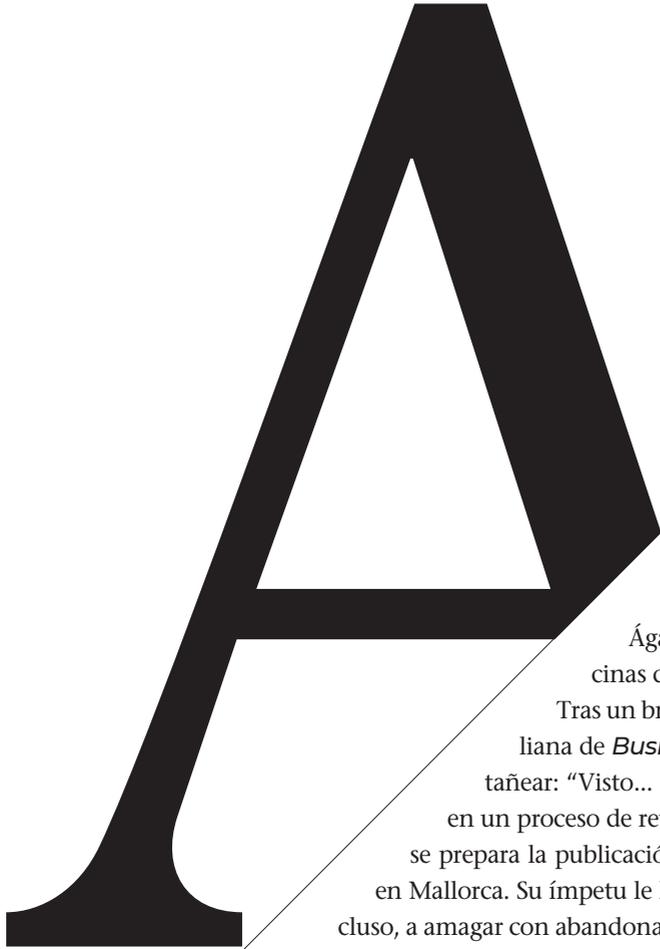
## La diseñadora inaugura su nuevo cuartel general

**en el madrileño barrio de Salamanca.** Se trata de una especie de bunker en el que replegarse ante el retroceso del sector de la moda, la desindustrialización y la caída del pequeño comercio, mientras se 'contraataca' con el lanzamiento de nuevos proyectos

---

Texto de **José A. Puglisi**

---



Ágatha Ruiz de la Prada llega a sus antiguas oficinas de la calle Ortega y Gasset como un huracán. Tras un breve saludo, ojea un número de la versión italiana de *Business People* en segundos y dispara sin pestañear: "Visto... al lío". Cada segundo cuenta cuando se está en un proceso de reubicación de la marca, al mismo tiempo que se prepara la publicación de un libro y el lanzamiento de un hotel en Mallorca. Su ímpetu le lleva a trabajar casi las 24 horas del día e, incluso, a amagar con abandonar la entrevista cuando se indaga en los ingresos generados por sus licencias. Poco optimista sobre las opciones de que sus hijos Tristán y Cósima la releven en el cargo, la famosa diseñadora se sumerge en decenas de coloridos proyectos que la convierten en una "superviviente de la moda".

**Su marca cuenta con un nuevo centro neurálgico en el barrio de Salamanca, ¿qué supone para su compañía el nacimiento de este 'cuartel general'?**

Tenía una tienda en Serrano que llevaba 10 o 12 años necesitando una obra. De repente, llegó un fondo de inversión y, aunque no quería venderla, no me quedó más remedio. Entonces, encontramos un local que había sido de Barcelona Design. Un espacio precioso que, por ejemplo, tenía una escalera que había sido Premio Nacional de Diseño y que la tuvimos que tirar porque las normativas son demenciales. Así que a tomar por culo la escalera, que era una preciosidad...

Tras un año de obras, hemos decidido cambiar el concepto porque las tiendas han arruinado a muchísimos diseñadores y es un negocio que nada tiene que ver con el diseño. Por ejemplo, si tienes una tienda en Nueva York y le metes dos millones de euros al año no es nada, porque Prada le está metiendo 30 o 40 millones a la suya. No se puede competir con eso.

Ahora estoy queriendo volver un poco a mis orígenes y meter todo en un mismo espacio: el taller, la oficina y todo lo demás. Es un proceso en el que estamos reduciéndonos y no somos los únicos, porque incluso Inditex está cerrando tiendas y H&M sale del mercado español.

**¿En qué se diferencia al que tenía en la calle Serrano y que vendió en 2021?**

La tienda de Serrano no valía nada, pero estaba en un sitio muy bueno, ya que a mi lado tenía El Corte Inglés y Zara. Ahora apuesto por este cambio, pero no lo hago por la gestión de inversiones, sino porque simplemente me apetece. Tengo suficiente dinero para vivir toda la vida, así como una casa en el campo, otra en el mar y una más en París. No quiero más y, por eso, me la soplan las inversiones...

**¿Y cuál es su gran objetivo entonces?**

Seguir divirtiéndome y diseñando. Mi objetivo nunca ha sido ser una gran empresaria, ni las inversiones. Mi objetivo es no perder dinero. Una vez vino una empresa muy importante y me dijo: 'tú no →



“ Yo tengo un business  
plan muy claro y es  
no perder dinero ”

tienes *business plan*'. Y les respondí: 'Os equivocáis, yo tengo un *business plan* que es no perder dinero'.

Se me da bien gestionar porque lo que intento es una cosa muy fácil, que es la cuenta de la vieja: Que es no gastar más de lo que ingreso.

**¿Cuál es la clave para no perder la inspiración a lo largo de los años?**

No pensar tanto en las inversiones, sino en la creatividad, en el producto, en las ideas y en pasártelo bien. Si estás todo el día pensando en las inversiones, te come la creatividad y la cabeza. Y encima, lo haces mal...

**Está en el 'top' desde su primer desfile en 1981 hasta la actualidad, ¿cómo logra que sus emblemáticos colores no 'destiñan'?**

Una vez estuve con Amancio Ortega y él me dijo: 'Yo sé que si tú tuvieras que hacer una chaqueta gris y supieras que vas a ganar mucho dinero, no lo harías'. Y digo, pues sí, es verdad, tiene mucha razón. Ganaría mucho dinero, pero no sería Ágatha y no sería mi producto.

La diferencia con otra gente es que cuando era joven y empecé, vivía en casa de mi madre y no tenía gasto ninguno. Eso también me ha dado siempre un colchón de no tenerme que preocupar de estas cosas. Es fundamental ser una persona que tengas una estrategia de supervivencia. Es que es tremendo lo que ha sufrido la moda española.

**¿Se considera una superviviente dentro del mundo de la moda?**

Sí, la verdad es que sí. Llevo más de 40 años de trayectoria y, aunque no lo parece, el mundo de la moda es muy duro. A pesar de que las prendas de alta costura puedan parecer muy caras, muchas veces se va a pérdida porque los costes son inmensos. Solo pudo mantener esa tendencia, por ejemplo, Christian Dior. Y es un fenómeno que nace de un tema de mucho dinero y de mucho marketing. Porque es mucho más creativo, desde mi punto de vista, Balenciaga o, por supuesto, Coco Chanel.

**¿Considera que falta un respaldo de la administración pública para impulsar el sector de la moda?**

No, solo falta que no te hagan la puñeta. Es decir, no hace falta que te respalden, sino que no te pongan trabas. Ahora mismo el tema está complicado porque ser un empresario está muy mal visto y todo son problemas.

Entonces, es ahí cuando decides 'pues me reduzco y ya está'. Es lo bueno de mi trabajo, que me puedo reducir o ampliar, según me vaya dando la gana.

**¿Si hay un cambio en la tendencia económica**

**Ágatha evita pensar en las inversiones para centrarse en la creatividad, en el producto y en pasárselo bien**

El nuevo cuartel de Ágatha contará con 500 metros cuadrados, de los que 300 metros serán para el estudio y los 200 metros restantes para la tienda

**del país se plantearía una nueva expansión?**

Creo que ya no me va a coger con edad y, cuando llegue, ya no me apetererá. Yo lo que quiero es ser una diseñadora y volver a mi esencia de diseñadora. No tener problemas de *business*.

**¿Siquiera internacional?**

Hemos parados el área internacional, que también ha sufrido en los últimos años, solo basta con ver cómo ha sufrido Nueva York y nos encontramos en un momento muy complicado. Aunque no descarto retomararlo, también es verdad que estoy a tope. Nunca en mi vida he tenido más trabajo que ahora. Tanto que no puedo con ello. Es que no puedo con ello. Me gusta mucho mi trabajo, me encanta, pero no me gustaría acabar en la cárcel con mi trabajo, ¿entiendes?

**¿Cree que la paridad avanza en el ámbito empresarial?**

Aquí nosotros contratamos a gente. A mí me da igual si son hombres o mujeres. Nunca he contratado a nadie porque sea ni hombre ni mujer. Me da igual que sea hombre, mujer, gay, heterosexual... Es que me da exactamente igual. No me ha importado nunca. Lo único que me importa es que trabaje y que sea simpático.

**¿Entonces le aburre todo el tema de las leyes de paridad en las empresas?**

Sí, me da igual porque yo soy avanzada en todo eso. Cuando dicen el salario mínimo, yo siempre pago más que el salario mínimo. Pero es muy pesado que haya tantas reglas. Y una cosa muy desgraciada de la izquierda que, teóricamente antes era la libertad, es que ahora solo prohíbe y prohíbe. Y te prohíben fumar dentro y fuera y



© Ugo Camera

no sé qué. Y tú ya no sabes lo que tienes que hacer porque no lo has leído.

Y todas esas prohibiciones también se aplican al sector empresarial. Donde la presión no solo se ha materializado en la prohibición, sino también en subir impuestos...

**Si no hubiera tenido éxito en la moda, ¿le hubiera gustado emprender o invertir en otro sector?**

Sí, yo creo que sí, pero estoy muy metida en este porque me gusta mucho y permite tocar muchos palos diferentes: el cultural, el estético y un poco el empresarial. Mi teoría es que la economía es una cosa que está hecha contra la depresión. Porque son unas cositas muy tontitas: el no perder, el ganar, los numeritos y tiquitín... Y eso tiene a la gente entretenida y mientras estás entretenido, pues no estás deprimido, ¿no?

Yo siempre he pensado que de mayor me gustaría ser pintora, pero en fin, es tan difícil...Y además no hay nada más terrible que una pintora mala o mediocre. Cuando vas

a algún sitio y dices '¿y tu mujer qué hace?' y responden que pintora... Hostia...Pues igual es cojonuda, pero por regla general se te abren las carnes.

**Incursionó en el sector de la ganadería y en el inmobiliario, ¿elige sus inversiones por su rentabilidad o por tratarse de sectores que le apasionan?**

No, es porque al final no me gusta alquilar porque pienso '¿y si luego no tengo dinero para pagar?', entonces prefiero comprar. Y eso lo he hecho desde el primer día. Es por pura aversión al riesgo que tengo.

**...Hay pocos sectores tan riesgosos como la moda, ¿no?**

Sí, pero si tengo una tienda que me va mal, pues alquilo la tienda y me dan un dinero o la vendo y recupero el dinero y ya está.

**Las licencias son una parte muy importante de su negocio y se estima que aportan más de 200 millones de euros a su negocio. ¿Qué hay de cierto en eso? →**

“ Los que tendrán que empezar con la IA en moda serán los que tengan más dinero, como Inditex ”

“ Tengo suficiente dinero para vivir toda la vida y, por eso, me la soplan las inversiones... ”



La diseñadora lamenta que sus hijos Tristán y Cósima no tengan "ese espíritu de trabajadores" para consolidar el traspaso generacional de su firma



Vamos a ver, en este momento el problema es que la gente no habla de lo mal que está la industria en España. Eso es una cosa que no le gusta al Gobierno, porque ha habido una crisis industrial morrocotuda, que ha llevado a la desaparición de fábricas, como Marie Claire, que tenía 4.000 empleados y que era donde hacía mis calcetines y otras prendas.

Y las licencias dependen mucho de cómo vayan las cosas. Si la industrial está sufriendo mucho, entonces esas licencias pues también están sufriendo mucho. También hace que se dificulte el mercado de las licencias que, en los últimos 40 años, desapareciera un importante número de tiendas de pequeño comercio.

Por ejemplo, El Corte Inglés, que ha sido un gran cliente, pasó a sufrir mucho por todo lo que está ocurriendo. Entonces, no podemos hablar de las licencias como si fueran un milagro. Sí, he funcionado súper bien con las licencias,

© Valero Ríojas (2)

pero cuando hay crisis y cuando las empresas cierran, no es que vendas menos, es que no vendes nada.

### **¿Entonces la estimación de 200 millones al año es desproporcionada?**

Ya te he dicho que no doy cifras. Cuando hay un movimiento general de desindustrialización, no se pueden hacer milagros. El Corte Inglés antes era una empresa que no tenía ni un céntimo de deuda y que te compraba y pagaba en 90 días. Ahora, no puede hacer eso porque de momento tiene una deuda y tiene problemas con todo lo que ha aparecido alrededor. Entonces, ¿vendo lo mismo en El Corte Inglés que hace 20 años? Pues no. Y no te incrustes en la pregunta porque no te voy a contestar.

### **La moda es constante evolución, ¿cómo cree que afectará al sector la expansión de la Inteligencia Artificial?**

Los que tendrán que empezar con la Inteligencia Artificial serán los que tengan más dinero, como Inditex. Aunque es evidente que cambiará el mercado de la moda, yo no podré estar en el primer nivel de la inversión. Estoy segura de que la IA se convertirá en los mejores diseñadores de la moda comercial, porque combinará la chaqueta que más le gusta a la gente con el tejido y el color más vendidos y saldrá una chaqueta cojonuda, pero en términos de creatividad tengo mis dudas.

### **En 2014 entraron sus hijos oficialmente a la compañía, ¿cómo avanza el proceso del relevo generacional?**

Siempre he deseado que mis hijos tengan una pasión, como la he tenido yo. Ambos son unos niños muy inteligentes y muy bien preparados, pero para esta generación es muy difícil encontrar una pasión. Para mí fue fácil porque soy muy trabajadora, pero ellos piensan que, intelectualmente, el trabajo no es tan importante y es un problema generacional.

Si a esto no le echas 24 horas al día no sale adelante. Yo le echo 24 horas y no hago ni el 5% de todo lo que tendría que hacer... Entonces, si no tienen la pasión que se requiere no podrán seguir con ello... Ya que solo echándole un ratito no llegas a ningún sitio. En el sector de la moda hay muy pocas empresas que tuvieran relevo generacional... Es muy difícil.

### **...No le veo muy optimista**

Es que hay que trabajar mucho y te tiene que gustar mucho. Y ahora mismo el trabajo está muy mal visto y cuando se trabaja mucho la gente piensa: 'Mira qué tonta, mira cómo trabaja...'

### **¿Y sin salto generacional qué pasará con su**

## **CONFESIONES TORNACOLOR**

**S**u lugar de retiro cuando falla la inspiración o se acumulan los problemas

Al campo, donde suelo leer y pasear con mis perros

**Como reconocida amante del arte, ¿qué pieza le gustaría tener en su salón?**

Me encanta el arte, pero no soy coleccionista. Mi padre lo fue y, por eso, no me gustaría serlo.

**Cuáles son las actividades que más le ayudan a relajarse**

Leer y pasear. Uno de los mejores autores, por ejemplo, Proust

**Qué es lo que más disfruta de pasear a caballo**

Tengo caballos, pero no disfruto mucho de montar.

Aunque sí me encanta estar rodeada de animales.

**Un sabor o plato que le traslade hasta su infancia**

Puré con atún.

### **marca?**

Tengo una fundación y me podré dedicar a ello. Aunque aún no sé qué pasará con mi marca.

### **Si pudiera dejarles un solo aprendizaje empresarial a Tristán y Cósima, ¿cuál sería?**

Me hubiera gustado que tuvieran ese espíritu de trabajadores, pero está el tema de la anti-imagen: que al ver a sus padres tan trabajadores se genera el efecto contrario. Y es una pena, porque se lo pasarían bomba trabajando.

### **¿Qué característica única ve en cada uno de ellos que le permitiría llevar las riendas de su firma?**

Saben mucho y tienen una gran sensibilidad. Además, están mucho más preparados que yo y son más simpáticos, inteligentes y educados. Más todo. Tienen todo, pero hay que 'pico y pala', aunque esté poco de moda.

### **Miley Cyrus, Carmen Calvo, Esperanza Aguirre y Ángeles González-Sinde ya han usado sus diseños, pero a qué empresaria le gustaría ver vestida con alguna de sus creaciones**

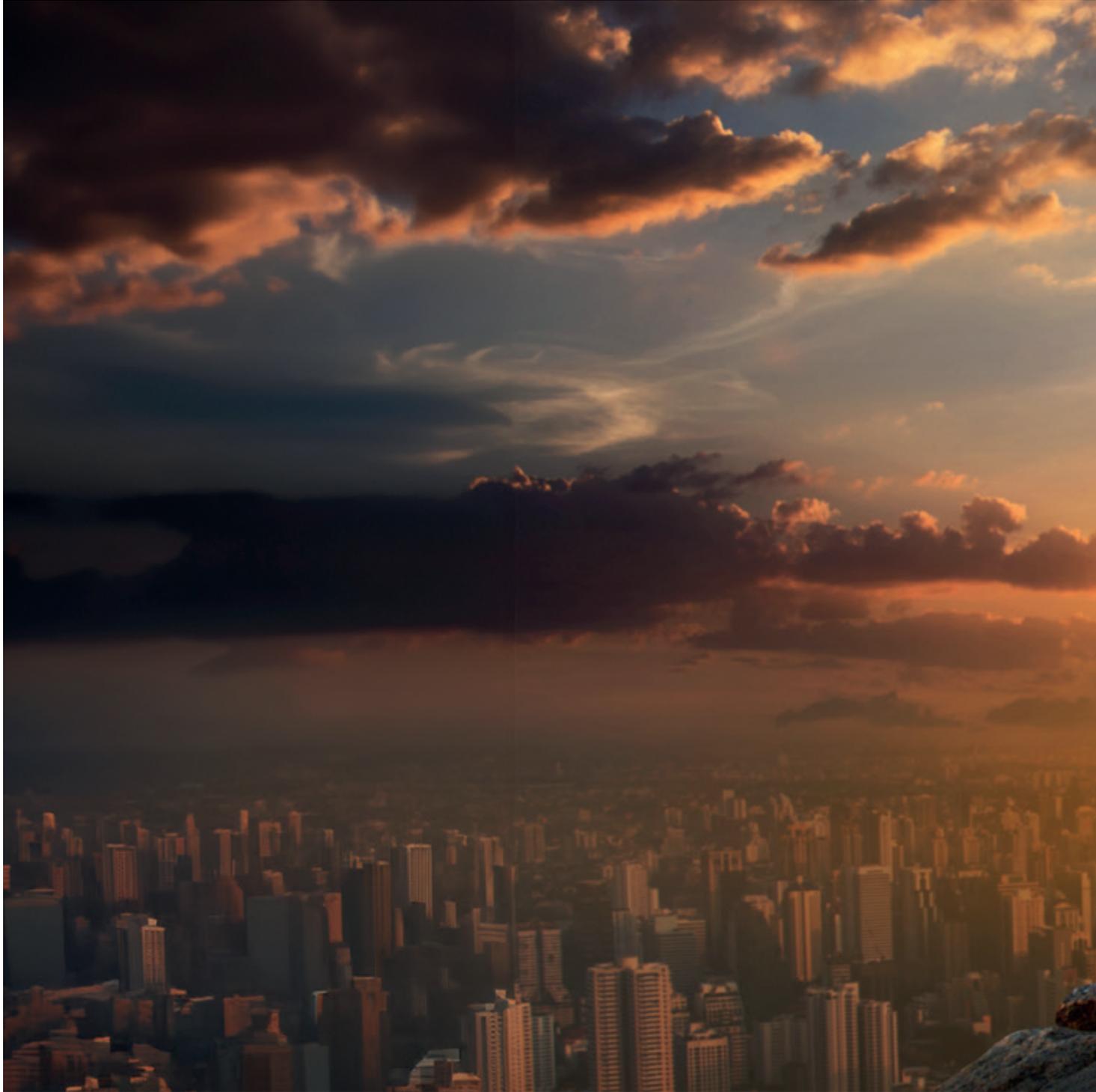
No, odio eso. Pero si piensas en cualquier casa española, es raro que no tengan nada de Ágatha, así sea un bolígrafo, un clínex, un cuaderno o una mochila. Y no solo en España, sino también en países como Colombia o México.

### **Tras ser un ícono de la moda y generar una gran fortuna, ¿qué meta le queda por cumplir?**

Estoy con mucha ilusión con mi tienda nueva. Así como en el próximo lanzamiento de mi libro de imágenes que se publicará en otoño y miles de proyectos como un nuevo hotel que se abrirá en Mallorca en 2025. Sin olvidar otros aspectos interesantes como los detergentes ecológicos, nuevos chocolates o la lucha contra la basura textil. ▲

# Business *is* business

La pesada carga de contratar



**L**a generación de empleo se está topando con una gran traba: el incesable crecimiento de los costes laborales. Los empresarios españoles pagan 1,2 puntos más que la media de la UE y es que, solo en el último año, el gasto asumido por las compañías se disparó en un 5,3%, el porcentaje más alto de los 15 últimos meses. A lo que se suman 10 trimestres consecutivos con aumentos interanuales superiores al 5%. Desde el cuarto trimestre de 2021, este tipo de costes sociales se ha disparado por encima del 11% para las sociedades más pequeñas y un 10% para las medianas, lo que golpea con fuerza a uno de los motores económicos más importantes de España, sus pymes. ▲



© Shutterstock

# La REUNIÓN que cambia... al MÁNAGER

En la historia de todo hombre (o mujer) de negocios, siempre hay una persona, un libro, un acontecimiento particular o incluso un fracaso que ha marcado la diferencia en su trayectoria profesional. **Hemos recopilado el testimonio de cinco directores ejecutivos para conocer cuál fue la que les marcó a cada uno de ellos**

Texto de **Cristina Mendoza**



**U**n viaje, un libro o un simple encuentro: a veces sucede que te tropiezas con una persona o vives una experiencia capaz de cambiar las cartas sobre la mesa y dar un claro punto de inflexión a tu vida laboral. No siempre, pero puede suceder. Se trata a menudo de acontecimientos fortuitos e impredecibles, que sin embargo pueden verse favorecidos por una actitud de open mind o serendipia, siendo ese descubrimiento 'mágico' que llega de manera acciden-

tal al momento de estar buscando una cosa diferente a la sucedida. Y, cuando sucede, de repente todo cambia, se desencadena algo indefinible, las cosas adquieren un aspecto insólito y nace una nueva conciencia, capaz de actuar como motor de la propia carrera; o al menos de ver la propia condición con un punto de vista distinto. Encuentros y experiencias esclarecedoras que, por sí solas, pueden tener más valor que una carrera o un máster. Y sólo ocurren una vez en la vida. Aquí cinco historias ejemplares.

# A

**Ana Argelich**  
presidenta  
y directora general  
de **MSD en España**



## EL MOTOR DE LA FAMILIA

**H**ay varios acontecimientos en mi vida que han marcado mi trayectoria profesional y que me han llevado a ocupar el puesto de presidenta y directora general de MSD en España, una posición que me hace plenamente feliz y por la que me siento muy orgullosa. Podría empezar por la maravillosa influencia que han tenido mis padres en mi vida, los pilares sobre los que he ido construyendo mi personalidad y lo que soy. Siempre me han apoyado, orientado y han confiado en mí. Han dejado

que fuera yo quien tomara las decisiones y cometiera mis propios errores para seguir avanzando y aprendiendo de ellos. Quería estudiar Humanidades, aunque no terminaba de convencerme. Me sugirieron el mundo empresarial que me llamó mucho más la atención y acabó siendo mi gran pasión. Recuerdo mis primeros pasos en el mundo de la consultoría estratégica donde trabajé con sectores como el de la banca, aeroespacial y de las telecomunicaciones. Sectores mayoritariamente masculinos,

especialmente en aquel momento. En las reuniones de trabajo, no solo en España, sino en otros países, la única mujer era yo. Pero sí hubo un acontecimiento que marcó mi vida personal y profesional fue que perdí a mi madre a causa de un cáncer de colon. Esa experiencia me marcó y me llevó a tomar la decisión de formar parte de un equipo que trabaja cada día para avanzar en mejorar nuestra salud, en definitiva, la vida de todos. Fue una de las principales razones que me impulsaron a trabajar en MSD.

MSD es una compañía biomédica dedicada a la investigación para hacer llegar a los pacientes nuevos medicamentos y vacunas que mejoren su calidad de vida. La I+D está en el ADN de la Compañía y para mí es un orgullo que España sea la filial de con más ensayos clínicos en marcha en Europa. Este trabajo lo hacemos teniendo presentes nuestra aproximación ESG que incluye apostar en los campos de acceso, empleados, sostenibilidad y buen gobierno.

Ó

**Óscar Fernández**  
presidente  
de **Shell España**



## LA PODEROSA INQUIETUD

“**E**star en el lugar adecuado en el momento adecuado” da un valor inmerecido a la suerte y minusvalora la capacidad que tenemos de ser dueños de nuestra propia carrera. En mi caso diría que la inquietud por aprender, las personas y la cultura de las compañías en las que he trabajado son los tres pilares que más han marcado mi carrera profesional. En primer lugar, la inquietud por entender y aprender me acompaña desde siempre; especialmente desde que tuve la gran oportunidad de trabajar en el CERN, en el proyecto de diseño y construcción del acelerador de partículas Large Hadron Collider. Colaboré y aprendí

de primera mano de algunos de los mejores científicos e ingenieros de más de 50 nacionalidades. Dar el paso desde uno de los centros de investigación más importantes del mundo a la empresa privada fue, sin duda, uno de los hitos que marcó el rumbo de mi carrera.

En segundo lugar, señalaría la indudable influencia de algunas de las personas con las que he convivido y trabajado. Quiero destacar a uno de mis primeros jefes, Lauro, con el que me sigue uniendo una gran amistad. Me enseñó a vender, confió en mí y me lanzó al ruedo a abrir negocio por toda Latinoamérica. También es importante la influencia

que generan en ti tu familia, amigos, compañeros de trabajo, clientes e incluso competidores.

Por último, considero que la cultura de la compañía en la que desarrolles tu carrera es determinante para tu proyección. Estar en un entorno con una jerarquía muy estricta, o con un estilo de dirección muy controlador, puede condicionar no solo tu crecimiento si no también tu confianza a la hora de enfrentar los retos que se te pongan por delante y eso puede traducirse en dejar pasar grandes oportunidades. Cada empresa es un mundo. En el caso de Shell, que está presente en más de 70

países y cuenta con 93.000 empleados, he tenido la oportunidad de desempeñar diversos puestos, de más operativos a comerciales y estratégicos, en los que he tenido el espacio para poder cambiar procesos establecidos, innovar y, en definitiva, desarrollar mi propio estilo. Hoy, como Presidente Ejecutivo de Shell España, creo que estar cerca del negocio es vital para poder desarrollar una posición de gestión sólida, pero creo que es igualmente importante delegar, dar espacio de crecimiento y generar un buen ambiente laboral que lleve a los empleados y al conjunto de la compañía a desarrollar su máximo potencial.

## UN VIAJE EMOCIONANTE

**M**i trayectoria profesional ha sido un emocionante viaje a lo largo de los años. Durante este camino he tenido que enfrentarme a numerosos cambios que han tenido un gran impacto tanto en la organización como en las personas que forman parte de ella. Cambios muy importantes también para el sector como para el negocio de HP como fue la fusión con Compaq, la compra de EDS, así como la separación de HP y Hewlett Packard en dos compañías independientes. Esta última, ha sido sin duda la más significativa en mi carrera. Fue algo

que marcó un hito que redefinió el rumbo de HP preparándonos para el futuro, y proporcionándonos la flexibilidad y agilidad necesarias para ofrecer soluciones innovadoras y acercarnos más a nuestros clientes. Este movimiento empresarial nos permitió impulsar aún más la innovación y desarrollar tecnologías orientadas a mejorar la vida de las personas y la productividad de las empresas. Y ha quedado claro de lo acertado de la decisión, dado el impulso y el liderazgo alcanzado por la compañía en el sector tecnológico.

A nivel personal, esta división significó también un punto de inflexión en mi carrera, llevándome a dirigir la compañía primero en España y Portugal, y posteriormente a liderar la región del Sur de Europa, Oriente Medio y África. Pero no debemos perder de vista el efecto que tuvieron la crisis económica y la pandemia que sufrimos y que nos han dejado una profunda huella que ha impactado poderosamente en nuestras vidas y nuestras empresas. Unos acontecimientos que han traído consigo grandes desafíos y que han puesto a

prueba nuestra capacidad de resiliencia. Es por ello, que mi viaje se ha convertido en mucho más que una simple carrera, ha sido un viaje de descubrimiento personal y profesional. Porque a cada paso que daba descubría una oportunidad para generar un impacto positivo, inspirando a otros a perseguir sus sueños y desafiar sus propios límites. En cada desafío, en cada logro, en cada momento de cambio, he encontrado la motivación y energía para seguir adelante con pasión y determinación, sabiendo que lo mejor aún está por llegar.



**H**  
**Helena Herrero**  
Presidenta de **HP**  
para el sur de Europa,  
Oriente Medio y África

## TRANSFORMACIÓN DE ALTURA

**E**xisten muchos factores que influyen y han cambiado mi manera de pensar y gestionar a nivel empresarial. En primer lugar, cuento con una larga experiencia en el transporte marítimo, una industria que requiere de grandes inversiones de capital. Aunque la aviación también se caracteriza por los grandes activos, esta industria pone a las personas en el centro. Sin embargo, no creo sea posible responder a esta pregunta sin tener en cuenta la reconstrucción de Norwegian.

Cuando estalló la pandemia, el sector turístico y de viajes

se vio afectado al completo. Nuestra compañía estaba al borde de la quiebra, y nos vimos obligados a acometer una gran reconstrucción financiera. Con un trabajo en equipo increíble, sumado a muchas noches sin dormir, conseguimos salir de esta situación con una nueva Norwegian. Esta nueva Norwegian gira en entorno a las personas. En nuestro personal en el aire, en nuestro personal en tierra, e igual de importante: en las personas que confían en que Norwegian les lleve a sus destinos.

Esta transformación ha influenciado en mi forma

de dirigir la compañía. Me encanta hablar, escuchar y debatir con nuestra gente en las oficinas y bases de toda Europa. Esto me ofrece una perspectiva que no tendría si solo viera a las mismas personas todos los días. Creo que los grandes compañeros que tenemos en Norwegian son la razón por la que estamos creciendo de nuevo. Tengo sus opiniones muy en cuenta.

También quiero apuntar que nos encontramos inmersos en un periodo que cambiará el futuro de la aviación. El sector tiene unos objetivos de sostenibilidad firmes, y Norwegian se ha fijado

la meta de reducir sus emisiones en un 45% hasta 2030. Creo que este marco sostenible será cada vez más importante en el sector, y trabajamos activamente para ofrecer soluciones acordes a este objetivo. De hecho, estamos colaborando con distintas administraciones para facilitar la investigación y producción de combustibles sostenibles que nos ayuden a alcanzarlo. Este hecho repercutirá en cómo gestionamos nuestra compañía en un futuro no muy lejano, pero espero con ganas el momento que nos toque adaptarnos a estos cambios.



**Geir Karlsen**  
CEO de Norwegian





# A

**Ana Valdovinos**  
CEO de **Ticketmaster España**

## REMAR CONTRA PANDEMIA

**A**sumir el cargo de directora general de Ticketmaster España después del COVID, en julio de 2021. Empezábamos a salir de una crisis sanitaria que fue devastadora para el conjunto de la sociedad y todos estábamos muy tocados. Para el sector de la música en directo fueron momentos especialmente delicados porque se paralizó por completo. Tuvimos que gestionar todas las cancelaciones y se vivieron situaciones de mucha incertidumbre, tanto para los artistas como para los promotores, trabajadores, fans y también para mi propio equipo. La industria de la música en directo se enfrentaba a un desafío histórico después de la

pandemia. Y no sólo me refiero a la parte del negocio. Fue todo un reto, a nivel interno, gestionar la propia empresa con todos sus integrantes. Había que mantener la motivación del grupo, a pesar de la coyuntura. Tengo muy claro que sin la dedicación y confianza del conjunto de los trabajadores de Ticketmaster la vuelta al directo no habría sido posible. El aprendizaje marcó un antes y un después en mi forma de trabajar. La empatía y la escucha constante a los fans, a los artistas y al equipo siempre son necesarias en mi sector, pero entonces lo fue aún más. Todo ese esfuerzo sentó las bases de una forma de trabajar más flexible, capaz de acoplarse a los cambios constantes

que estamos viviendo. Ahora me siento muy orgullosa del trabajo que llevamos a cabo desde Ticketmaster España. No solo hemos conseguido volver a las cifras prepandemia, lo que parecía un obstáculo insuperable, sino que nosotros y la música en vivo hemos resurgido con más fuerza que nunca. La asistencia a nuestros conciertos a nivel mundial ha aumentado un 20%. Más de 145 millones de fans han asistido a más de 50.000 eventos en los que Ticketmaster ha estado involucrada. Y nuestros indicadores dicen que en 2024 viviremos otro año récord para la música en directo. De hecho, las previsiones de crecimiento anual en el sector son del 5% hasta 2030.

Es España los datos también son rotundos. En 2023 se vendieron más entradas que nunca, y no me refiero sólo a nosotros. La Asociación de Promotores Musicales ha anunciado recientemente que el año pasado fue récord histórico de facturación por venta de entradas. La cifra supera los 578 millones de euros. Y entre los diez primeros artistas de mayor éxito en sus giras por España, ocho contrataron a Ticketmaster para hacer llegar sus entradas a los fans. Ahora me siento muy afortunada por haber sido capaz de remar en la dirección correcta y de poder disfrutar del momento dulce que atraviesa la música en directo, lleno de ilusión, innovación y creatividad.

BUSINESS IS BUSINESS

Gallery

Contact

About us

# SUBSCRIBE

E-mail

Password

[Fogot password?](#)

Remember me

Sign in

# Subscription Economy:

## Un DIAMANTE en BRUTO

### Las suscripciones

se están convirtiendo en el principal aliado de las empresas para ofrecer sus **bienes y servicios**. **UN MODELO QUE SE PREVÉ PODRÁ DUPLICAR SU VALOR PARA 2030**

Texto de M<sup>a</sup> Gabriela Sivira

**E**l modelo de *Subscription Economy* es un diamante en bruto y las empresas no paran de ingeniárselas para adaptarlo a sus negocios. Cada vez son más los usuarios que prefieren un servicio personalizado que, a cambio de una contribución mensual, ofrece una amplia gama de bienes y servicios, sustituyendo la necesidad de adquirirlo de forma permanente. El sistema que se popularizó con empresas como Netflix, Amazon Prime o Spotify, ahora se expande a plataformas de música, entrega de comida a domicilio, gimnasios, agencias de viaje y softwares.

El fenómeno económico viene rodando como una bola de nieve desde, al menos, los últimos 12 años. Zuora desvela, en su informe *Subscription Economy Index™ (SEI)*, que las empresas que utilizan este modelo han crecido en dicho período de tiempo un 3,4% más rápido que las compañías presentes en el Standard & Poor's 500, representado en su mayoría por negocios basados en productos.

El estudio apunta no solo a que crecen más rápido, sino también a que lo hacen de forma sostenida. "El crecimiento de los ingresos trimestrales de SEI se mantuvo estable durante el año pasado, mientras que el S&P 500 continúa disminuyendo", detalla la investigación. Si bien el efecto de la pandemia llevó a que ambos modelos registraran importantes caídas en sus cifras, los datos del Standard & Poor's 500 fueron más severos.

Este modelo está lejos de haber tocado techo. Adolfo Ramírez, experto en transformación digital empresarial y exdirector General adjunto Banco Santander España, explica a *Business People* que "la *Subscription Economy* sigue siendo un fenómeno dentro de los mercados económicos y muestra signos de crecimiento continuo. La idea de 'Todo como Servicio' (XaaS) ha permitido que este modelo se expanda a sectores y negocios hasta ahora basados en ventas 'únicas' como la alimentación, la moda o la belleza". →



A

**ADOLFO RAMÍREZ**

Experto en transformación digital empresarial y exdirector General adjunto Banco Santander España

### UNA ÉPOCA DORADA

El también exdirector general de Banesto destaca que la *Subscription Economy* “no solo no ha pasado su ‘época dorada’, sino que está evolucionando y expandiéndose a nuevos sectores y modelos de negocio”. Y añade: “A medida que más empresas y consumidores reconocen los beneficios de este modelo, es probable que su crecimiento y consolidación en los mercados económicos continúe en los próximos años”.

Se trata de un proceso que ya se está viviendo en España, donde cada vez más compañías apuestas por implementar las suscripciones para ofrecer sus servicios. Ramírez recuerda que “aunque su desarrollo y penetración varían en comparación con otros países de la Unión Europea y Estados Unidos, la adopción de este se ha visto influenciada por varios factores, incluyendo la digitalización empresarial, las preferencias de los consumidores, y la innovación en sectores claves”.

“España está avanzando, pero a un ritmo más moderado en comparación a otros países dentro de la Unión Europea. Sin embargo, el mercado español ha mostrado un crecimiento significativo en sectores como el software, el entretenimiento digital, y más recientemente en servicios de movilidad y alimentación”, matiza el experto.

Si se compara internacionalmente, “la cultura empresarial innovadora y orientada al consumidor ha permitido una adopción y crecimiento rápidos de estos modelos en Estados Unidos”, explica el exdirector General adjunto Banco Santander, quien recuerda que “España todavía se encuentra en una etapa de maduración más temprana” del modelo. “Esto se debe, en parte, a diferencias en la adopción tecnológica, la disposición de los consumidores a suscribirse a servicios a largo plazo y muy significativamente la escala de mercado disponible”, sentencia.

### LA ECONOMÍA DE LAS NUEVAS GENERACIONES

A pesar del aumento observado en los negocios por suscripción en España, todavía hay un largo camino por delante. Javier Vello, socio responsable de la transformación de EY y de la práctica de Business Consulting, indica que “muchos analistas prevén un crecimiento continuo del *Subscription Economy*. Algunos proyectan que para 2030 el valor se habrá duplicado, y creo que el cambio decisivo para este cre-



cimiento será la transición de las suscripciones de activos digitales a físicos”.

Vello hace hincapié en que “cuando se habla de suscripción, la gente enseguida piensa en las plataformas digitales, vídeo, audio, etcétera. Son activos, al final, digitales. Lo que se está haciendo ahora, por ejemplo, los coches por suscripción, es que estamos pasando de un modelo de CAPEX, es decir, yo adquiero un coche, a un modelo de OPEX, voy pagando un coche, y el día que no quiera, dejo de pagarlo. Y no tengo más obligación, o incluso puedo ir moviendo y cambiando de coches en el mes con una tarifa”.

El experto señala que aún “somos de la economía del poseer más que de la economía del usar. Pero las nuevas generaciones cada vez van entendiendo más el valor del usar antes que el poseer. El coche es un ejemplo bastante paradigmático, el *car sharing*. En las nuevas generaciones están triunfando mucho más que tener el coche en propiedad”.

Si bien la *Subscription Economy* se está implementando progresivamente en diversos sectores, la barrera generacional representa uno de los mayores desafíos. El socio de EY explica que esto se debe “al ADN del consumidor español, que durante mucho tiempo ha considerado la posesión como un símbolo de estatus, seguridad y confianza en el fu-

J

**JAVIER VELLO**

Socio responsable de la transformación de EY y de la práctica de Business Consulting





## Amazon supera la barrera de los **200 MILLONES** de suscriptores en sus servicios Prime

turo, lo que está evolucionando hacia un modelo donde solo quiero usar lo que necesito en el momento que lo necesito”.

En este sentido, se trata de un proceso que necesita de tiempo para demostrar su máximo potencial. “La gente está migrando a diferentes conceptos. La aparición de mucho intermediario digital hace que la gente pierda el miedo a entrar en este tipo de economía”, admite Vello.

### NUEVA FORMA DE VOLAR

La adaptación del modelo de *Subscription Economy* está desarrollándose en uno de los mercados más importantes para el PIB español: el turismo. Una de las empresas que está apostando con fuerza por este sistema es eDreams ODIGEO, que cuenta con tres marcas enfocadas a las suscripciones: eDreams Prime, Opodo Prime y GO Voyages. Con un incremento del 220% en su servicio Prime durante los últimos cinco años.

En concreto, la meta es contar con 7,25 millones de miembros Prime para marzo de 2025. “Estamos acercándonos a esa meta a paso firme”, admite el CEO de eDreams ODIGEO, Dana Dunne, a *Business People*.

“Para ponerlo en perspectiva: antes de la pandemia, teníamos menos de medio millón de miembros Prime, el crecimiento firme del programa es una prueba incon- →

El Subscription Economy creció un **3,4%** más rápido que las compañías presentes en el Standard&Poor's 500

## SUSCRIBIRSE AL FUTURO

EN CONVERSACIÓN CON LA RESPONSABLE DE AMAZON PRIME PARA EUROPA, ANA COTI



### Amazon Prime crece año tras año, ¿cuántos usuarios tienen ya?

Actualmente más de 200 millones de clientes en todo el mundo se benefician de las ventajas de Prime, Vemos un crecimiento tanto en el número de nuevos clientes de Amazon Prime, como en la renovación de la suscripción. Además, observamos una alta fidelidad por parte de los clientes.

### ¿A qué atribuye la buena recepción del servicio y las estrategias implementadas para convertirse en referente mundial del sector?

Amazon se guía por cuatro principios: enfoque en el consumidor por encima de la competencia, pasión por innovar, compromiso con la excelencia operativa y visión a largo plazo. Y fue precisamente enfocándonos en el consumidor por lo que lanzamos el programa Prime, con el objetivo de hacer la vida más

fácil a nuestros clientes.

Desde entonces, siempre estamos buscando la forma de innovar y mejorar la experiencia que les ofrecemos.

### ¿Qué recepción está teniendo la incorporación de anuncios en Prime Video España?

Este cambio nos permite seguir invirtiendo en contenido de calidad y aumentar esa inversión durante mucho tiempo. Además, nuestro objetivo es tener muchos menos anuncios que la televisión lineal y que otros servicios de streaming.

### ¿Considera que el fenómeno de la Subscription Economy sigue en auge en España o está alcanzando un punto de estancamiento?

La suscripción Amazon Prime tiene un enorme valor, y cada vez son más los clientes que disfrutan de sus beneficios y ventajas. Estamos muy contentos con el crecimiento de Amazon Prime, pero seguimos →

buscando la forma de incrementar el valor que Prime ofrece a los clientes. Confiamos en que nuestra amplia selección de productos, las opciones de entrega rápida y cómoda que ofrecemos, así como una constante mejora en la experiencia del cliente faciliten el día de nuestros clientes y continúen utilizando Amazon para sus compras habituales. **¿Cuáles considera que son las principales fortalezas y retos del Subscription Economy actualmente en España e internacionalmente?**

En el caso de Prime la principal fortaleza es que ofrecemos muchos beneficios en una sola suscripción, como son los envíos rápidos y gratuitos, eventos de ofertas exclusivos como Prime Day, y lo mejor en entretenimiento como Prime Video, Amazon Music Prime, Prime Reading, Amazon Photos y Prime Gaming. El principal reto es seguir aumentando ese valor cada día a más y más clientes, es un reto que nos apasiona y que nos

hace ofrecer aún un mejor servicio.

#### ¿Y a futuro?

Para nosotros, nuestro principal objetivo a futuro y actualmente, es facilitarles la vida a nuestros clientes, brindándoles una oferta de valor atractiva e incorporando nuevos beneficios útiles en su día a día y, además, logremos mantener la fidelidad de nuestros clientes Prime.

#### ¿Qué planes o metas tienen previstas para el mercado español?

Estamos continuamente trabajando para crear la mejor experiencia de compra online para nuestros clientes en España y en todo el mundo, ofreciéndoles herramientas y funciones innovadoras que les faciliten el proceso de elección y de compra, ampliando cada día nuestra oferta de productos, haciendo aún más rápida la entrega de nuestros envíos, sumando nuevo contenido y Amazon Originals para Prime Video, ampliando la selección de libros en Prime Reading y mejorando la experiencia de Amazon Music Prime.



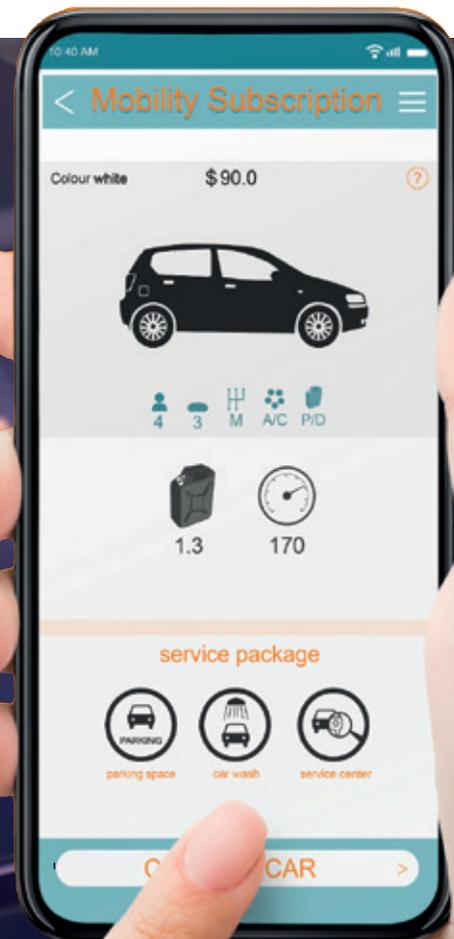
D

DANA DUNNE  
CEO de eDreams ODIGEO

## eDreams ODIGEO logró un incremento del **220%** en su servicio Prime durante los últimos cinco años

testable de su éxito y su gran acogida por parte del mercado. Tenemos una hoja de ruta clara: crear la mayor y mejor plataforma de suscripción de viajes del mundo, apoyada por la mejor IA del mercado y revolucionando la forma viajar”, adelanta.

Para Dunne no hay duda de que el fenómeno de la *Subscription Economy* continuará en auge en España, como lo revela “un estudio realizado por One Poll para eDreams ODIGEO en 2022. Con 10.000 participantes se demostró que actualmente solo el 1% de los consumidores





© Shutterstock (5)

globales no se consideran suscriptores, es evidente que hay interés por este modelo de negocio”.

Además, el CEO hace énfasis en “el crecimiento exponencial que estamos demostrando con Prime, que une el interés por la suscripción con los viajes, una parte fundamental de la vida de las personas. Los consumidores priorizan el gasto en este segmento sobre cualquier otro gasto discrecional, porque viajar siempre pasa a formar parte de nuestros recuerdos más importantes”.

El máximo responsable de eDreams desvela cuáles son las tres principales fortalezas de la *Subscription Economy* que le están permitiendo su acelerado crecimiento: “De las múltiples que podríamos nombrar: ahorro, comodidad y personalización. Los consumidores buscan marcas cercanas, que no solo los conozcan sino les reconozcan, haciéndoles la vida más fácil ya sea creando un viaje a su medida con IA o recomendando una película que vaya a gustarle. Y eso es lo que conseguimos con Prime”.

En cuanto a los retos que se presentan con este fenómeno, el CEO de eDreams ODIGEO indica que “el comercio electrónico es un entorno competitivo en el que muchos



**ISRAEL BRAVO**  
Copywriter y fundador  
de motivante.com

actores buscan la confianza de millones de consumidores. No solo hay que llamar su atención, sino que hay que diferenciarse y ofrecer una propuesta única y de alto valor”.

### AUDITORIAS EN TIEMPO REAL

Entre las propuestas más llamativas que se encuentran en España está la suscripción para la asesoría empresarial. Israel Bravo, copywriter y fundador de motivante.com, lanza en junio un nuevo modelo de auditorías en directo, donde las personas se suscribe a asesorías y pueden ver cómo se realiza el trabajo en tiempo real.

Bravo indica que, a diferencia de las asesorías personalizadas, los modelos de suscripción “te permiten llegar a mucha más gente y es infinitamente más rentable. Tú te das cuenta de que un modelo de suscripción como el que yo tenía antes costaba 100 euros al mes y había más de 2.000 personas. En este nuevo modelo, posiblemente tengamos más de 5.000 personas de 20 euros”.

El copywriter explica que “es una cantidad de ingresos que es imposible llegar de otra manera. Si yo te vendo una asesoría uno a uno solo a ti, por muy caro que te cobre, estoy vendiendo mi tiempo. Solo puedo llegar a ti. En un modelo de suscripción puedo ayudar a miles de personas de manera personalizada”.

“Es un fenómeno extraordinario porque las cosas se van profesionalizando y tienes que dar algo de verdadero valor, que la gente lo pueda apreciar” asevera.

También matiza que “si tú entregas algo de verdadero valor, a las personas nos encanta consumir contenido, ya sea de ocio o de formación, que nos aporten. Entonces la suscripción es la mejor manera de fidelizar y donde una persona está más cómoda también, sabiendo que se va aprendiendo con la continuidad o que va disfrutando de ello”.

Por otra parte, Bravo asegura que los modelos de suscripción “van hacia arriba porque ahora hay suscripciones al frente de todo. Yo tengo alumnos que tienen suscripciones hasta para educar a los perros”. Las empresas cada vez cuentan con legiones más fieles que, mes a mes, se subscriben a sus servicios y permiten la expansión de un nuevo modelo de negocio que, sin dudas, llegó para quedarse. ▲

# Empresarios **youtubers,** negocios entre **likes**



Los **directivos** surgen en las redes sociales como una fórmula para ganar seguidores y dar un mejor posicionamiento a su marca.

Mientras que los **creadores** de contenido aprovechan su popularidad para dar el salto al emprendimiento:

## LAS DOS CARAS DE UNA MISMA MONEDA...

---

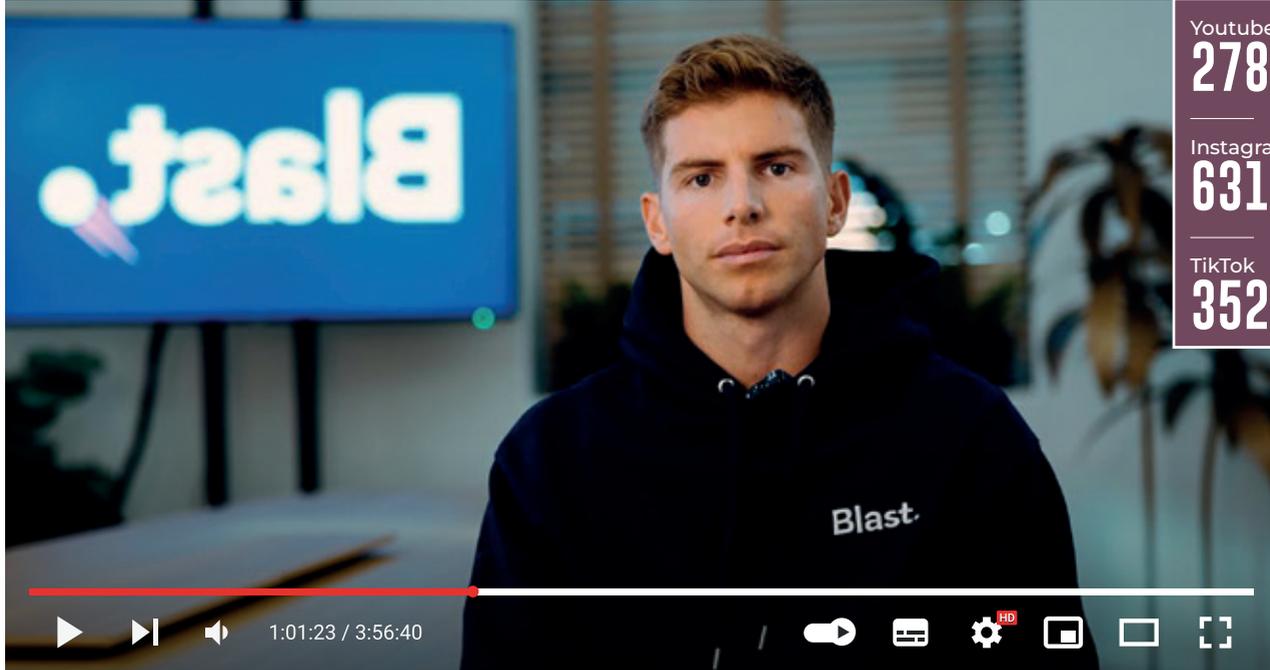
Texto de Ernesto Páez

---



Los 'secretos' del mundo empresarial ahora se desvelan desde un reel de Instagram o en un vídeo de YouTube. Los directivos y emprendedores están catapultándose en las redes sociales al mismo tiempo que hacen crecer a sus compañías. Sus propias experiencias les convierten en una especie de gurús digitales, a los que siguen cientos de miles de usuarios que buscan encontrar la clave para triunfar en los negocios o para invertir acertadamente su

dinero. La pantalla del teléfono móvil es, sin embargo, un espejo con dos caras. Del otro lado, están los creadores de contenidos que fueron ganando popularidad con el paso de los años y que, ahora, deciden construir sus propias firmas, ya sea a través sus propias marcas de ropa y accesorios, liderando academias digitales o incluso lanzando sus líneas de gimnasios. Por eso, actualmente no hay nada más *trendy* que ser un empresario youtuber.



Youtube  
**278K**

Instagram  
**631K**

TikTok  
**352K**

**N**acido en Tenerife en 1995, Pedro Buerbaum se dio a conocer al montar la franquicia de gofres La Pollería. Un éxito no solo empresarial, sino también en las redes sociales, donde creció como la espuma. Ahora, el emprendedor es popular por sus canales de TikTok, YouTube y por su podcast Worldcast, además de ser la cara visible en España de Blast, una app francesa de inversión de capital riesgo que aterrizó en España a finales de 2023.

**Con 16 años ya tenías una tienda online de bañadores, ¿eres un emprendedor nato?**

Soy de la opinión de que venimos con muy poco de nacimiento. Me parece una creencia limitante, creo que podemos autoconstruirnos, como el personaje de nuestro propio videojuego. No obstante, desde que tengo uso de razón me visualicé como emprendedor, que no empresario. Me gusta crear sin parar, pero no me gusta administrar. Me gusta definirme como: artista al servicio del capitalismo.

**¿A qué atribuye el éxito de su proyecto La Pollería?**

El éxito surge de algo que entendí muy rápido. Nunca fue un negocio de hostelería, es un negocio de redes sociales. Muy sencillo, con 18 años veía cómo aparecía el movimiento *foodie*. Esos negocios estaban siempre llenos y sus precios estaban un 30-50% por encima de alternativas que no estaban de moda. Lo vi blanco y en botella. Para muchos modelos de negocio

lograr que el cliente saque el teléfono del bolsillo y lo comparta en redes es publicidad gratis, y vivimos en la industria de la atención, el activo más preciado del siglo XXI.

**¿Por qué decide transmitir sus conocimientos financieros a través de YouTube y TikTok?**

Cuando empecé mi *podcast* vi claramente que mi perfil funcionaba mucho mejor que el resto. Así que decidí abrir otras verticales para maximizar el alcance de mis contenidos por el potencial de construir un ecosistema de proyectos alrededor de toda esa audiencia. Lógicamente también es muy gratificante poder compartir y recibir el *feedback* de millones de personas. A día de hoy no vendería mi marca personal por 50 millones, y llevo un año y dos meses en esto.

**¿A qué atribuye la gran popularidad de su podcast?**

Naturalidad 100%. Me siento en mi casa cuando grabo, sin guiones, sin filtros, todo tipo de invitados, mentalidad abierta. Esto traspasa la pantalla. El público está cansado del contenido ultraprocesado.

**¿Qué debe hacer España para impulsar el nacimiento de nuevos emprendedores?**

Dejar de hacernos la vida imposible. Vivimos en un mundo globalizado. Nos vamos a ir todos si esto sigue así. El discurso de "que paguen los ricos" ya no sirve. Los ricos se van, ¿Y la factura?, le va a tocar a la clase media. El expolio fiscal que se da actualmente es insostenible en el tiempo.

**¿Cuáles son las metas que se plantea a futuro?**

En redes sociales quiero seguir siendo yo y seguir haciendo lo que me apetece, no dependo del dinero de nadie, por eso nadie puede privarme de libertad. A nivel empresarial, tengo un proyecto muy grande que aún no puedo desvelar. Es algo muy ambicioso.

**Podcast Worldcast**

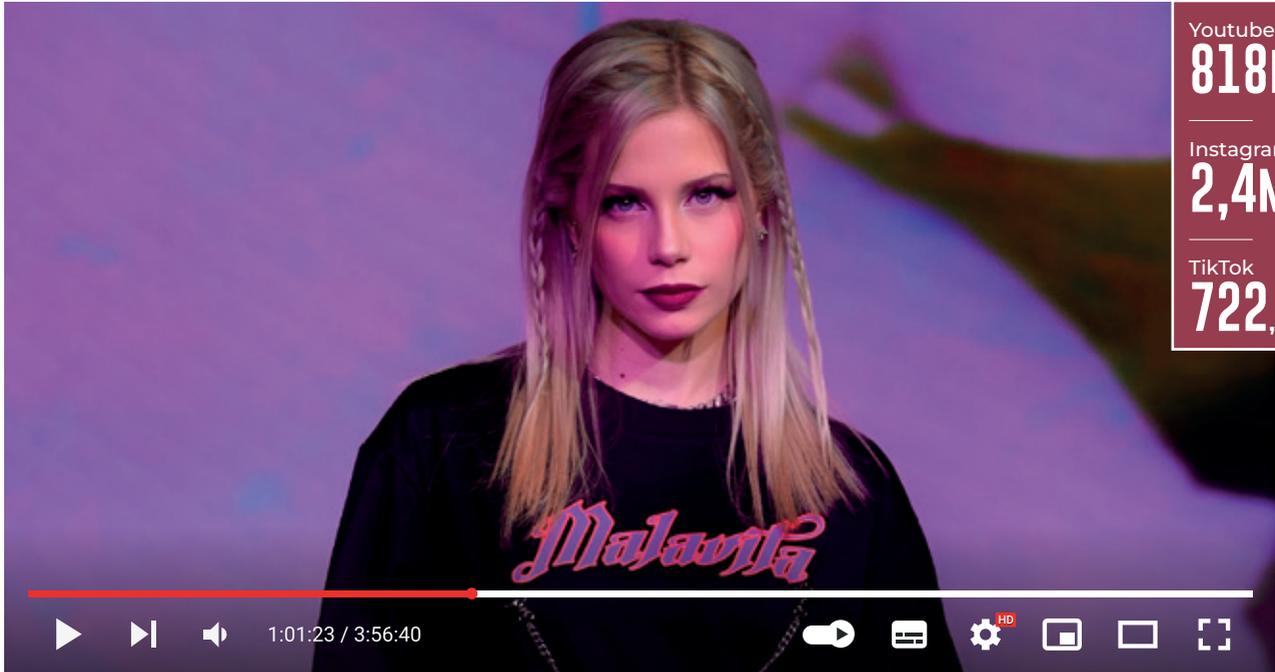
Youtube  
**758K**

Instagram  
**1MILLÓN**

TikTok  
**190K**



## Biyín, streamer a la moda



Youtube  
**818K**

Instagram  
**2,4M**

TikTok  
**722,6K**

**S**ara Moledo, mejor conocida como Biyín, ganó popularidad como modelo y, posteriormente, en Twitter y en Instagram. Una fama que se disparó en Twitch, cuando retransmitía partidas de videojuegos como *Among Us* junto a Auronplay. A pesar de su gran notoriedad, no renunció a una de sus pasiones: la moda. Así que la streamer gallega lanzó la marca Malavita, donde su estilo y la IA la convierten en un proyecto que está generando “un notable éxito” en España, EEUU y México.

### ¿Por qué te centraste en el sector de los videojuegos?

El auge de *Among Us* en 2020 fue una experiencia emocionante y significativa para mí. Disfruté la emoción del juego y la conexión que proporcionaba tanto con amigos como con la audiencia que llegaba principalmente a través del canal de Auronplay. Para muchos, vernos jugar fue una forma divertida de evadirse durante lo que había y seguía siendo un año desafiante (pandemia). A raíz de eso, comenzaron a pedirme que abriera mi propio canal de Twitch y empezara a transmitir en vivo.

### ¿Y qué te lleva a irrumpir en el mundo de la moda en noviembre de 2023?

Mi pasión por la moda y la belleza. La moda es un lenguaje universal que nos permite expresar nuestra identidad y creatividad a través de la ropa y los accesorios que elegimos. Desde tendencias vanguardistas hasta estilos clásicos, la moda refleja nuestras personalidades, culturas y valores, convirtiéndose en una forma

única de comunicación visual en constante evolución.

### Los modelos de tu marca utilizan modelos generados por IA, ¿es el futuro de la moda?

Las nuevas tecnologías están jugando un papel cada vez más importante en el futuro de la moda. Desde la digitalización de la industria hasta la incorporación de realidad aumentada en experiencias de compra, las tecnologías emergentes están transformando la forma en que diseñamos, producimos y consumimos moda. Por ejemplo, la impresión 3D está revolucionando la fabricación de prendas, mientras que la inteligencia artificial ayuda a predecir tendencias y personalizar recomendaciones de estilo.

### ¿Qué aprendizaje como creadora de contenido te ayuda en tu nueva faceta como empresaria?

Tanto los creadores de contenido como los empresarios comparten su capacidad para identificar oportunidades y crear algo único y valioso. Ambos deben ser creativos,

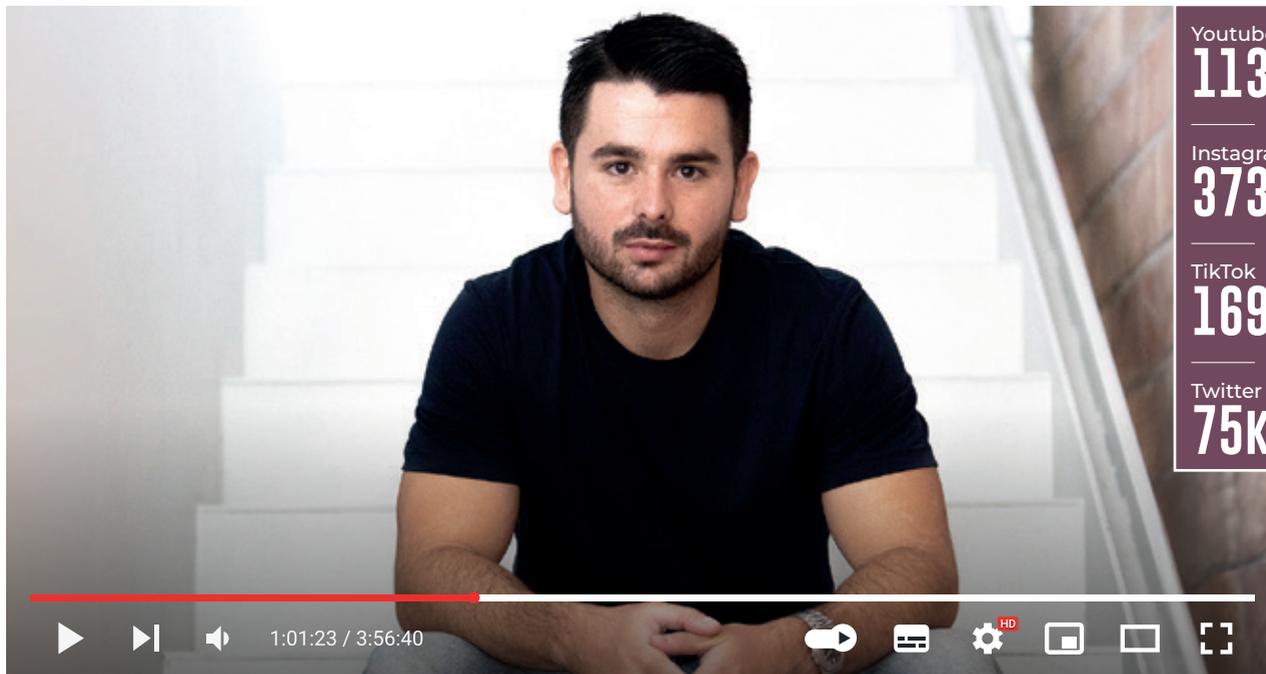
innovadores y estar dispuestos a asumir riesgos para alcanzar el éxito. También necesitan entender a su audiencia o mercado objetivo y adaptarse a las demandas cambiantes del entorno digital o comercial. Sin olvidar que deben tener habilidades para la gestión del tiempo, la planificación estratégica y la promoción de sus productos o servicios.

### ¿Qué impacto económico está teniendo Malavita?

La marca ha experimentado un notable éxito en diversos países, destacando especialmente en España, EEUU y México. Su expansión geográfica ha sido acompañada por un sólido desempeño financiero, caracterizado por una recuperación efectiva de la inversión inicial y un crecimiento que ha superado las expectativas en estos mercados.

### Una recomendación a quien aspira a convertirse en empresarios y creador de contenido

Identifica tu pasión y mantén una consistencia firme en tus esfuerzos.



Youtube  
**113K**

Instagram  
**373K**

TikTok  
**169K**

Twitter  
**75K**

**E**l sevillano Enrique Moris es uno de los traders más populares de las redes sociales. Sus inversiones son seguidas por miles de usuarios que anhelan alcanzar su patrimonio valorado en 40 millones de euros. Sin embargo, el experto de la inversión no esconde sus conocimientos, sino que los transmite en las redes y a través de la academia tradeando.net, un proyecto con el que prevé facturar 40 millones de euros en 2024.

### ¿Qué le impulsó a sumergirse en el sector del trading?

En mis proyectos de emprendimiento previos tuve la oportunidad de generar un capital significativo que estaba buscando reinvertir. Al valorar varios modelos de negocio, me di cuenta que la gran mayoría conllevaban una serie de limitaciones y complicaciones. El trading se presentó como la solución ideal, ya que ofrecía liquidez inmediata, margen de ganancia directo y la posibilidad de obtener lo que ganas sin intermediarios ni complicaciones adicionales.

### ¿Cuál fue su 'fórmula secreta' para analizar y predecir las tendencias del mercado?

Mi 'fórmula secreta' se ha forjado a través de años de experiencia, de un arduo proceso de ensayo y error, y de una mentalidad contraria a la corriente convencional. Reconozco que he cometido muchos errores y he perdido dinero en el proceso, pero cada pérdida ha sido una lección valiosa que me ha acercado más

a entender los movimientos del mercado.

### ¿Y para aumentar su popularidad como trader?

Decidí tomar un enfoque radicalmente diferente al convencional. Observé que muchos traders compartían sus éxitos en redes, pero pocos lo hacían de manera transparente y en tiempo real, con cantidades de dinero significativas en juego. Vi una oportunidad para destacarme en un campo saturado al ofrecer una visión honesta y auténtica de mi actividad. Lo más determinante fue cuando decidí publicar en directo mis operaciones en Twitter, mostrando no solo mis ganancias, sino también mis pérdidas y el proceso completo detrás de mis decisiones.

### ¿Qué representa empresarial y económicamente Tradeando.net?

Con una base de 30.000 alumnos y un equipo de 94 personas altamente cualificadas, la empresa ha logrado consolidarse como la academia de trading más grande de Europa y

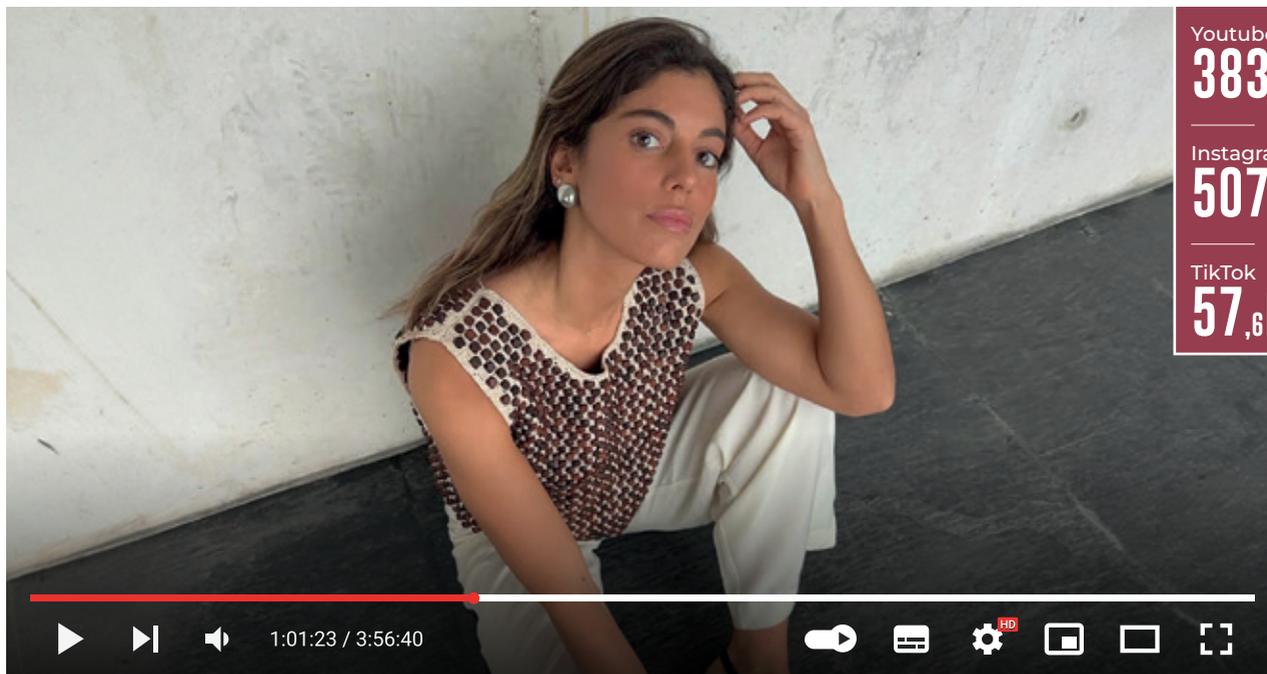
Latinoamérica. Nuestra presencia se extiende por múltiples países de ambos continentes, lo que refleja el alcance global de nuestra plataforma. A nivel financiero, ha experimentado un crecimiento impresionante. Proyectamos una facturación de 40 millones de euros para el año 2024.

### ¿Cree que los grandes empresarios del IBEX35 deberían aconsejar a las próximas generaciones en las redes?

Me gusta la idea de que alguien que no tenga recursos para formarse puedan aprender de personas de este calibre. Así que sí, considero que los grandes empresarios del IBEX35 deberían considerar la posibilidad de aconsejar a las próximas generaciones a través de las redes sociales, lo que además les permitirá llevar sus conocimientos y lecciones a audiencia más amplia y diversa. Esto no solo beneficiaría a las personas que buscan orientación y consejos para avanzar en sus carreras o emprendimientos, sino que también contribuiría a la difusión de valores y prácticas empresariales positivas en la sociedad en general.



## Sara Baceiredo, la fuerza del volcán



Youtube  
**383K**

Instagram  
**507K**

TikTok  
**57,6K**

**S**ara Baceiredo empezó en el mundo de las redes sociales con apenas 15 años y, cinco años después, lanzó su línea de bolsos y accesorios veganos, It's Lava. Un proyecto que, en 2023, sobrepasó el millón de euros en facturación, una cifra que buscarán duplicar con la expansión por Latinoamérica. Aunque reconoce que ha dado sus pasos sin "tener nunca nada claro", su éxito dentro y fuera de las redes sociales está explotando como un volcán.

### Tras dar el salto a YouTube estudiaste el Grado en Liderazgo, Emprendimiento e Innovación, ¿tenías claro que querías compaginar ambos mundos?

Sinceramente nunca he tenido nada claro, tampoco he tenido una vocación ni un objetivo súper claro al que llegar. Y creo que eso ha sido lo que me ha ayudado a ir poco a poco labrándome mi camino, el no tener expectativas ni estar obsesionada con nada. Estudie mi carrera por descarte, la verdad, simplemente me aseguré de sacar una buena nota en selectividad por si luego no me gustaba la carrera ¡aunque al final la terminé!

### ¿Cómo surgió la idea de fundar 'It's Lava'?

Siempre quise hacer algo dentro del mundo de la moda, aunque nunca he tenido mucho conocimiento sobre el sector. Desde peque me ha gustado la ropa y el expresarme a través de esta, pensé en hacer una marca de ropa, pero no sentí que fuera a ser capaz que de hacerlo mejor que los grandes

de la industria. Finalmente, me decanté por los bolsos porque es un accesorio que siempre llevas contigo y habla mucho de una persona. Lo más difícil fue enfrentarnos a la educación que tiene la gente en España a la hora de consumir, empezando por el precio.

### ¿A qué atribuyes el gran éxito de tu marca de bolsos y accesorios veganos en tan pocos años?

Creo que sin duda ha sido apostar por un buen equipo y pensar siempre en el cliente. Al final, bolsos puedes comprar en muchos sitios, pero nosotras hemos priorizado a la clienta y esa admiración a la marca antes que nada.

### ¿Crees que hubiera tenido el mismo impacto sin tu reconocimiento en las redes?

Creo que me hubiera costado más arrancar, pero llega un punto que por mucha relevancia que yo tenga, si la marca no evoluciona, se estanca. En un comienzo si impactó que yo tuviera una comunidad ya formada, pero hoy en día las ventas

se las atribuimos a los productos, el marketing y la esencia de la propia marca.

### ¿En qué situación económica se encuentra actualmente 'It's Lava'?

2023 fue el año en el que It's Lava explotó y sobrepasamos el millón de euros en facturación, este año nuestro objetivo es terminar de pulir la marca y explotar internacionalmente.

### ¿Qué consideras que se debería hacer, o dejar de hacer, en España para impulsar el nacimiento de nuevos emprendedores?

Buff... son tantas cosas las que se podría hacer para promover el emprendimiento. Empezando por las tarifas fijas que pagamos, lo complicado que es conseguir ayudas por motivos burocráticos, sería ideal que se nos diera una formación básica y obligatoria en temas legales y financieros para luego no llevarnos sustos por cosas que no sabemos porque nadie nos las enseña... pero si algo tenemos los emprendedores es que sabemos sacarnos las castañas del fuego! (risas)



Youtube

81K

Instagram

128K

TikTok

15K

Con 7 años le pidió a su abuelo que le cambiaran la paga por acciones, obviamente no le dejaron meterse en bolsa tan joven y tuvo que esperar 8 años más para comprar la primera. Se arruinó completamente y comprendió entonces la importancia de garantizar la libertad financiera para no depender del Papa Estado. A través de Libertad Inmobiliaria asesora a quienes están interesados en encontrar en las inversiones una fórmula para desplegar las alas.

### Desde los 7 años mostró interés por la bolsa, ¿se nace con la vena emprendedora?

Bajo mi punto de vista hay una parte innata, algo que tienes o no en tu ADN. Sin embargo, el entorno influye mucho y lo que ves a tu alrededor, en casa, en tu círculo de amigos, y las opiniones que escuchas sobre el emprendimiento o la inversión cuentan. El azar y lo que vives juega un papel importante también.

### ¿Cuáles son las reglas básicas que se deben seguir para invertir en España?

Las reglas son universales: no inviertas en aquello que no entiendas, pero tampoco cometas el error de no querer aprender nada nuevo. Si no sabes, haz el esfuerzo de aprender porque, te guste o no, manejas dinero en cada instante de tu vida.

Por otro lado veo importante tener un plan, una estrategia, una hoja de ruta a medio y largo plazo, para no ir como pollo sin cabeza, dejándonos llevar por la última moda en inversión.

### ¿Es el ladrillo el mercado un

### mercado estable para invertir?

Depende de lo que busques. En cuanto a revalorización las zonas que más crecen son aquellas donde llega mucha población a trabajar y/o por turismo: Madrid, Barcelona, Málaga, zona del Levante, Mallorca o País Vasco. En cuanto a rentabilidad de alquiler las provincias más rentables son las de Comunidad Valenciana, Lleida o Huelva. El mercado inmobiliario, bajo mi punto de vista, es más estable si combinamos la rentabilidad de alquiler con la revalorización.

### ¿En qué sectores se siente más cómodo invirtiendo usted y por qué?

Invierto únicamente en lo que conozco: Por un lado en fondos indexados, que no deja de ser invertir en empresas cotizadas de todo el mundo a un coste muy bajo. Hago esto cada mes, de forma automatizada, para "pagarme a mí primero". De esta forma voy construyendo un patrimonio de forma pasiva y gracias al interés compuesto (la bolsa tiene una

rentabilidad anual media de un 7% aproximadamente).

Y por otro lado invierto en inmuebles para alquilar. Mi filosofía es comprar pisos relativamente económicos, porque son más rentables en cuanto al alquiler y me siento más cómodo porque tienen alquileres más asequibles que pueden pagar el 99% de los españoles. La idea es que den una rentabilidad bruta de alquiler por encima del 8%.

### ¿Qué le impulsó a transmitir sus conocimientos en las redes?

A mis 23 años me fastidiaba que a mis amigos no les interesase la inversión y no entendieran la oportunidad que tenían de empezar a invertir y poder jubilarse antes. Así que escribí un manual para contarles en dos horas todo lo que tenían que saber en su vida sobre inversión, con un plan práctico paso a paso. Cuando lo tuve escrito, quise probar suerte y autopublicarlo en Amazon con el nombre de *Independizate de Papá Estado*. Más tarde llegó mi blog, el podcast, YouTube, Instagram y los libros.

# THE **SAVE DATE!**



**TOP 10  
MARKETERS**

Noviembre 2024

**A**

A partir de noviembre, **Business People** estrenará sus especiales con **TOP 10 Marketers**, una publicación clave para todos aquellos que sabemos que la promoción y comunicación de una empresa es una inversión crucial y no un gasto. Un mes después, se lanzará **La Forma de la Belleza**, donde se destaca una selección de 20 productos tan especiales como estéticos. **Apúntate estas fechas importantes en tu calendario**

Si cada número de  
**Business People**  
es especial, algunos son aún más  
**especiales**

LA FORMA  
DE LA BELLEZA

Diciembre 2024

La forma  
de la  
Belleza  
2025

# OFICINAS QUE DESAFÍAN LO CONVENCIONAL

**Las empresas están refugiándose en la creatividad del diseño para convertir las áreas de trabajo en zonas hogareñas,** divertidas o innovadoras que faciliten la realización de las tareas de la plantilla en un ambiente más cómodo e interactivo. Todo vale para romper con lo tradicional, desde incorporar toboganes, hasta hacerse un hueco entre los árboles o tener de compañero al propio Spider-Man

Texto de **Cristina Mendoza**

**L**as empresas aumentan sus esfuerzos por rehuir de la oficina convencional. No es secreto para nadie que la innovación en las zonas de trabajo conlleva a un conjunto de beneficios para la plantilla, que van desde el incremento en la productividad, hasta reducir el efecto burn out o incluso ayudar a retener el talento.

El informe del World Green Building Council admite que el diseño de la oficina juega un papel clave en el rendimiento laboral de los trabajadores. Una afirmación que respalda el estudio The New Habitat 24/25: así cambian los espacios que habitamos presentado por APE Grupo, donde se estima que un buen diseño de interiores mejora en un 75 por ciento el rendimiento del empleado. Aunque pueda parecer un índice muy alto, tan solo mejorar la calidad del aire ya incrementa la productividad entre el 8% y el 11%, según la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Todo vale para romper con lo tradicional, desde incorporar toboganes, hasta hacerse un hueco entre los árboles o tener de compañero al propio Spider-Man. Estos son algunas de las oficinas más espectaculares de España.



## VICIO: Deslizarse al trabajo

**E**l estudio de arquitectura External Reference diseñó los nuevos headquarters de VICIO, reconocida marca de hamburguesas. El espacio de más de 1.000 m2 está ubicado en la calle Ros de Olano (antiguo teatro), en el céntrico barrio barcelonés de Gràcia. Un área pensada para más de 60 trabajadores que busca transmitir una imagen “joven, fresca, moderna y audaz, que se siente cómoda en los contrastes”. Las oficinas de VICIO, del chef y emprendedor Aleix Puig y su socio Oriol de Pablo, cuenta con toboganes gigantescos que se convierten en los protagonistas junto con la icónica V roja, que incorpora la estación de DJ. Además, las principales zonas de trabajo están distribuidas entre tres plantas elevadas y acristaladas que ocupan lo que antes era el proscenio del antiguo teatro. Todo sin olvidar que su vibrante Playground, amplia zona de cafetería y una recepción inspirada en los icónicos restaurantes.



## SELGASCANO: Bajo los árboles

**E**l estudio de arquitectura Selgascano decidió situar sus oficinas de Madrid en pleno bosque, con una intención muy clara: "Trabajar bajo los árboles". Para lograrlo, hizo falta un techo lo más transparente posible y aislar la zona de escritorios de la luz solar directa. De ahí la parte transparente del norte, que está cubierta con una lámina doblada de plexiglás incoloro de 20 mm. El lado sur, donde están los escritorios, está más cerrado, por lo que hay una doble lámina de fibra de vidrio y poliéster en su color natural. Se trata de una estructura extremadamente compleja que se vio obligada a emplear una pieza que solo se produce para vagones de ferrocarril en Alemania.

## MATTEL: Volver a la infancia

**M**attel rehabilitó sus oficinas en Barcelona y el reto principal fue comprimir el espacio de trabajo de todo el personal de dos plantas. Para reflejar el espíritu de la marca especializada en la fabricación de juguetes, se creó un espacio abierto, agradable, divertido y lleno de luz, haciendo uso del rojo como foco para resaltar los puestos de trabajo, y el resto del espacio en blanco y maderas en tonos claros para aportar mayor luminosidad al espacio. Las salas de reuniones y phonebooths son un guiño a cada una de las marcas de juguetes de la empresa (Barbie, Hotwheels o Uno), donde se resalta el espacio a través de los colores de las sillas y los vinilos que hacen única y especial cada sala de estas oficinas.



© Iwan Baan

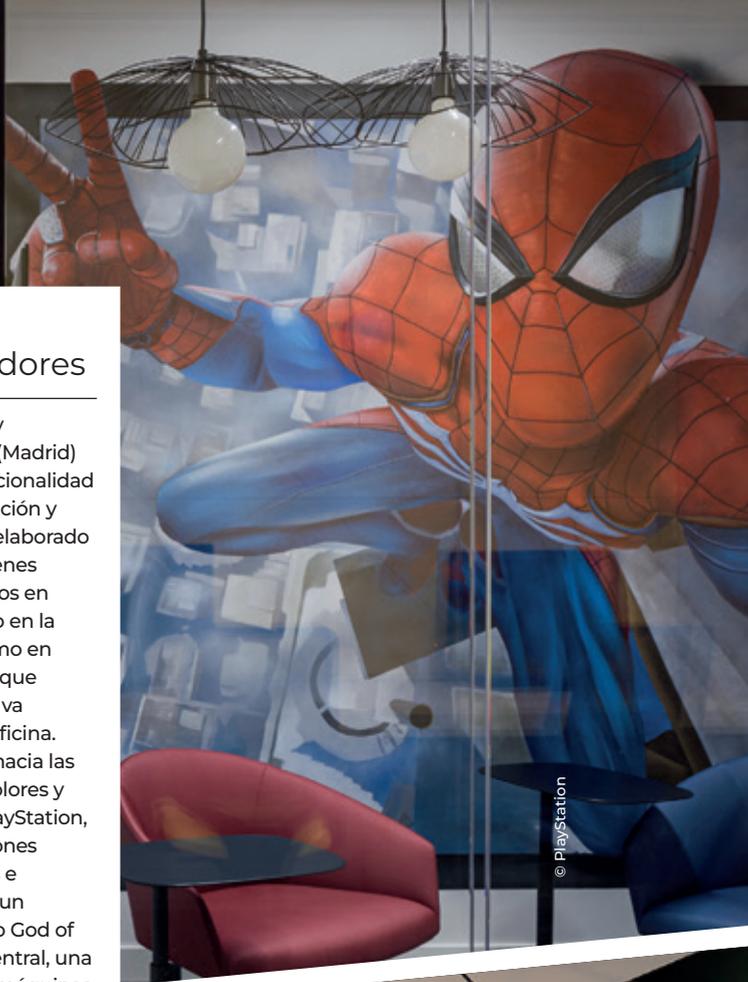


© Mattel



## PLAYSTATION: Para vosotros, jugadores

Las nuevas oficinas de Sony PlayStation en Las Tablas (Madrid) se adapta en diseño y funcionalidad a las nuevas formas de colaboración y trabajo. El concepto de diseño, elaborado por CBRE, comenzó en los orígenes japoneses de Sony, inspirándonos en su arquitectura tradicional tanto en la zona de acceso y recepción, como en las primeras salas de reuniones que el usuario se encuentra cuando va recorriendo y descubriendo la oficina. Este viaje se va transformando hacia las áreas de trabajo, adquiriendo colores y símbolos más específicos de PlayStation, hasta llegar a las salas de reuniones completamente personalizadas e inspiradas cada una de ellas en un videojuego (como Spider-man o God of War). El plato fuerte es la sala central, una *Play Room* en color azul llena de máquinas arcade de coleccionista.



## KING: Seis plantas de diversión

Las oficinas de King en el 22@, el Distrito de la Innovación de Barcelona, ocupan 6.700 metros cuadrados y están repartidas en seis plantas dedicadas al desarrollo de videojuegos. Fueron diseñadas por arquitectos británicos en octubre de 2019 para fomentar el trabajo en equipo, con espacios formales e informales que facilitan la concentración y la creatividad, así como diferentes zonas de ocio y relax dominadas por el color, la amplitud y la positividad. No faltan terrazas al aire libre, videoconsolas, mesas de ping-pong, futbolines y un estudio de sonido.

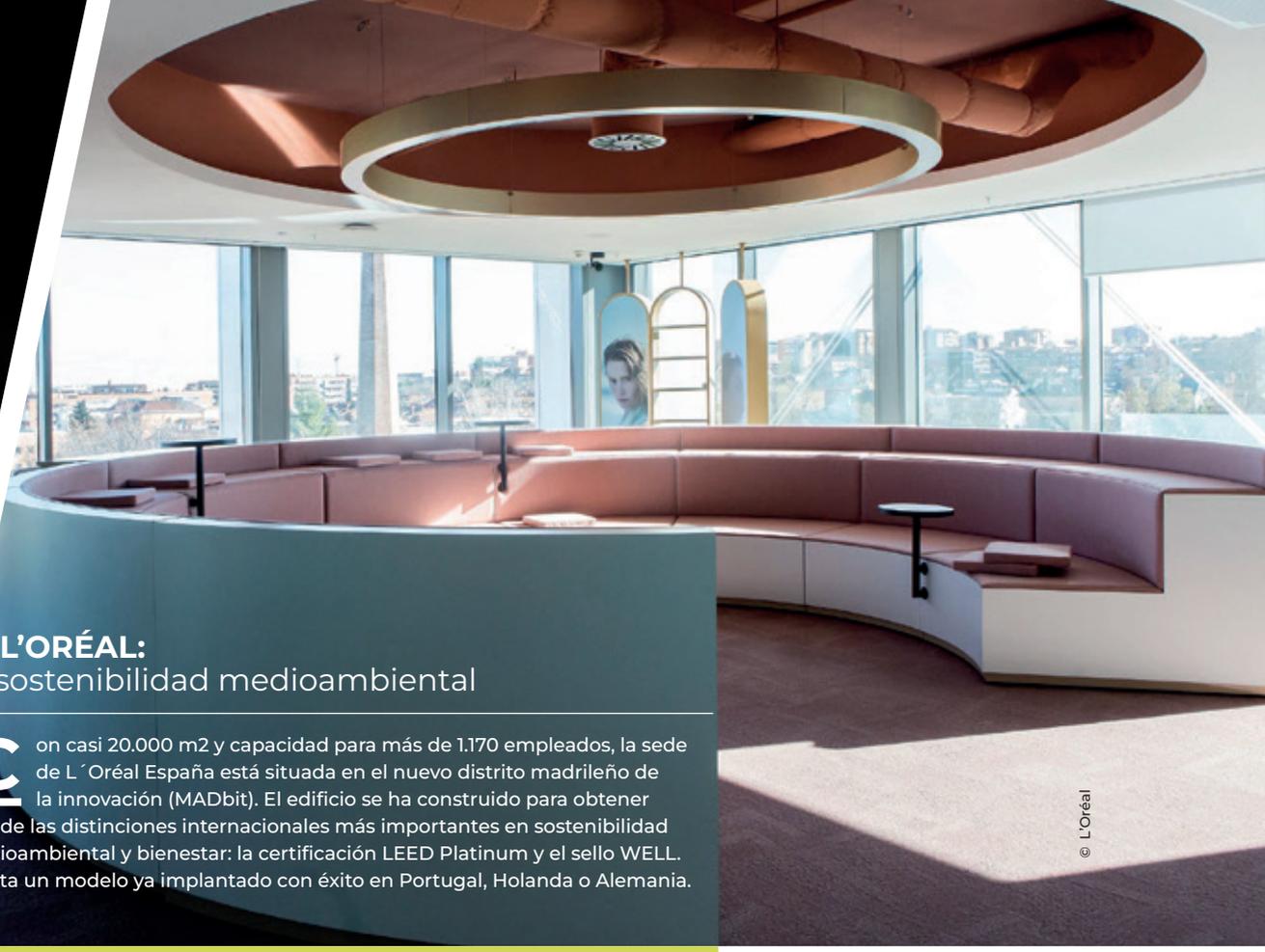


© PlayStation

© King

BUSINESS IS BUSINESS





## L'ORÉAL: sostenibilidad medioambiental

**C**on casi 20.000 m<sup>2</sup> y capacidad para más de 1.170 empleados, la sede de L'Oréal España está situada en el nuevo distrito madrileño de la innovación (MADbit). El edificio se ha construido para obtener dos de las distinciones internacionales más importantes en sostenibilidad medioambiental y bienestar: la certificación LEED Platinum y el sello WELL. Adopta un modelo ya implantado con éxito en Portugal, Holanda o Alemania.

© L'Oréal

## MERKLE: Una mini ciudad

**L**a agencia Merkle, perteneciente a Dentsu, se mudó a las oficinas recién estrenadas del grupo en Avenida del General Perón en 2021, en las inmediaciones del estadio de fútbol Santiago Bernabéu, Madrid. La empresa especializada en datos, tecnología y creatividad, usó el concepto open-space y transformó el entorno de trabajo en una reproducción de un barrio urbano con sus aceras, paradas de autobús, entradas al Metro, casetas y cabinas telefónicas. Creando una atmósfera funcional y amigable para los empleados. Con más de 7.000 m<sup>2</sup>, repartidos en dos plantas, cuenta con más de 630 puestos de trabajo.



© Merkle

BUSINESS IS BUSINESS

# CIBERSEGURIDAD PROHIBIDO FALLAR

Las empresas muestran su preocupación por el incremento de los **ataques digitales**, que se caracterizan por una sofisticación y evolución constante, lo que pone en riesgo no solo los datos de las firmas, sino la seguridad de sus operaciones y el control sobre la cadena de suministro.  
**DE AHÍ QUE SURJAN TRES TENDENCIAS QUE PREDOMINARÁN EN 2024**

Texto de **Cristina Mendoza**

**L**a ciberseguridad es una de las principales prioridades para las empresas españolas.

El informe El estado de la ciberseguridad en España 2024, elaborado por Deloitte, apunta que el 98 por ciento de las organizaciones aumenta o mantiene su presupuesto destinado a la prevención de ataques digitales. Solo un dos por ciento apuesta por reducir los fondos destinados a esta tarea de seguridad.

Una tendencia que, lejos de ser una moda, se viene instaurando ante el incremento en el número de ataques que sufren por parte de hackers. En total, un 90 por ciento de los participantes en el estudio reconoce que el número de amenazas y ataques aumentaron en el último período, caracterizándose por su sofisticación y evolución constante, así como por un presupuesto más elevado por parte de los atacantes.

Según el análisis, existe una amplia oportunidad para mejorar la integración de la ciberseguridad en los modelos de negocio. Actualmente, solo una minoría de las empresas (19 por ciento) ha implementado con éxito un modelo más garantista de ciberseguridad, alineado por defecto (by default) con el negocio. La mayoría aún opera bajo un enfoque by design o transversal (47 por ciento), sin una especialización concreta.

En este sentido, Deloitte pone énfasis en las tres tendencias principales en el sector de la ciberseguridad en España. La primera, la seguridad en la nube (92 por ciento), lo que demuestra que los modelos de nube son ya el presente de las empresas y requieren de una estrategia propia.



**90%** de los empresarios admiten un aumento en el número de ataques digitales

## LA VOZ DEL EXPERTO

CONVERSACIÓN CON **ANDREA MARCOTULLI**, DIRECTOR GENERAL DE ENJOYNET

### **¿Cuáles son los principales riesgos en ciberseguridad para las empresas españolas?**

El cibercrimen ha adquirido las características de un fenómeno criminal transnacional, cada vez más avanzado tecnológicamente y agresivo, con un nivel organizativo y profesional siempre más mayor y más sofisticado. Los ciberataques seguirán caracterizándose por formas de phishing, malware, ransomware, ataques de la cadena de suministro, falsificaciones de datos e identidades, sumado a las no actualizaciones de ciberseguridad y deepfakes; este último tipo de ataque posible gracias al uso criminal de la IA. En los próximos años, las empresas tendrán que destinar mayores recursos de gestión, formación y financieros a la lucha contra el cibercrimen. Al mismo tiempo, la adopción del smartworking amplía las posibles superficies

de ataque. Por lo tanto, se requerirán inversiones adicionales en ciberseguridad para proteger los puntos de acceso y terminales remotos (endpoint).

Por lo tanto, en los próximos años, mejorar la capacidad de recuperación reduciendo la pérdida de datos y el tiempo de inactividad operativa será una prioridad. Es más vital que nunca que todas las organizaciones garanticen la resiliencia cibernética para enfrentar amenazas cibernéticas cada vez más presentes y sofisticadas.

### **¿Cómo está afectando la IA?**

A medida que la inteligencia artificial avanza a un ritmo acelerado, existe una creciente preocupación por la proliferación de ataques más complejos e inteligentes. En 2024, se espera que aumenten los ciberataques basados en IA, y los ciberdelincuentes utilizarán cada vez más esta tecnología para desarrollar rápidamente nuevas

variantes de malware y ransomware, aplicar tecnologías ultra falsas a ataques de phishing y robo de identidad y crear malware automatizado que se adapte inteligentemente para evadir la detección, evadir medidas de seguridad, personalizar ataques de ingeniería social.

### **¿Desde qué países se realizan la mayor cantidad de ciberataques a España?**

Los ciberataques proceden de diferentes lugares: Rusia, China, Corea del Norte, Japón, Irán. España se posicionó, durante el último semestre de 2023, como el país europeo que más ciberataques ha recibido, ocupando el tercer lugar a nivel mundial, solo le supera Japón y Estados Unidos.

### **¿Qué futuro tendrá el modelo MXDR en el mercado nacional?**

Ante los retos actuales, está creciendo el valor y aplicación de un modelo de ciberseguridad corporativa centrado en el sistema MXDR (Managed Extended Detección y Respuesta),



como un enfoque que supere las limitaciones de los modelos de seguridad tradicionales, con un enfoque avanzado e innovador de ciberseguridad corporativa, que no se limita únicamente al monitoreo de endpoints, sino que proporciona una protección más amplia para todos los puntos corporativos críticos y estratégicos, garantizando un análisis extendido a toda la red para la máxima protección de los activos de la empresa.

# 92%

de las empresas españolas blindarán su seguridad en la nube

Le siguen de cerca el enfoque y tecnología Zero Trust o de confianza cero, que se ha convertido en un componente fundamental en la hoja de ruta de la mayoría de las empresas, como refleja el porcentaje del 62 por ciento de las compañías de la muestra. Y, finalmente, los modelos de Detección y respuesta extendidas administradas (MXDR, en inglés). Este último punto, pese a ser una solución de seguridad relativamente reciente, logra un importante consenso: más de la mitad de las firmas coinciden en que tendrá un papel relevante en los próximos años. ▲



REYES MAROTO

# ROBUSTECER LA INDUSTRIA... SIN TREGUA FISCAL

España registra el mayor crecimiento de la producción industrial de Europa y para la exministra de **Industria, Comercio y Turismo** se debe a los planes de choque del Gobierno y el impulso de los fondos Next Generation. Incluso augura que se alcanzará un 20% del PIB industrial en 2030.

**Eso sí, la reducción de la carga fiscal aún tendrá que esperar...**

Texto de José A. Puglisi

# R

Reyes Maroto respalda la robustez del sector industrial en España, aunque no parece muy preocupada por las quejas de los empresarios sobre la elevada presión fiscal a la que están sometidos y que respaldó la socialista durante su etapa en el Gobierno. Si bien las grandes multinacionales advierten del riesgo que supone para las inversiones y generación de empleo la carga impuesta desde Moncloa, la exministra de Industria, Comercio y Turismo defiende que se trata de una simple medida de negociación que coincide con las medidas que toman: "Una cosa es lo que dicen para presionar y otra lo que hacen...".

**España registró la mayor subida anual de la producción de la industria en Europa, ¿a qué lo atribuye?**

Supimos identificar muy bien cuáles eran los elementos necesarios para salir reforzados de la pandemia e hicimos lo

necesario: planes de choque, ayudar a las empresas a través de paquetes financieros, los ERTE e identificar aquellas industrias en las cuales España tenía que liderar a nivel mundial, para lo que aprovechamos los fondos europeos Next Generation en lo que se llamó los PERTE (Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica).

Fue inteligente la resistencia para evitar la pérdida de empleo y empresas, así como la implementación de los fondos europeos. Actualmente, los datos nos dan la razón y vemos que acertamos tanto en incrementar nuestra producción como en atraer inversión.

**¿No teme que sea un auge puntual?**

Espero que esta década sea prodigiosa para la industria y podamos recuperar esa España industrial que hace años brillaba. Muchos nos reclamaban recuperar ese 20% del PIB industrial, así como también lo exige la estrategia de Europa. Aún estamos lejos, pero ya vamos por el buen camino.

**¿Y cuándo prevén alcanzar ese porcentaje?**

Espero que para 2030 es un objetivo alcanzable.

**El capital extranjero demuestra estar muy →**

**El Gobierno podrá aumentar su presencia en nuevas empresas estratégicas**

### interesado en empresas estratégicas españolas como Telefónica, Talgo o Naturgy, ¿supone un peligro?

Hay un elemento positivo: España está en el mapa de las inversiones internacionales. ¿Dónde está el riesgo?, en empresas estratégicas. Ante el contexto geopolítico y a raíz de la guerra en Ucrania, reforzamos el control de inversiones extranjeras para proteger sectores estratégicos vinculados a las telecomunicaciones, como puede ser Telefónica y nuestra industria de Defensa, pero también elevamos la protección en sectores como el energético. Contamos con un buen instrumento que nos permite evaluar esas inversiones para aprobarlas o para decidir que si ese capital esté en manos del Estado para proteger los intereses estratégicos, como fue el caso de Telefónica.

### ¿Defiende la decisión del Gobierno de entrar en Telefónica y posiblemente en otras firmas?

Me pareció acertado en Telefónica. En otras empresas habría que ver las operaciones para decidir la mejor estrategia a aplicar. Para nosotros es fundamental garantizar la soberanía industrial.

### Se critica que las empresas participadas por la SEPI suelen registrar pérdidas (312,9 millones de euros en 2022), ¿no teme que ocurra lo mismo en Telefónica o Talgo?

No. Creo que se ha mejorado mucho el instrumento para que la SEPI participe en el tejido empresarial y, en este caso, en Telefónica. La reconversión industrial en España llevó a que el Estado fuera protagonista en empresas deficitarias que, de otra manera, no hubieran mantenido el empleo, como por ejemplo la reconversión del sector minero. El paradigma ahora es distinto y la SEPI debe buscar el sane-

## Prevé que España alcanzará el

# 20%

## industrial para el año 2030

amiento de esas empresas, mientras que se entra en empresas que ya están saneadas y que tienen mucho crecimiento en el futuro. No podemos olvidar que se tratan de posiciones distintas, ya que en el caso de Telefónica solo vamos a ser un partner, que puede estar en el Consejo de Administración tomando decisiones, pero sin ser los gestores o sin asumir todo el riesgo.

### En marzo de 2023 tildó de “irresponsable” a Ferrovial por trasladar su domicilio fiscal, ahora que la

### multinacional está a un paso de cotizar en EEUU, ¿mantiene su postura?

Fue irresponsable por el momento en el que tomó la decisión. Había mucha incertidumbre y podía haber lastrado la reputación del país y una empresa española siempre debe velar por la reputación nacional. Estamos encantados de que a Ferrovial le vaya bien, pero creo que el momento no fue el oportuno. Y, aunque se pudo haber generado un





© Javier Villagrán (5)

efecto llamada, lo cierto es que se quedó en la anécdota.

**El sector empresarial critica la alta presión fiscal, ¿es el momento de rebajar la carga o, al contrario, recomendaría ‘apretar un poco más la tuerca’?**

Hay que ver los resultados de la política fiscal, antes de someterla a juicio. Somos una de las economías que crece a mayor ritmo y estamos a máximos en materia de empleo,

Las empresas participadas por la SEPI perdieron

**312,9**  
**MILLONES**  
de euros en 2022

por lo que algo está haciendo bien el Gobierno de España al combinar una política económica y laboral con las medidas fiscales. Siempre hay que estar abiertos a modificaciones, pero debe ser equilibrada y las rebajas fiscales no pueden sacrificar el estado de bienestar de los ciudadanos.

El Gobierno supo ser empático en un momento difícil, cuando bajó el IVA, el impuesto de sociedades o implementó el mecanismo ibérico por la subida de los precios hace un año y medio. En este sentido, dejaría esa decisión en mano del Gobierno porque los resultados apuntan a que lo han hecho bien.

**¿A qué atribuye entonces las quejas del sector empresarial?**

A uno no le gusta pagar impuestos, pero es necesario. La fiscalidad debe enfocarse en un debate constructivo sobre quién paga, por qué paga y quiénes se benefician. Pero no es verdad que las empresas estén dejando de hacer inversiones por la presión fiscal y en el sector energético es donde mayores inversiones se están haciendo, por ejemplo el valle del hidrógeno de la mano de CEPSA o las realizadas por Iberdrola. Una cosa es lo que dicen para presionar y otra lo que hacen...

**¿Qué medidas ve fundamentales implementar para que incremente la producción en España?**

Es suficiente con las medidas ya tomadas por la gran cantidad de recursos puestos en la economía. Aún se están desplegando algunos PERTE, como los anunciados para el coche eléctrico, para la descarbonización o el PERTE Chip, que son 12.000 millones de euros y que aún se ha invertido muy poco del volumen que está comprometido. Los fondos de la UE nos están dando un nuevo horizonte de inversiones que aún se deben absorber por los sectores.

**¿La reducción de la jornada laboral ayudará a aumentar la productividad?**

Es un debate que debe acordarse en la negociación colectiva, pero es un buen momento para hacerlo. Aunque probablemente no podrá ser viable en todos los sectores.

**¿Se manda un mensaje de rechazo al inversor internacional con la eliminación de la Golden Visa?**

Fue una buena medida. La Golden Visa se implementó en 2013 cuando salíamos de una crisis inmobiliaria, pero actualmente el acceso a la vivienda es una de las grandes preocupaciones que tiene la ciudadanía. Entonces no se entiende que se pueda comprar, a través de una vivienda, la residencia en el país. Para mí no hay debate sobre si es buena o no la medida... es buena. Sin embargo, sí hay que mejorar los canales para obtener los permisos de residencia y ser más ágiles. ▲

ALE GALÁN

# DE REY DEL PÁDEL A PROMETEDOR EMPRESARIO

**El madrileño fue el número uno del pádel mundial por tres años consecutivos.**

A pesar de que su trayectoria profesional sigue en el top internacional, el deportista español ya se está preparando para el momento en el que deberá 'colgar la pala' y sumergirse de lleno en el mundo de las inversiones y las empresas

Texto de José A. Puglisi

# L

La juventud no es eterna y Alejandro Galán lo sabe. El jugador profesional de pádel, que fue el número uno del mundo por tres años consecutivos (2020, 2021 y 2022), está en pleno proceso de formación para dar el salto al mundo de los negocios. Tras convertirse en el representante de marcas como Adidas, Cupra o Red Bull, el deportista español tiene claro que buscará invertir en el mundo del deporte y, más específicamente, en el mercado del pádel. Un sector en el que observa un gran potencial de crecimiento en países como Estados Unidos o Qatar.

**¿Cuáles son los aprendizajes del pádel que consideras que te podrán ayudar cuando afrontes tu nueva faceta como empresario?**

Creo que se aprenden muchas cosas, tanto por lo que te aporta la parte deportiva como la económica. En lo deportivo, es importante tener claro que el trabajo

de todo el equipo es fundamental para que los resultados lleguen y, si esto ocurre, entonces entra la parte económica que ha crecido mucho en el mundo del pádel y hay que saber gestionar de la manera adecuada.

**¿Cuáles son los sectores económicos donde te gustaría empezar a invertir? ¿Qué es lo que más te apasiona de ellos?**

Ideas en la cabeza hay pero de momento mi foco está puesto en la competición. Tengo claro que lo que decida estará relacionado con el pádel y el deporte en general, porque es mi vida. Es el mundo que mejor conozco y donde más cómodo puedo encontrarme.

**¿Qué opciones de inversión de SportBoost te parecen más llamativas para iniciarte en el mundo empresarial?**

Realmente todas las startups en las que ha entrado SportBoost son interesantes y todas están relacionadas con el mundo del deporte. Cada una de ellas aporta diferentes herramientas para ayudar a que el deporte crezca de la mano de las nuevas tecnologías.

**¿Cuáles son los pasos que estás dando para aumentar tu formación académica en el mundo de los negocios?**

Me parece importante dominar una segunda lengua como el inglés, es algo fundamental para poder relacionarte internacionalmente, y ese es el primer obje- →



El negocio del pádel  
ascenderá a

**6.000**  
MILLONES DE EUROS  
en 2026

Es el representante  
de importantes marcas como  
**ADIDAS, CUPRA, RED BULL,**  
**GIORGIO ARMANI,**  
**LA ROCHE POSAY, HUBLLOT**  
o **AQUA DE GIO**

Ve un importante potencial  
de crecimiento en el mercado  
del pádel en

**EEUU Y QATAR**

Está empezando su  
**FORMACIÓN**  
como empresario con  
el fortalecimiento  
de su  
**INGLÉS**



© 360amk (3)

tivo que me he marcado. Entiendo que los deportistas debemos estar preparados para cuando nuestras carreras vayan llegando a su fin, pero es verdad que con el calendario que tenemos apenas disponemos de tiempo.

**¿Qué supone para ti representar a grandes marcas como Adidas, Cupra, Red Bull, La Roche Posay, Hublot o Aqua de Gio?**

Es un auténtico honor poder representar a marcas tan reconocidas mundialmente. Además es de agradecer que todas estas importantes marcas hayan decidido invertir en el pádel, en mi deporte, porque nos ayuda a seguir creciendo.

**Aproximadamente, en qué se traducen estos patrocinios en ingresos económicos.**

No me parece correcto hablar de cifras, pero sí te diré que los jugadores y jugadoras podemos dedicarnos a jugar al pádel gracias a los patrocinadores, sin ellos no podríamos dedicarnos profesionalmente a este deporte.

**¿Estás asesorándote con otros deportistas de élite que también están involucrados en los negocios?**

Asesoramiento directo no, pero sí estoy en contacto con otros deportistas a los que admiro no solo por su trayectoria deportiva sino por cómo han sabido enfocar

sus carreras más allá del deporte.

**El negocio del pádel ascenderá a 6.000 millones de euros en 2026, según el informe Global Padel Report 2023, elaborado por Deloitte, ¿a qué atribuyes este creciente interés en el deporte? ¿Sientes que has aportado tu grano de arena al estar en la cúpula mundial del pádel?**

Se veía que el pádel tenía muchas posibilidades de desarrollo tanto a nivel profesional como amateur. Para los amateurs se trata de un deporte muy social, relativamente sencillo de jugar y que no supone un desembolso económico muy exigente para aquellos que quieran practicarlo. Profesionalmente, creo que se ha evolucionado mucho tanto en la espectacularidad del juego como en su presentación para el consumo del espectador. Mi generación de compañeros y compañeras podemos estar orgullosos de haber contribuido a este crecimiento que no se detiene.

**EEUU y Qatar son mercados que cada vez están ganando interés en el mundo del pádel, ¿lo ves como mercados interesantes para afrontar tus primeros pasos empresariales o prefieren empezar en 'casa' [España]?**

Es verdad que en España el pádel está más desarrollado, pero sigue habiendo opciones de crecimiento que hay que tener en cuenta. En el resto del mundo hay mucho por desarrollar y es donde pueden aparecer las mejores oportunidades de negocio.

**Si pudieras imaginar tu propia empresa en 10 años, a qué firma actual te gustaría que se pareciera**

Difícil quedarse con una. Me gustaría reunir todas las fortalezas que me ofrecen mis patrocinadores. Aprender de los que pertenecen al mundo del deporte y sumar ideas diferentes que me aportan las firmas que han llegado al pádel desde otros ámbitos.

**¿Cuáles son las grandes metas empresariales que te planteas para los próximos años?**

Mis metas actuales están enfocadas en el deporte. Entrenar bien, estar preparado física y mentalmente para competir al más alto nivel, que me respeten las lesiones y poder seguir disfrutando de la práctica del pádel unos cuantos años más. Y por supuesto estar preparado a medio-largo plazo para afrontar el día después con tranquilidad para mi familia y para mí. ▲

# La UNIDAD ÉLITE

## tras el avión

## de hidrógeno

## verde de Airbus



El departamento de **ProtoSpace** contribuirá a la aceleración, a través del prototipado rápido, del **ZeroE**, el primer avión impulsado por hidrógeno y que llevará al sector de la aviación sostenible al siguiente nivel

Texto de M<sup>a</sup>. Gabriela Sivira

# AIRBUS



## Álvaro Jara

El responsable del área de Innovación ProtoSpace en Getafe desvela sus 'secretos' profesionales a *Business People*

**A**irbus hará despegar su ZeroE en 2035. La aeronave, totalmente propulsada a través de hidrógeno verde, no solo supone un salto en la sostenibilidad del sector aeronáutico, sino un verdadero reto tecnológico. Para lograrlo, el consorcio europeo ha puesto a trabajar a todas sus áreas de desarrollo tecnológico, incluido el ProtoSpace, que se encargará de acelerar los procesos a través de la implementación del prototipado rápido.

“El mayor poder del prototipado rápido reside en la localización de errores en etapas tempranas y en la implementación de estrategias de mitigación de riesgos”, afirma a *Business People*, Álvaro Jara Rodelgo, responsable del laboratorio de prototipado rápido ProtoSpace en Getafe.

Aunque resulta difícil cuantificar el ahorro exacto generado por el prototipado rápido, Jara reconoce que “su implementación puede ahorrar mucho tiempo, pudiendo incluso llegar a años, en el desarrollo del proyecto”. La clave →

© Javier Villegán y AIRBUS

está en la identificación temprana de errores en el diseño. “Cuanto antes seamos capaces de identificar cualquier tipo de fallo, muchísimo más barato será su rectificación. Hay muchos ejemplos en la industria donde grandes errores, muy tardíos, tienen consecuencias catastróficas”, matiza.

El responsable del área de Innovación ProtoSpace hace hincapié en que no existen trucos en sus procesos. “Mucha gente piensa que hacemos magia, porque se preguntan cómo somos más rápidos, más simples y baratos que otros departamentos”, bromea, pero ofrece una fácil respuesta.

“Es relativamente sencillo. No es porque seamos más inteligentes o mejores, es porque somos capaces de centrarnos en lo que verdaderamente importa, lo que nos permite simplificar mucho el problema. Esta reducción de complejidad no es más que una simplificación de requisitos que puede ser malinterpretada como un detrimento de la calidad.

Y precisa: “Estamos siempre hablando de simplificar el prototipo para demostrar un desafío en concreto, nunca en un componente real de avión. De hecho, esas simplificaciones de los prototipos previos al componente final es justamente lo que nos permite incrementar la fiabilidad del producto final”.

## Tecnología en desarrollo

Jara admite que llegarán grandes cambios en el sector de la aeronáutica. “El desarrollo de aviones con hidrógeno será una transformación completamente radical”. Airbus está estudiando tres posibles versiones para el futuro avión impulsado por hidrógeno. En los próximos años debería desvelar la versión finalmente elegida y la manera en la que funcionará su sistema de propulsión.

“Si el desarrollo de un avión tradicionalmente ha significado de 10 a 20 años a pesar de utilizar una tecnología bastante conocida, imaginen lo que implica trabajar con un concepto totalmente nuevo. Nuestro papel es el de contribuir a la aceleración de esos procesos de desarrollo porque, de lo contrario, tardaríamos unos 60 o 70 años en lograrlo”.

Existen por tanto muchos desafíos por delante en el desarrollo de la nueva generación de aviones. Recientemente Airbus presentó una pila de combustible de 1,2 megavatios de energía. “Es una barbaridad”, admite el jefe de Innovación de ProtoSpace. “Imagínense cuanta refrigeración será necesaria para compensar tal generación de calor”

De ahí que una de las tareas en la que colaborarán desde el área de ProtoSpace de Getafe será la de apoyar en la fabricación de especímenes de ensayo para mejorar los procesos de enfriamiento del avión. “Desde ProtoSpace apoyamos la estrategia de la compañía ligada a la sostenibilidad. Por eso

## DESPLIEGAR LAS ALAS

CONVERSACIÓN CON **ÁLVARO JARA**, RESPONSABLE DEL ÁREA DE INNOVACIÓN PROTOSPACE EN GETAFE

**¿Se consideran la ‘unidad de élite’ de Airbus para lograr que el avión de hidrógeno verde despegue en 2035?**

En Airbus existen numerosas unidades élite. Al final, cada vez los desafíos son más complejos y es necesario un trabajo en equipo para poder resolverlos. Airbus es una empresa muy completa, con una gran variedad de perfiles, todos ellos esenciales para garantizar un eficiente trabajo en conjunto.

**¿Creen que lograrán alcanzar la meta antes del 2035?**

Antes de esa fecha es un reto muy desafiante. No obstante, no soy yo quien podría darte esa información. Lo que sí puedo asegurarte es que se están tomando decisiones para asegurar esas metas y se están adoptando nuevas formas de trabajar más allá de la integración del prototipado rápido que permitirán acelerar los tiempos de desarrollo de los aviones

**¿Qué les permite destacar sobre los departamentos de otras empresas que también usan el prototipado rápido?**

Que estamos embebidos en el proceso de diseño y desarrollo. La gran diferencia con las áreas de otras empresas es que no somos un *shop floor* en el que el ingeniero va, entrega un plano y le dan una pieza. No, nosotros de algún modo estamos absortos en ello. Desde el principio vamos en conjunto para que, de algún modo, los primeros diseños se prototipen cuanto antes. **Ustedes son la compañía que ha logrado tener los plazos de entrega de los aviones más eficientes en España, ¿lo atribuyen a ProtoSpace?**

Decir que ProtoSpaces ha sido la causa motriz de eso sería precipitado por mi parte. Al final nosotros no somos los propietarios de esa tecnología y lo que hacemos es mitigar los riesgos para que el siguiente paso sea mucho más sencillo. Para que los departamentos de ingeniería no encuentren errores que solo ocasionarán incrementos de coste y retrasos en el desarrollo del proyecto. De lo que sí estoy seguro es de que hemos permitido la aceleración del desarrollo de determinadas tecnologías en el sector.

AGILITY  
TECHNOLOGY  
PROTOTYPING



Dos de los conceptos para los nuevos aviones Airbus ZeroE, que volarán con hidrógeno verde y que se buscarán comercializar a partir del año 2035

vamos a volcar nuestros esfuerzos en contribuir a ese gran reto de fabricar un avión completamente nuevo y que utiliza combustibles alternativos en un espacio temporal de 10 o 15 años”.

### Más allá de la aviación

ProtoSpace no se limita a acelerar los procesos en la elaboración de los aviones, sino que cuenta con importantes colaboraciones con empresas externas, siempre que supongan un reto y una oportunidad de aprendizaje. “En Toulouse participamos en la optimización de las prótesis para los Juegos Paralímpicos”, recuerda Jara.

No se trata de un caso aislado, ya que también están ayudando a desarrollar prototipos con empresas españolas enfocadas en el sector espacial. En este caso se produce



lo que se conoce como una fertilización cruzada, donde se produce un intercambio de conocimiento entre ambas partes. Sin olvidar que el departamento de ProtoSpace también estuvo detrás del desarrollo del futurista coche volador: ‘Airbus Pop Up’.

Para avanzar en un abanico tan amplio de áreas, el departamento apuesta sólidamente por el talento humano. “Contamos con un equipo de más de 20 personas, pero lo que solemos hacer cuando desarrollamos los prototipos es apoyarnos en todo lo que Airbus puede ofrecer. Un gran número de disciplinas transversales tales como finanzas, procurement o mantenimiento también deben participar en los procesos de diseño”.

### ProtoSpaces en el mundo

Con más de 10 años de trayectoria en la implementación del prototipado rápido, Airbus ProtoSpace cuenta con una red mundial donde no solo se comparten conocimientos, sino que se trabaja de la mano para lograr un avance tecnológico en tiempo récord. “A través de nuestra red global intercambiamos prácticas constantemente y lo que buscamos es colaborar entre todos”, precisa Jara.

En Alemania cuenta con dos delegaciones: una en Hamburgo, centrada en el área de Airbus comercial, y otra en Bremen, que se especializa, además, en los componentes utilizados en el negocio de Defensa y desarrollo aeroespacial. A lo que se suman las sedes situadas en Toulouse (Francia), Filton (Reino Unido) y Getafe (España).

“Hace muy poquito comenzamos una nueva aventura”, explica Jara. Se trata de la sólida apuesta de la multinacional por impulsar el prototipado rápido orientado al software, por lo que se construyó una delegación en la ciudad de Bangalore (India).

No se trata del único esfuerzo de la empresa en este sentido, ya que también está presente en las ciudades chinas de Suzhou y Shenzhen desde 2023 y 2024, respectivamente. “Ambas se van a especializar en el prototipado rápido de cara a la electrónica, porque todas las placas de electrónica se hacen ahí y saben cómo hacerlo muy rápido y de una forma muy eficiente”.

Toda la red de Airbus ProtoSpace no sólo contribuirá a volar el ZeroE, sino que también agilizará toda la nueva generación de naves comerciales, militares y espaciales que surcarán los cielos en las próximas décadas. ▲



# DECÁLOGO DEL AHORRADOR INTELIGENTE

**L**as familias españolas son cada vez más conscientes de la importancia de la planificación financiera, no solo para preparar su futuro, sino también para enfrentar con mayor tranquilidad los efectos de los movimientos eco-

nómicos globales, como el aumento de la inflación y las subidas de los tipos de interés. En respuesta a esta necesidad, Banco Mediolanum ha elaborado un decálogo con las diez claves esenciales que todo ahorrador debe tener en cuenta.



## 1 Olvídate de las predicciones del mercado financiero.

Observa cómo se comporta el mercado a largo plazo. Tal y como dice Warren Buffet: "no me preguntes dónde estarán los mercados a final de año, pregúntame dónde estarán en 15 años". Las predicciones del comportamiento del mercado a corto plazo tienen un muy alto margen de error. En lugar de confiar ciegamente en ellas, observa las tendencias a largo plazo y toma decisiones basadas en datos históricos y análisis fundamentales.

## 2 Ponte un objetivo a largo plazo.

El objetivo de ahorro debe estar muy claro y definido. Es muy importante establecer metas financieras claras y alcanzables. Tener objetivos a largo plazo te dará una dirección clara y te ayudará a mantenerte enfocado en tus esfuerzos.

## 3 Diversifica.

Poner todos los huevos en la misma cesta es temerario e ineficaz. Distribuir tu capital en diferentes soluciones, en diferentes plazos, en diferentes sectores, mercados, divisas, te permitirá reducir el riesgo. La diversificación te protege de la volatilidad del mercado y por ello es esencial evitar caer en la trampa de centrarnos sólo en lo que conocemos y buscar las mejores fórmulas según nuestros objetivos, características y perfil de riesgo.

## 4 No aparques el dinero.

El dinero inactivo pierde valor con el tiempo debido a la inflación. Por ello, es recomendable aparcar sólo el dinero que necesitemos para el corto plazo o para imprevistos. Con el resto, lo más oportuno es ponerlo a trabajar de manera inteligente para poder alcanzar nuestros objetivos financieros.

## 5 No puedes controlar tus emociones.

Cuando se trata de dinero es normal dejarse llevar por las emociones, lo que puede influir directamente en tus decisiones financieras. Para evitarlo, es clave desarrollar estrategias claras y contar con el acompañamiento de un asesor financiero que te permitirá afrontar los momentos de incertidumbre desde una perspectiva más racional y objetiva.

## 6 Fíjate en lo que hace una entidad, no en lo que dice.

Conoce qué decisiones ha tomado y en cómo actúa para confiarle tus ahorros. Más allá de lo que las entidades comuniquen, lo más recomendable es evaluar su reputación a través de sus decisiones pasadas y su desempeño.

## 7 El pesimismo es un error técnico.

El camino está lleno de altibajos, pero el mercado siempre los acaba superando. Mantén una visión positiva a largo plazo en tus inversiones. Aunque las bajadas y las caídas forman parte de la propia naturaleza de los mercados, históricamente el mercado mundial ha demostrado una tendencia al alza, por lo que no debes permitir que un período de mayor incertidumbre te desanime de tus objetivos financieros.

## 8 Ignora las modas.

No te dejes llevar por las tendencias de moda en inversiones. Lo importante es contar con una estrategia de inversión sólida y mantenerla a lo largo del tiempo, las modas pueden llevarte a contratar productos o servicios que no ofrecen lo que necesitas.

## 9 Cuenta con el acompañamiento de un asesor.

El asesoramiento de un profesional del sector te ayudará a cuidar tus ahorros y te permitirá contar con una planificación a medida teniendo en cuenta tus objetivos a corto, medio y largo plazo, tu perfil de riesgo y características. Además, el asesor te ayudará a tomar decisiones informadas en caso de que cambien tus circunstancias vitales, así como en momentos de incertidumbre global.

## 10 No compres lo que no entiendas.

Antes de contratar cualquier producto y servicio es vital que comprendas completamente cuáles son los posibles riesgos asociados y a qué objetivo responden. No te involucres en productos financieros complejos o de los que no entiendas completamente el funcionamiento. La educación financiera es clave para tomar decisiones inteligentes con tu dinero.

El **DECÁLOGO** evidencia que todas las familias españolas pueden gestionar eficazmente su ahorro mediante una estrategia clara que responda a sus objetivos a corto, medio y largo plazo. Contar con el acompañamiento de un profesional del sector les permitirá seguir esta estrategia con tranquilidad y realizar los ajustes necesarios según el contexto y los posibles cambios de prioridades en cada etapa de su vida.

# Free Time

Luchar en la batalla... del vino



**C**omo cada año, en la localidad riojana de Haro se libra su peculiar Batalla del Vino. En el marco de la Fiestividad de San Pedro (29 de junio), miles de personas acuden a los Riscos de Bilibio y comienzan esta pacífica pelea entre dos bandos en la que todos sus participantes se lanzan, unos a otros, litros de vino sin descanso. Se trata de una celebración declarada de Interés Turístico Nacional y que se organiza tras siglos de peregrinaje en honor al lugar de oración del Patrón de la ciudad, San Felices de Bilibio. Un espectáculo que termina cuando todos sus participantes, empapados en vino, se reúnen en la plaza de Haro donde se declara la Paz. ¿Estás listo para luchar? [haroturismo.org](http://haroturismo.org)



© Shutterstock

# Eurocopa: Golazo financiero

Este 14 de junio comienza en Alemania  
**la competición de selecciones  
más importante de Europa**  
y uno de los eventos deportivos más seguidos  
en todo el mundo, lo que se traduce  
en un importante impacto económico

---

Texto de **Damián Henríquez Perdomo**

---





Esta será la tercera Eurocopa con el formato actual, donde 24 selecciones competirán en seis grupos

© Getty images



Los aficionados al fútbol están de enhorabuena, este verano será tiempo de Eurocopa, el torneo internacional más importante del viejo continente. La 17ª edición de este campeonato tendrá lugar en Alemania, desde el 14 de junio al 14 de julio de 2024, un mes frenético en el que 24 países lucharán por proclamarse campeones de Europa.

No será la primera vez que este torneo se celebre íntegramente en territorio germano, ya que la República Federal de Alemania (RFA) fue sede de la edición de 1988. Sin embargo, sí será la primera ocasión en que Alemania

acoya el Campeonato de Europa de la UEFA desde su reunificación. A nivel de selecciones, la Eurocopa es considerada una de las competiciones más prestigiosas de este deporte, tan solo por detrás del Mundial. Este torneo, además de generar un fuerte impacto a nivel deportivo, también supone una gran recaudación para el país anfitrión. Eventos como la Eurocopa, el Mundial o los Juegos Olímpicos son una gran oportunidad para impulsar el crecimiento económico, promover el desarrollo y fortalecer el prestigio internacional. →

## Mucho más que fútbol

Sin ninguna duda, la Eurocopa es uno de los eventos deportivos que más personas moviliza en todo el continente. Para mejorar la experiencia de todos estos aficionados, Alemania ha preparado diferentes Fan Zones en cada una de las ciudades anfitrionas de la Eurocopa. Estos lugares también habilitarán proyecciones públicas de los encuentros, con el objetivo de que todos los fanáticos puedan reunirse para apoyar a su selección. El país teutón ve este torneo como una gran oportunidad para promocionar sus ciudades, y espera que al menos 650 mil turistas se desplacen hasta territorio alemán para disfrutar de la EURO2024. Según las previsiones del Instituto Halle de Investigación Económica de Alema-

nia, se estiman unos ingresos turísticos con valor de 250 millones de euros.

Oliver Holtemöller, presidente adjunto del Instituto Halle, piensa que la celebración de este torneo mejorará significativamente el estado de ánimo social y beneficiará a la economía, que actualmente se ve afectada por un ambiente social más desfavorable. De este modo, la Eurocopa será una gran oportunidad para que Alemania se sitúe de nuevo como uno de los principales destinos turísticos de Europa en el 35º aniversario de la caída del muro de Berlín. Además de experimentar un notable aumento del turismo, la EURO2024 incrementará las oportunidades de empleo en muchos sectores, algo que impulsará el desarrollo económi-



co local. Esta no será la primera vez que Alemania albergue un gran torneo futbolístico, ya que el país germano también acogió el Mundial 2006. Este evento creó 60 mil puestos de trabajo, unos números que esperan superar mismo verano.

Este impulso financiero no beneficiará solamente a Alemania, ya que la UEFA también espera ingresos. La confederación europea recaudará beneficios en diferentes áreas como la venta de derechos comerciales o venta de entradas. En esta Eurocopa, la UEFA estima generar unas cifras muy cercanas a la anterior edición, alrededor de 645,8 millones de euros. Además, esta repercusión también puede llegar hasta nuestro país en forma de efecto dominó. Como es lógico, el interés de los aficionados y el rendimiento de nuestra selección va de la mano, por lo que si España logra desempeñar un buen papel en este torneo, es muy probable que los españoles nos contagiemos cada vez más del espíritu de La Roja. Este efecto provocará indirectamente un aumento del consumo, beneficiando notablemente a sectores como la hostelería.

### Inicios complejos

La idea original de este campeonato surgió en 1927, cuando el secretario de la Federación Francesa de Fútbol, Henri Delaunay, propuso un campeonato de Naciones Europeas similar a la Copa América, que ya se celebraba desde 1916. Sin embargo, algunas federaciones no estaban alineadas con esta iniciativa porque en ese entonces existían muchas más dificultades para concretar los encuentros. Por estos motivos, no fue hasta el año 1957 cuando el Congreso de la UEFA aprobó la celebración del primer Campeonato de Europa de Naciones, también llamado Copa Henri Delaunay, en honor a su principal promotor.

Pese a las numerosas complicaciones, la historia de la Eurocopa se comenzó a escribir en 1958. Esta primera edición contó con bajas muy significativas (Inglaterra, Italia o la propia Alemania Federal) y se disputó en un peculiar formato de eliminatorias a ida y vuelta. Los cuatro mejores equipos se clasificaron a una fase final celebrada en Francia, donde la Unión Soviética se proclamó como la primera campeona de Europa de la historia. Desde el primer partido del torneo (1958) hasta la final (1960) transcurrieron un total de dos años.

### Alemania, capital del fútbol

De este modo, llegamos a la EURO 2024, que se celebrará en Alemania. El país teutón fue elegido sede en septiembre de 2018 por delante de Turquía, la otra federación candidata. Para llegar a albergar un evento de →



Será la primera ocasión en que Alemania acoja el Campeonato de Europa de la UEFA desde su reunificación y coincidirá con el 35º aniversario de la histórica caída del muro de Berlín



Se estiman unos ingresos turísticos con valor de

# 250

MILLONES DE EUROS

según el Instituto Halle de Investigación Económica de Alemania



FREE TIME

## EURORELATOS

LA IMPORTANCIA Y LA EVOLUCIÓN DE LA EUROCOPA, POR **TONI PADILLA MONTOLIU**, PERIODISTA QUE HA VIVIDO IN SITU LOS MEJORES EVENTOS DEPORTIVOS DEL MUNDO

**N**acido en Sabadell en 1977, Toni Padilla se define a sí mismo como un enamorado de la historia y del deporte. Actualmente, trabaja como periodista e historiador, y dirige la sección de deportes del periódico ARA. También participa en diferentes programas y retransmisiones de LaLiga TV, y colabora en medios de comunicación como Radio Marca, Gol Play, Catalunya Ràdio o Televisió de Catalunya.

Durante sus más de 27 años como profesional ha cubierto eventos como la Eurocopa, el Mundial de Fútbol y la Copa América. Además, es autor de libros como "El historiador en el estadio", "Único grande amore" o "Mala piel".

**Este verano es tiempo de Eurocopa, un evento que celebrará su 17ª edición y que cuenta con más de 60 años de historia. ¿Qué importancia tiene este torneo dentro del fútbol de selecciones?**

Podríamos decir que es el segundo más importante, tan solo por detrás del Mundial y con el permiso de la Copa América. El fútbol es un deporte que nació

en Europa, por lo que esto convierte a la Eurocopa en un torneo importantísimo, que ha ido mejorando a lo largo de los años. Las primeras ediciones tuvieron un formato que no acababa de acompañar, con partidos a ida y vuelta y una sola fase final en diferentes ciudades. Esta configuración hacía que algunas semifinales o partidos por el tercer puesto se jugaran en estadios semivacíos. Por tanto, el formato de la Eurocopa ha ido creciendo y mejorando hasta el punto de gozar de muy buena salud.

**Sin duda, será un mes de muchísima actividad. ¿Qué significa para un periodista cubrir un evento deportivo de esta magnitud?**

Es un año un poco raro porque hay un acto deportivo de mayor seguimiento a nivel global, como son los Juegos Olímpicos de París, sin embargo, la Eurocopa es un torneo que genera muchísimo interés. La aparición de las redes sociales hace que sea más estresante, ya que te obliga a informar de todo al segundo y a trabajar más rápido que antes. Además, en los últimos años se ha introducido la variante de seguir el torneo en función a clubes en particular, por ejemplo, hacer el análisis a jugadores de Real Madrid o FC Barcelona.

Si España queda eliminada en fase de grupos puede decaer un poco el interés, en cambio, si llega a la final puede convertirse en una auténtica locura.

Es una experiencia muy bonita en la que cada vez existen más limitaciones. Hace unos años, el torneo permitía a la prensa entrar a concentraciones y tener más entrevistas, cada vez se está restringiendo más el acceso.

**La sede será Alemania, un país que ya albergó el Mundial de 2006. ¿Crees que es un buen escenario?**

Es una sede difícil de mejorar. Alemania es un país con mucha experiencia organizando grandes torneos, dispone de unos estadios maravillosos y cuenta con una gran cultura de fútbol. Estamos hablando de un país donde los estadios tienen una media de espectadores del 98% y donde hay partidos de Tercera División con 50 mil espectadores. Yo tuve la suerte de cubrir el Mundial de 2006 y la red de transportes es magnífica, los trenes funcionan muy bien y los desplazamientos más largos puedes hacerlos en menos de cinco horas. Además, al estar en el centro de Europa está muy bien situado, lo que permite llegar fácilmente desde cualquier zona del continente. Realmente, me parece un sitio ideal para organizar este tipo de eventos.

**Será la tercera Eurocopa con el formato de 24 participantes. Esta ampliación supuso un considerable aumento de partidos y la introducción de los octavos de final. ¿Crees que es la configuración idónea?**

Yo he sido crítico con la ampliación. Si bien es cierto

que más partidos significa más negocio, tener a tantas selecciones le quita un poco de emoción a la fase clasificatoria, haciendo mucho más barato el billete de acceso. Esto también desdibuja un poco la fase de grupos, ya que se clasifican más equipos, pero al final es una dinámica que también están siguiendo otras competiciones como la Champions o el Mundial. Con más partidos, el volumen de negocio es mejor, por lo que todo está motivado por una cuestión puramente económica. Lo bueno de este formato es que nos permite descubrir historias bonitas como la de Georgia, que debutará en esta edición.

**Tomando como referencia las anteriores ediciones, ¿cuál crees que será el impacto que causará este torneo?**

Pienso que esta Eurocopa será mejor que las anteriores por el hecho de que se disputará íntegramente en Alemania. Esta decisión es un acierto porque a la gente le gusta que sea toda en un mismo sitio, lo que permite poner un lazo al torneo y que sea más reconocible. La decisión de deslocalizar la pasada EURO fue un poco caótica, ya que jugar un partido en Roma, otro en Budapest y otro en Londres no creo que ayudase al aficionado. En esta edición será todo mucho más fácil, y pienso que será un auténtico éxito a nivel de recibir aficionados y de audiencias televisivas.





El torneo europeo generará aproximadamente unos

# 60.000

**PUESTOS DE TRABAJO**



estas características es necesario cumplir con diferentes requisitos, entre ellos, es obligatorio contar con ocho estadios que superen las 30.000 localidades, y que uno de estos ocho tenga una valoración de 5 estrellas.

Tras salir vencedores, la Federación Alemana de Fútbol (DFB) escogió diez ciudades anfitrionas: Berlín, Colonia, Dortmund, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburgo, Gelsenkirchen, Leipzig, Stuttgart y Múnich. Estas sedes han demostrado estar más que preparadas para albergar un evento de estas características, ya que nueve de ellas acogieron el Mundial de 2006.

Los germanos son, junto a España (1964, 2008 y 2012), las selecciones más laureadas de esta competición, con tres entorchados cada una. No obstante, dos de los títulos del anfitrión (1972 y 1980) corresponden a éxitos de la República Federal, por lo que solamente han logrado ganar una EURO (1996) desde su reunificación.

Esta será la tercera Eurocopa con el formato actual, así que al igual que en la pasada edición, 24 selecciones competirán en seis grupos de cuatro participantes. Los dos primeros de cada grupo se clasificarán a octavos de final junto a los cuatro mejores terceros, a partir de aquí, será una fase eliminatoria compuesta por octavos, cuartos, semifinales y final, todos ellos a partido único.

## La cuarta estrella

La Selección Española comenzará el camino hacia su cuarta Eurocopa este 15 de junio, tan solo un día después de la inauguración. La Roja hará su debut en el torneo ante Croacia, en el Olympiastadion de Berlín, escenario de la final. El combinado nacional fue encuadrado en el grupo B, llamado por muchos como 'el grupo de la muerte', con Croacia, Albania y la vigente campeona, Italia.

La 'Azzurra' es ya una vieja conocida para los nuestros. Ambas selecciones han cruzado sus caminos en las últimas



Italia y España se han cruzado sus caminos en las últimas cuatro ediciones, con los dos enfrentamientos más recientes a favor de La 'Azzurra'

cuatro ediciones. Los dos enfrentamientos más recientes (2016 y 2020) acabaron con un recuerdo aciago para los intereses de España, que cayó eliminada de la competición ante los italianos, sin embargo, los duelos de 2008 y 2012 se decantaron a favor de La Roja, que se coronó campeona de Europa en Kiev con goleada ante Italia (4-0). Casualidades del destino, la Selección Española también se medirá a otro clásico, Croacia. Los balcánicos se enfrentarán a los hispanos por cuarta edición consecutiva, un duelo que no se le suele dar nada mal a España, que ha sido capaz de superar a los croatas en dos de los tres últimos precedentes.

Durante su estancia, los pupilos de Luis de la Fuente se alojarán en la ciudad de Donaueschingen, región de Baden-Wurtemberg, en el distrito de la Selva Negra. Según la Real Federación Española de Fútbol, las instalaciones de Der Öschberghof cumplen con creces todos los requisitos que necesita la selección nacional para su preparación para la Eurocopa. Entre otras cosas, la Roja tendrá a su disposición hasta tres campos de fútbol y amplios espacios de acondicionamiento físico dotados con la última tecnología. La RFEF tiene previsto llegar a su cuartel general el 10 de junio, cinco días antes de su debut en la Eurocopa. ▲

# LAS MOTOS MÁS EXCLUSIVAS PARA SIBARITAS

Las marcas tradicionales amplían sus gamas con modelo exclusivos, al mismo tiempo que entran nuevos actores en **un mercado que crece de forma imparable**

Texto de Ana Montenegro

**E**l mercado europeo de motocicletas vive un momento burbujeante, no sólo porque las ventas están creciendo de forma imparable, sino porque al aumento de apasionados se suma la aparición de nuevas marcas. El pasado año se vendieron en Europa más de un millón de vehículos de dos ruedas (algunas tienen hasta tres). Esto supone un crecimiento del 10,5% sobre 2022, impulsado principalmente por Italia, Francia, Alemania y España. Aquí se matricularon 199.210 vehículos, un 13,4% más que en 2022. Antonio Perlot, secretario general de ACEM (European Association of Motorcycle Manufacturers) destaca que “la tendencia de crecimiento a largo plazo de las motocicletas es un reflejo de las preferen-

cias de los consumidores, tanto para los desplazamientos diarios como para el ocio”.

La moto está de moda en Europa pero también en España como lo demuestra el hecho de que en la última década el parque no ha dejado de crecer y las ventas acumuladas en el primer trimestre de 2024 aumenten un 3,4%. La mayoría de los vehículos que se venden cumplen una función de movilidad y sus usuarios no tienen grandes exigencias. Pero en este mercado también hay hueco para el lujo y la sofisticación, muchas veces vinculado con la nostalgia del pasado. Estas son algunas de las motos más deseadas, creadas para sibaritas que buscan la emoción del viaje y poseer una máquina exclusiva. →



## Biancaneve de **DOTTO Crations**

Esta startup italiana nació de la iniciativa de dos diseñadora, Gianluca Bartolini y Francesco Iannuzzi, con más de 20 años de experiencia en empresas como Pininfarina, Italdesign Giugiaro o Volvo. Su primer trabajo sobre dos ruedas se llama Biancaneve (Blancanieves) y es un desarrollo estilístico e innovador sobre una Honda CX500 de 1979 a la que se ha despojado de todo lo superfluo para convertirla en una escultura que se puede aparcarse en el garaje o el salón. Eso no implica que no hay innovaciones técnicas, ya que se creó de nuevo. Sólo se van a hacer 20 unidades con un precio de unos 50.000 euros.



de 50.000 euros

## Ducati Diavel para Bentley

La entrada de Ducati en la división de lujo de Volkswagen está generando acuerdos con resultados sorprendentes. Tras dos series limitadas con Lamborghini, ahora llega la primera Ducati 'Bentley', una serie numerada y limitada de 550 unidades, 50 para clientes de la marca británica, con un precio de 58.000 euros. Toma como base la Ducati Diablo V4 y un rediseño inspirado en el Bentley Batur. Entre sus elementos especiales, color verde metalizado, llantas forjadas, rejillas laterales que copian la calandra bicolor del coche, tapizado Alcantara con el logo Bentley bordado y fibra de carbono de alta calidad en escape, guardabarros, cubiertas del faro o el colín trasero.



de 58.000 euros

## BMW R1300 GS

Renovación radical del modelo más deseado por los apasionados a los viajes sobre dos ruedas dentro y fuera del asfalto. Nuevo motor bóxer bicilíndrico más compacto y el más potente que BMW Motorrad ha montado nunca en una moto de serie. Tiene 1.300 cc y una potencia de 145 caballos, con un consumo similar a la anterior generación. Tiene un diseño más deportivo y es 12 kg más ligera (237 kg). Los intermitentes delanteros están integrados en los protectores de las manos. Desde 21.290 euros.

de 21.290 euros



## Harley-Davidson CVO Road Glide ST

Desde 53.800 euros puedes hacerte con la moto más sofisticada de la marca más mítica. Acaba de ser renovada con el motor V-Twin de alto rendimiento, exclusivo de este modelo, y con una potencia de 127 caballos, la mayor de una Harley en su historia. Está hecha con materiales ligeros, como titanio o fibra de carbono, con lo que se consigue reducir el peso a 363 kg. Los frenos son Brembo y tiene también una nueva pantalla multimedia táctil para controlar los sistemas electrónicos.

de 53.800 euros



## KTM Brabus 1300 R

La austríaca KTM, dominadora del Dakar en el siglo XXI, reina también sobre el asfalto. En 2022 dio un paso más para construir su leyenda con la Brabus 1300 R, el primer trabajo del preparador alemán en las dos ruedas. Ahora repiten experiencia con otra *naked* de lujo y llena de detalles sofisticados. Sólo se van a hacer 290 unidades en negro y gris. La base es la KTM 1290 Super Duke R EVO con el motor V-Twin LC8 de 1.303 cc revisado para aumentar su potencia a 180 caballos. Desde 42.500 euros.



de 52.500 euros

## Honda GL 1800 Gold Wing Tour

La Gold Wing no sólo es el buque insignia de las motos Honda, es también la rutera por excelencia, el Rolls Royce del segmento, con 121 litros de 'maletero' y airbag de serie. En la última actualización y desde 40.700 euros es más lujosa, confortable y fácil de conducir. El motor, de 126 caballos, usa un acelerador electrónico para un avance suave y para aparcar tiene marchas lentas adelante y atrás. Estrena colores bitono, gris metalizado y blanco perlado con detalles en negro.



de 40.700 euros

Este escaparate sofisticado lo pueden completar dos eléctricas y un final de serie espectacular. La Triumph Thruxton Final Edition, destinada a coleccionistas, tiene un estilo vintage y las prestaciones de una deportiva en una serie con certificado de autenticidad desde 19.000 euros. Las opciones de 0 emisiones llegan con la versión más sofisticada de Zero Motorcycles, la FXE. Pesa 140 kg, tiene una autonomía de 169 km en ciudad y se puede conducir con carnet A1 o B. Su estilo futurista de moto de campo es el resultado de la colaboración con Bill Webb del estudio Huge Design de San Francisco. Desde 14.235 euros. Con un estilo totalmente diferente, la Maeving RM1 es el resultado de la pasión de su creador, Seb Inglis-Jones, un empresario que estaba fascinado por la movilidad eléctrica, pero quería hacer una moto inspirada en las de los años 50 y 60 del siglo XX. Con la ayuda de Graeme Gilbert, exjefe de producto de Triumph, nació la RM1 que se puede adquirir desde 6.000 libras.

# RESURGIR DEL OLVIDO EN EL Thyssen

El **Museo Nacional Thyssen-Bornemisza** presentará, junto al **Museo de Bellas Artes de Valencia**, una exposición dedicada a la pintora figurativa española **Rosario de Velasco**, emblema del movimiento artístico **Retorno al orden**

Texto de **Ernesto Páez**

**R**osario de Velasco (Madrid, 1904 - Barcelona, 1991) está de vuelta.

Tras ser "olvidada" durante los últimos años, la pintora figurativa se convierte ahora en una de las grandes protagonistas de la agenda del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza. Del 18 de junio al 15 de septiembre, los visitantes podrán conocer de cerca la obra de la artista que destacó dentro del movimiento artístico 'Retorno al orden' y que ahora 'revive' con el apoyo del Museo de Bellas Artes de Valencia.

Comisariada por Miguel Lusarreta y Toya Viudes de Velasco (sobrina nieta de la artista), la muestra reúne una treintena de pinturas de entre los años 20 y los años 40 del siglo pasado (los primeros y más destacados de su trayectoria artística) y una sección dedicada a su trabajo como ilustradora gráfica.

La exposición del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza pretende redescubrir y poner en valor el trabajo de una de las grandes artistas españolas de la primera mitad del siglo XX. No en vano, Rosario de Velasco es un magnífico ejemplo del denominado 'retorno al orden' en España, un movimiento paralelo a la *Nueva Objetividad de Alemania* y al famoso *Novecento* italiano, con un estilo que supo combinar tradición y modernidad.

Se trata de una oportunidad única, ya que se expondrán

Una fotografía de Rosario de Velasco cuando estaba pintando una de sus obras más reconocidas, *Lavanderas*. Un regalo de boda a su hermano el Dr. Luis de Velasco





por primera vez obras guardadas en la familia y en colecciones particulares, algunas hasta ahora en paradero desconocido y que se han ido localizando y recuperando en los últimos meses.

Su presencia es gracias a la búsqueda de las obras de la artista que se ha llevado a cabo a través de redes sociales y medios de comunicación, lo que permitió localizar en colecciones particulares tanto cuadros emblemáticos de los

El cuadro titulado *Lavanderas* de 1934. Se trata de un óleo sobre lienzo, 209 x 197 cm. Colección privada

que se había perdido el rastro, como *Gitanos* (1934) y *Maternidad* (1933), así como varias ilustraciones de libros o un dibujo preparatoria del óleo *Carnaval* (anterior a 1936), pero también descubrir algunas obras de las que no se tenía noticia tales como *Pensativa* (1934), *Bodegón con pescado* →



(hacia 1930), *Cosas* (1933) o *Niñas con muñeca* (1930-1940).

Una selección a la que se sumarán otras pinturas bien conocidas y conservadas en museos, como su famoso óleo *Adán y Eva* (1932), del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía; *La matanza de los inocentes* (hacia 1936), del Museo de Bellas Artes de Valencia; *Maragatos* (1934), del Museo del Traje de Madrid, o *Carnaval* (anterior a 1936), del Centre Pompidou de París.

En la exposición se muestra también su trabajo como ilustradora, que nos revela a una dibujante de gran versatilidad. Lo vemos, entre otras, en sus ilustraciones para la edición de 1928 de *Cuentos para soñar*, de María Teresa León, o las de *Cuentos a mis nietos* (1932), de Carmen Karr.

Quienes no puedan visitar la exposición en el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza tendrán una segunda oportu-

La obra *Adán y Eva* de 1932. Se trata de un óleo sobre lienzo. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid

tunidad en el Museo de Bellas Artes de Valencia, donde las obras de Rosario de Velasco se expondrán del 7 de noviembre de 2024 al 16 de febrero de 2025.

### Una vida de arte

Nacida en Madrid, en el seno de una familia muy tradicional y religiosa, Rosario inició su formación artística a los 15 años en la academia del pintor costumbrista Fernando Álvarez de Sotomayor, miembro de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando y director del Museo del Prado en dos ocasiones. De esos años data su *Autorretrato* (1924), en el que firma ya con un monograma compuesto por las



La obra *Carnavalina* de 1936. Acuarela y grafito sobre cartulina, 29,7 x 21,2 cm. Fundación Colección ABC

iniciales R, D y V, inspirado en el de Durero y que ha sido fundamental en la labor de localización de algunas de sus pinturas.

Pero Rosario es consciente de que debe ir más allá de la tradición y abrirse a las nuevas tendencias y vanguardias y quiere competir como igual en un mundo mayoritariamente masculino. Su actitud abierta y su inquietud cultural le llevaron a relacionarse con muchos de los creadores de su generación, en especial con pintoras y escritoras como Maruja Mallo, Rosa Chacel o María Teresa León. Entre sus amigas se encuentran igualmente Mercedes Noboa, Matilde Marquina, Concha Espina o Lili Álvarez, campeona de tenis a la que retrató en la década de 1930, con la que solía practicar este deporte.

En el año que termina sus estudios, 1924, participa en la Exposición Nacional de Bellas Artes de Madrid y comienza su incursión en la ilustración gráfica. En la década de 1930 goza ya de un considerable éxito, forma parte de numerosas muestras colectivas y concursos, como la exposición Nacional de Bellas Artes de 1932 en la que presenta el lienzo *Adán*

# 69

La exposición contará con obras entre pinturas, dibujos, acuarelas e ilustraciones

y *Eva*, con el que obtuvo una segunda medalla en la categoría de pintura.

De esa misma década son la mayoría de sus obras más importantes: *Maragatos*, que en 1934 obtuvo el Segundo Premio en el Concurso Nacional de Pintura; *La matanza de los inocentes* (hacia 1936), atribuida durante mucho tiempo a Ricardo Verde, por su firma RV, hasta que en 1995 se confirmó la autoría de Rosario; *Lavanderas* (1934), regalo de boda a su hermano el Dr. Luis de Velasco, a quien vemos retratado en otra de las obras reunidas en la exposición.

En 1935, *Gitanos* fue seleccionada para participar en el Carnegie International, una exposición de artistas de diferentes países organizada por el Carnegie Museum of Art de Pittsburgh. La obra de Rosario compartió espacio con la de Carlo Carrá, Otto Dix, Edward Hopper o Georgia O'Keeffe, así como la de Picasso y Dalí. El cuadro, hasta ahora en paradero desconocido, ha sido uno de los grandes hallazgos realizados durante la preparación de esta exposición.

Al estallar la Guerra Civil, su militancia falangista y su entorno familiar la llevan a abandonar Madrid. Viaja primero a Valencia y después a Barcelona, a Sant Andreu de Llavaneres, donde conoce al médico Javier Farrerons que se convertirá más tarde en su marido y que logró liberarla de la cárcel Modelo de Barcelona, donde estuvo detenida. Terminada la guerra, Rosario se instala en Barcelona con su marido y su hija María del Mar.

En 1939 participa en la Exposición Nacional de Pintura y Escultura, en Valencia, y en 1940 presenta su primera exposición individual, en Barcelona. En los años siguientes, continúa exponiendo también en Madrid, aunque con menor frecuencia, como en la Exposición Nacional de Bellas Artes de 1941 y de 1954, además de en diversas galerías.

A pesar de su reconocida trayectoria, Rosario de Velasco fue quedándose en el olvido con el paso de los años, hasta que ahora vuelve a recuperar sus colores con la exposición del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza. Una oportunidad única para poner en relieve a una de las pintoras figurativas más importantes de España y evitar que su talento se desvanezca entre las arenas del tiempo.

# EL ARTE (OLVIDADO) DE CONSTRUIR EL TIEMPO

**Algunas manufacturas de alta relojería mantienen viva la llama de la artesanía, de esos saberes ancestrales que, transmitidos a través de generaciones, transforman el paso del tiempo en una obra de arte**

Texto de **Kino Verdú**

**A**lcanzar el equilibrio aristotélico es complicado, al menos requiere esfuerzo y ganas, muchas. Aplicado a la relojería, la alta, consiste en no perder de vista el torbellino de los nuevos avances tecnológicos, en materiales, en microingeniería y al mismo tiempo mantener, preservar ese maravilloso corpus artesanal, esos oficios transferidos del maestro a su aprendiz, de generación en generación y que engrandecen cualquier pieza. En un mundo en el que lo local, lo que germina en el entorno cercano cotiza al alza (esa búsqueda de lo auténtico, de lo propio), merece la pena acercarse a esas manufacturas que espolean las antes llamadas artes manuales, mecánicas: la artesanía. Que no mueran esos oficios heredados. Aquí, Patek Philippe se

enorgullece de situarse a la vanguardia de lo ancestral (¿un oxímoron?). Como ejemplo, la exposición 'Alta Artesanía' que montaron el pasado 2023 en sus salones de la ginebrina Rue du Rhône en la que, a través de 67 piezas, daban fe de maravillosas técnicas asociadas a la decoración de relojes: guilloché, grabado, engaste de piedras preciosas, esmaltado (cloisonné, champlevé, paillonné, pintura en miniatura), marquetería y técnica mixta... Por supuesto todas realizadas a mano. En Cartier están de aniversario, ya que hace diez años inauguraron The Maison Des Métiers D'Art, en el valle de La-Chaux-de-Fonds, con el objetivo de rescatar la artesanía artística de, como ellos mismos puntualizan, "la oscuridad". En un casa del siglo XVII, reconstruida y rehabilitada, diseñaron un laboratorio en el que aúnan un taller





↑ **BALLON BLEU DE CARTIER**

Su caja de 42 mm está fabricada en oro amarillo de 18 quilates y está engastada con 124 diamantes talla brillante

↓ **SLIM D'HERMÈS LE SACRE DES SAISONS**

En su caja de oro rosa incrustada con 66 diamantes emerge la primavera en forma de caballo, vestido con una profusión de flores



de relojería de alta precisión y un centro para la cuidadosa preservación de habilidades y artesanías ancestrales, algunas de las cuales se remontan a milenios. Sobre todo se centra en el fuego, en cómo ese elemento transforma los metales nobles, se moldean, se granulan, se esmaltan, se dibujan pante-ras o águilas con piedras preciosas, mosaicos de minúsculas piedras que delinear la cabeza de un caballo y esa talla en madera sobre una esfera que descuella con la melena de un león. Para Rolex, cada esfera supone una pequeña obra de arte, un lienzo en el que el color, los reflejos, la textura de su superficie, los materiales empleados (oro amarillo, blanco o rosa de 18 quilates), nácar o una piedra ornamental (eisenkiesel, ópalo, venturina verde, cornalina o turquesa) confieren al reloj toda su personalidad. Todo este proceso de creación y fabricación artesanal lo llevan a cabo de forma interna en sus talleres, como las esferas con motivo 'puzle' que lucen algunos modelos exclusivos del Day-Date 36 presentados en 2023 fabricadas en esmalte grand feu. Recién sacado del horno (nunca mejor dicho) aparece la edición limitada de cuatro modelos del reloj Slim d'Hermès, embellecidos con esmalte con paillón, grabado o pintura en miniatura que representan el ciclo de las estaciones. La han denominado Le Sacre des saisons y está inspirada en un pañuelo de seda del mismo nombre (de Hermès, claro) en el que cuatro figuras de animal, una por estación, se someten a un esmalte con paillón con engaste de 52 diamantes (el invierno); a la pintura en miniatura sobre una piedra de crisoprasa de color limón (la primavera); al grabado de un león (verano); y al relieve del oro labrado con cincel y buril (el otoño)... cuatro delicadas y deliciosas esferas. Omega rescata la artesanía y la zambulle en los tiempos contemporáneos, una pasión que se refleja en la esfera de arenisca del Seamaster Aqua Terra Shades 34 mm, realizada a partir de latón y con cepillado solar desde el centro y después lacada. O el impresionante efecto que acaricia la vista al observar las esferas de la colección Constellation, realizadas con el meteorito Muonionalusta, posiblemente el de mayor antigüedad que se conoce en la Tierra (más de 4.500 millones de años). Imprime un relieve natural en el que cada corte es único, por lo que no existen dos esferas iguales... Porque la artesanía también se renueva, lo necesita para seguir viva. ▲

# VIVIR EN UN HOGAR FUTURISTAS

Las nuevas tecnologías no solo se implementan en nuestros dispositivos móviles o en el desarrollo de soluciones empresariales. Dentro de nuestros hogares, cada vez son más los productos que requieren estar conectados a internet o que utilizan la inteligencia artificial para ofrecer una experiencia única al consumidor. Los hogares futuristas hace mucho que dejaron de ser una fantasía de ciencia ficción para convertirse en una realidad en expansión

Texto de Ernesto Páez



LG

## Smart Bath y Shower Purifier

El nuevo concepto, que busca mejorar la experiencia del baño, permite contar con agua purificada por medio de un sistema de filtración integrado en su módulo. El sistema monitorea de manera inteligente el uso del agua y proporciona alertas para el reemplazo de los filtros. También controla la temperatura y la humedad del aire.

Precio: Sin anunciar



SAMSUNG

## Bespoke

Las nuevas lavadoras incorporan funciones de inteligencia artificial que permite que los ciclos se adapten a la colada y, en función del tipo de tejido detectado, ajusta la cantidad de burbujas, el tiempo de lavado, la temperatura del agua y la velocidad de centrifugado. Permite reducir el consumo hasta un 70% y proteger las prendas hasta en un 45,5%.

Precio: A partir de 900 euros



COLDSNAP

## ColdSnap

Así como las máquinas de café utilizan cápsulas, este nuevo electrodoméstico es capaz de fabricar helados al instante a partir de una serie de ingredientes que se encuentran dentro de unas cápsulas de aluminio completamente reciclables. Específicamente, tardará entre 60 y 90 segundos, dependiendo del tipo de helado o receta que se le pida.

Precio: 1.000 dólares.

### MODO CHEF

Esta opción permite que el usuario controle, personalmente, los quemadores en el cocinado

### RESISTENCIA

Elaborada con materiales como acero inoxidable y vidrio cerámico, es capaz de resistir los elementos del exterior

### NEURALFIRE

El sistema de cocción con IA optimiza los perfiles de cocción de los alimentos, lo que genera ahorros de energía y costos



### QUEMADORES INFRARROJOS

Utiliza quemadores infrarrojos verticales duales, que cocinan a 900 grados. Combinado con algoritmos de inteligencia artificial y sensores inteligentes

## SEERGRILLS

### Perfecta

La innovadora startup del Reino Unido lanzó al mercado una parrilla avanzada que emplea inteligencia artificial para cocinar alimentos de manera excepcionalmente rápida y precisa. A través de su IA NeuralFire, es capaz de analizar el nivel de cocción y dorado deseado, ajustando automáticamente el tiempo y la temperatura. Además, cuenta con sensores que miden el grosor de los alimentos, como el bistec y el pollo, para garantizar una cocción perfecta. Su diseño permite cocinar un filete chuletón de una pulgada en tan solo 90 segundos, siendo hasta diez veces más rápido que los métodos tradicionales.

Precio: A partir de 3.500 euros

# Cocinar con mucho... ¡Garrote!

El chef **Martín Berasategui**, cuarto mejor del mundo, cuenta con 12 restaurantes por toda España, en los cuales despliega todas sus habilidades culinarias y deleita a los comensales plato tras plato

Texto de **Cristina Mendoza**

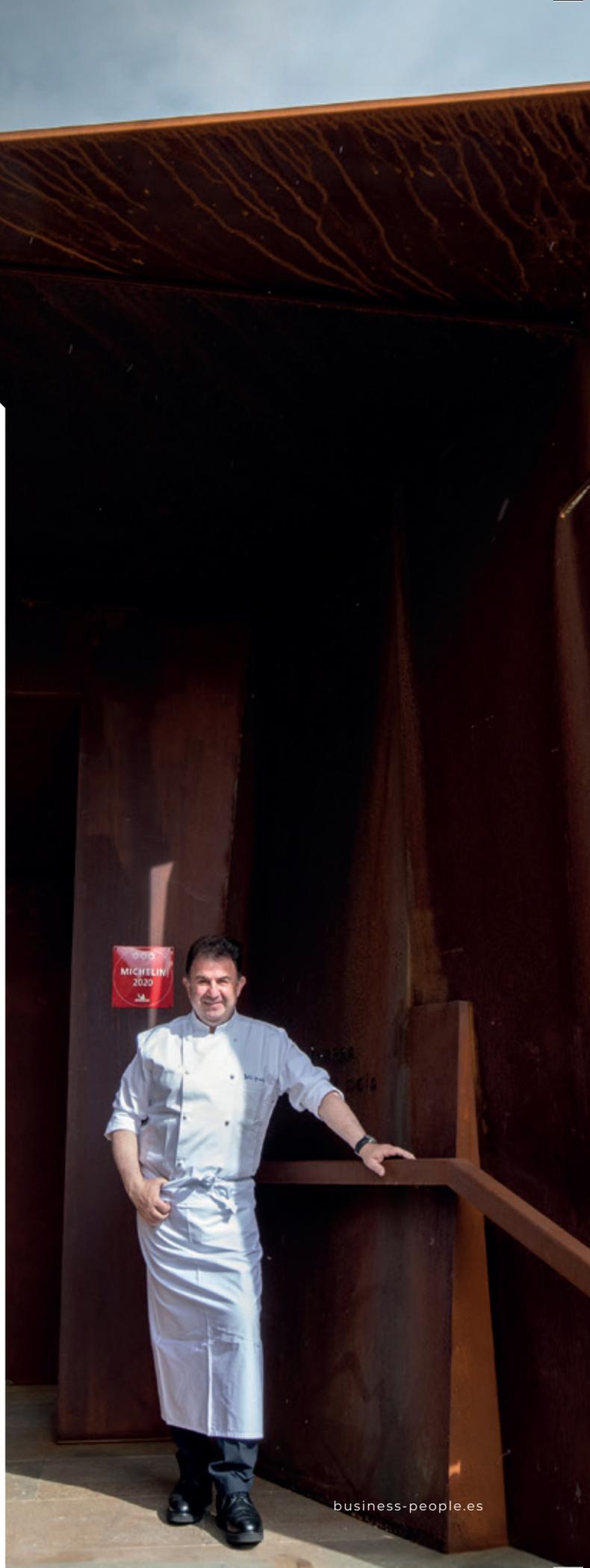
**M**artín Berasategui podría deambular en el espacio entre sus 12 estrellas Michelin y sus otros 12 soles Repsol, pero la humildad del chef nacido en San Sebastián (1960) le hace recordar la importancia de tener los pies en la tierra. Su mayor preocupación está en el paso generacional de la cocina española, a quienes les pide “garrote” para tomar el relevo.

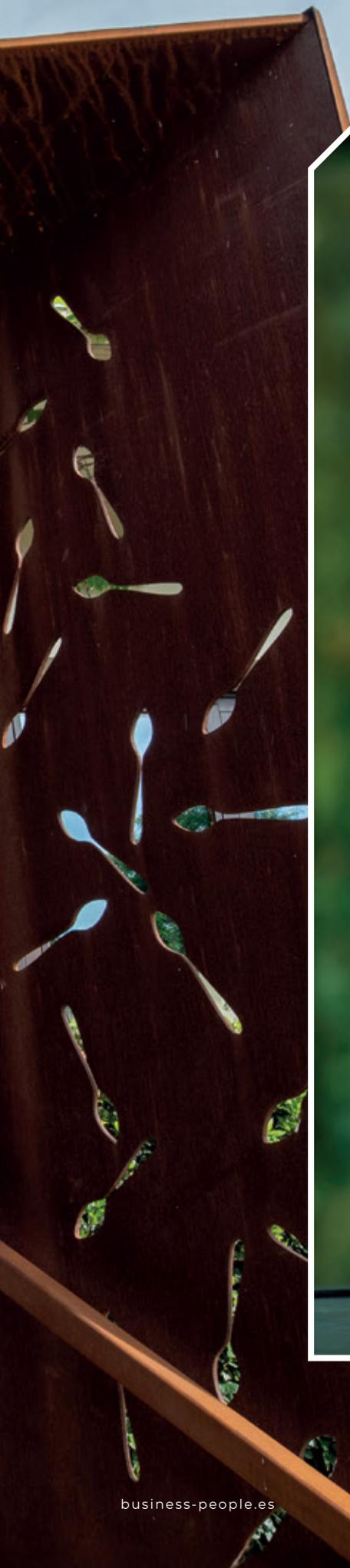
**¿Cuál es la ‘receta secreta’ para mantenerse en el top mundial de la cocina año tras año?**

Mantener viva la pasión por el oficio gracias a una familia unida, un equipo de primera y unos clientes que vienen desde todas las partes del mundo a disfrutar a mis mesas. Esto me mantiene la chispa y la ilusión por no defraudarles. Me encanta mi trabajo, si volviera a nacer sería cocinero.

**Sus creaciones culinarias muestran una constante evolución, ¿dónde encuentra la inspiración?**

Los años te van forjando las herramientas para →





Martín Berasategui es el cocinero con más estrellas Michelin de España y uno de los más prestigiosos del mundo. Destaca por su innovador enfoque en la cocina vasca y su habilidad para combinar tradición y vanguardia

El conocido chef hizo que "garrote" y el gesto del puño al aire sea un símbolo de su cocina y de entender la gastronomía, al punto que la RAE acoge la interpretación de Berasategui como una de las acepciones de dicha palabra



“Soy un privilegiado y nunca estaré lo suficientemente agradecido a la guía Michelin. Esas estrellas hacen que pise el suelo”

hacer mejor tu trabajo. Mi principal fuente de inspiración es la materia prima, la naturaleza y todos los proveedores que madrugan y se dejan el pellejo para acercarme al mejor cesto de la compra. Y te aseguro que la mejor inspiración es sentirte vivo y tener el privilegio de cocinar todos los días, eso es lo que más me motiva a seguir para adelante.

### **¿Qué representa ser el chef con más estrellas Michelin de España?**

Es una responsabilidad que llevo con mucha ilusión porque soy un privilegiado y nunca estaré lo suficientemente agradecido a la guía Michelin. Esas estrellas y las que vengan son las que hacen que pise el suelo y esté bien agarrado al suelo. Ya sabéis que para que el árbol de frutos, las raíces tienen que estar bien agarradas al suelo.

### **La cocina española está en la cúspide mundial, pero qué se puede hacer para hacer que llegue aún más alto**

Seguir trabajando con humildad y sentido de la responsabilidad y cuidar mucho a los proveedores para que podamos seguir tejiendo los mimbres de la alta cocina española. Y emplearse duro para que las siguientes generaciones sean capaces de superar el listón de los que somos ya profesionales con años: ese es mi empeño desde que empecé a trabajar hace muchos años, transmitir el conocimiento para que el futuro de la gastronomía española sea luminoso.

### **¿Qué similitudes encuentra entre cocinar y gestionar un negocio?**

Tienen que ir de la mano, y tan importante o más ha de ser la gestión de una partida de cocina o de mi equipo de sala como la de estar rodeado del mejor equi-

po financiero posible, a izquierda y derecha. Marcarse objetivos para intentar hacer mejores platos, que lleguen ante el cliente con una ejecución irreprochable y que el equipo gestor sea capaz de recoger el retorno a la inversión de tiempo, esfuerzo y talento. Conseguir la felicidad del comensal es el resultado final de esta simple fórmula.

### **¿Cuáles son los aprendizajes de los fogones que más le han servido al tomar las riendas de sus negocios?**

Todas y cada una de las etapas de mi vida han sido fundamentales para lograr lo que hemos conseguido. Haber nacido en una casa en la que se me educó en los valores del esfuerzo y la generosidad. Tener una familia y amigos que me estimularon en el desaliento, celebran conmigo la fortuna y los momentos felices y me acompañan en el dolor y los momentos complicados. Luego tengo que estar agradecido a todos los profesionales que en mi juventud me abrieron las puertas de sus fogones y obradores y me enseñaron los rudimentos básicos del oficio. Y sin duda, mi madre y mi tía, que eran cocineras, tuvieron la paciencia de enseñarme el abecedario básico de mi trabajo y a saber estar y comportarme.

### **¿Qué retos esperan a la alta cocina española?**

Que ese relevo generacional del que hemos hablado antes se produzca en las mejores condiciones, poco a poco, y que los nuevos protagonistas del futuro sean listos para recoger el legado que les dejamos y se planteen, con esas herramientas, afrontar sus objetivos con ilusión y con entusiasmo. Sin miedos.

### **¿Y a usted?**

Muchos. Los familiares, seguir acompañando a los míos e intentar ser mejor pareja, padre y abuelo, acompañando a mi gente y estimulando un buen ambiente, facilitando la labor y queriéndoles mucho, esto también se aprende con los años. Y los retos profesionales, los que nos permita la salud y esas ganas de las que antes os he hablado, cada año me siento más capaz, con más oficio y con más ganas, así que dure mucho y lo veáis.

### **¿Nos puede adelantar algo sobre sus nuevos proyectos, inversiones o expansiones internacionales?**

Hay en cartera, pero prefiero no relevarlos para que sigan su curso y no se gafen, como suelen decir los actores que no hablan de su futuro para que no se trunquen sus proyectos. ▲

© Restaurante Martín Berasategui (3)

# Coleccionar vino como inversión de futuro

Casas de subastas, bodegas o négociants de sólido prestigio entran en este juego de creación de valor y captación de botellas que ya tienen, o alcanzarán en un medio o largo plazo, altísimos precios

Texto de **Raquel Pardo**

**E**n la serie *The Drops of God*, los perfectos desconocidos Camille Léger e Issey Tomine se disputan la millonaria herencia del crítico Alexandre Léger, cuya joya es una valiosa colección de vinos atesorados durante toda su carrera, que, con los años, ha alcanzado un valor incalculable...

En otra escena de la serie de moda, *The Gentlemen*, el millonario americano Stanley Johnston se hace con varias cajas del mítico borgoña Domaine de la Romanée-Conti de 2002, que hace tiempo no están en el mercado y son casi imposibles de encontrar, y está dispuesto a pagar a los herederos de esta fortuna líquida una verdadera barbaridad (cada botella, se ve en la pantalla, tiene un valor de más de 20.000 euros).

Pero lo de coleccionar vino con el objetivo de ver crecer su valor, invertir en este patrimonio ha dejado de ser, hace tiempo, cosa de ficción, y no son pocas las empresas que se encargan de gestionar inversiones privadas en vinos. Casas de subastas, bodegas o négociants de sólido prestigio entran en este juego de creación de valor y captación de botellas que ya tienen, o alcanzarán en un medio o largo plazo, altísimos precios.

En España, desde hace tres años opera la británica Oeno Group, especializada en la inversión en vinos finos y whiskeys premium. Con 200 clientes españoles e hispanoamericanos que han invertido, según la firma, entre tres y cuatro millones de libras, acaba de abrir oficina en nuestro país. Su brand ambassador, la Master of Wine española Almude-



na Alberca, es la encargada de divulgar y consolidar la cultura de la inversión vinícola y el coleccionismo profesionalizado para la compañía: "En Reino Unido existe mucha tradición de inversión en vinos finos y hay casas especializadas en esas transacciones", algo que no sucede tanto en España. Oeno, explica, facilita al cliente el acceso a esos vinos porque trabaja con bodegas directamente o con casas de subastas capaces de garantizar la trazabilidad de cada botella, una de las claves para que un vino fino vaya ganando valor. La empresa habla de un retorno de la inversión que varía entre el 8 y el 15% al año para 20 años, por lo que, explica Alberca, "es una inversión muy estable, muy segura" y un complemento perfecto para diversificar patrimonio.

sión muy estable, muy segura" y un complemento perfecto para diversificar patrimonio.

## CLAVES PARA EL INVERSOR

El director en Ginebra de la casa de subastas Baghera Wines, el español Pablo Álvarez, explica que para ellos son fundamentales la procedencia de los vinos y sus condiciones de almacenamiento. "El simple hecho de que el vino no haya salido de la bodega donde ha sido elaborado hasta el momento de su venta es primordial" porque son una garantía y hacen que los vinos sean mucho más interesantes para el coleccionista. "Si a esto le añades la exclusividad de un productor de gran calidad, zonas muy deseadas y pequeñas producciones, tienes el combo perfecto para un gran vino de coleccionista", comenta Álvarez, quien añade también el factor cosecha, ya que botellas como el burdeos Mou-

# Cinco vinos top del mundo para coleccionistas



## Romanée - Conti

**Región:** Borgoña  
**Bodega:** Domaine de la Romanée - Conti  
 Su añada 1945 es uno de los vinos más buscados (y mejor pagados) por los coleccionistas.



## Pétrus

**Región:** Pomerol (Burdeos),  
**Bodega:** Château Pétrus  
 Uno de los clásicos irrenunciables en cualquier colección de alto valor.

## Château Rayas

**Región:** Châteauneuf du Pape  
**Productor:** Château Rayas  
 Referencia garnachista de culto difícil de conseguir, una joya mediterránea en la que se inspiran productores de todo el mundo.



## Monfortino

**Región:** Barolo  
**Bodega:** Giacomo Conterno  
 Cotizado en algunas añadas por encima de los 1000 euros, es un unicornio casi imposible de encontrar, que se vende por cupos y cuyo precio no para de subir.

## Sine qua non

**Región:** Napa Valley (California)  
**Bodega:** Sine Qua Non.  
 Una de las últimas referencias en sumarse a la lista "to buy" de los coleccionistas, que parecen ser más que las existencias de la bodega. Estilo francés en el condado californiano de Ventura.

ton-Rothschild 1945, que celebra la "Libération" francesa o las escasísimas del borgoña Domaine de la Romanée-Conti de ese mismo año, anterior al arranque de viñedo que interrumpió la producción hasta 1952 o la de La Romanée 1865, también borgoña, elaborada por Bouchard Père et Fils son objeto de deseo de grandes coleccionistas en todo el mundo. Para él, esta región sigue siendo la reina entre los vinos más buscados para invertir o coleccionar, mientras que Almudena Alberca añade también Burdeos y la italiana Barolo, y prevé que estarán en alza en el futuro zonas de climas fríos y regiones emergentes en este campo que despiertan

interés, como Napa en California, o zonas clásicas de vinos "en extinción" como Oporto y sus vintages o algunas joyas de la región española de Jerez.

Si repasamos referencias españolas que suenan entre los objetivos de los coleccionistas, Santiago Rivas, quien lleva comprando vino y alimentando su bodega "a otro nivel" desde 2020, cita añadas antiguas de Marqués de Riscal, Vega Sicilia o vinos de culto más modernos como O Soro de Rafael Palacios, Rumbo al Norte de Comando G o Las Beatas de Telmo Rodríguez como referencias nacionales que perseguir para invertir y coleccionar.

# Noche de fuego y encanto

Las llamas iluminan la **Noche de San Juan**, una celebración donde cerca de un millón de personas acuden a la provincia valenciana para disfrutar de la celebridad que conmemora el nacimiento de San Juan Bautista. **Un espectáculo que genera, cada año, unos 200 millones a la localidad**

Las Hogueras de San Juan son una festividad primordialmente celebrada en Alicante, coincidiendo con el nacimiento de San Juan Bautista, alrededor del 24 de junio. Es conocida por ser una de las noches más cortas del año y destila encanto. Esta tradición, con raíces paganas y ancestrales, se caracteriza por las

hogueras que se encienden para alejar los malos espíritus y purificar el alma, vinculándose con antiguos cultos solares de varias culturas y manteniéndose como una celebración que incluye fuego, música y diversión. Se calcula que, durante estas festividades, la ciudad recibe alrededor de un millón de visitantes diarios, lo que genera un impacto económico

cercano a 200 millones de euros. Para este año, los monumentos oficiales estarán a cargo de dos artistas: Pedro Espadero para la categoría adulta y Sergio Gómez para la infantil. El ayuntamiento asignó un presupuesto de 143.500 euros para ambos monumentos, destinando 118.500 euros para la hoguera adulta y 25.000 euros para la infantil. [alicante.es](http://alicante.es)



## En agenda



### COMIDA

#### Baeza & Rufete

Alicante

El restaurante Baeza & Rufete, situado en la zona de San Juan, es un establecimiento conocido por su cocina mediterránea con técnicas modernas y productos locales de temporada. El chef Joaquín Baeza elabora platos que resaltan por el uso de diversos aceites de oliva y hierbas aromáticas, creando sabores intensos inspirados en la Sierra de Mariola y el mar. Este restaurante ha sido galardonado con una estrella Michelin en la guía de 2021, entre otros reconocimientos. [Baezarufete.com](http://Baezarufete.com)



### CULTURA

#### El Castillo de Alicante

Monte Benacantil

El Castillo de Santa Bárbara es una formación rocosa que se encuentra situado sobre el monte Benacantil. Esta estructura de 167 metros de altitud, lindante con el mar, proporciona un valor estratégico, permitiendo una vista panorámica de la bahía de Alicante y sus alrededores. Desde la playa, la montaña parece una cara, lo que ha originado su sobrenombre "la cara del moro" y se ha convertido en un símbolo emblemático de la ciudad y de su historia. [castillodesantabarbara.com](http://castillodesantabarbara.com)



### MÚSICA

#### Valeria Castro

Teatro Principal

La talentosa cantautora Valeria Castro actuará el 13 de junio en el Teatro Principal de Alicante. Su álbum debut, *Con cariño y con cuidado*, es una fusión íntima de pop, folclore y electrónica que ha causado un impacto perdurable en la escena musical, transmitiendo pasión y autenticidad en cada nota y forjando un sonido auténtico. Si quieres experimentar este viaje musical, que estará de gira por las principales ciudades de España, no olvides conseguir tus entradas para el concierto. [teatroprincipaldealicante.com](http://teatroprincipaldealicante.com)

De José Suay

CINE  
EN SALA

JUNIO

28

# Casa en flames

**Director:** Dani de la Orden | **Distribución:** VerCine | **Reparto:** Emma Vilarasau, Enric Auquer, María Rodríguez Soto, Alberto San Juan, Clara Segura, José Pérez-Ocaña, Macarena García

**A** tresmedia Cine llega con esta comedia dramática familiar que coproducen España e Italia y con la que pretenden llenar las salas de cine de nuestro país durante la temporada estival. Para ello, se apoya de un lujoso reparto en el que figuran ilustres nombres de nuestro cine como Emma Vilarasau, Alberto

San Juan, Enric Auquer o Macarena García. Además, detrás de las cámaras cuentan con Dani de la Orden, un director muy veraniego que es garantía de éxito; lo avalan títulos previos como *El mejor verano de mi vida*, o las películas de episodios *Barcelona, noche de verano* y *Barcelona, noche de invierno*. Montse, personaje que encarna Vilarasau, prepara emocionada el fin de

semana que va a pasar junto a su familia en su casa de Cadaqués, en la Costa Brava. Pese a su situación personal -pues lleva tiempo divorciada, su ex ya tiene pareja, sus hijos son mayores y no le hacen mucho caso- nada va a arruinarle el fin de semana con el que tanto tiempo lleva soñando. Montse quiere que sea, sí o sí, un viaje ideal, aunque para ello tenga que quemarlo todo...

JUNIO

## Horizon: An American Saga - Chapter 1

28

**Director:** Kevin Costner | **Distribución:** Warner Bros Pictures España | **Reparto:** Kevin Costner, Sienna Miller, Sam Worthington, Jena Malone, Abbey Lee, Michael Rooker, Danny Huston, Luke Wilson

CINE  
EN SALA



© IMDB

El legendario actor Kevin Costner vuelve a ponerse detrás de las cámaras en la que será su cuarta película como director – no dirige desde 2003 con *Open Range*-, y que ya tuvo con *Bailando con lobos* (1990) su ópera prima, uno de los mayores éxitos de su carrera profesional. Existe mucha expectación alrededor de este proyecto, que competirá por la Palma de Oro del Festival de Cine de Cannes de este año. Costner también escribe y protagoniza este ambicioso proyecto personal en el que regresa su género favorito, el western, para contarnos toda una epopeya de la Guerra de Secesión Americana. Narrará, en un lapso de 15 años, la expansión y el asentamiento del oeste estadounidense antes y después de la guerra. La película está dividida en dos partes, y la segunda llegará a finales del próximo mes de agosto.

JUNIO

## La última sesión de Freud

07

**Director:** Matt Brown | **Distribución:** Sony Pictures Spain | **Reparto:** Mathew Goode, Anthony Hopkins, Jodi Balfour, Stephen Campbell Moore, Liv Lisa Fries, Padraic Delaney

Basada en la obra teatral homónima de Mark St. Germain, esta cinta apunta a ofrecer una batalla de ideas entre dos de las mentes más poderosas del siglo XX, Sigmund Freud, a quien dará vida el célebre y multipremiado Anthony Hopkins, y C.S. Lewis, escritor de *Las crónicas de Narnia*, entre otros, a quien interpreta Matthew Code.

La trama se ambienta en la víspera de la Segunda Guerra Mundial, cuando Freud, en las etapas finales de su vida, invita a Lewis a su casa en Londres para tener un fascinante debate sobre la vida y la existencia de Dios. La película examina también la compleja relación que tuvo el doctor Freud con su hija lesbiana Anna y la relación poco convencional de Lewis con la madre de su mejor amigo. Además, se narrará combinando elementos del pasado, presente y fantasía.

Se trata de una interesante propuesta para aquellos espectadores que estén interesados en la filosofía y el psicoanálisis.

© Selecta Visión



CINE  
EN SALA

FREE TIME

De José Suay

JUNIO

## La Casa del Dragón

17

**Plataforma:** Max | **Creador:** Ryan Condal, George R.R. Martin | **Reparto:** Emma D'Arcy, Olivia Cooke, Matt Smith, Fabien Frankel, Eve Best

SERIE TV  
STREAMING

Probablemente, la serie más esperada de todo el año regresa este verano en su segunda temporada para deleite de todos los espectadores. *La Casa del Dragón* volverá con ocho nuevos episodios, dos menos que su predecesora, para seguir contándonos la guerra acontecida en Poniente en el seno de la Casa Targaryen antes de los hechos que vimos en *Juego de Tronos*.

Por el momento, se han desvelado pocos detalles de la trama, pero por lo avances, promete nuevas disputas familiares, traiciones, sangre y mucha fantasía. Recordemos que la primera temporada finalizó con la ira de la Princesa Rhaenyra Targaryen, quien, con el apoyo de su marido Daemon Targaryen, reclama su legitimidad para heredar el trono de hierro tras la muerte de su padre Viserys. Pero tendrá que hacer frente a los actuales ocupantes del trono, el rey Aegon Targaryen, quien está sustentado por su hermano Aemond, por su madre Alicent Hightower y por abuelo Otto Hightower.



© HBO

JUNIO

## Mayor of Kingstown

06

**Plataforma:** SkyShowtime, Movistar Plus+ | **Creador:** Taylor Sheridan, Hugh Dillon | **Reparto:** Jeremy Renner, Kyle Chandler, Feaven Abera, Tobi Bamtefa, Amanda Barker, Darlene Cooke, Hugh Dillon

PELICULA  
STREAMING

© SkyShowtime España

La tercera temporada de esta serie original de Paramount Television estará disponible en España a través de Movistar Plus+, gracias al acuerdo que mantiene con SkyShowtime para ofrecer su catálogo por medio de la plataforma. A cargo de la serie sigue Taylor Sheridan, prestigioso director de *Comanchería*, guionista de *Sicario* y creador de la serie también de Paramount, *Yellowstone*.

La trama de este thriller gira alrededor de la familia McLusky, quienes regentan un poderoso imperio en Kingstown, Michigan, donde el negocio del encarcelamiento es la única industria próspera. La serie ofrece una mirada cruda sobre el intento de traer orden y justicia a una ciudad que carece de ambas cosas. Además, aborda temas importantes como el racismo sistémico, la corrupción y la desigualdad.



© Universal Music Online

**DISCO**

**Bon Jovi: Forever**

**7 de junio** | Discográfica: Island Records

Los fans del rock están de celebración, ya que el eterno Bon Jovi, responsable de himnos como *Livin' on a Prayer*, *Always, You give love a bad name* o *It's my live*, regresa con su decimosexto álbum de estudio. Una colección de 12 pistas que destaca por su tema de apertura *Legendary* como primer avance del disco, definido por él mismo como "una vuelta a la alegría".



© FromSoftware

**VIDEOJUEGO**

**Elden Ring: Shadow of the Erdtree**

**21 de junio** | desarrollado por FromSoftware para PlayStation 4, PlayStation 5, Xbox One, Xbox Series y PC

El famoso juego de acción y rol de los creadores de *Dark Souls* estará a la venta en España con la expansión más grande y ambiciosa que ha creado hasta la fecha FromSoftware. Incluirá una nueva y enorme región, la Tierra Sombria, donde encontraremos nuevas mazmorras.



© Getty Images

**CONCIERTO**

**Deep Purple**

**13 de junio** | Lugar: Parque Tierno Galván, Madrid

La icónica banda británica, responsables de la canción *Smoke on the water*, entre otras, ofrecerá un concierto con sus grandes temas durante el Festival Alma Occident Madrid. El aterrizaje de Deep Purple generará mucha expectación entre los fans del género y no es para menos, pues hablamos de un grupo clave para entender la evolución de la historia del rock and roll.

OPERA

JUNIO  
**30**

**MADAMA BUTTERFLY**

Lugar: Teatro Real de Madrid

La archiconocida ópera de Giacomo Puccini basada en el libreto de Giuseppe Giacosa y Luigi Illic -que se basa a su vez en la obra de teatro *Madama Butterfly* de David Belasco, inspirada en un relato de John Luther Long- regresa a Madrid para deleite de nuestros oídos y estará en cartelera hasta el próximo 22 de julio.

La ópera cuenta la historia de un trágico romance entre una joven geisha, Cio-Cio-San (*Butterfly*), y un oficial de la marina estadounidense, el teniente Pinkerton. Él no está enamorado de ella, pero accede a casarse con la joven y poco después de la boda, deja a Cio-Cio San sola y embarazada ya que vuelve a Estados

Unidos. Tras años sin saber nada de él y haber estado criando a su hijo esperando la vuelta de su amado Pinkerton, éste finalmente lo hace, pero junto a su nueva esposa estadounidense. Con mucho dolor, *Butterfly* le entrega a su hijo y finalmente se suicida.

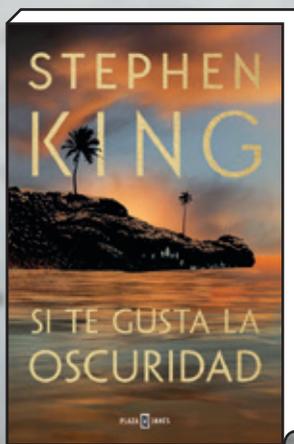
© Teatro Real

FREE TIME

De Cristina Alonso

# Regresa el Rey del Terror

En una colección de 12 aterradores relatos afianzan al majestuoso **Stephen King** como uno de los mejores narradores de nuestro tiempo. Una obra que permite que el lector se adentre en la parte más sombría de la vida y de la muerte...



Stephen King  
**SI TE GUSTA LA OSCURIDAD**  
 NARRATIVA Plaza & Janes

“Te gusta la oscuridad? Perfecto. A mí también”. Así hiela el corazón el corazón de los lectores Stephen King en la primera línea del epílogo de este nuevo y magnífico volumen de doce relatos que se adentran en la parte más sombría de la vida y, por supuesto, de la muerte. El bautizado ‘Rey del Terror’ lleva más de medio siglo siendo un maestro literario. Ahora se reafirma en su trono con una docena de historias que hablan sobre el destino, la mortalidad, la suerte y los múltiples pliegos de la realidad. Unos relatos breves, pero que son tan ricos y absorbentes como sus novelas.

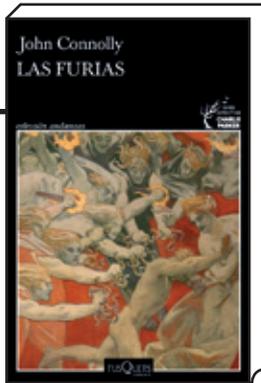
En *Si te gusta la oscuridad*, que llegará al mercado nacional el 13 de junio,

King vuelve a demostrar que está en plena forma y que aún cuenta con la habilidad para sorprender, inspirar y provocarnos tanto miedo como consuelo al mismo tiempo. En cada una de sus historias, se esconden escalofríos, alegrías y misterios. Por ejemplo, en *Dos cabrones con talento* se nos revelará el secreto de cómo estos dos caballeros adquirieron sus habilidades, mientras que en *El mal sueño de Danny Coughlin*, una explosión psíquica inesperada pone patas arriba la vida de docenas de personas, incluido Danny, con catastróficos resultados.

No son las únicas que seducirán a los lectores. *Serpientes de cascabel*, secuela de la novela *Cujo*, nos

presenta a un viudo que viaja a Florida buscando descanso y, en su lugar, se topa con una inesperada herencia... con más de una atadura. Por su parte, en *Los soñadores*, un taciturno veterano de la guerra de Vietnam acepta un encargo y descubre que hay algunos rincones del universo que deberían quedar inexplorados. No se puede olvidar a *Hombre Respuesta*, que nos plantea si el don de la clarividencia es una bendición o una maldición, y nos recuerda que incluso una vida marcada por la tragedia tiene significado.

¿Te gusta la oscuridad? Pues déjate sumergir en las tinieblas del monarca que dio vida a *IT*, *Carrie*, *El Cementerio de Animales* y *El Resplandor*.



John Connolly  
**LAS FURIAS**

**NARRATIVA** Tusquets

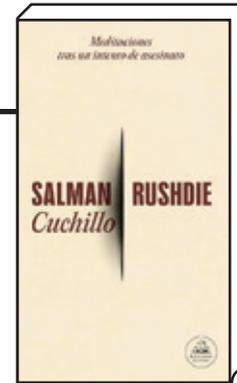
Las furias son divinidades mitológicas que atormentan a quienes han cometido crímenes no castigados; ahora, en dos inquietantes y brillantes novelas, el investigador privado Charlie Parker se ve arrastrado a un mundo de furias modernas. En *Las hermanas Strange*, el perseguido criminal Raum Buker regresa a Portland, en Maine, sembrando a su paso el caos y la muerte.



Miqui Otero  
**ORQUESTA**

**FICCIÓN** Alfaguara

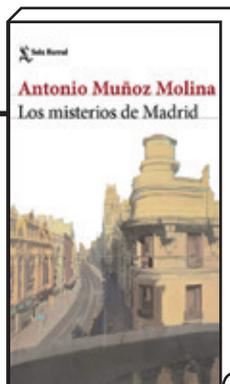
Tras el éxito de *Simón* (Premio Ojo Crítico de Narrativa) vuelve Miqui Otero con una noche de verano inolvidable. Una historia que la cuenta la Música, que está dentro y fuera de cada uno de ellos y también de ti. Una música que les recuerda a los vivos que están vivos y que convoca a los muertos. Una melodía que lo mezcla todo en este valle que amanece con los secretos desvelados sobre el prado.



Salman Rushdie  
**CUCHILLO**

**NO FICCIÓN** Random House

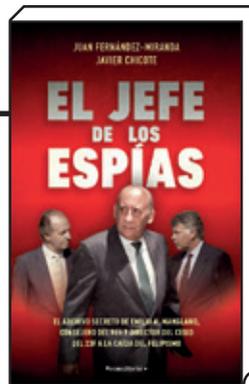
Por primera vez, y con una franqueza conmovedora, Rushdie habla sobre los traumáticos acontecimientos vividos el 12 de agosto de 2022, respondiendo con la fuerza del arte a la violencia ejercida contra él, y recordándonos el poder que tienen las palabras para otorgar sentido a lo impensable. *Cuchillo* es una meditación poderosa, profundamente personal y, en última instancia, reafirmante sobre la vida..



Antonio Muñoz Molina  
**LOS MISTERIOS DE MADRID**

**NARRATIVA** Seix Barral

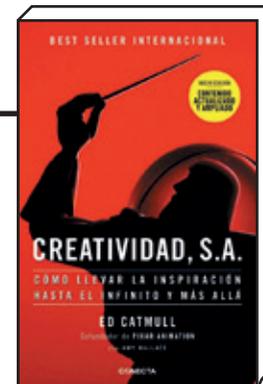
Un Madrid a principios de los noventa, convertido en un escenario a la vez muy preciso y fantasmagórico. Una peripecia detectivesca en la que Muñoz otorga un papel preponderante a un registro irónico que convierte a este relato de aventuras y desventuras en una versión actual del *Cándido* de Voltaire. Situaciones descabelladas esperan al lector.



Juan Fernández-miranda y  
Javier Chicote Lerena  
**EL JEFE DE LOS ESPÍAS**

**POLÍTICA** Roca

Una investigación explosiva que desvelará la historia de España, desde el 23-F y la caída de la UCD hasta el felipismo y la consolidación de Jose María Aznar. La fuente de este riguroso y minucioso trabajo de investigación periodística es el archivo personal de Emilio Alonso Manglano, director del CESID entre 1981 y 1995.



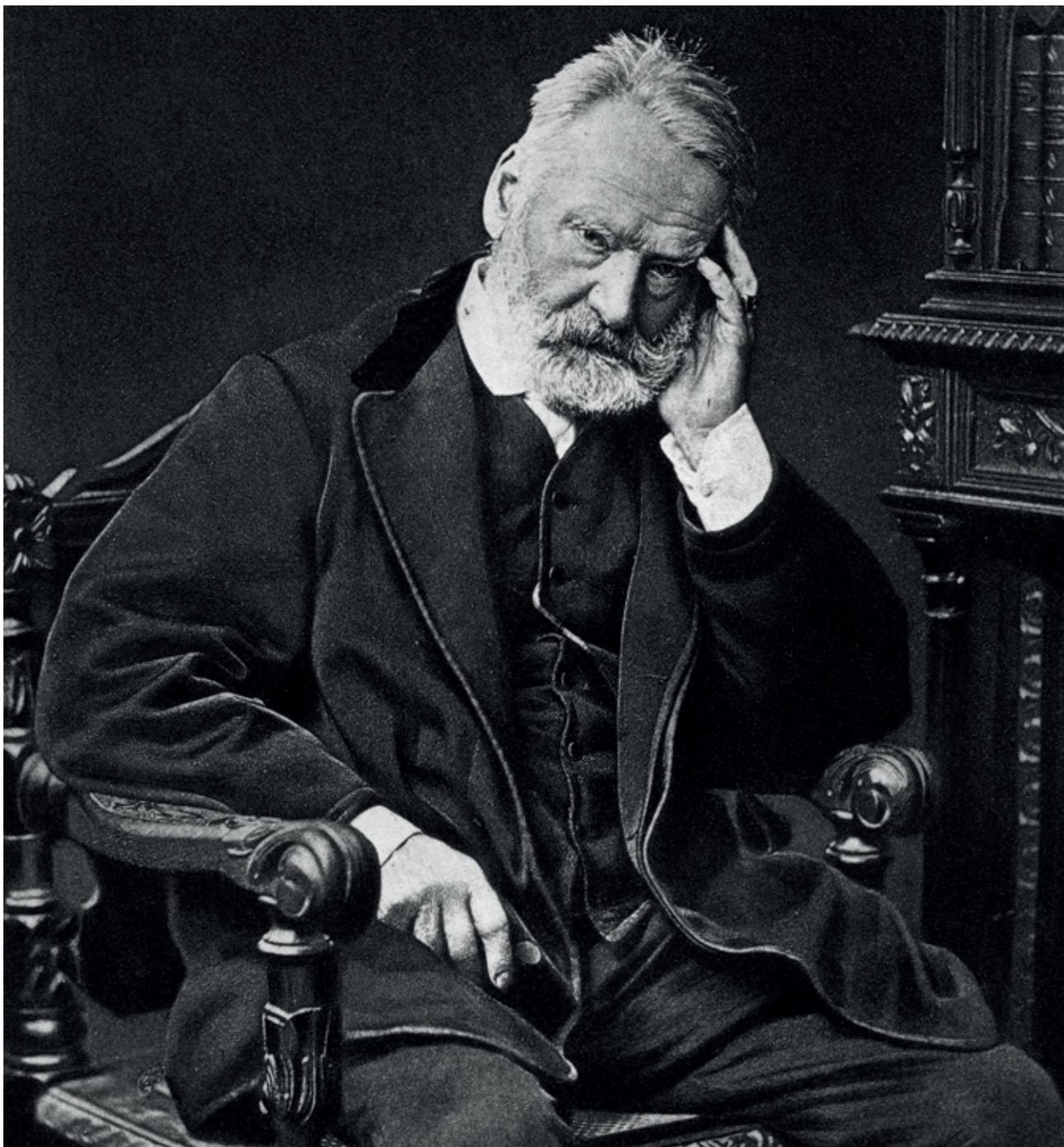
Edwin Catmull  
**CREATIVIDAD, S.A.**

**ECONOMÍA** Conecta

Es un libro para profesionales que deseen llevar a sus equipos a cumbres más altas, un manual para cualquiera que valore la originalidad y el primer viaje al centro neurálgico de Pixar Animation: a sus reuniones, sus evaluaciones de cierre de proyecto y las sesiones del Braintrust de las que nacieron algunas de las películas más exitosas de la historia del cine. Enseña cómo construir una cultura creativa.

# Víctor Hugo

“El éxito no se logra solo con cualidades especiales.  
Es, sobre todo, un trabajo de constancia, de método y de organización”



Follow us on  
Instagram

@uspoloassneur



**FastLab** Official licensee Easetlab S.r.l. | Piazza de' Frescobaldi, 4 | 50126 Florence Italy | +39 055310717 | www.eastlab.it



**U.S. POLO ASSN.**  
SINCE 1890





**Valsport**

**TOURNAMENT**

Spring Summer 24

**BY YOUR SIDE  
SINCE 1920**

HANDCRAFTED  
ITALIAN

[valsport.it](http://valsport.it)