

Business People

business-people.es

La gente que influye

El sueño americano

Misión saltar el charco

Computación cuántica

Una nueva era

Las caras del futuro

Herederos empresariales

Protagonistas

Javier Valle (Illycaffè)
Antonio Garamendi (CEOE)

GEO vs CEO

Entrena tu empresa

COCA-COLA

Creecer *a todo gas*

Carlos Martín



Blauer



THE SOUL OF SEOUL

BLAUER K-CODE
DISCOVERING KOREA

blauerusa.com

¿El liderazgo? Una cuestión de atención y dedicación

de Vito Sinopoli



Reflexionaba recientemente sobre cómo y cuándo está el liderazgo, no solo relacionado con las capacidades estratégicas y de intuición en los negocios de un gerente o un empresario, sino también – y quizás sobre todo – como una cuestión de atención y dedicación.

Atención cuando te pones en los zapatos de quienes trabajan contigo y para ti, teniendo la paciencia de explicar y la capacidad de delegar. Atención cuando, ante un problema en la empresa, se prefiere actuar (y eliminar) sobre las causas en lugar de sobre los responsables:

porque detenerse en los errores sin saber apreciar la propensión al riesgo de una persona, podría resultar a largo plazo contraproducente en términos de iniciativa. Atención también cuando se construye un equipo, logrando reunir un grupo de talentos complementarios en lugar de similares: la diversidad es siempre un valor.

Es necesario prestar mucha atención al dar directivas, porque deben ser claras y creíbles; y la misma atención es necesaria al proporcionar siempre retroalimentación positiva, especialmente cuando se trata de reconocer un mérito o un resul-

Es la dedicación la que le da a un líder la capacidad (e instinto) de reconocer el talento real

tado, retroalimentación que debe ser al menos constructiva cuando se señala un error.

Y luego, no puede ni debe faltar la dedicación, mucha dedicación. Porque es la dedicación la que le da a un líder la capacidad (y el instinto) de reconocer los talentos reales y potenciales de cada colaborador, para motivarlos a ir más allá de su zona de confort. Se necesita dedicación para superar las oposiciones internas en la empresa y tener la disposición de enfrentarse a las razones que inspiran los conflictos.

Es necesario armarse de muchísima dedicación para perseguir las propias ambiciones, entrenando con el tiempo las propias aspiraciones e incluso los propios sueños, a veces yendo en contra de lo que inicialmente podría parecer lo único correcto, contra el sentido común. Porque la dedicación es creer en uno mismo y en los demás, incluso cuando los demás no creen en lo que uno hace ni en sí mismos. Y para lograrlo, es fundamental saber escuchar y escucharse. Es decir, prestar mucha atención... ▀

Eastlab

Official licensee Eastlab S.p.A. | Piazza de' Frescobaldi, 4 | 50125 Florence Italy | +39 055310717 | www.eastlab.it



U.S. POLO ASSN.
SINCE 1890

Follow us on
Instagram

@uspoloassneur



No dormirse en los laureles

de José A. Puglisi

El ‘fenómeno España’ viene cautivando, desde el último año, a la prensa internacional y nacional. El ritmo de crecimiento económico –que superó al registrado por Alemania o Francia– y sus buenas previsiones para 2025 (1,9%, según Moncloa) están generando un importante interés en la comunidad internacional. A los buenos resultados se le suman la confianza mostrada por potentes multinacionales, como Microsoft, Oracle o AWS, por medio de sus millonarias inversiones en el mercado nacional.

Europa ha aplaudido el alto rendimiento económico de España e, incluso, desde los medios de comunicación no han dudado en tildarle de la “locomotora económica de Europa”. Ahora bien, es una maquinaria que, a pesar de haber pisado el acelerador, tiene un problema en su engranaje: la competitividad y la productividad.

Justo antes del parón veraniego, el índice de Competitividad Mundial de IMD advertía que España perdía cuatro puestos en su ranking y pasaba a convertirse en el 40 país menos competitivo. Un resultado que, además, supone la peor posición registrada durante los últimos diez años. La investigación da algunas pistas sobre el origen de los resultados y los centraba en: el retroceso percibido en las finanzas públicas, política fiscal, marco institucional, legislación empresarial y marco societario.

Ahora bien, el estudio da una de cal y otra de arena y reconoce el

avance nacional en infraestructuras y en el desempeño económico, pero advierte que no es suficiente para ser competitivo. No solo por los retos previamente enumerados por el índice, sino también por las propias carencias de la productividad española (cada vez más lejana a la media europea) y del mercado laboral (donde destacan las dificultades que las empresas tienen para acceder a los profesionales con la cualificación requerida).

Ahora que está por acabarse el verano, España tiene la oportunidad perfecta para retomar los ‘entrenamientos’ y competir en la ‘Champions League’ de las grandes economías. No se trata de un trabajo sencillo. Por ejemplo, el IMD recomienda reducir la presión fiscal en España. Una tarea muy compleja no solo para Moncloa, sino para cualquier país de la región, que

España, a las puertas de la ‘Champions’ económica



necesita de cada vez más recursos para sostener los servicios públicos. De ahí que la clave esté en la optimización del gasto público, con una reducción del tamaño del Gobierno (con más de 900 asesores) y la selección estratégica para determinar a dónde irá el dinero.

Para jugar de ‘tú a tú’ con los grandes, España debe apostar con fuerza en la creación de un marco normativo estable para las empresas, así como facilitar, incentivar y ayudar en los procesos productivos. Sin olvidar, por supuesto, poner toda la ‘carne en el asador’ en materia de digitalización e I+D para reforzar la coordinación entre los distintos agentes y promover la transferencia de conocimientos.

Para impulsar la productividad, no existe una fórmula evidente. El Gobierno confía en que la reducción de la jornada laboral aportaría a aumentar la producción, mientras que para el estudio ‘El reto del tamaño empresarial en España’, editado por la Fundación del Instituto Español de Analistas en colaboración con el Banco de España y BME, confía en que la solución está en incrementar el tamaño de las empresas. Un reto tan grande que debería unir a los diferentes actores económicos para trazar una hoja de ruta que nos permita contar con unos registros dignos de nuestro potencial económico.

España no puede permitirse el lujo de dormirse en los laureles. O se transforma para subir al siguiente nivel o será cuestión de tiempo para que pierda ese liderazgo que deja asombrada a toda Europa.



U.S. POLO ASSN.

SINCE 1890



Follow us on
Instagram

@uspoloassneur



Sumario

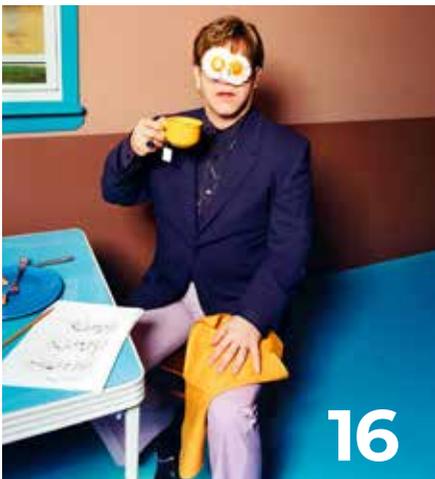


26

CRECER A TODO GAS

El **director general de Coca-Cola Iberia** prevé que la multinacional logre cifras históricas dentro del mercado español durante los próximos años, al mismo tiempo que pisa el acelerador a fondo para **avanzar en los procesos de sostenibilidad, diversidad e inclusión de la firma**

12 Insider

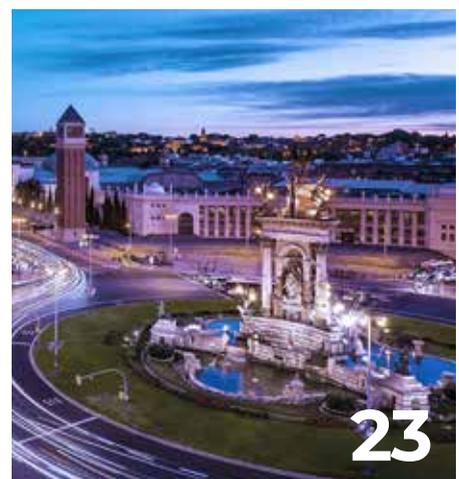


16



22

- 14 Event
- 16 Exhibition
- 17 Quote Wall
- 22 Into the future
- 23 Award
- 24 People



23



34 Business is business

36 España sueña con el American Dream

Las empresas *made in Spain* vienen aumentando vertiginosamente su presencia dentro del mercado estadounidense, ¿qué se esconde tras este fenómeno?

42 Computación cuántica: Nace una nueva era

Esta nueva tecnología está emergiendo como una de las fuerzas más disruptivas y transformadoras del siglo XXI.

48 Herederos del reino empresarial

Conoce a la nueva generación que tomará las riendas de las empresas más influyentes de España y que tendrá que mantener vivo el legado.

56 Euro digital: No hay vuelta atrás

El Banco Central Europeo avanza en una nueva moneda que permitirá poner a la Unión Europea en la vanguardia financiera mundial.



62 El espresso arte de los negocios
Illycaffè, que suma dos años creciendo al ritmo del 20% en España, logrará seguir expandiéndose a doble dígito al cierre de 2024, gracias a su innovadora estrategia en el mercado nacional.

66 Tambalea el castillo de naipes
Antonio Garamendi, presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), advierte que la locomotora económica española podrá 'descarrilar' si no se toman las medidas oportunas.

70 GEO versus CEO
Más allá del juego de palabras, son muchos más los puntos en común que unen a este cuerpo de élite de la Policía Nacional con una organización empresarial y sus directivos.

76 La superviviente que desafía al cáncer
La Fundación CRIS contra el cáncer ha invertido 50 millones de euros en investigación oncológica desde su creación y sigue avanzando sin parar en la lucha para erradicar a esta enfermedad.

80 Free time

82 El fenómeno del 'Pickleball'
El deporte que causa furor en Estados Unidos llega a España con el objetivo de destronar al pádel.

88 De la pista a la calle
Desde su nacimiento, las carreras han servido de laboratorio para desarrollar sistemas que luego llegan a los vehículos de calle.

92 Conversación con Goya: Disparates y miserias
La Real Academia de Bellas Artes de San Fernando acogerá la exposición de la famosa Lita Cabellut, donde 'conversa' con el autor de *La maja desnuda*.

96 A la búsqueda del material extraterrestre
La historia de la relojería transita en paralelo a la evolución de los materiales empleados en la fabricación de esos instrumentos que dan la hora.

98 La pantalla tradicional se extingue
Las empresas tecnológicas están revolucionando el diseño de los nuevos dispositivos y la tendencia apunta hacia un mismo norte: la desaparición de las habituales pantallas.

100 México lindo (y bien rico) en Madrid
En los últimos tiempos han



abierto restaurantes que van más allá del concepto "cantina" o del "tex-mex" con que ciertas franquicias venden como auténtico lo que no lo es.

104 Una apasionante aventura líquida
El enoturismo en España cuenta con propuestas singulares que son capaces de convertir la afición por el vino en una verdadera experiencia holística.

106 Honor a la patrona
La festividad religiosa en honor a la Virgen de la Mercè, patrona de Barcelona, evolucionó para convertirse en una muestra de la cultura regional.

108 Entertainment
La agenda que no te puedes perder para tu tiempo libre

112 La última aventura de Elena Blanco
El gran adiós de Carmen Mola a uno de sus personajes más queridos por parte de los lectores.



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

Director responsable

Vito Sinopoli

Consultor editorial

Linda Parrinello

Redactor jefe y coordinación editorial

José Antonio Puglisi

Redacción

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

Coordinación gráfica

Alda Pedrazzini

Maquetación

Jangala Media

Han colaborado en este número: Ana Montenegro, Alfredo García, Cristina Mendoza, Cristina Alonso, Damián Henríquez, Ernesto Páez, Javier Villagrán, José Suay, Raquel Pardo, Rosario Fernández y Kino Verdú.

Coordinación técnica

Paola Lorusso - plorusso@e-duesse.es

Publicidad

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

Publicación mensual - 10 números al año

Precio de la copia 3,90 euros

Preimpresión: Target Color srl, Milano

Impresión: Rotocobri/Walstead

Ronda de Valdecarrizo, 13

28760 Tres Cantos

Madrid

Distribución: SGEL

Avenida de Suiza, 18 – Planta Baja.

28821 Coslada (Madrid)

Depósito Legal: M-30765-2023

ISSN 3020-6618

Todos los derechos reservados.

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

DUESSE COMMUNICATION ESPAÑA SL

C/ Fernando el Católico, 17

28015 Madrid

www.e-duesse.es

Número cerrado en la redacción el 18/06/2024

MODULNOVA



| Apuntes e imágenes que inspiran |

Insider

El futuro mundial en la Gran Manzana



La Organización de las Naciones Unidas (ONU) celebrará su Cumbre del Futuro entre el 22 y 23 de septiembre en la ciudad de Nueva York. Un importante evento que reúne a los líderes mundiales para buscar forjar un nuevo consenso internacional, a fin de mejorar el presente y salvaguardar el futuro de toda la humanidad. No en vano, de estos encuentros han surgido importantes pactos como la Carta de las Naciones Unidas, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Agenda 2030 o el Acuerdo de París. Para esta nueva edición, la lupa se pondrá en aspectos como gestionar las tensiones mundiales (Agenda de paz), facilitar la inclusión de las nuevas generaciones, la seguridad del futuro digital, análisis del sistema financiero y acelerar los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS). **Un.org** ▲



© Gettyimages

LA FIESTA DE LA ARQUITECTURA

Madrid celebrará su Semana Internacional de la Arquitectura entre el 4 y el 13 de octubre. Un evento que busca acercar este estilo de arte a la sociedad, poner en valor su patrimonio y convertir a la ciudad, durante unos días, en la capital de la cultura arquitectónica.

Esta XXI edición, organizada por el Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid y la Fundación Arquitectura COAM en colaboración con el Ayuntamiento de Madrid, tendrá a Lima-Perú como ciudad y país invitado. También será una oportunidad para rendir un homenaje al 150 aniversario del nacimiento del arquitecto Antonio Palacios. El 'plato fuerte' del evento será la jornada de puertas abiertas en

sedes emblemáticas de instituciones que no pueden ser visitadas habitualmente, así como un itinerario temático en distintas zonas de Madrid y sobre diferentes períodos de su historia. En total, para esta edición, está prevista la visita a unos 50 edificios, con varios pases en cada uno y más de 30 itinerarios, algunos de ellos dirigidos al público infantil.

Sin olvidar que, como ocurre desde los últimos cinco años, se organiza un curso abierto sobre la Arquitectura de Madrid, dirigido a estudiantes de secundaria, con el fin de generar el interés hacia esta área del conocimiento desde la edad escolar. semanaarquitecturamadrid.com



Visita a la Biblioteca Nacional de España, Madrid



Una selección de ejemplares históricos de la arquitectura madrileña

El vestíbulo de entrada al depósito de la Biblioteca Nacional de España

Los visitantes pasean por el interior de la Biblioteca Nacional de España



business-people.es



El álbum secreto de Elton John y David Furnish

El Victoria and Albert Museum de Londres cuenta con una exposición de 300 imágenes pertenecientes a la colección privada del músico Sir Elton John y del productor de cine David Furnish. Algunas de las obras, tomadas por más de 140 fotógrafos, se exhibirán al público por primera vez, lo que hace de la muestra *Fragile Beauty: Photographs from the Sir Elton John and David Furnish Collection* una oportunidad única para los amantes de la imagen, la música, la moda y el cine.

La exposición, abierta hasta el 5 de enero de 2025, incluye retratos de estrellas musicales y del entretenimiento, incluyendo fotografías de Marilyn Monroe, Miles Davis y Chet Baker. También dispone de imágenes icónicas de momentos clave de la historia, desde el movimiento de los derechos civiles de la década de 1960 hasta el activismo del SIDA de la década de 1980 y los eventos del 11 de septiembre de 2001. Organizada en colaboración con Gucci, la muestra permite conocer esos recuerdos tan frágiles como hermosos que unen a Elton John y David Furnish. Vam.ac.uk

Elton John- Egg On His Face, New York, David LaChapelle, 1999

Howard Schultz

Ex CEO de Starbucks

"Arriesga más de lo que los otros consideran que es seguro. Sueña más de lo que los otros piensan que es práctico".



David Karp

Fundador de Tumblr

"Un emprendedor es aquel que tiene una visión de algo y un deseo de crear".



Rosa María García

Consejera de Mapfre y expresidenta y consejera delegada de Siemens España

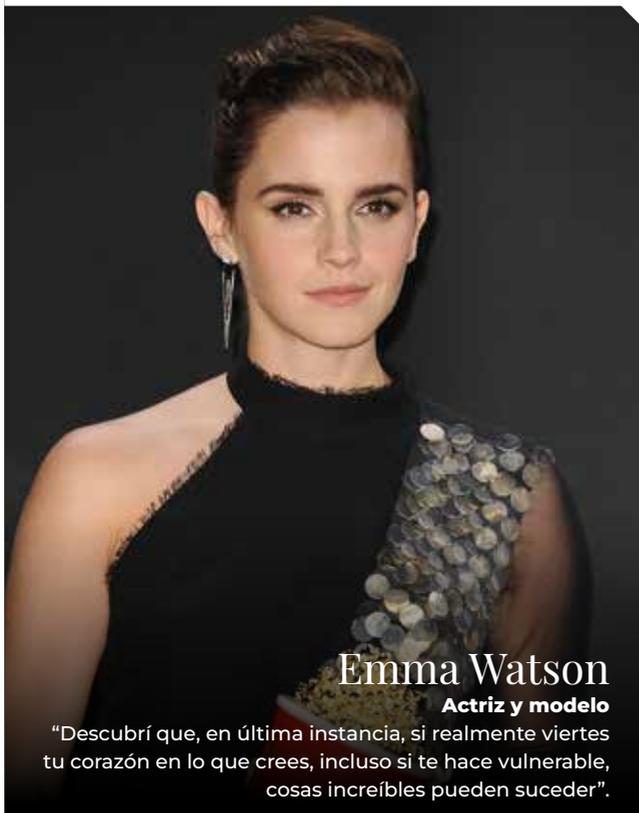
"Lo que hará triunfar a los negocios serán las personas; los buenos aguantarán que se aprovechen de ellos solo en los malos tiempos. En cuanto puedan se marcharán con quienes les respeten y les escuchen".



Tomás Pascual

Presidente del Grupo Calidad Pascual

"Hay que saber escuchar, comunicar y movilizar. Es clave para un empresario".



Emma Watson

Actriz y modelo

"Descubrí que, en última instancia, si realmente viertes tu corazón en lo que crees, incluso si te hace vulnerable, cosas increíbles pueden suceder".



Phil Libin

Ex CEO de Evernote y fundador de Mhmm

"Existen muchas malas razones por las cuales empezar una compañía, pero solo existe una buena y legítima razón: cambiar el mundo".

© Getty Images (3)





Respira™

PENÉLOPE CRUZ
FOR

GEOX

**Su
oasis
de
relax,
con
Nice**



**Su
futuro
más
verde,
con
Nice**



**Su
tiempo
libre,
con
Nice**



**Su
casa
smart
ideal,
con
Nice**



**Su
vida
más
fácil,
con
Nice**



Su hogar seguro, con Nice



Nice

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

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



Descubre nuestras soluciones



La cabina del futuro

La realidad vuelve a superar, una vez más, a la ficción.

La empresa Holoconnects presentó su Holobox, se trata de una cabina que –a pesar de ser similar a las antiguamente utilizadas en telefonía– permite proyectar representaciones holográficas de tamaño completo, ofreciendo una experiencia de conversación casi natural e inmediata. Si bien recuerda a escenas de películas futuristas, el desarrollo tecnológico solo necesita

de electricidad e internet para funcionar, convirtiéndose en un sistema *plug and play*.

Para garantizar una conversación de calidad, el dispositivo cuenta con vidrio antirreflejos, dos altavoces incorporados HiFi, una pantalla LCD transparente de 86 pulgadas y un sistema táctil avanzado. Su tecnología no está pasando desapercibida y ya está siendo utilizada por organizaciones como UNICEF, Naciones Unidas, Nike,

Vodafone, Deloitte y T-Mobile.

En cuanto a la creación de contenido, el proceso es tan avanzado como intuitivo. Se puede grabar contenido en los estudios de Holoconnects o incluso producir contenido pregrabado desde cualquier ubicación. Esto, sumado a la capacidad de transmisión en vivo en 4K, abre un abanico de posibilidades para la interacción de marca y la comunicación en tiempo real. holoconnects.com

El epicentro del Real Estate

Los principales inversores y expertos de todo el mundo estarán presentes en The District World Summit 2024. El evento, que se llevará a cabo entre el 25 y el 27 de septiembre en la Fira de Barcelona, busca promover nuevas oportunidades de negocio y facilitar el cierre de transacciones en curso entre los participantes de la cadena de valor del sector. En su tercera edición y bajo el

título *Elevate Your Business. Accelerate Your Deals*, la cumbre reunirá a más de 400 líderes enfocados en las proyecciones macroeconómicas para 2025 y en el análisis de la evolución y los desafíos actuales del mercado. También se discutirá sobre las macro tendencias que influirán en el próximo curso financiero. Entre los asistentes destaca la presencia de firmas como Stoneshield, Azora, Apollo, Bain Capital, Starwood, Brookfield, JP

Morgan, Goldman Sachs, Greystar, King Street, Sixth Street, Stoneweg, Rockfield y TPG.

El encuentro también acogerá la tercera edición de *The World-Class District Awards*, los premios que reconocen los casos de éxito más relevantes del último ejercicio y a los fondos, equipos y territorios que han demostrado ser los mejores a la hora de cerrar operaciones, desarrollar proyectos y cumplir con los criterios ESG.



TODO QUEDA EN FAMILIA

Flora Pérez Marcote, esposa de Amancio Ortega, es nombrada nueva consejera dominical del Consejo de Administración de Inditex, donde ya estaba present como representante de Pontegadea Inversiones, el brazo inversor del creador de Zara.

**GOLAZO PUBLICITARIO**

Sara Pastor se incorpora a DAZN como la nueva vicepresidenta Senior de Ventas de Publicidad para España y Portugal. Será la responsable de impulsar el crecimiento de los ingresos por publicidad de la plataforma en el mercado ibérico.


Google
Lino Cattaruzzi

Director General

Lino Cattaruzzi es el nuevo director general de Google para España y Portugal, cargo que ocupa desde el arranque de septiembre, sucediendo a Fuencisla Clemares, quien se ha trasladado a las operaciones de ventas en Europa, Oriente Medio y África. Cattaruzzi, con una extensa carrera en Google desde 2008, ha dirigido las operaciones de ventas en Alemania, Suiza y Austria, y ha sido parte del equipo global en California, así como director general en Argentina y México. Antes, lideró las operaciones comerciales en Oriente Medio y Norte de África.

Faes Farma
Eduardo Recoder de la Cuadra

CEO

Eduardo Recoder de la Cuadra ocupa el cargo de CEO en Faes Farma. Posee más de 20 años de experiencia en diversas multinacionales farmacéuticas, incluidos 17 años en AstraZeneca, donde ocupó varios puestos, entre ellos, el de vicepresidente para Europa Occidental y del Sur. Su elección como CEO ha contado con el respaldo unánime del consejo de administración de Faes Farma. Mariano Ucar, quien ha sido presidente ejecutivo durante los últimos 11 años en el grupo, asume un rol no ejecutivo a partir del 1 de septiembre.

Globomedia
María José Rodríguez

Directora General

María José Rodríguez, previamente encargada de la producción original de Amazon Prime Vídeo en España, es la nueva directora general de Globomedia. Desde el 1 de septiembre empieza su nueva aventura profesional, reportando a Laura Fernández Espeso, CEO de The Mediapro Studio. Conocida por su vasta trayectoria en la industria audiovisual, colaboró en el lanzamiento del canal Movistar+, donde lideró tanto la producción propia como la dirección de antena. Además, fue quien lideró la producción de Discovery Max.

Copa-Cogeca
Elli Tsiforou

Secretaria General

Elli Tsiforou es la nueva secretaria general conjunta del Copa y de la Cogeca. Su elección fue unánimemente aprobada por los miembros del comité, reconociendo su vasta experiencia en la dinámica de la UE y su detallado conocimiento de las políticas y organizaciones agrícolas nacionales. Inicia en su cargo en septiembre, sucediendo a Pekka Pesonen, quien dejó el cargo en febrero de 2024. Lo que le permite convertirse en la primera mujer en asumir esta posición en la historia de la organización desde que nació la Secretaría en 1962.

EMBLEMA DE BARCELONA

Xavier Purcallà es nombrado director de Comunicación, Marca y Relaciones Institucionales de la Basílica de la Sagrada Familia para dirigir la estrategia comunicativa de uno de los monumentos más icónicos y visitados en el mundo.

**LAS CUENTAS CLARAS**

Siemens Healthineers incorpora a Pere Cercós como el nuevo director financiero en España. Con 22 años de experiencia en la compañía, ahora asumirá un nuevo reto: la supervisión de todas las actividades financieras en España.



GENERACIÓN DE RELEVO

Alberto Pérez es nombrado el nuevo director general de Continental Automotive España. Con casi 25 años de trayectoria en el grupo, sucede en el cargo a Eduardo González, quien se jubila después de 39 años al frente de la compañía.



PROMOCIONAR EL TALENTO

Óscar Herráez es promovido a la posición de socio en Kronos Real Estate Group. Se unió a la empresa en 2014 como director financiero, donde rápidamente demostró su talento. Previamente, trabajó durante más de una década en Grupo Lar.



IESE

Pablo Hernández de Cos



Profesor

Pablo Hernández de Cos, quien dirigió el Banco de España entre 2018 y 2024, se une al claustro de la escuela de negocios IESE como profesor de Economía. Además de tener un doctorado en Economía por la Universidad Complutense (con especialización en macroeconomía, política fiscal, política monetaria y estabilidad financiera), formó parte del Consejo de Gobierno del Banco Central Europeo, del Consejo de Estado, del Consejo Asesor del Instituto de Estabilidad Financiera, del grupo de gobernadores y jefes de supervisión del Banco de Pagos Internacionales.

Real Club Deportivo La Coruña

Juan Carlos Escotet



Presidente

El empresario hispano-venezolano y presidente de ABANCA, Juan Carlos Escotet Rodríguez, es fichado como nuevo presidente del Real Club Deportivo de La Coruña. Sustituye a Álvaro García Diéguez y se convierte en el presidente número cincuenta en la historia del club. Reconocido por fundar y presidir Banesco Internacional, cuenta con una de las mayores fortunas de España, estimada en más de 4.000 millones de dólares. La gestión de Escotet en el club comenzó en enero de 2020, cuando ABANCA se convirtió en su acreedor principal.

Guadaliuris

Miguel Blasco Rodríguez



Presidente

Guadaliuris, entidad que reúne a 26 bufetes de abogados en Sevilla, designa como presidente a Miguel Blasco Rodríguez. Sustituye a la abogada Beatriz Jiménez Suñe, quien ocupó la presidencia desde julio de 2022. Blasco Rodríguez tiene una licenciatura en Derecho de la Universidad de Sevilla, con especialización en Derecho Privado, y es socio de 'LegalSur Abogados', así como profesor asociado en la Universidad Pablo de Olavide. Su carrera jurídica es destacada y cuenta con experiencia en diversos bufetes y la fundación de su propio despacho.

Santander

Alexandro Broedel Lopes



Jefe de Contabilidad

El exdirector financiero del banco brasileño Itaú Unibanco es contratado por el Banco Santander para dirigir su unidad de contabilidad. El banquero brasileño ha desempeñado diversos cargos de relevancia en el sector financiero del país latinoamericano, incluyendo el de Comisario de la Comisión Nacional de Valores Mobiliarios. Además, fue miembro del Comité de Auditoría de BMF&Bovespa y asesor en el bufete Mattos Filho. Broedel se unirá al banco en 2025, reemplazando a José Doncel, quien se jubila tras una década en el puesto.

RENOVACIÓN INTERNA

Enrique Ruiz Martín es nombrado Coordinador Ejecutivo y Adjunto al CEO de Uniteco para impulsar medidas que perfeccionen los procesos internos y enriquezcan la experiencia del cliente, reportando directamente a la directiva.



REDEFINIR LA ESTRATEGIA FINANCIERA

Ana Muñoz Sánchez ocupa el puesto de directora financiera de Minor Hotels Europe & Americas. En su nueva posición tendrá la responsabilidad de implementar la estrategia financiera de la compañía en más de 30 países de Europa y América.



Creecer

a todo gas

Carlos Martín
COCA-COLA IBERIA

La multinacional, que contribuye a la economía española con unos **6.257 millones** (el 0,5% del PIB nacional), prevé alcanzar unos resultados históricos en los próximos años en el mercado ibérico. Su **director general**, que ya logró la hazaña en el mercado de **Colombia** y **Venezuela**, no titubea al predecir los nuevos récords de la firma:

“Vamos a lograrlo”

Texto de José A. Puglisi - Fotos de Javier Villagrán

C

CARLOS MARTÍN

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid y graduado en Marketing por la Cesma Business School en Madrid, se incorporó a la compañía en 2020 como Director General de Argentina, Paraguay y Uruguay. Desde mayo de 2023, ostenta el cargo de Director General de Coca-Cola Ibería



C

Coca-Cola Iberia está avanzando a todo gas. La multinacional, que cerró el 2023 con un crecimiento del 9,5% y ha superado la barrera de los 3.000 millones de euros, prevé mantener su positiva evolución durante el presente año y el próximo. ¿La meta? Alcanzar unos resultados históricos que le permitan consolidar este mercado como el más importante en Europa. Para lograrlo, la firma cuenta con la experiencia de Carlos Martín, quien ya logró superar los récords económicos tanto en Colombia como en Venezuela. Todo esto sin dejar de pisar el acelerador en materia de diversidad, inclusión y sostenibilidad, la columna vertebral de este burbujeante negocio.

Tras más de un año desde su nombramiento, ¿cuál fue el mayor reto que tuvo que asumir?

Estamos en un momento de transformación bastante importante a nivel organizativo y digital, así como innovando en nuestros envases y nuestra sostenibilidad. Es decir, con un montón de transformaciones. Así que el principal reto de este año fue crear una agenda que nos permita aprovechar de dónde venimos y poder avanzar hacia dónde creemos que tenemos que ir.

¿Y cuál destacaría como su principal hito logrado hasta la fecha?

Destacaría dos hitos del equipo. Primero, el lanzamien-

to de la plataforma This is Happening, donde no solamente pretendemos comunicar los avances que estamos haciendo en sostenibilidad, sino que queremos que sea una plataforma para hacer a los consumidores parte activa de este cambio. Es algo súper importante. El segundo hito que nos llena de orgullo es que, por primera vez, estamos en el 'top cinco' del ranking Merco de reputación corporativa.

¿A qué atribuye este reconocimiento?

Tener una agenda clara y holística. Cada vez menos, las empresas están enfocadas solo a la facturación o los beneficios y empiezan a apostar por una agenda centrada en la transformación del equipo, la importancia de la diver- →



Cada empleado
de Coca-Cola
tiene derecho a

4.500

euros para
su formación

sidad, la inclusión dentro de la forma de operar y trabajar en sostenibilidad, así como estar cerca de los consumidores y apoyar a las comunidades. Yo creo que esto es lo que nos ha llevado hasta donde estamos.

¿Qué conocimiento adquirió frente a los mercados latinoamericanos que le fuera de ayuda al momento de liderar a Coca-Cola en España y Portugal?

América Latina tiene una característica que cada vez es más universal: un entorno muy cambiante. En un año puede haber fenómenos atmosféricos, se puede devaluar la moneda de una forma exponencial o haber importantes cambios políticos. Esto hace que el talento latino sea muy ágil y cuente con una gran flexibilidad ante el cambio, permitiéndoles leer los escenarios muy rápido. Para mí, esa es una característica cada vez más importante y toda esa 'gimnasia empresarial' para tomar decisiones rápidas con la mentalidad del crecimiento es algo que llevo cada día en la mochila y me está sirviendo mucho en España.

En Venezuela y Colombia logró una transformación sostenible del negocio, repercutiendo en los resultados de la compañía con récords históricos de volumen, ingresos y beneficios, ¿prevé que podrá repetir su éxito en España y Portugal?

Sí, claro que sí. El secreto del éxito que tuvimos en Colombia y Venezuela fue contar con un equipo diverso, donde cada uno aportaba y motivaba a la organización para alcanzar una agenda común. Contar con un equipo con esas características es la fórmula para los grandes resultados. Y, en el caso de España y Portugal, veo que también contamos con un equipo muy talentoso, diverso e inclusivo, que tiene mentalidad de crecimiento y que realmente apuesta por avanzar.

Entonces, ¿la meta es alcanzar también cifras récord en España?

Totalmente, será la consecuencia de los buenos planes y un gran equipo.

¿Qué otros objetivos se plantean?

Para los próximos años estamos apostando por aprovechar la transformación digital, para que, junto al talento humano, nos permita avanzar a cotas que antes no podíamos llegar. Además, avanzaremos en la eficiencia organizacional, entendiendo a España dentro de un mercado global y logrando sacar lo mejor de esa globalidad de la compañía, así como su localización en un mercado estratégico como es el español. Sin olvidar la apuesta por la sostenibilidad, por medio del nuevo diseño de envases o de protección del agua. Finalmente, seguimos trabajando muchísimo en innovación y en el nacimiento de nuevos productos que nos

Sus ingresos alcanzaron el récord de

3.325

MILIONES DE EUROS en 2023



permitan tener una solución para refrescar al mundo.

¿Qué supone el mercado español para Coca-Cola?

El mercado español es un mercado muy importante para Coca-Cola. A nivel europeo, te diría que es el mercado más grande y que, históricamente, ha tenido un desarrollo muy relevante. Sin embargo, el mercado español de Coca-Cola va mucho más allá de esto. Hay importantes innovaciones de la compañía que nacieron en el mercado nacional, por ejemplo, Aquarius. La marca se lanzó en 1992 para los Juegos Olímpicos y, a día de hoy, sigue dándonos muchas alegrías. Lo mismo pasa con Appétizer o Royal Bliss.

España también el fue piloto de los tapones adheridos a las botellas y de degustar nuestros productos en grandes recintos con envases reutilizables. Sin olvidar que es la cuna de grandes talentos de la firma y tenemos ejemplos como Manuel Arroyo, vicepresidente ejecutivo de la compañía; Luisa Ortega, presidenta de Coca-Cola África; y Nacho Panizo, director financiero de Coca-Cola LATAM.



Para Carlos Martín, los directivos deben tener agenda clara y simple, así como recordar que el líder trabaja para el equipo y no al revés. También destaca la necesidad de crear equipos diversos, el desarrollo del talento dentro de la organización y predicar con el ejemplo en un entorno donde predomine la cercanía

¿Cómo ha evolucionado durante los últimos años?

Los datos de negocio del embotellador CCEP muestran que cerramos 2023 con un crecimiento en la facturación del 9,5%, superando la barrera de los 3.000 millones de euros y alcanzando unos ingresos anuales de 3.325 millones de euros en Iberia. Para este año 2024, la meta es volver a crecer, lo mismo que para 2025.

La consultora de Steward Redqueen cifró en 6.257 millones (el equivalente al 0,5% del PIB nacional) la contribución de Coca-Cola a la economía, es una cifra bastante impresionante...

Sí, es una cifra que tiene sentido y de la que nos sentimos muy orgullosos. Hay, además, dos datos que permiten confirmar la importancia de la firma en el mercado español: el primero, que Coca-Cola genera indirectamente 100.000 puestos de trabajo en todo el país, lo que supone 25 empleos adicionales por cada uno generado en la empresa; el segun-



do, es que tenemos presencia en todo el territorio que nos permite llegar a nuestros 270.000 clientes, lo que supone un impulso para áreas de la 'España vaciada'.

Según el informe Brand Footprint 2024, la firma lidera las marcas de gran consumo más elegidas en España, ¿a qué lo atribuyen?

Estamos súper orgullosos de seguir siendo la marca más valorada por los consumidores españoles. Al ser una compañía integral de bebidas, hemos realizado un buen trabajo en el proceso de innovación con diferentes marcas y productos para llegar a diferentes targets de mercado y en diferentes ocasiones.

Además, Coca-Cola es una empresa que siempre ha sido referencia en marketing y todo el proceso de transformación que estamos haciendo en esta área nos ayuda a seguir siéndolo, ya que la forma de interactuar con el consumidor ha cambiado. Sin olvidar que el 99,9% de nuestros envases son reciclables y que, en 2025, queremos llegar al 100% o que trabajamos para que al menos un 50% de los materiales que usamos en nuestros envases sean reciclados, un objetivo que ya se ha alcanzado tanto en Europa como en nuestro país.

Coca-Cola fue reconocida como una de las mejores empresas para trabajar, según 'Top Employer', ¿Cuál es la 'fórmula secreta' para crear un ambiente laboral idóneo?

Para mí, la fórmula secreta es la diversidad. Es algo en lo que creemos muchísimo, ya que buscamos que el empleado sea la mejor versión de sí mismo. Después, hay que saber acompañar esa diversidad –no solo de género, sino también ideológica, de edad o de background– con la inclusión. Es como si tienes un equipo de fútbol muy diverso, donde cada uno tiene su propio talento, pero después tienen que →



salir al campo a jugar en equipo.

España se enfrenta a una crisis de productividad, ¿cómo gestiona este aspecto en su plantilla?

Para empezar, buscamos tener una relación muy directa con nuestros empleados. Esto es clave en los procesos de comunicar y de transmitir una agenda clara y común. No se trata de un modelo jerárquico, sino que permite a cualquier persona hablar con otra para que se pueda avanzar juntos. También apostamos por los programas de reconocimiento, que dan la energía para seguir avanzando. Además, el manager no tiene muchos empleados directos, lo que permite tiempo de calidad con cada uno. Otro aspecto fundamental es que, en nuestros objetivos anuales, está el desarrollo tanto de la carrera como el personal, siendo un aspecto que te empuja a continuar. En este sentido, cada empleado tiene derecho a 4.500 euros en formación dentro de su bono de la compañía, tanto en procesos de formación interna como externa. Finalmente, añadiría la movilidad, gracias a los programas short-term assignments. En otras palabras, somos una empresa con 103 empleados en la que no se puede estar parado.

¿Cuáles son las grandes asignaturas pendientes en la gestión de equipos?

Hay que evolucionar en las características que requieren las empresas con los empleados. No solo en España, sino en todo el mundo. Por ejemplo, antes se valoraba mucho el conocimiento, pero creo que ya no es una habilidad tan importante, gracias a la evolución de las herramientas digitales. Para mí, la clave está en otras características como la habilidad para controlar ese conocimiento, la curiosidad o la agi-

DETRÁS DE LAS BURBUJAS

Casi todas las familias tienen algún objeto con el logo de Coca-Cola en su casa, ¿cuál tiene usted?

Tengo una vaca de tamaño natural pintada por un artista colombiano que, además del logo, tiene íconos de la cultura de dicho país. Para mí tiene un valor muy importante, porque fue un regalo de despedida de mi equipo de Colombia y mi esposa casi me mata cuando tuvimos que hacer la mudanza (risas).

Una película, libro o canción que tenga un importante valor personal

En mi juventud hice atletismo a nivel de competición y, para mí, es importante la obra *The Perfect Mile* de Neal Bascomb.

Una actividad o espacio idóneo para reencontrarse en momentos difíciles

Salir a correr. Todas las mañanas, salgo a correr sin falta.

Un sabor u olor que le transporte a la infancia

Soy nieto de panadero, así que el pan recién horneado.

¿Cuál es su 'secreto de la felicidad'?

Son dos. Buscarla, aprovechando cada día con cosas que te llenan y rodearte de personas que te dan energía positiva.

Coca-Cola genera, indirectamente, **100.000** puestos de trabajo en toda España

lidad en la toma de las decisiones. Por ponerte un ejemplo, cuando entrevisto a una persona para un puesto de trabajo, a mí su pasado me importa muy poco. De hecho, yo tengo como costumbre de no mirar el currículum de las personas a las que entrevisto. A mí lo que me interesa es lo que pueda hacer, lo que me interesa es el futuro y, para eso, tienes que mirar cosas diferentes.

¿Qué impacto prevén obtener con la plataforma This is Happening?

La plataforma está hecha para dos objetivos: comunicar qué hacemos en sostenibilidad y hacer que los consumidores sean parte del cambio. En concreto, estamos trabajando en seis pilares: bebidas, envases, agua, clima, sociedad y cadena de suministro. Para cada uno de ellos tenemos una agenda con objetivos claros y resultados que presentamos cada mes. Es una plataforma que busca quedarse para siempre.

Las nuevas botellas de vidrio retornables de Coca-Cola tienen 25 vidas cada una, ¿cómo cambiará este producto al sector?

Una botella que se puede utilizar hasta 25 veces supone un beneficio medioambiental que, además, cuenta con una buena aceptación por parte del consumidor. El 80% afirma tener una mejor experiencia de consumo a través de este tipo de envases. Para nosotros es una apuesta fundamental, ya que cuenta con un importante potencial de crecimiento y permitirá impulsar este nuevo modelo en un mercado tan importante como son los bares, cafeterías y restaurantes. No podemos olvidar que, según el último Informe de sostenibilidad de Coca-Cola Europacific Partners, el 92,7% del vidrio que producimos es retornable.

En los últimos años, el Gobierno de España viene incrementando la presión fiscal hasta llegar a rondar el 40% del PIB, ¿cómo les ha afectado?

En Coca-Cola nos adaptamos y cumplimos rigurosamente con las obligaciones tributarias que existen en cada mercado sin entrar en su valoración.

¿Cómo avanza el plan de reducir la producción de las bebidas azucaradas?

Nosotros hemos reducido en un 23% el azúcar de nuestras marcas desde 2015, lo que se traduce en que el 63,7% de nuestras ventas son productos bajos en o sin calorías. Se trata de un gran hito para la empresa, ya que el departa-

mento de formulación ha conseguido que las fórmulas sean excelentes y, desde 2010, hemos lanzado 74 variedades de productos bajos en azúcar.

¿Cómo evolucionan otras de sus marcas como Fanta, Sprite, Aquarius o PowerAde?

Nuestra estrategia es tener un portafolio integral de bebidas para que el consumidor pueda elegir el producto que más le guste. En el caso de España, contamos con casos de éxito muy relevantes, como Aquarius, en que hemos apostado recientemente por su versión en melocotón. Por su parte, Fanta es la líder del mercado de cítricos, donde uno de cada dos consumos en el mercado son de nuestra marca. También le tengo un especial cariño a Royal Bliss, que se lanzó en el mercado nacional y ya cuenta con 10 variedades, mientras que FuzeTea es líder a nivel europeo. También hemos entrado en el segmento de alcohol ready to drink con el lanzamiento de Jack Daniel's & Coca-Cola y Absolut Vodka & Sprite. Y vamos a seguir sorprendiendo al consumidor con productos nuevos, con algunas importantes novedades para finales de año.

¿Qué medidas deberían implementarse desde la Administración Pública para fomentar las inversiones de multinacionales extranjeras?

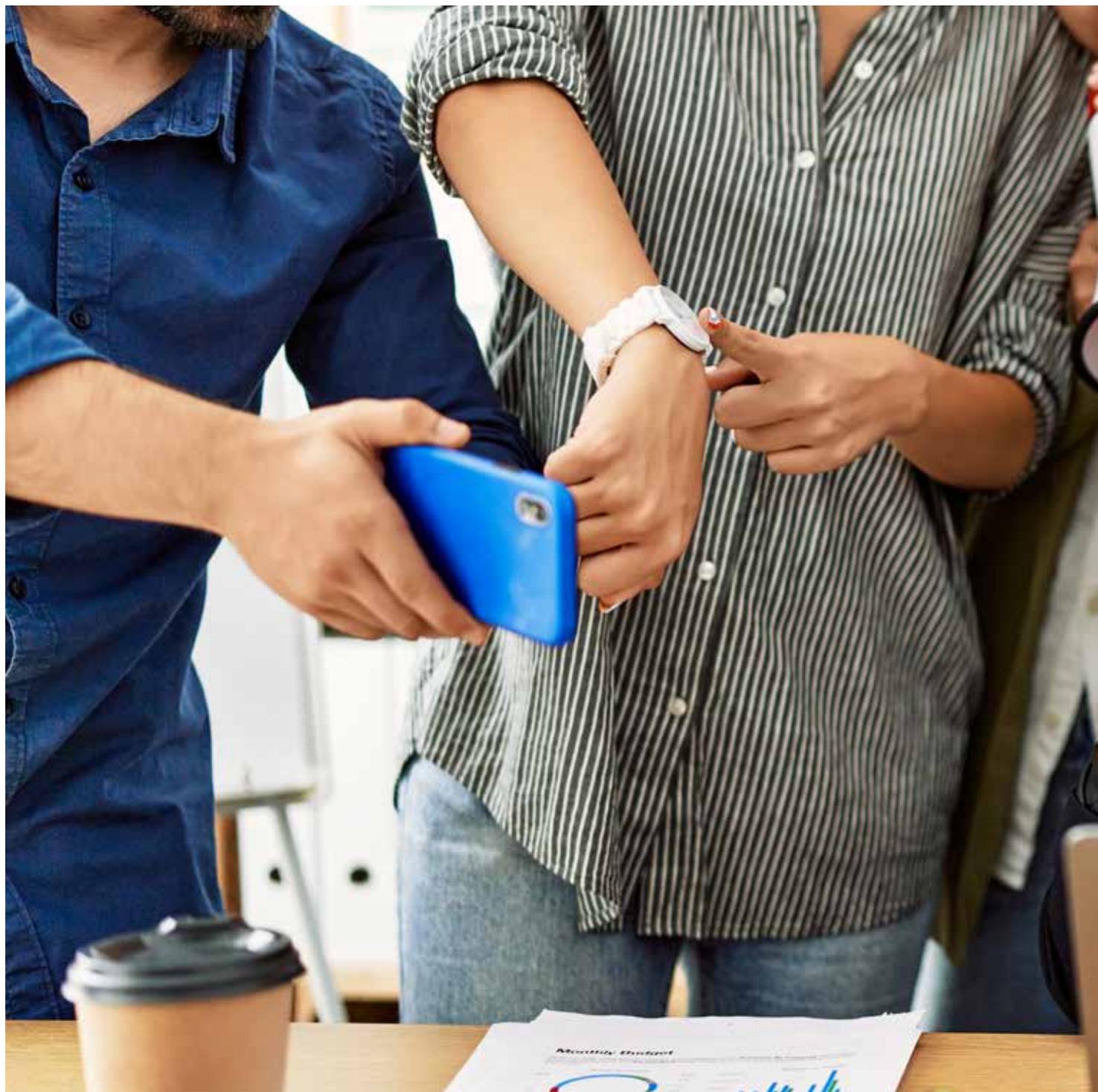
España es un país increíble para desarrollarse. Lo que tenemos que asegurar es que se den las condiciones para el desarrollo empresarial del país, especialmente en materia de transición energética, transformación digital, movilidad y agricultura sostenible. Y no solo para el sector de refrescos, sino para todo el tejido empresarial, ya que, entre otros aspectos, favorecerá al empleo, así como un crecimiento sostenible y sostenido. En general, lo que todas las empresas buscamos son entornos seguros de inversión, equitativos y que no discriminen.

¿Cuál es la gran meta que le gustaría alcanzar como Director General de Coca-Cola Iberia?

Cuando hablo de legado, siempre pienso en mis hijos, Dani y Lucía. Para mí hay dos aspectos fundamentales que me gustaría dejarles a ellos y a todos los niños: la primera, que tengan las mismas oportunidades de acceso al mercado laboral. Es algo fundamental y aún hay trabajo por hacer. La segunda, dejarles un planeta mejor y todo lo que se pueda hacer en materia de sostenibilidad no es un trabajo, sino un orgullo poder aportar mi granito de arena. ▲

Business *is* business

El precio del poder



Ser jefe no es tan divertido como suena. Según el informe de Hiscox *El coste real de montar tu propia empresa*, el 88,3% de los directivos españoles de las pymes que operan en el mercado nacional afirma haber sentido algún problema de salud mental a causa de su trabajo. El síntoma más común en estos ejecutivos es el estrés (81,3%), le siguen el insomnio (69%), la ansiedad (68,6%), la depresión (37,8%) y baja autoestima (32,4%). A pesar del impacto personal no tiran la toalla. Los datos del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones revelan que solo el 7,6% de los directivos de pymes se ha acogido a una baja laboral en los últimos cuatro años, mientras que el Sistema Nacional de Salud advierte que los problemas de salud mental en el empleo aumentan velozmente. ¿Es el precio del poder? ▲

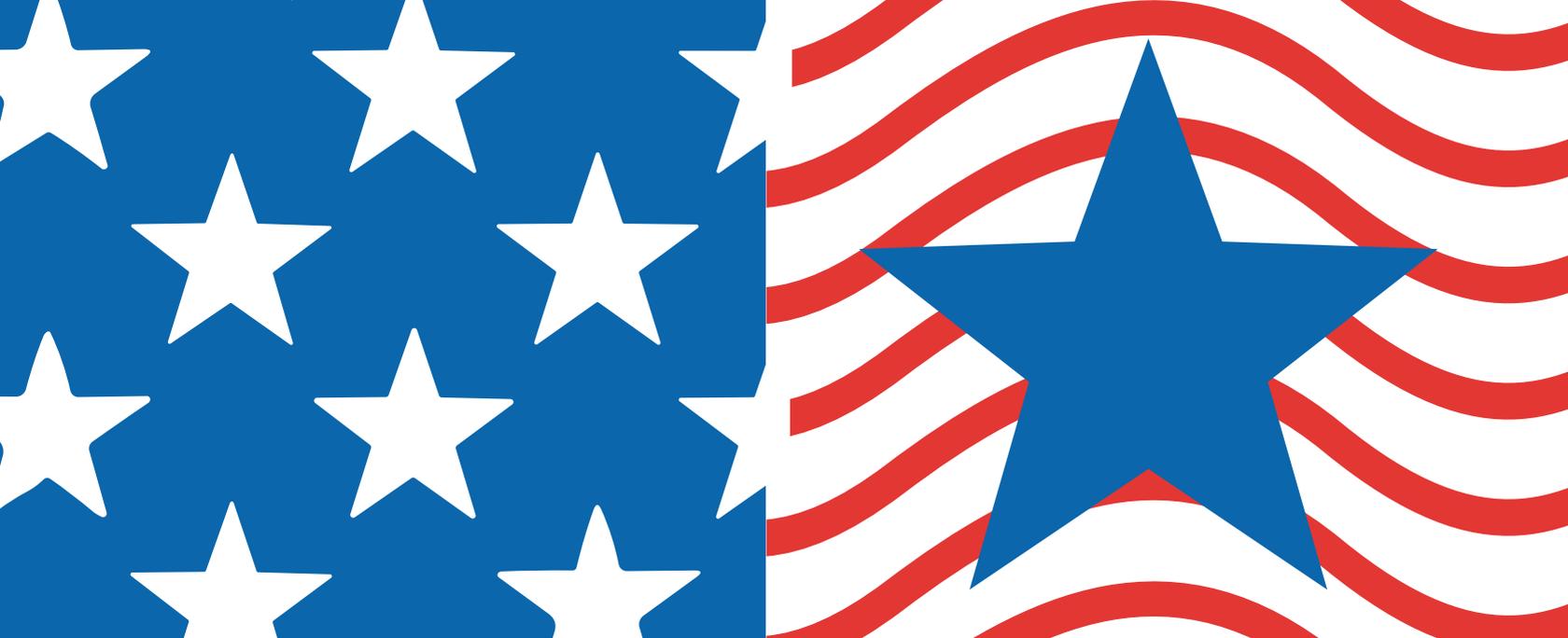


© Gettyimages

ESPAÑA sueña con el AMERICAN DREAM

Las empresas **made in Spain** vienen aumentando vertiginosamente su presencia dentro del **mercado estadounidense**, lo que les está permitiendo consolidarse tanto en aquellos mercados donde la marca España es incuestionable, así como en una amplia gama del espectro de **sectores productivos**

Texto de **Ernesto Páez**



Las empresas españolas están cambiando la siesta por el sueño americano.

En los últimos años, el número de compañías nacionales que desembarcan dentro de Estados Unidos crece rápidamente, lo que le convierte en un destino estratégico en el que vuelcan importantes esfuerzos humanos, organizativos y financieros. Así lo demuestran los datos del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, donde se percibe cómo el mercado estadounidense se convirtió en el principal destino de la inversión nacional y, al cierre de 2022 (últimas cifras disponibles), registró un stock bruto no ETVE de 81.945,58 millones de euros.

La buena relación entre ambos países también se refleja en otras estadísticas. Por ejemplo, en materia de comercio bilateral de bienes, Estados Unidos fue el sexto cliente para la exportación española en 2023, con unas operaciones por valor de 18.904 millones de euros, solamente por detrás de Francia, Alemania, Italia, Portugal y Reino Unido. Mientras que, como proveedor mundial, Estados Unidos ocupó el quinto lugar, con 28.267 millones de euros, tras Alemania, China, Francia e Italia.

PUNTO DE DESEMBARCO

Las empresas españolas suelen llegar a Estados Unidos a través de tres estados: Nueva York, Florida y California. En Nueva York operan alrededor del 54% de las empresas, en Florida el 50% y en California el 43%. Siguen en importancia los estados de Texas, Illinois y New Jersey, en los que tienen negocio un 25%, 22% y 20%, respectivamente. En gran medida, las empresas están presentes en tres áreas geográficas con muy alto nivel de renta.

En declaraciones a *Business People*, la Subdirección General de América de la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa destaca que

la presencia de empresas españolas es “muy relevante en el ámbito financiero, de la energía, la construcción y la ingeniería. Así, por ejemplo, en el sector de infraestructuras, las empresas nacionales estarían participando en grandes proyectos públicos y privados, habiendo conseguido contratos de obras y servicios en EE.UU. por un valor superior a los 34.000 millones de euros”.

La entidad gubernamental precisa que, en esta área, las empresas españolas destacan por “su especialización y ventaja tecnológica derivada de la innovación de productos y procesos con una amplia trayectoria internacional” y ponen como ejemplo de casos de éxito a firmas como CAF, Cosentino, GMV, y ADEX, entre otras.

“Muchas de las empresas con presencia en EE.U.U mantienen relaciones comerciales sólidas y han apostado por las vías más estables de internacionalización, tales como el desarrollo de cadenas propias de distribución y almacenaje, la adquisición o colaboración con compañías locales, o la inversión directa dirigida a la producción local, compatible con las políticas *Buy American*, que tratan de fomentar la provisión nacional”, matizan.

La Subdirección General de América también recuerda que “su presencia no se limita a sectores donde la marca España es incuestionable (vino, aceite y otros productos agroalimentarios), sino que recorre todo el espectro de sectores productivos relacionados con la construcción, la ingeniería, la tecnología industrial, o los servicios más sofisticados como las finanzas o los seguros”.

¿POR QUÉ ESTADOS UNIDOS?

El incremento del número de empresas *made in Spain* en Estados Unidos responde, según la Subdirección del Ministerio de Economía, a las “fortalezas” de las firmas nacionales que son valoradas por el mercado norteamericano. En →

© Shutterstock

concreto, pone de relieve “la calidad de sus productos y servicios, la imagen y el prestigio de marca y la competitividad de sus precios”.

La entidad gubernamental asegura que “la marca España es altamente valorada en este mercado” por dos grandes motivos: el primero, “la procedencia española en el sector de alimentación y bebidas está muy bien posicionada y ha cosechado un notable éxito”; la segunda, el país “es reconocido por sus soluciones innovadoras en transporte de alta velocidad, energías renovables y en el ámbito financiero y de seguros, entre otras”. Un listado al que añade la política económica del gobierno de Joe Biden.

“La inversión directa es probablemente la forma más eficaz de abordar el mercado estadounidense en el largo plazo, vocación característica de las empresas españolas, sobre todo si se tiene en cuenta la apuesta decidida del país en el fomento de la inversión en infraestructuras de transporte y comunicación, así como el énfasis de las últimas administraciones en la promoción de la producción y el empleo local, no solo por razones económicas, sino también de seguridad nacional o sostenibilidad medioambiental”, explica.

RADIOGRAFÍA DEL FENÓMENO

Si bien el volumen de empresas españolas ha venido creciendo, poco se conoce sobre las características de las firmas que ‘saltan el charco’. Sin embargo, los datos del Ministerio permiten sacar a la luz que aproximadamente un 40% de las empresas españolas opera en el sector de alimentación, bebidas y otros bienes de consumo en Estados Unidos, mientras que un 35% desarrolla su negocio en sectores industriales, principalmente en ingeniería, infraestructuras y construcción, y tecnología. Por su parte, un 25% de las empresas opera en el sector del comercio y otros servicios, destacando las de retail/distribución.

En cuanto al tamaño de las empresas, en el sector de alimentación, bebidas y otros bienes de consumo predominan las pymes –más de las tres cuartas partes de las empresas que operan en dicho sector tienen menos de 200 empleados–, mientras que en los sectores industriales un 38% de las empresas tienen más de 500 empleados y, si se consideran las de más de 200 trabajadores, el porcentaje llega a casi la mitad de las empresas, un 46%.

Las empresas españolas que operan en el mercado estadounidense pueden hacerlo a través de distintos canales: importaciones, exportaciones, implantación comercial, implantación industrial, o tomando EE.UU. como base de operaciones para comerciar con Canadá, México y/o resto de América. Dado que los distintos canales no son mutuamen-



te excluyentes, una misma empresa puede ser importadora y exportadora.

La exportación es la principal vía de penetración de la empresa española en el mercado estadounidense, con casi un 70% del total. También destaca la implantación comercial, que es usada como forma de presencia en EE.UU. por un 43% de las empresas. El resto de canales (importaciones, implantación industrial o base de operaciones para operar con el resto del continente) son elegidos por un porcentaje muy inferior de empresas, en torno al 17%.

En el sector de comercio y otros servicios, la distribución por tamaño muestra el siguiente patrón: un 38% tienen menos de 50 empleados, un 35% tienen entre 50 y 200, y un

AL OTRO LADO DEL CHARCO

EL ECONOMISTA **DANIEL LACALLE** ANALIZA LOS PRINCIPALES PUNTOS FUERTES DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE

A demás de tratarse de un mercado de mayor dimensión y con un consumidor con mayor poder adquisitivo, ¿a qué atribuye el creciente interés de las empresas españolas por el mercado estadounidense? ¿La carga fiscal juega un papel protagonista? No solo es menor tributación, que es

un elemento clave, sino regulación más atractiva, seguridad jurídica e inversora, instituciones independientes y un poder político que entiende que las empresas son las que generan empleo y crecimiento. ¿Es la Ley de Reducción de la Inflación uno de los incentivos que buscan las empresas españolas?



En **FLORIDA** el
50%



En **CALIFORNIA** el
43%



26% tienen más de 200 empleados.

“Desde hace varios años venimos trabajando, a nivel institucional y empresarial, en áreas de interés mutuo como la economía digital, en el ámbito de los semiconductores, la inteligencia artificial y la ciberseguridad; así como la sostenibilidad ambiental, la transición energética y la innovación tecnológica. En todos ellos, las empresas españolas tienen mucho que ofrecer, y queremos extender también la colaboración en sectores como la biotecnología o el aeroespacial”, adelanta la Subdirección.

UN BOCADO DE ÉXITO

Jordi Pascual, cofundador y CEO de UDON Asian Food, explica a *Business People* que decidió expandir la cadena a Estados Unidos por varias razones estratégicas, como que se trata de “uno de los mercados más grandes y dinámicos del mundo, con una economía robusta y →

No. Eso es solo un factor pequeño. Estados Unidos es un país creado desde la sociedad civil y con todos los elementos antes mencionados. No existe el intervencionismo español. **¿Cuáles son los principales retos que deben asumir las empresas españolas al entrar en el mercado estadounidense?**
Tener una gestión excelente

y transparencia absoluta, además de un diálogo constante con los inversores y un plan de negocio claro y detallado. **¿Cuáles son los sectores en los que ya están afianzadas las firmas españolas y, por el contrario, cuáles son los nuevos mercados en los que se están abriendo un hueco?**
La energía, la hostelería,

el sector textil y de infraestructuras son los cuatro sectores donde las empresas españolas lideran la aventura norteamericana. Empezamos a abrirnos hueco en tecnología y servicios financieros. **¿Considera que el regreso de Donald Trump a la Casa Blanca o la salida de Pedro Sánchez de la Moncloa cambiaría esta tendencia?**

La salida de Sánchez y cambiar sus políticas intervencionistas completamente ayudarían a mejorar la posición española. Con Trump es posible que mejoren las condiciones fiscales para las empresas, pero sea Trump o Biden, Estados Unidos seguirá liderando en seguridad y atractivo inversor.

una población diversa que aprecia la diversidad culinaria” y por “ser una oportunidad para establecerse en un mercado con alto potencial de crecimiento, diversificar sus ingresos y mitigar riesgos asociados a la dependencia exclusiva del mercado español”.

Actualmente, el grupo se encuentra en una primera fase en la que buscarán “probar el concepto y tunearlo para su adaptación al mercado americano”. Con las aperturas de Dadeland Mall y Aventura Mall como su principal apuesta en Miami, Jordi Pascual adelanta que dicha operación buscará incrementar la visibilidad de la marca, así como captar un nuevo público, validar el modelo de negocio y generar más ingresos.

En este sentido, reconoce que “Wynwood es un barrio aún en construcción y la facturación del local aún está por debajo del objetivo a medio plazo. Por otro lado, los nuevos restaurantes en Aventura Mall y Dadeland Mall en centros comerciales de referencia apuntan a una facturación muy por encima de la media de los restaurantes que tenemos actualmente en España”.

“Dependiendo del éxito de estas aperturas, podría consi-



Jordi Pascual es el cofundador y CEO de UDON Asian Food, la cadena que apuesta con fuerza por Miami a través de la apertura de los nuevos restaurantes en Aventura Mall y Dadeland Mall

Aproximadamente un **40%** de las **EMPRESAS ESPAÑOLAS** en **EE.UU.** opera en el sector de **ALIMENTACIÓN, BEBIDAS y OTROS BIENES DE CONSUMO**, **35%** mientras que un **35%** desarrolla su negocio en **SECTORES INDUSTRIALES**

derar nuevas aperturas tanto dentro como fuera de Miami. La expansión podría enfocarse en otras ciudades importantes de Estados Unidos que tengan características demográficas y económicas favorables para el negocio”, adelanta el CEO de la firma. Y añade que “la presencia en Miami ha generado mucho interés en los países latinoamericanos y prevemos nuevas aperturas con socios locales en México y Ecuador antes de fin de año”.

EL EFECTO FERROVIAL

Para Pascual, la salida a bolsa de Ferrovial en Estados Unidos puede generar un ‘efecto llamada’ para otras empresas españolas. “Estas operaciones demuestran que el mercado estadounidense está abierto a inversiones extranjeras y que las empresas españolas pueden tener éxito allí. Además, una salida a bolsa en Estados Unidos puede proporcionar acceso a una base más amplia de inversores, mayores oportunidades de financiamiento y una visibilidad global”, matiza.

Y añade: “Este éxito puede inspirar a otras empresas españolas a considerar la expansión internacional y a explorar oportunidades en el mercado estadounidense, fomentando un ambiente de crecimiento y competitividad a nivel global”.

Para el economista Daniel Lacalle, la decisión de Ferrovial de cotizar en Nasdaq “tiene mucho sentido estratégico y refleja también la realidad de la empresa, que ya genera más beneficios en Estados Unidos que en otros países”. En este sentido, confía en que “acercará al inversor norteamericano a la empresa y dará un impulso importante a la financiación de su crecimiento”.

Lacalle también tilda de “completamente legítimo” la decisión de ACS de rechazar seguir los pasos de la empresa de Rafael del Pino. “Lo que pasa es que el sistema de cotizar con ADRs ha demostrado ser una mala solución para

empresas con fuerte crecimiento y proyección en Estados Unidos”. Eso sí, el economista cree que “otras empresas deberían seguir el camino que Ferrovial si su futuro está orientado a los Estados Unidos”.

LA CHAMPIONS EMPRESARIAL

Alejandro Romero, CEO global de LLYC, recuerda que dar el salto a Estados Unidos no es un proceso sencillo. “No todas las empresas pueden estar preparadas para competir en este mercado y no recomendaría a nadie que su primera experiencia internacional sea en un mercado como el de Estados Unidos”.

A su entender, se necesita “un tránsito y un proceso de aprendizaje” para llegar a ‘jugar’ a nivel profesional. “Si fuera una liga profesional deportiva, uno estaría en tercera división y, si lo haces bien, asciendes a la segunda división y, si lo vuelves a hacer bien, pasarías a la primera división, ¿no? Pues si ya lo haces muy bien, estarías preparado para jugar la Champions”.

En el caso de LLYC, el crecimiento vino primero del mercado español y, posteriormente, de su experiencia en América Latina y Portugal. Ahora, está en las ‘grandes ligas’ al posicionarse entre las 25 principales empresas de relaciones públicas de Estados Unidos y entre las 35 mayores del sector a nivel global. Un importante posicionamiento que logró gracias a tres grandes adquisiciones en el mercado estadounidense: EDF Communications (2015), BAM (2023) y el 70% de Lambert en febrero de 2024.

Romero reconoce a *Business People* que espera que la adquisición genere unos ingresos de 35,1 millones de dólares (32,5 millones de euros), un EBITDA de 9,7 millones de dólares (9 millones de euros) y una mayor presencia en Estados Unidos para LLYC USA. No en vano, la adquisición de Lambert forma parte del plan de LLYC para duplicar su tamaño en los próximos tres años, al mismo tiempo que adelanta que “nuestros siguientes pasos están en línea con nuestro plan estratégico, con una visión potente tanto en Reino Unido como en Canadá. Además, queremos tener una operación fuerte en Bruselas”.

El CEO global de LLYC recuerda que Estados Unidos capta el interés empresarial por, entre otros motivos, implementar “políticas similares a las que tiene Madrid, que son efectivamente rebajar impuestos o tener menos presión de taxes”. Sin embargo, recuerda que solo las medidas fiscales no son suficientes, y que deben estar acompañadas de “un ambiente de negocios fructíferos y una capacidad de consumo grande”. Y matiza: “Eso es lo que te ofrece Estados Unidos. Ahora bien, que nadie piense que es fácil, ya que es un mercado tremendamente complicado y superar las barreras



Alejandro Romero, CEO global de LLYC, lidera la expansión del grupo en EE.UU., donde han realizado tres importantes adquisiciones: EDF Communications (2015), BAM (2023) y el 70% de Lambert en febrero de 2024

de competencia es tremendamente difícil”.

Sin embargo, las diferencias en materia fiscal sí son un aspecto a destacar por parte del cofundador y CEO de UDON Asian Food. “En Estados Unidos, la presión fiscal varía considerablemente según el estado y la localidad, y algunos estados ofrecen incentivos fiscales atractivos para las empresas. Por ejemplo, estados como Florida tienen políticas fiscales favorables que pueden reducir los costos operativos. En el estado de Florida el impuesto de sociedades es del 5,5% comparado con el 25% que se paga en España”, explica.

Pascual pone la lupa en que “además tiene ventajas fiscales importantes en relación con el IRPF, lo que hace que gran parte del talento del país se esté mudando a este estado. En contraste, España tiene una estructura fiscal diferente, con tasas de impuestos corporativos y regulaciones laborales que pueden ser más gravosas. Estas diferencias fiscales influyen en la rentabilidad de los restaurantes y en parte en la estrategia de expansión de UDON en ambos mercados”.

Daniel Lacalle destaca la necesidad de traer a España una mayor “libertad económica, seguridad jurídica e inversora, así como una fiscalidad atractiva, regulación sencilla y orientada al crecimiento, así como la rapidez en los procedimientos legales, entre otros”. “Tenemos mucho que aprender de EE.UU.”, sentencia. Un mercado cada vez más cerca, ya que las empresas españolas están despertando de la siesta para comenzar a vislumbrar el sueño americano. ▲

COMPUTACIÓN CUÁNTICA: *nace una* NUEVA ERA

La nueva tecnología,
que aún aspectos de ciencias de la computación, está emergiendo
como una de las fuerzas más disruptivas y transformadoras del siglo XXI,
prometiéndolo revolucionar sectores enteros,
desde la criptografía
hasta la inteligencia artificial

Texto de M^a Gabriela Sivira

Está naciendo una nueva era tecnológica: la de la computación cuántica.

Este campo multidisciplinario –que aún aspectos de ciencias de la computación, física y matemáticas y utiliza mecánicas cuánticas para resolver problemas complejos más rápido que los ordenadores tradicionales– cambiará radicalmente la forma en que protegemos nuestros datos y operamos en el ámbito digital.

A medida que avanzamos hacia esta nueva era, la computación cuántica no sólo desafía los paradigmas actuales de seguridad, sino que también abre un horizonte de posibilidades sin precedentes para las empresas y

gobiernos, que van desde la criptografía avanzada hasta la simulación de moléculas complejas para el diseño de medicamentos innovadores. Las oportunidades son, aparentemente, ilimitadas.

MÁS ALLÁ DEL 2026

Se anticipa que para el año 2026, la computación cuántica tenga un impacto comparable al de la inteligencia artificial generativa. Comparar estos dos avances tecnológicos es un desafío debido a sus diferentes etapas de desarrollo y aplicaciones.

En conversación con *Business People*, el experto de SAS en Computación Cuántica, Bill Wisotsky, advierte que “el



El experto de SAS en Computación Cuántica, Bill Wisotsky

mercado está mostrando un progreso significativo, valorado actualmente en alrededor de 35.000 millones de dólares, y se proyecta que alcance un billón de dólares para 2030. De cara a los próximos cinco o diez años, podemos anticipar ventajas cuánticas para clases específicas de problemas, a pesar de los desafíos existentes en la escalabilidad y otros problemas que todavía necesitan ser resueltos”.

Wisotsky resalta que, para 2026, “esperamos ganancias tremendas, aunque sigue siendo incierto si igualarán el impacto de la IA generativa. Sin embargo, el escenario para 2030 parece prometedor, con expectativas de dispositivos cuánticos más potentes y algoritmos más profundos”.

Esto implicará un cambio drástico en el mundo de los negocios, así como beneficios en diversos sectores relacionados con las propiedades mecánicas cuánticas. A lo que el experto agrega que “es importante entender que no todos los problemas se pueden resolver gracias a la computación cuántica: deben ser lo suficientemente complejos como para que los sistemas clásicos tengan dificultades para resolverlos. Las prácticas que más se van a beneficiar del desarrollo de esta tecnología serán la optimización, el aprendizaje automático, la inteligencia artificial, la modelación molecular y la biología”.

“Si hablamos en clave industrial, todo lo relacio- →

El presidente y CEO de IonQ,
Peter Chapman

nado con el sector sanitario, banca y sector público tienen mucho que ganar con las capacidades de la computación cuántica para optimizar procesos y reducir el consumo de energía” asevera Wisotsky.

El analista de datos explica que “la escalabilidad aritmética con la computación cuántica es actualmente un gran desafío. A medida que aumentamos el número de qubits, podremos abordar problemas más sofisticados en el mercado. Esto es particularmente relevante en el sector financiero, donde la hiperconectividad de los sistemas crea problemas combinatorios que necesitan ser explorados de manera diferente”.

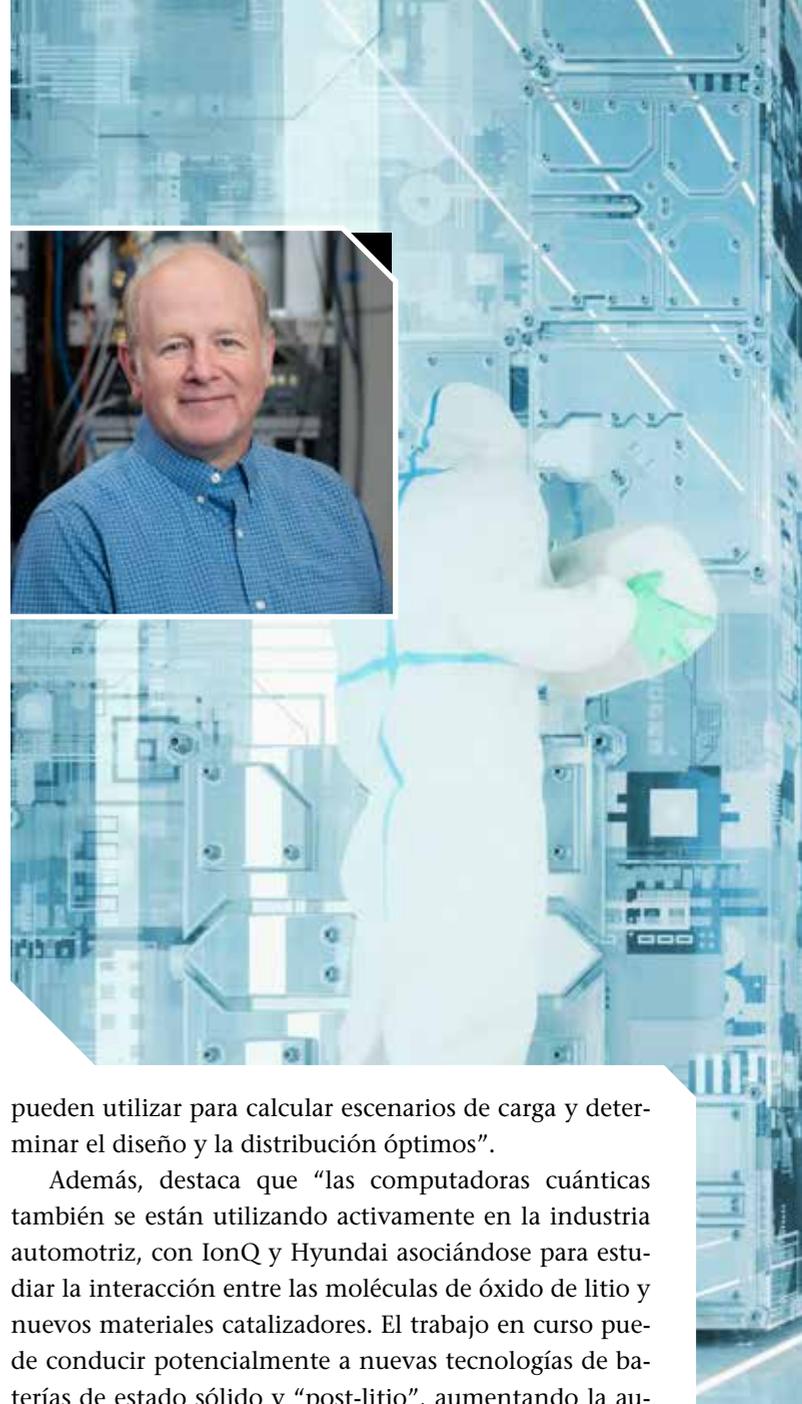
Actualmente, la computación cuántica enfrenta importantes desafíos. La creación y mantenimiento de qubits estables es extremadamente compleja debido a la decoherencia y el ruido cuántico. Además, el desarrollo de algoritmos cuánticos eficientes y la corrección de errores cuánticos son áreas de investigación activa y cruciales para la viabilidad a largo plazo de esta tecnología.

IMPACTOS EN DIVERSOS SECTORES

El presidente y CEO de IonQ, Peter Chapman, explica a *Business People* que “las computadoras cuánticas ya han demostrado la capacidad de evaluar el riesgo y estimar la magnitud de eventos raros, como cuánto cambiará el precio de una acción, utilizando “cópulas cuánticas” como datos de entrada para el valor en riesgo (VaR) y el déficit estimado”.

Chapman argumenta que “las computadoras cuánticas fueron concebidas originalmente para resolver problemas difíciles en materiales y química. Esto se aplica fácilmente a aplicaciones farmacéuticas y sanitarias, como la simulación de compuestos complejos para un nuevo fármaco o mecanismos bioquímicos de administración de fármacos. Pero también se espera que las computadoras cuánticas influyan en los problemas logísticos farmacéuticos, como la identificación de combinaciones óptimas de terapias y una mejor comprensión de cómo un tratamiento afecta a otro”.

Por otra parte, el CEO deja saber que “IonQ ha trabajado con fabricantes de aerolíneas como Airbus para desarrollar nuevos enfoques para problemas de optimización que se sabe que son extremadamente difíciles para las computadoras clásicas. La carga de aeronaves es un problema de optimización práctica para la industria aeronáutica y, en última instancia, para los profesionales de la cadena de suministro: las computadoras cuánticas se



pueden utilizar para calcular escenarios de carga y determinar el diseño y la distribución óptimos”.

Además, destaca que “las computadoras cuánticas también se están utilizando activamente en la industria automotriz, con IonQ y Hyundai asociándose para estudiar la interacción entre las moléculas de óxido de litio y nuevos materiales catalizadores. El trabajo en curso puede conducir potencialmente a nuevas tecnologías de baterías de estado sólido y “post-litio”, aumentando la autonomía de los vehículos eléctricos y reduciendo el coste general de producción”.

Esta disciplina emergente y compleja requiere una combinación de conocimientos en física, matemáticas, informática y otras áreas. Actualmente, existen varios desafíos relacionados con la disponibilidad de personal cualificado para su desarrollo e implementación, a lo que Chapman agrega que “en este momento, hay una escasez activa de talento humano en el espacio cuántico. Sin embargo, esto debería ser temporal a medida que haya más recursos de capacitación disponibles”.

Y añade: “Por ejemplo, IonQ se asoció recientemente con South Carolina Quantum para implementar talleres de capacitación para investigadores y profesores de universidades para que puedan incorporar tecnologías cuánticas en

En este momento,
hay una escasez activa de
TALENTO HUMANO
en el
ESPACIO CUÁNTICO

El mercado muestra un progreso
significativo, valorado en unos

35.000

MILLONES DE DÓLARES

sus cursos. A nivel internacional, IonQ ha vendido sistemas a instalaciones como quantumBasel para proporcionar a la industria europea, entidades gubernamentales e institutos de investigación acceso local y capacitación sobre los sistemas cuánticos más potentes de IonQ”.

LA FRONTERA DE LA SEGURIDAD

Una de las principales preocupaciones de la computación cuántica es el impacto que tendrá en la ciberseguridad. Witsotsky recuerda que “Peter Shor, del MIT, creó un algoritmo cuántico capaz de romper el cifrado RSA. Aunque las com-

putadoras cuánticas lo suficientemente potentes para ejecutar este algoritmo aún están lejos, no se puede ignorar el problema. La mayoría de las empresas están implementando estrategias para desarrollar cifrado seguro cuántico. Por ejemplo, la última actualización del iPhone incluye cifrado seguro cuántico para iMessage”.

La Manager en Ciberseguridad, Privacidad y Riesgo Tecnológico de KPMG en España, Marta Pérez Merino, pone énfasis en que “la computación cuántica tiene el potencial de romper los sistemas criptográficos actuales y para poder hacer frente a los riesgos en el ámbito de ciberseguridad, las empresas deben tomar medidas proactivas y también abordar otras preocupaciones relacionadas con esta tecnología emergente”. →

EL FUTURO CUÁNTICO

Mikel Díez Parra, EL QUANTUM GLOBAL SALES ENABLEMENT LEAD DE IBM, NOS OFRECE SU VISIÓN SOBRE EL ESTADO ACTUAL DE LA COMPUTACIÓN CUÁNTICA Y SU EVOLUCIÓN EN EL PAÍS.

¿En qué punto se encuentra España en el desarrollo e implementación de la computación cuántica con respecto a la UE?

España ya se ha posicionado como un hub tecnológico muy relevante en el sur de Europa. En los últimos años, hemos visto una gran apuesta por impulsar la conectividad y la creación de infraestructuras digitales que hacen crecer al ecosistema tecnológico y de innovación en nuestra región. En este contexto de innovación, la computación cuántica es una de las tecnologías en la que España está invirtiendo, de forma pública y privada. En nuestro caso, IBM eligió San Sebastián como el segundo lugar en Europa donde construir un centro de computación cuántica y un ecosistema, en colaboración con la Fundación Ikerbasque.

¿Qué debe hacer la administración pública para fomentar la computación cuántica?

Es esencial que las Administraciones Públicas fomenten la innovación y la investigación de proyectos de computación cuántica que sigan posicionando a España como el hub tecnológico de relevancia en el sur de Europa. Políticas de apoyo económico o la creación de incentivos fiscales para las empresas que inviertan en I+D en computación cuántica, son algunas acciones fundamentales. En cuanto al talento, hay que desarrollar

programas educativos especializados desde las etapas tempranas de la educación hasta niveles superiores, y facilitar becas y ayudas para estudiantes y profesionales.

La IA se está encontrando con un importante problema de talento humano en España, ¿prevé que ocurra lo mismo con la computación cuántica?

Por su carácter altamente especializado, es probable que afronte desafíos similares a los de la IA. Conscientes de ello, en IBM trabajamos en la formación de perfiles altamente capacitados en computación cuántica. En colaboración con Fundación Telefónica, en 2023 iniciamos un programa formativo único donde los estudiantes pueden adquirir habilidades avanzadas, incluyendo conocimientos profundos en física cuántica, programación y algoritmos cuánticos.

¿Qué impacto económico y laboral tendrá el Centro de Computación Cuántica en País Vasco?

La puesta en marcha del Centro de Computación Cuántica en el País Vasco representa un hito crucial en el avance de la computación cuántica tanto a nivel nacional como internacional. Este centro será un punto central para investigadores, desarrolladores y empresas, brindándoles acceso directo a un sistema cuántico *in situ* de IBM. La importancia de este centro se refleja

en el hecho de que España se convertirá en el sexto país del mundo en tener un centro de estas características con un ordenador cuántico de IBM.

Además de ser un espacio para la experimentación tecnológica, el centro también servirá como un punto de convergencia para expertos del mundo académico, la industria y la administración.

¿Qué otras inversiones tiene previsto realizar IBM en España?

En España seguimos colaborando activamente con los miembros de la IBM Quantum Network, es decir, la red de desarrolladores, expertos, y empresas con acceso a nuestros ordenadores cuánticos para seguir promoviendo el desarrollo de esta tecnología en el país. Además, el IBM-Euskadi Quantum Computational Center, que abrirá sus puertas el año que viene, seguirá fomentando la investigación científica de vanguardia y promoviendo la formación de talento especializado en tecnologías cuánticas en la región, para que puedan ser utilizadas por la industria. Además de España, IBM sigue reforzando sus compromisos e inversión con en Europa con ejemplos como el de Alemania. En Ehningen inauguraremos nuestro primer centro de datos dedicado a esta tecnología, que actuará como la región cloud europea de IBM Quantum.



© HEROLES AGENCY EU



Pérez resalta que es importante “revisar los algoritmos criptográficos que se utilicen en las organizaciones e instituciones y valorar si son algoritmos resistentes a ataques realizados por ordenadores cuánticos, de no ser así, convendría buscar alternativas y evitar los algoritmos de clave pública más populares, que pueden superarse por un ordenador cuántico suficientemente potente usando el algoritmo de Shor”.

Por otra parte, la manager en ciberseguridad de KPMG señala que “se debe tener en cuenta la necesidad de invertir en la capacitación de los equipos profesionales relacionados con la computación cuántica y con especial foto en materia de ciberseguridad y protección de datos, de tal forma que sean capaces de entender e interiorizar sus aplicaciones, tener una perspectiva abierta para la generación de nuevas ideas y, por supuesto, tomar consciencia de los desafíos y amenazas que supone un mal uso o aplicación de esta”.

“Una acción recomendable podría ser la de realizar auditorías exhaustivas para identificar sistemas y datos que dependan de la criptografía vulnerable y poder así implementar algoritmos de criptografía post-cuántica en sistemas críticos antes de que las computadoras cuánticas sean capaces de vulnerar los mecanismos de cifrado convencionales”, considera la experta en Ciberseguridad.

Sobre si existen algoritmos de cifrado que sean resistentes a los ataques de computadoras cuánticas, Marta Pérez indica que “actualmente es difícil saber con exactitud cuándo existirá un ordenador cuántico con la suficiente capacidad (diseño y qubits) para invalidar procedimientos que facilitan mecanismos de seguridad en las comunicaciones y redes digitales, normalmente mediante el uso de criptografía”.

“En el caso de existir un ordenador cuántico con la potencia adecuada, se podrían ejecutar algoritmos cuánticos conocidos con impacto en la protección de datos y comuni-

Se debe tener en cuenta la necesidad de invertir en la **CAPACITACIÓN** de los EQUIPOS PROFESIONALES relacionados con la **COMPUTACIÓN CUÁNTICA**

El vicepresidente y Chief Information Security Officer de Zscaler, Sam Curry



La Manager en Ciberseguridad, Privacidad y Riesgo Tecnológico de KPMG, Marta Pérez Merino



caciones digitales, como por ejemplo el algoritmo de Grover y el algoritmo de Shor”, precisa Pérez.

LA CRIPTOGRAFÍA ES LA CLAVE

La computación cuántica representa un desafío significativo para la seguridad de las grandes empresas y del Estado, pero también ofrece oportunidades para desarrollar sistemas de seguridad más robustos.

El vicepresidente y Chief Information Security Officer de Zscaler, Sam Curry, explica que “en materia de criptografía, la tecnología cuántica podría acabar representando tanto una ventaja como una amenaza para las empresas. La diferencia estriba en si hablamos de criptoanálisis, romper códigos, o de criptología, intentar que los mensajes sean difíciles de descifrar”.

Curry precisa que “desde el punto de vista criptológico, la computación cuántica y, más en general, la tecnología cuántica, ofrece importantes ventajas, tanto en la generación de números aleatorios como en la compartición de secretos, con algunas ventajas adicionales de seguridad gracias a las propiedades del entrelazamiento cuántico”.

Para el CISO de Zscaler, “la habilidad de una computadora cuántica para romper estos sistemas de encriptación significaría que cualquier dato cifrado actualmente podría ser susceptible de ser descifrado en el futuro. Para las grandes empresas y el Estado, tanto en España como en el resto del mundo, esto implica una necesidad urgente de actualizar sus protocolos de seguridad y adoptar algoritmos resistentes a la cuántica que sean fáciles de crear, pero difíciles de descifrar, incluso con criptoanálisis cuántico, para asegurar sus comunicaciones y datos contra estas amenazas emergentes”.

La computación cuántica presenta desafíos críticos para la ciberseguridad y, a la vez, abre nuevas posibilidades para proteger la información y evolucionar tecnológicamente. La nueva era es inevitable, ¿estáis listos?

© Gettyimages (3)

Herederos *del reino* empresarial

La nueva generación
que tomará las riendas de las empresas
más influyentes de España no solo recibirá un
legado económico, sino también la responsabilidad de
honrar y dar continuidad a la visión y a los valores que
sus antecesores establecieron **para convertirse en**
gigantes

Texto de M^a Gabriela Sivira

La economía española está marcada por las huellas indelebles de las empresas familiares que pasaron de ser un simple sueño a convertirse en multinacionales. De generación en generación, el legado se transmite con la esperanza de que los nuevos líderes cuenten con la habilidad de encontrar el difícil equilibrio entre respetar las tradiciones y construir su propio futuro.

Los gigantes bancarios y constructoras, así como poderosos conglomerados en moda y turismo, escribieron las páginas económicas de España. Un éxito que no solo recae en los fundadores, sino también en esos descendientes que fueron capaces de tomar el testigo y avanzar sin titubear. Conozcamos a algunos de los nuevos líderes que representan a esa nueva camada empresarial, a los protagonistas de los complejos relevos generacionales y que se convirtieron (o convertirán) en los herederos del reino empresarial español.



MERCADONA

Juana Roig

La familia Roig es reconocida por ser los propietarios y fundadores de Mercadona. Juan Roig, actual presidente de la compañía, proviene de una estirpe de empresarios; su padre, Francisco Roig Ballester, fundó tanto Mercadona como Pamesa Cerámica. Por su parte, las herederas de Mercadona son las hijas de Juan Roig y Hortensia Herrero, que ahora son consejeras de Herrecha Inversiones, sociedad que posee el 27% de Mercadona. Las cuatro hermanas, Amparo, Carolina, Hortensia y Juana Roig desempeñan roles clave en la empresa. Juana Roig, en particular, es la directora ejecutiva de Mercadona Tech y lidera la transformación digital de la empresa, perfilándose como la posible sucesora. Juan Roig ha indicado que, aunque el capital de Mercadona se hereda, “la presidencia debe ser merecida”.

© Mercadona

business-people.es

TORREAL

Miguel Abelló Gamazo

Es un destacado empresario español en el ámbito financiero y de inversiones. Actualmente, ocupa el cargo de presidente ejecutivo en Torreal, una de las principales sociedades de inversión privadas en España. Fue nombrado para este puesto por el consejo de administración, sucediendo a su padre, Juan Abelló, quien es ahora el presidente de Honor. Posee una licenciatura en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y un máster en Asesoría Jurídica del Instituto de Empresa. Cuenta con un posgrado en International Business de la Universidad de Berkeley, California. Su trayectoria internacional le llevó a haber trabajado en Winston & Strawn LLP en Nueva York y a fundar y dirigir empresas en Shanghái, China. En Torreal, ha desempeñado roles en los departamentos de inversiones estratégicas y de compañías cotizadas. Ahora está en sus manos trabajar para que el grupo siga creciendo hasta ceder el testigo a la próxima generación.



© Torreal



GLOBALIA

Cristina Hidalgo Gutiérrez

La hija de Juan José Hidalgo es una reconocida figura en el ámbito empresarial de España, destacando por su papel en Globalia. Desde 2017, desempeña el cargo de directora general de Compras, Obras y Mantenimiento en la empresa familiar. También forma parte del comité de Compliance y del Consejo de Administración de la multinacional, teniendo un 7,04% de participación accionarial. Graduada en Publicidad y Marketing por la Universidad Pontificia de Salamanca, Cristina Hidalgo inició su trayectoria profesional en las empresas de su grupo familiar desde temprana edad. Con el paso de los años, ha desempeñado varios roles, incluido el de directora de Marketing por una década. Paralelamente a su labor en Globalia, ha emprendido negocios en áreas como la moda y la telefonía móvil. La familia Hidalgo, una de las más destacadas en el sector turístico español, posee el 95% de Globalia, conglomerado que engloba marcas como Air Europa y Be Live Hotels. Juan José Hidalgo, fundador del grupo, es el presidente de Globalia, y su hijo Javier Hidalgo, con un 9% de las acciones, fue consejero delegado hasta abril de 2021.



ADOLFO DOMÍNGUEZ

Adriana Domínguez

La ejecutiva y empresaria tomó las riendas de la empresa familiar para restaurar su identidad y rentabilidad. La mayor de las hijas de Adolfo Domínguez Fernández, diseñador y principal accionista del grupo, recibió su formación en el Instituto Católico de Administración y Dirección de Empresas Euromed Management – School of Management and Business. Fue directora del área de Perfumes y de Comunicación y, en 2017, el consejo le confirió plenos poderes ejecutivos, inicialmente como directora general y, a partir de 2019, como consejera delegada. Fue ella quien encabezó la reestructuración interna del grupo, actualizando el comité ejecutivo con un 55% de mujeres en puestos directivos en 2018 e introduciendo nuevos métodos de gestión. En 2020, se anunció que Adriana Domínguez asumiría la presidencia ejecutiva de la empresa.

IBEROSTAR GROUP

Sabina y Gloria Fluxá

El legado de Miguel Fluxà Rosselló está en las manos de sus hijas Sabina y Cristina Fluxá. La mayor ocupa el cargo de vicepresidenta y CEO del Grupo Iberostar, una empresa familiar iniciada por su padre y que posee la totalidad de Iberostar Hotels & Resorts. Además, participa en diversas juntas y fundaciones, incluidas la Fundación Iberostar y la Fundación ACS, y es miembro del Consejo Asesor Regional de BBVA y del Consejo Rector de APD Illes Balears. Posee una licenciatura en Administración y Dirección de Empresas y un MBA de ESADE. En 2013, finalizó el Programa de Alta Dirección de Empresas en IESE Business School. Por su parte, su hermana menor Gloria no se queda atrás y ejerce como vicepresidenta y Chief Sustainability Officer (CSO). Ambas forman parte de un grupo hotelero que cuenta con más de 100 establecimientos en 16 países y una plantilla que supera los 33.000 empleados.





BERGÉ Y COMPAÑÍA

Salvador Bautista Enciso

M iembro de la quinta generación de accionistas, Salvador Bautista Enciso es conocido por su papel como Secretario General de Bergé, un holding inversor que centra sus actividades en el desarrollo y crecimiento de sus empresas participadas y en la búsqueda de nuevos negocios. Desde hace dos años, también ocupa el cargo de Chief Corporate & Business Development Officer, además de ser el presidente del Comité Ejecutivo del Fórum Familiar. Licenciado en Derecho por ICADE, tiene un Máster en Tributación y Asesoría Fiscal por el Centro de Estudios Financieros y un Máster en Asesoría Jurídica de Empresa por ICADE. Además, cursó un programa de alta dirección (AMP) en IESE Business School. Antes de unirse a Bergé, trabajó en Cuatrecasas y en el Centro de Estudios de Garrigues, y actualmente comparte su experiencia en operaciones corporativas y de financiación a través de cursos en ISDE.

FERROVIAL

Ignacio del Pino Fernández-Fontecha

E l joven empresario se perfila como uno de los favoritos para suceder a su padre, el presidente de Ferrovial, Rafael del Pino. Desde joven, recibió una esmerada formación en el Massachusetts Institute of Technology de Boston y en el Stanford Graduate School of Business. Su trayectoria profesional se desarrolló en gran parte en la City de Londres, el epicentro financiero del Reino Unido, en JP Morgan y en el fondo Oaktree. En 2017 regresó a Estados Unidos, donde se incorpora a Cintra, la filial de concesiones de autopistas de Ferrovial. Fue entonces cuando estaba listo para ocupar el cargo de director financiero corporativo de Ferrovial desde enero de 2023. Su hermano mayor, Rafael, trabaja en el family office que gestiona el patrimonio familiar, y Juan, el menor, se especializa en diseño de barcos.



MANGO

Jonathan Andic

E s el primogénito de Isak Andic, presidente del gigante textil Mango y conocido heredero de una multinacional valorada en 1.800 millones de euros. Graduado en Comunicación Audiovisual en Estados Unidos, complementó sus estudios en la escuela de negocios IESE. En 2007 pasó a dirigir la entonces nueva línea de hombre Mango Man, asumiendo el reto de lanzarla a escala internacional y, a partir de 2012, forma parte del consejo de administración de la compañía. Actualmente, Jonathan ocupa el cargo de director global de 'Mango Man', responsabilizándose de la comunicación corporativa, la imagen y el área de interiorismo y gestión de construcción del grupo. Por su parte, las hijas menores de Isak han optado por un perfil discreto: Judith Andic se especializó en diseño de moda en el Instituto Europeo de Design (IED) en Barcelona y desempeñó un papel clave en Mango como encargada del diseño y desarrollo de las colecciones Premium y Committed; mientras que Sarah Andic cursó gestión de empresas de moda en el Istituto Marangoni y gestión estratégica de diseño en Parsons. Desde 2022, ambas fueron incluidas en el consejo de administración de Punta Na, que controla la totalidad de Mango MNG Holding, matriz del grupo.



GESTAMP/GAM

Patricia Riberas

Graduada cum laude en Administración y Dirección de Empresas en 2013 por la Universidad Babson College en Boston (Estados Unidos), Patricia Riberas López obtuvo posteriormente un máster en Administración de Empresas (MBA) en 2018 por la Universidad de Columbia en Nueva York. Inició su carrera profesional como consultora en Roland Berger Strategy Consultants en Madrid y, más tarde, se incorporó al equipo de la fundación Endeavor. Entre 2018 y 2020, ocupó el puesto de directora del departamento de Marketing y Controlling de Ventas en Gestamp, y trabajó como adjunta al presidente de la compañía. Actualmente es la directora de Transformación y Organización en Gestamp y ha sido nombrada consejera dominical de la empresa General de Alquiler de Maquinaria (GAM), participando también en la gestión de actividades del holding familiar. Francisco José Riberas, presidente de Gestamp, ha cedido una participación conjunta del 15% de las acciones de GAM a sus hijos. Como socio único y administrador del grupo cotizado, transfirió unos 4.730 millones de títulos, el 5% del capital, a cada uno de sus hijos: Mónica, Patricia y Francisco José.



GRUPO ANTOLÍN

Emma Antolín Granet

Es reconocida por su reciente designación como vicepresidenta de la empresa Antolín, lo que la convierte en el miembro más joven de la dirección de esta multinacional dedicada a la fabricación de interiores de vehículos. La segunda hija del fundador, José Antolín, sucedió a su hermana mayor, María Helena. Emma ha formado parte del Consejo de Administración Antolín y ha desempeñado varios puestos en la compañía. También es la presidenta ejecutiva de Injat Investment Office, el family office de su familia. Posee una licenciatura en Psicología de la Universidad Pontificia de Salamanca y un Máster en Gestión Financiera del Instituto de Empresa, además se formó en instituciones como la Universidad de Cambridge, Harvard Business School e INSEAD.

VICKY FOOD

Carlos Juan

Ocupa el cargo de director Comercial y de Marketing en Vicky Foods, una empresa familiar de alimentación con marcas múltiples y alcance global. Es graduado en Ingeniería Industrial y posee un Executive MBA, con especialización en Dirección de Ventas, Marketing Estratégico y Liderazgo. Representa la tercera generación de la compañía, líder en el sector de pastelería y bollería en España y con presencia en más de 60 países. Colabora estrechamente con su hermano Pablo Juan, director de Organización Industrial en Vicky Foods. Fundada por Antonio Juan y Victoria Fernández, la empresa la gestionan la segunda generación: Rafael Juan, Juan José Juan y Mariola Juan. Vicky Foods es reconocida por sus marcas como Dulcesol, Be Plus, Horno Hermanos Juan, Il Forno di Giovanni Ricci, y FIT`z, que ofrecen un extenso catálogo de más de 400 productos.



ascual

PASCUAL

Tomás Pascual Recuero

El empresario es miembro de la tercera generación de la familia Pascual, fundadora de la corporación Leche Pascual y la gran apuesta de la empresa familiar por mantener su legado. Su abuelo, Tomás Pascual Sanz, fue el visionario que, en 1969, adquirió una cooperativa lechera en quiebra en Aranda de Duero y creó un imperio. Actualmente, Tomás Pascual Recuero es el director de eBusiness HDC. Poseedor de un título en Ciencias Económicas, fue responsable de los servicios de valor añadido para el Retail B2C en el área de Experiencia de Cliente de Repsol Electricidad y Gas, y de la gestión de proveedores externos. Su experiencia incluye trabajo en firmas como Deloitte, especializándose en consultoría para la industria hotelera y turística, así como en tecnología y la implementación de herramientas. Mantiene el compromiso con el sueño de su abuelo, impulsando la digitalización y el comercio electrónico en la distribución de leche. Los nietos del fundador, Tomás Pascual Recuero y María Torres, están dedicados al futuro de la compañía y a preservar su legado. Ambos herederos sostienen que “nuestra misión será mantener la empresa viva y hacerla crecer, como lo hicieron nuestros padres y como queremos que hagan nuestros hijos. Todos los miembros de la tercera generación tenemos claro este objetivo y desde pequeños vamos dando pasos para integrarnos y armonizar la relación familia-empresa”.



**BOLUDA CORPORACIÓN
MARITIMA**

Verónica Boluda Ceballos

La hija del empresario, abogado y armador Vicente Boluda Fos, podrá tomar las riendas de la multinacional. Ella y sus hermanos, Vicente e Ignacio, son la cuarta generación de la familia en dirigir el negocio. Verónica, con formación en las universidades de Tongji y Maryland y un máster en Economía Marítima, desempeña un papel activo en la gestión como directora de servicios corporativos en Boluda Corporación Marítima S.L. Además, fue miembro del equipo social y colaboradora de los equipos de producción, digital, noticias y relaciones públicas del canal de las Olimpiadas en 2017. Ha sido galardonada con el Premio a la Competitividad del Clúster Marítimo Español otorgado por Federico Esteve. Por su parte, Ignacio es vicepresidente de Boluda Corporación Marítima y miembro del Comité Directivo y del Comité Permanente de ANAVE. Mientras que Vicente Boluda Ceballos ha liderado la división de remolcadores durante más de una década, siendo vicepresidente de Boluda Towage and Salvage y presidente de Bodegas Fos.



PIKOLINO

Álvaro Soláns

El actual presidente de Pikolin, Álvaro Soláns, proviene de una familia dedicada al sector del descanso. Reemplaza a su padre, Alfonso Soláns Soláns, al mando de la empresa de colchones fundada por su abuelo, Alfonso Soláns Serrano. Posee un diplomado en Empresariales por la Universidad de Salamanca, es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Antonio de Nebrija y tiene un MBA por el IE Business School. En 2006, se mudó a Estados Unidos para trabajar en Serta, una marca líder de colchones. Regresó a Zaragoza en 2008 como consejero adjunto en Pikolin SL y en 2010, se trasladó a París para unirse a Cofel, filial francesa de Pikolin, como adjunto a la dirección general. En 2012, volvió a España y, tras quince años en diversas áreas de Pikolin, ahora lidera la implementación del nuevo plan estratégico de la empresa para fomentar y afianzar la expansión internacional comenzada por su padre.



THE SAVE DATE!



TOP 10
MARKETERS

Noviembre 2024

LA FORMA
DE LA BELLEZA

Diciembre 2024

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.



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



LOS CAMPEONES DE LA SOSTENIBILIDAD 2025

Enero/Febrero 2025

100% BUSINESS PEOPLE



En **2025**, empezamos el año con la primera edición del especial **Los Campeones de la Sostenibilidad**, donde se publicará una selecta lista de empresas que están llevando a cabo impactantes acciones en este ámbito de forma integral (económica, social y ambiental). Mientras que en **100% Business People en España** identificamos los perfiles de 100 empresarios y altos directivos que se han destacado por sus resultados y estrategias, dando un nuevo impulso a sus empresas. **Apúntate estas fechas importantes en tu calendario**

euro

LETTA

NO HAY VUELTA ATRÁS



El Banco Central Europeo avanza en una nueva moneda

que permita los **pagos digitales** sin conexión a internet y con una metodología capaz de calibrar los límites de tendencia. Una apuesta para poner a la **Unión Europea** en la vanguardia financiera mundial y

evitar que China o Reino Unido le coman la tostada

Texto de Ernesto Páez

La Unión Europea quiere evitar que China o Reino Unido le adelanten por la derecha en el ámbito financiero. Mientras que Pekín no logra que el yuan digital despegue y Londres avanza lentamente en su proyecto de una libra digital, el

Banco Central Europeo (BCE) dio un paso adelante y presentó, en junio, su primer informe sobre los progresos en la fase de preparación del euro digital,

que se lanzó el pasado 1 de noviembre con el objetivo de sentar las bases para la posible emisión de la moneda.

A finales de 2025 –una vez que se haya adoptado la legislación pertinente por parte de la Unión Europea–, el BCE decidirá si el euro digital podrá avanzar a la siguiente fase, lo que hace prever que no estará completamente activo hasta finales de 2026 o inicios de 2027. Sin embargo, la entidad bancaria europea ya desveló que la nueva moneda contará con altos estándares de privacidad para que los pagos tanto en línea como sin conexión se acerquen lo máximo posible a las transacciones en efectivo.

En el caso de las operaciones en línea, el diseño permitirá ofrecer un nivel de privacidad mayor al de las actuales soluciones de pago, con medidas de última generación como el cifrado de datos, “sin olvidar la protección del usuario final frente al fraude”, precisa el BCE. Esto provocaría que los proveedores de servicios de pago solo tuvieran acceso a los datos personales necesarios para garantizar el cumplimiento de la legislación de la UE, como la normativa contra el blanqueo de capitales.

APORTACIÓN ESPAÑOLA

La evolución del euro digital se está siguiendo muy de cerca por parte de España. La gran mayoría de las miradas se posan en el EURM, la stablecoin regulada en Europa y desarrollada por MONEI, que inició su periodo de pruebas en enero de 2024 y que están previstas que finalicen tras el verano. Alex Saiz, CEO y fundador de MONEI, adelanta a *Business People* que “los resultados preliminares son extremadamente prometedores. Hasta la fecha y bajo la supervisión del Sandbox financiero del Banco de España, hemos visto una alta aceptación y usabilidad”.

“Las pruebas han consistido en valorar la experiencia de usuario, infraestructura, estrés y carga de sistemas. Además, se ha tenido en cuenta el cumplimiento regulatorio, que incluye la identificación de usuarios y la prevención del blanqueo de capitales”, indica el experto.

Y puntualiza: “La tecnología subyacente, en este sentido, parece ser lo suficientemente robusta y segura, lo que ha permitido una experiencia de transacción sin fricciones. Las pruebas demuestran el gran potencial de escalabilidad que tiene, esencial para nuestra visión de expandir su uso a nivel europeo y, eventualmente, global”.

Las pruebas realizadas por MONEI con usuarios reales permiten ajustar y mejorar las funcionalidades de EURM, “ya que nuestro objetivo ha sido asegurar una experiencia intuitiva y fluida”. Saiz también destaca que “las opiniones nos han proporcionado significativas lecciones y una validación de nuestros supuestos iniciales. En este sentido, hemos recibido una gran cantidad de información sobre la usabilidad, la eficiencia en las transacciones, la seguri- →

dad del sistema, y la experiencia del usuario”.

Si bien el 90% de las mejoras necesarias se han realizado a tiempo real dependiendo de su complejidad, advierte que “el objetivo es actuar con rapidez y eficacia para incorporar el 10% restante de sugerencias y optimizar EURM lo antes posible”.

El CEO de MONEI se muestra optimista con los plazos de lanzamiento del euro digital para 2026, al considerarlo “realista y alcanzable”. Sin embargo, advierte que “el desarrollo de una moneda digital de tal magnitud requiere un enfoque cuidadoso y meticuloso para asegurar que se cumplan todos los requisitos técnicos, regulatorios y de seguridad”.

“De hecho, el Banco Central Europeo ha aceptado a nuestra fintech para participar en el concurso público de adjudicación del diseño técnico del euro digital. Y, por supuesto, estamos muy orgullosos porque representa un paso gigante hacia la modernización de los pagos en Europa y el resto del mundo, ya que cambiará por completo la forma en la que manejamos nuestro dinero”, augura Saiz.

LIDERAZGO MUNDIAL

La carrera internacional por las monedas digitales es una realidad y Europa está pisando el acelerador. No en vano, el Banco de Pagos Internacionales (BPI) desvela que más del 85% de los bancos centrales del mundo están trabajando o tienen intención de trabajar en un proyecto de Central Bank Digital Currency (CBDCs) en un futuro próximo. Por esto, la llegada del euro digital supondrá un ‘golpe en el tablero’ económico mundial.

Más del 85% de los bancos centrales del mundo están trabajando en un proyecto de Central Bank Digital Currency



Alex Saiz, CEO y fundador de MONEI

“Sin duda, en la decisión sobre la emisión de un euro digital, también están presentes las cuestiones de soberanía monetaria y los problemas de geopolítica. La emisión de un Yuan Digital por parte de China y los riesgos del Dólar Digital o de la comercialización masiva de stablecoins de Bittech están presentes y aconsejan tener preparado el euro digital como mecanismo de consolidación de nuestra moneda, así como de instrumento de unificación del propio Euro”, analiza el profesor de Derecho Mercantil UCM, Of Counsel de Grant Thornton y Of Counsel de Ceca Magán Abogados, Alfredo Muñoz.

“La implementación del euro digital tiene un claro potencial para fortalecer la posición del euro en la economía global, ya que mejora la eficiencia y la seguridad de los pagos, así como facilita las transacciones internacionales”, recalca también el CEO de MONEI. Sin embargo, advierte que “la solidez de una moneda no depende únicamente de su forma digital, sino también de otros factores macroeconómicos y políticos. Está claro que el euro digital podría mejorar la competitividad, pero su impacto relativo frente al dólar o la libra dependerá de cómo se gestionen estos factores en la práctica”.

Otro aspecto que no pasa desapercibido para Europa son las dudas de la Reserva Federal (Fed) de Estados Unidos en la creación del dólar digital, lo que genera la duda sobre si en Washington están observando algún riesgo que pasa desapercibido desde Bruselas.

El exgobernador del Banco de España, Miguel Á. Fernández Ordóñez, explica a *Business People* que “en Europa los bancos han conseguido de la Unión Europea que el euro digital nazca con muchas limitaciones, pero en Estados Unidos no son solo los bancos los que les gustaría retrasar el dólar digital sino también muchas empresas ‘crypto’ que están gastando mucho dinero en ‘convencer’ a senadores y representantes que deben impedir el acceso de los ciudadanos al dólar digital emitido por la Reserva Federal. Aunque legalmente la Fed podría dejar acceder a ciudadanos y empresas a usar el dólar digital, es explicable que no se atreva a hacerlo mientras no haya una posición favorable del Congreso”.

Alex Saiz, CEO de MONEI, también pone sobre la mesa otros aspectos como que “la Fed y otras autoridades estadounidenses pueden mostrarse más cautelosas por preocupaciones específicas como, por ejemplo, la privacidad, la ciberseguridad y el impacto que pueda tener en el sistema bancario tradicional”.

“Si bien Europa también considera estos riesgos, en nuestro caso quizás tengamos una visión más sólida y centrada en los beneficios que presenta como la inclusión →

Charla con **MAYTE ARRÁEZ GONZÁLEZ**

JEFA DE LA DIVISIÓN DE DISEÑO DE PRODUCTO DEL EURO DIGITAL EN EL BANCO CENTRAL EUROPEO (BCE)

¿Cree que España estará lista para adoptar este nuevo modelo?

Los intermediarios españoles, incluyendo el sector bancario, han demostrado saber adaptarse muy bien a los retos digitales de los últimos años. España es uno de los países más avanzados en métodos de pago digitales en la zona euro, como lo refleja el éxito de Bizum, con 25 millones de usuarios el año pasado. Confiamos en que el sistema de pagos español está preparado para los desafíos que pueda traer la posible emisión del euro digital.

¿Cómo recomienda

que sea su proceso de implementación?

El despliegue de un nuevo medio de pago implica varios retos, especialmente al implementarlo simultáneamente en los veinte países de la zona del euro. Por ello, el Eurosistema está considerando un despliegue escalonado, lo que es una práctica habitual en el mercado. Un primer lanzamiento incluiría los pagos directos entre particulares y también el comercio electrónico, áreas con menos complejidad técnica y de gran interés para la ciudadanía. Este enfoque permitiría una familiarización gradual con el euro digital, favoreciendo su aceptación y mejorando

la experiencia del usuario.

En una segunda fase, se añadirían pagos en comercios físicos, que requieren más tiempo para adaptar los puntos de venta en toda Europa. Además, desde su primer lanzamiento, el euro digital permitirá pagos tanto online como offline, facilitando transacciones sin conexión a internet.

¿Qué impacto prevé que tenga en la economía europea?

El euro digital ofrecería una solución de pago paneuropea, bajo gobernanza europea, similar al efectivo actual, pero en formato digital. Esto es algo que no existe en el mercado europeo. Actualmente, quienes prefieren pagar digitalmente deben recurrir a métodos de pago de actores extranjeros fuera de la jurisdicción europea. Un euro digital reduciría nuestra dependencia de estos proveedores, reforzando la competitividad y la innovación del sistema de pago europeo. Además, ofrecería una plataforma paneuropea gratuita para que los proveedores de pago europeos desarrollen sus propias soluciones.

La Fed no está convencida de crear un dólar digital, ¿considera que EE.UU. ve unos riesgos que en Europa están pasando desapercibidos?

Además del BCE, hay 78 países y uniones monetarias de todo el mundo que están explorando sus propios proyectos de moneda digital para uso minorista. En el BCE, mantenemos

reuniones regulares con expertos de todo el mundo para intercambiar experiencias y resultados que nos ayuden a mejorar. Es fundamental considerar las circunstancias económicas y las características de los respectivos sistemas de pagos, que son muy diversas a nivel global. Por ejemplo, en Estados Unidos sería inconcebible que una tarjeta emitida en Nueva York no fuera aceptada en comercios de Los Angeles. Eso es justo lo que pasa hoy en día en Europa y nos conduce a tener una alta dependencia de proveedores de pago privados no europeos. El euro digital contribuiría a abordar esta situación.

¿La implementación del euro digital nos permitiría contar con una moneda más sólida?

Un euro digital mejoraría nuestra autonomía estratégica y ofrecería a los ciudadanos europeos una opción de pago accesible en toda la zona del euro, haciendo del euro una moneda más atractiva y competitiva a nivel internacional.

¿Cree que el euro digital supondrá un riesgo para el incremento de las crisis económicas o bancarias?

No. El euro digital está diseñado como método de pago para las necesidades diarias. Insinuar que podría desencadenar una crisis económica sería como sugerir que otros métodos digitales, como las transferencias bancarias, podrían colapsar, lo cual no es cierto.



del sistema financiero y la eficiencia que se consigue con los pagos fronterizos. En resumen, ambos continentes están evaluando riesgos similares, pero las prioridades y contextos económicos pueden diferir, influenciando sus enfoques respecto a la moneda digital”, precisa.

El profesor Alfredo Muñoz incluso va más allá y explica la “solución de urgencia” de la que podría tirar Estados Unidos en el caso de necesitar repentinamente de una moneda digital: “Es la posibilidad de utilizar a sus Bigtech para distribuir el dólar y generalizar su uso a nivel global, fundamentalmente como respaldo de stablecoins emitidas de manera privada. Las posibilidades y los efectos de red que se pueden derivar con la distribución de una Bigtech (Amazon, Google, Facebook, etc.) son muy elevados. Ello permite a EE.UU. tener varias alternativas para mantener y consolidar su soberanía monetaria y su dominio a nivel global, de las que carece la UE”.

¿CRISIS SIN PRECEDENTES?

El euro digital no debería desencadenar en las posibilidades de nuevas crisis económicas, según el exgobernador del Banco de España, quien destaca que la moneda digital europea “será igual de estable que el euro físico”.

En este sentido, Fernández Ordóñez recuerda que “no ha habido crisis de pagos nunca porque los billetes hubieran perdido su valor facial. La inestabilidad y las crisis se producen por la fragilidad de los depósitos bancarios que son emitidos por bancos comerciales privados. Las crisis de pagos se producen porque los depósitos no son dinero sino una ‘promesa de devolver dinero’. Sin embargo, el euro digital es dinero como el euro físico y por tanto no tendrá los problemas de que un usuario pueda encontrarse con que no se le devuelve su dinero porque su banco ha invertido ese dinero y no puede devolvérselo”.

Menos optimista se muestra el profesor de Derecho Mercantil de la UCM. Aunque reconoce que “el euro digital es un instrumento de política monetaria muy poderoso que, bajo un buen uso, podría reducir sustancialmente las crisis bancarias”, también advierte que “su emisión e implementación deben realizarse con suma cautela porque, paradójicamente, tiene el enorme riesgo de poder producir la mayor de las crisis bancarias”.

Alfredo Muñoz pone la lupa en la posibilidad de que la nueva moneda pueda “afectar al sistema bancario y la intermediación del crédito, dado que el euro digital gozaría de la garantía del Banco Central Europeo y podría provocar, en un caso de pánico bancario, una retirada generalizada de los depósitos bancarios para alojarlos en el euro digital”.



El profesor de Derecho Mercantil UCM, Of Counsel de Grant Thornton y Of Counsel de Ceca Magán Abogados, Alfredo Muñoz

“En la decisión sobre la emisión de un euro digital están presentes la soberanía monetaria y los problemas de geopolítica”

Y matiza: “Por ello, se justificaría la imposición de una tenencia limitada, que ya ha sido anunciada por el BCE y que se incluye, como prerrogativa suya, en la Propuesta de Reglamento UE sobre el Euro Digital. Con el fin de evitar afectar a la estabilidad financiera, solo podríamos tener un límite cuantitativo (se habla de 3.000 o 4.000) euros, en formato digital, por persona”.

Ahora bien, el profesor destaca que con “un buen marco normativo y una adecuada política monetaria con este instrumento puede incrementar la estabilidad financiera, reduciendo las tensiones que se producen en los balances de los bancos comerciales por los decalajes en vencimientos entre los pasivos (depósitos bancarios) y los activos (préstamos)”.

“Si finalmente se pretende establecer un Euro Digital de uso generalizado y sin limitación en las tenencias, de ser el caso, habría que ser muy prudentes durante el período transitorio, para permitir a las entidades de crédito modificar su modelo de negocio, sin situaciones traumáticas que generaran inestabilidad financiera”, sentencia.

NUEVOS BENEFICIOS

Si bien se buscan minimizar los riesgos a su mínima expresión, el euro digital busca ser una herramienta no solo de posicionamiento geopolítico y financiero, sino aprovechar las nuevas tecnologías para aportar un valor añadido a las finanzas de la región.

El CEO de MONEI considera que “el euro digital beneficiará a cualquier economía de la Unión Europea. Por un lado, permite que las transacciones sean más rápidas y eficientes, lo que mejora la liquidez y reduce los costes asociados a pagos transfronterizos y nacionales. Sin duda, esto beneficia a las pymes al proporcionarles una alternativa digital segura”.

En el caso nacional, Saiz precisa que “fomenta la inno-

vación financiera y tecnológica en España, atrayendo inversiones y talento en el sector digital. Esto podría fortalecer la competitividad de la economía española a nivel global y estimular el crecimiento económico a largo plazo”.

A estos beneficios se suman los planteados por Alfredo Muñoz, quien confía en que la nueva moneda europea “debe generar una economía más inclusiva, favorecer los pagos en zonas mal comunicadas, o incrementar las transacciones y facilitar los pagos”. Con esta nueva opción, el profesor adelanta que “se habilitaría el pago digital para operaciones entre particulares P2P, M2M, comercio electrónico, sin necesidad de cuenta corriente y con la posibilidad de realizar operaciones offline, lo que permitiría el comercio (digital o físico) en eso que conocemos como la ‘España vaciada’”.

Ahora menos optimista se muestra el exgobernador del Banco de España, quien piensa que “el euro digital ‘con limitaciones’ tendrá muy poco impacto. Seguiremos con la amenaza de crisis de los depósitos bancarios y será necesario mantener los privilegios a los bancos y el intervencionismo enorme de la regulación prudencial. Las limitaciones tienen sentido solamente si son transitorias. Si los bancos piensan que se les va a ayudar siempre no se transformarán en empresas que puedan competir en un libre mercado”.

¿ESTAMOS PREPARADOS?

Con la llegada del euro digital a la vuelta de la esquina, todos los Estados miembros están en su proceso de ‘ponerse al día’ que les permitan incorporar la moneda simultáneamente. Sin embargo, aún es un misterio cómo será ese mecanismo de implementación.

Alfredo Muñoz cree que “todos los países de la zona euro estarán listos llegada la fecha” y advierte que “lo contrario

“El euro digital ‘con limitaciones’ tendrá muy poco impacto en la economía española y europea”



El exgobernador del Banco de España, Miguel Á. Fernández Ordóñez



implicaría cierto fracaso en la emisión y podría llevar a resultados poco deseados”.

En el caso de España, destaca los trabajos desarrollados por Iberpay (iniciativas Smart Payments y Smart Money) o por BdE (programa de experimentación de una CBDC mayorista) y recuerda que “nuestras instituciones financieras tienen los recursos para integrar, con cierta celeridad, la distribución y la operativa con euros digitales”.

Por lo que respecta a las “asignaturas pendientes”, el profesor matiza que muchas de ellas se están debatiendo durante la tramitación parlamentaria: “Entre ellas, hay que destacar, la tecnología a utilizar, el uso en DLT, la tenencia limitada, la privacidad de las transacciones, etc.”.

El exgobernador del Banco de España, que destaca el “buen trabajo técnico del BCE”, indica que “la clave de una adecuada transición a un sistema de pagos seguro y liberalizado es ayudar a los bancos a transformarse para competir en un sistema de libre mercado con euros digitales”.

“Los bancos hoy tienen un monopolio en los servicios de pagos (no es posible hacer pagos sin pasar por una cuenta bancaria) y un gigantesco proteccionismo e intervencionismo del Estado en sus actividades de financiación. Y estos privilegios desaparecerán porque el euro digital no necesita esas protecciones, ya que no puede entrar en crisis como los depósitos bancarios”, analiza Fernández Ordóñez.

Ahora bien, para poder quitar estas protecciones sin miedo a que los bancos entren en crisis, “es imprescindible contar con un proceso de transición que ayude a los bancos a transformarse para competir en una situación de libre mercado”, según el reconocido economista.

El euro digital puede ser la punta de lanza de un nuevo modelo económico que, además de consolidar el liderazgo financiero de la Unión Europea, está repleto de beneficios para las empresas y los ciudadanos. Unas previsiones que hacen asegurar que ya no hay vuelta atrás.

© Shutterstock (3)



EL ESPRESSO ARTE DE LOS NEGOCIOS

La empresa italiana, que suma dos años creciendo al ritmo del 20% en España,

logrará seguir expandiéndose a doble dígito al cierre de 2024, gracias a su innovadora estrategia para impulsar el mercado nacional. Su director general, **Javier Valle**, es el 'capitán' encargado de liderar este proceso que buscará duplicar su tamaño del negocio en tiempo récord

Texto de José A. Puglisi

E

El negocio familiar fundado por Francesco Illy en Trieste (Italia) en 1933 está inundando con su aroma y sabor al mercado nacional. Tras recibir la misión de convertir España en una zona estratégica para la firma, el director general de illycaffè Sucursal en España, Javier Valle, fue el encargado de implementar una innovadora estrategia que les permitió crecer a un ritmo del 20% durante los últimos dos años y que, hasta mayo de 2024, vuelve a repuntar en un 30% más. Un negocio 'tan redondo' como una buena taza de café.

Con 91 años de historia y más de tres décadas en España, ¿cuál es el secreto de illycaffè para seguir conquistando al mercado nacional?

El secreto está en tres puntos clave. El primero, un producto que cuenta con una mezcla única de procedencia de nueve orígenes que ofrecen un equilibrio perfecto en boca entre aroma, acidez e intensidad. Se trata de una mezcla que se modifica hasta tres veces al día en función del lote

de café verde para garantizar la consistencia de dicho aroma y sabor. El segundo punto es la atención única a la calidad, donde solo escogemos el 1% del mejor grano, comprándolo directamente a las comunidades de caficultores y pagando un plus de 30% por encima de la media del mercado. Sin olvidar que todo el café a nivel mundial se tuesta en un único tostadero en Trieste, para garantizar la consistencia en taza de nuestro café en cualquier lugar del mundo y cualquier formato.

Finalmente, la credibilidad. Para ser una marca longeva necesitas ser una marca creíble e illy, a través de su compromiso social, lo es y es reconocida por ello. Esa credibilidad la generamos a través de nuestro compromiso con el medio ambiente y las políticas de responsabilidad social a través de la asociación con el mundo del arte.

¿A qué atribuye que la empresa sume dos años consecutivos encadenando un crecimiento de más del 20% en España?

76 de los establecimientos que se pasa a illy reconoce haber **76%** aumentado sus ventas

Desde hace dos años nos hemos convertido en una marca de 'consumidor e información céntrica'. Esto significa que la estrategia ha evolucionado y ya no es el consumidor el que busca nuestro producto, sino que illy va a su encuentro. Esto se refleja en una estrategia de omnicanalidad donde la distribución moderna, el comercio electrónico y la oficina se han transformado en canales estratégicos para generar prueba de producto y fidelidad, que después se traslada a la generación de tráfico a nuestro canal principal que es la hostelería. Se trata de un proceso fundamental, ya que el 82% de los consumidores se fideliza con nuestra marca tras probar el producto.

¿Prevén que puedan cerrar 2024 con un porcentaje de crecimiento superior?

Sí, al cierre de mayo de 2024 hemos registrado un crecimiento del 30% y, de hecho, nos estamos beneficiando de las estrategias que pusimos en marcha hace dos años. Es importante recordar que en la industria del café –y sobre todo en hostelería (donde hacemos 62% de nuestras ventas)– tiene un embudo de conversión muy largo y que la captación de clientes no es inmediata, ya que tienen que coincidir la necesidad del cliente con la oportunidad de entrar en su set de evaluación de marcas.

¿Cuál es la estrategia actual para mantener el crecimiento en los próximos años dentro del mercado nacional?

En illy España estamos trabajando en rediseñar la interacción con el consumidor. Todo empieza a través de la notoriedad (a través de la comunicación en medios como nuestro patrocinio con Masterchef o campañas de comunicación) y la credibilidad, a través de la generación de contenidos en el ecosistema digital y redes sociales. Esto genera tráfico a nuestro e-commerce y a la distribución moderna, un proceso que genera la prueba del producto y, por ende, ayuda a la fidelización del consumidor. En este sentido, di-

En **2023**, el grupo redujo su consumo energético en un

12,9%



cha fidelidad genera tráfico a nuestros establecimientos en hostelería que, a su vez, se traduce en margen para reinvertir en comunicación.

¿Y cómo se beneficia el hostelero?

El 76% de los clientes que han transitado de otra marca a illy reconoce haber aumentado sus ventas. Esto se debe a que el principal motivo de elección del establecimiento donde se toma café es la calidad del producto por delante de la experiencia en el local, el precio o el servicio. En otras palabras, el 94% de los consumidores declaran estar dispuestos a repetir visita al establecimiento si el producto es de calidad.

¿Cuáles consideran que son los principales retos que afronta el sector en España?

Las marcas nos enfrentamos a dos grandes retos: La retención de las nuevas generaciones, ya que sus principales motivos de consumo no son sociales, sino que sirve para energizarse y mejorar la concentración. Por eso debemos entender el comportamiento de estas nuevas generaciones para adaptar nuestra estrategia y entrar en su rutina de consumo. El segundo reto es la educación del consumidor, ya que solo el 35% de los consumidores saben el origen de su café y solo el 25% declara tomar café de origen 100% Árabe, que es el de mayor calidad.

¿Qué políticas de las Administraciones Públicas podrían ayudar a dar un nuevo impulso al sector del café?

Al ser el café un producto consumido por el 90% de la población adulta, con una media de dos tazas diarias por persona y un comportamiento anticíclico, tiene un impacto en la cesta de la compra. Por eso, una reducción de la carga fiscal habría sido interesante no solo para el consumidor, sino también para la hostelería, permitiéndoles generar margen adicional para hacer frente a la subida de los gastos operativos de su negocio. Sin olvidar que sería de gran utili-



Al cierre de mayo,
la firma italiana
registra un
crecimiento del

30%

dad incluir al café dentro de la dieta mediterránea.

illycaffè revalidó su compromiso como empresa B Corp, alcanzando incluso un récord de puntuación, ¿qué supone para la empresa esta certificación?

Somos la primera marca italiana en conseguir la certificación, pero lo que nos llena de orgullo es haber revalidado con una puntuación superior a la de años precedentes, lo cual pone de manifiesto nuestro constante y creciente apuesta por la sostenibilidad. Con el fin de proteger los recursos medioambientales, illycaffè ha mejorado sus compromisos en sectores cruciales como la eficiencia energética, la mitigación de emisiones, la promoción de la agricultura regene-

rativa, la optimización de los recursos y materiales hídricos, la aplicación de un modelo de economía circular y la generación de impactos ambientales positivos. En 2023, la organización en su totalidad, redujo su consumo energético en un 12,9%, siendo el 95,5% de la electricidad que se utilizó procedente de fuentes renovables y la meta es ser neutros en carbón antes de 2030.

¿Cuáles son los grandes objetivos que se plantean para el mercado español para los próximos años?

Doblar nuestro volumen de negocio en el mercado nacional, poniendo una taza de café illy en las manos de todos los consumidores españoles. ▲

CEOE

TAMBALEA EL CASTILLO DE NAIPES

Antonio Garamendi, presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales, advierte que la locomotora económica española podrá 'descarrilar' si no llegan oportunamente las bases que garanticen un sólido crecimiento en momentos expansivos, **pero también que permitan soportar las épocas de 'vacas flacas'**

Texto de José A. Puglisi

La evolución de España está siendo admirada por toda Europa. Una especie de castillo económico que podría tambalear hasta desmoronarse si se cae en la autocomplacencia. Así lo cree el presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Antonio Garamendi, quien muestra su preocupación por el poco avance en los procesos de consolidación fiscal, por el elevado déficit y deuda pública, así como por los monólogos que impone Moncloa en ámbitos clave de la economía nacional, como es la nueva jornada laboral.

Desde Europa observan con admiración la evolución económica de España, ¿a qué atribuimos estos resultados?

En los últimos años, es cierto que la economía española está creciendo más que la europea. Si lo analizamos, vemos que detrás de esta evolución hay varios factores. El primero de ellos es que la caída del PIB en

2020 fue más intensa en España que en Europa, por lo que la recuperación posterior de nuestra economía también ha sido más dinámica. El segundo es que nuestro país se ha visto relativamente menos afectado que otros países europeos por un conflicto bélico como es el de Rusia y Ucrania.

Un tercer factor es el aumento de la población en nuestro país, debido a la inmigración, lo que ha contribuido a que el consumo privado haya continuado avanzando a buen ritmo, al tiempo que ha impulsado el crecimiento de la población activa. Y, por último, otro elemento que ha jugado a favor de la economía española en estos últimos años es la composición sectorial, con un importante peso de los servicios y, especialmente, del sector turístico, que está demostrando un dinamismo más que notable.

Pero, ¿España es realmente el nuevo motor de la región o es solo una ilusión?

Creo que no deberíamos caer en la complacencia y dar por hecho que nuestro país va a liderar el crecimiento económico europeo de forma indefinida. Los ciclos económicos pueden verse afectados por factores externos que pueden provocar que el PIB de un país sea una locomotora en Europa o un vagón de cola del que hay que tirar. La clave es poder sentar las bases para fortalecer los fundamentos económicos que nos permitan cre-



cer con fuerza en los momentos expansivos del ciclo y soportar mejor las etapas de menor crecimiento.

¿De qué estamos hablando en el caso de España? De la necesidad de avanzar en asuntos como la consolidación fiscal, porque tenemos unos niveles de déficit y deuda públicos todavía elevados; de reducir una tasa de paro aún dobla la media europea; de impulsar la inversión en I+D+i; o, por ejemplo, de la necesidad de mejorar nuestra productividad.

A pesar de tener un leve repunte, la productividad sigue siendo un grave problema, ¿qué se puede hacer para evitar seguir quedando rezagados del resto de la UE?

Para que aumente la productividad y, con ella, el PIB y el desarrollo en España, lo que hay que hacer es favorecer el mayor número posible de elementos que inciden en ella. Cito algunos aspectos concretos. Hay que apoyar, por ejemplo, la mejora del capital humano, →

La inversión extranjera
en España cayó el año pasado un

20%
y apenas superó los
28.000
MILLONES DE EUROS

con un impulso a la cualificación y recualificación de los trabajadores. Es fundamental, también, favorecer el capital físico. Es decir, más y mejores inversiones, tanto públicas como privadas. Y este punto es donde las inversiones en infraestructuras tienen un papel destacado. Otro elemento clave es el impulso al capital tecnológico, particularmente, la capacidad para innovar.

¿La nueva jornada laboral empeorará el escenario de la productividad?

El principal problema es cómo se ha planteado el asunto por parte del Ministerio de Trabajo. Desde el primer momento, las organizaciones empresariales hemos lamentado el monólogo social que está protagonizando el Gobierno en esta materia. Porque hay que decirlo claro: no hay diálogo cuando la hoja de ruta y el resultado de la negociación están ya fijados de antemano.

La realidad, es que la jornada laboral real en España ya es de unas 34,5 – 35 horas. Que las necesidades de las empresas son distintas dependiendo de su tamaño y de los sectores en los que desarrollan su actividad. Que un gran número de empresas tiene problemas para cubrir vacantes de determinados perfiles profesionales. Que el absentismo sigue creciendo en España... En resumen, hay muchos factores que hay que tener en cuenta. Y el espacio más adecuado para tratar este asunto es donde ya se hace: en las 4.500 mesas de negociación colectiva que tenemos abiertas con los sindicatos y donde se valo-

La recaudación del Impuesto sobre Sociedades y las cotizaciones empresariales suponen un

12,6% DEL PIB EN ESPAÑA, **FRENTE AL** **10,2%** DE LA MEDIA DE LA UE

ran todos estos elementos, que son fundamentales a la hora de tener estos debates.

Con la presión fiscal rondando el 40% del PIB, según el IEE, ¿qué impacto está teniendo en el sector empresarial?

El problema para el sector empresarial no es tanto la presión fiscal general como la específica. Es decir, la presión fiscal empresarial, que es la suma del Impuesto sobre Sociedades y las cotizaciones empresariales a la Seguridad Social. En España, esta presión fiscal empresarial está en un nivel superior al de la media de la Unión Europea, según los últimos datos de Eurostat. En concreto, se sitúa 2,4 puntos por encima de la media europea. Porque en nuestro país, la recaudación del Impuesto sobre Sociedades y las cotizaciones empresariales suponen un 12,6% del PIB, mientras que en la media de la UE su peso es sólo del 10,2%.

Esto se traduce en que, en España, las empresas aportan un tercio de la recaudación total, frente al 25% de media en la UE. En este sentido, entendemos que una fiscalidad más atractiva, con menores impuestos, favorecería el crecimiento de las empresas y una mayor inversión empresarial. Además, serviría también para atraer talento, precisamente en un momento en el que muchos sectores tienen problemas para cubrir vacantes y encontrar los perfiles profesionales. Por el contrario, una fiscalidad elevada sólo sirve para desincentivar inversiones e, incluso, puede llegar a provocar que éstas se deslocalicen.

¿Cuáles son las reformas fiscales urgentes que deben realizarse en España?

Los empresarios venimos defendiendo la necesidad de dar estabilidad al sistema tributario y evitar continuos cambios en este asunto. En especial, si tienen efectos retroactivos o si suponen provocar incertidumbre y paralizar o retrasar decisiones de inversión en nuestro país, tanto por parte de empresas nacionales como de las que vienen de fuera.

También hemos insistido en que hay que reducir las tasas de economía sumergida existentes, de manera que

el sistema tributario sea más justo, distribuya la presión fiscal de manera más equitativa y permita reducir el déficit presupuestario sin incrementar la presión fiscal. Asimismo, entendemos que no se debería incrementar la presión fiscal empresarial y que sería deseable reducir las cotizaciones a la Seguridad Social, así como eliminar las restricciones a la deducción de intereses y compensación de pérdidas en el Impuesto sobre Sociedades.

Otro aspecto clave: reducir la excesiva litigiosidad en este ámbito. Esto pasa, por ejemplo, por mejorar las fórmulas de colaboración con la Administración y por fijar unos criterios interpretativos que sean claros. Y, en general, insistimos también en que hay que coordinar las políticas tributarias centrales y autonómicas, para evitar la proliferación de impuestos y tasas de las Comunidades.

Las negociaciones con el Gobierno no están siendo fáciles...

En algunos asuntos, más que diálogo social, lo que parece que quiere practicar el Gobierno es un monólogo social. Cambiar las reglas del juego en mitad del partido, como ha ocurrido al modificar la estructura de la negociación colectiva o como ha planteado el Ministerio de Trabajo con el límite máximo de la jornada legal, por cumplir pactos políticos no es diálogo social. Es gobernar contra las empresas, contra el país y contra los propios ciudadanos.

Durante los últimos meses se conoció la llegada de grandes inversiones a España, ¿prevé que se repetirán a lo largo de 2025?

Esperemos que sí, porque sería una gran noticia para la economía. El problema es que lo que detectamos es un estancamiento de la inversión. Porque todavía se sitúa por debajo de la registrada en 2019, antes de la pandemia, frente a lo que ocurre en la Eurozona, donde ya se ha recuperado y está al alza. Le doy una cifra: la inversión extranjera en España cayó el año pasado un 20% y apenas superó los 28.000 millones, la peor cifra desde el estallido de la pandemia. Y esto nos preocupa porque la inversión es clave para garantizar el crecimiento. ▲

GEO VERSUS CEO



MÁS ALLÁ DEL JUEGO DE PALABRAS, SON MUCHOS MÁS LOS PUNTOS EN COMÚN QUE UNEN A ESTE CUERPO DE ÉLITE DE LA POLICÍA NACIONAL CON UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL Y SUS DIRECTIVOS

Texto de **Rosario Fernández**

E

s la unidad de élite de la Policía Nacional especializada en operaciones de alto riesgo. El Grupo de Operaciones Especiales, más conocido como GEO, se creó en España en 1978 para luchar contra el terrorismo. Hoy en día, además, sus miembros combaten el narcotráfico o el crimen organizado. En definitiva, es la última unidad de reserva del Estado. Su principal misión: resolver y tomar la mejor decisión en situaciones críticas. El éxito o el fracaso está en su mano.

Disciplina, trabajo en equipo, resiliencia, compromiso y lealtad son algunos de los valores que marcan a fuego esta unidad. Como asegura Maite Moreno, directora del Máster en Recursos Humanos de EAE Business School, “todos estos valores son aplicables en un contexto empresa- →



rial, en especial la importancia del trabajo en equipo, la disciplina en los procesos y la resiliencia frente a los desafíos del mercado”.

Y es que ser la élite de la Policía implica estar entre los mejor preparados, más disciplinados y comprometidos. Se llega a ello a través de un riguroso proceso de selección y entrenamiento continuo. Algo similar ocurre en el mundo de la empresa y en particular con sus CEO, “ya que alcanzar la excelencia en este terreno, al igual que en los GEO, requiere de una selección rigurosa, formación constante, y una cultura de compromiso y sacrificio”, añade Moreno.

Bien lo sabe Miguel Jarque, quien durante catorce años fue miembro de esta unidad. En su opinión, para los GEO, el valor de la persona es el resorte fundamental del equipo. “Sin unos buenos mimbres no se puede fabricar un buen cesto”. A ello, el autor de libros como *Supervivencias de un GEO* y *Madera de GEO* en los que ha trasladado sus vivencias en este cuerpo, añade la importancia de servir desde la humildad y consciencia de la propia limitación individual, pero en la confianza de que cuando se interviene en equipo se forma una herramienta inmejorable. “A esa convicción no se llega a través de las palabras, sino mediante un camino de entrega, trabajo, esfuerzo y sacrificio de todos durante su estancia en la

unidad. Nadie ha de sentirse como un gran atleta, sino como un resorte importante del engranaje”, destaca.

Y subraya: “El servicio a España que profesa nuestra unidad puede extrapolarse muy fácilmente a la empresa. Todas las personas que integran la plantilla de una compañía deberían ser los más interesados en que esta funcione y tendrían que tomar consciencia de la importancia de generar elementos vitales que la sociedad precisa para el sostenimiento de todos”.

LAS NORMAS

Como en toda organización, sobre todo en una tan jerarquizada, los GEO cuentan con normas de más que obligado cumplimiento. Autodisciplina, compañerismo, lealtad, nobleza, aportar, autoexigencia, trabajo y esfuerzo, constancia, unidad, autocrítica personal, aceptando los fallos propios y no señalando al culpable, “sino la mala praxis o el error de su acción” son, según Jarque, algunas de estas obligaciones, que no difieren, o al menos, no tendrían que diferir de las que deberían existir en una empresa.

A ellas Moreno añade alguna más, como el entrenamiento continuo, “ya que este cuerpo de la Policía Nacional siempre está ejercitándose para mejorar sus habilidades, algo que puede aplicarse a la formación continua en



Miguel Jarque, quien durante catorce años fue miembro de los GEO, es el autor de libros como Supervivencias de un GEO y Madera de GEO en los que ha trasladado sus vivencias en este cuerpo



"El servicio a España que profesa nuestra unidad puede extrapolarse muy fácilmente a la empresa"

las empresas". Y una última norma: una cadena de mando clara, que asegura que todos saben quiénes toman las decisiones y cómo ha de fluir la información. Un factor determinante también en la gestión empresarial. "En las empresas modernas, la tendencia hacia la autoorganización busca combinar la claridad de una cadena de mando con la flexibilidad de estructuras más colaborativas. Aunque parezca contradictorio, establecer roles y responsabilidades claros permite descentralizar la toma de decisiones, facilitando una comunicación efectiva y adaptativa. Este enfoque no solo empodera a los empleados, sino que también fomenta un liderazgo dinámico, situacional y más adecuado para responder ágilmente a las exigencias del mercado contemporáneo", subraya. De hecho, los mandos en los GEO coordinan, toman decisiones bajo presión y son responsables del bienestar y el desempeño de su equipo, al igual que el CEO de una compañía.

LOS MANDOS

En este sentido, Miguel Jarque asegura que estar al cargo y mandar es algo que se puede aprender. "Mi experiencia me dice que el mando es más decisivo cuando, sin obviar esos elementos tradicionales aprendidos, surge el líder carismático, aquel que brota del arte de saber →

Las empresas deben aprender de la unidad de élite la disciplina, resiliencia y claridad en la cadena de mando



mandar. Los equipos operativos apreciamos más los detalles, los que aparecen cuando todas las circunstancias son adversas y brota la genialidad del verdadero líder, aquel que resuelve. Ese que jamás dice ‘Adelante’ sino ‘Seguidme’”.

En la carrera en el cuerpo de élite de Jarque, han sido determinantes los mandos que han marcado una fina línea, la que llega a confundir el autoritas del jefe con la confraternización del hermano, “jefes que han sabido compartir el inodoro químico en las interminables esperas o la última manzana que quedaba para, seguidamente, dar órdenes sabias y precisas, los que antes de dar la orden, según la circunstancia, escuchan opiniones y, una vez establecida, todos la cumplen porque confían plenamente en el líder y en el óptimo procedimiento. Considero que los mandos policiales y los de las empresas que, por naturaleza, aportan ese arte de hacer con alegría, sin tragedia, buscando positividad, justicia y rigor consiguen un ambiente que ayuda a generar la suficiente confianza para que cada individuo aporte lo mejor”.

¿Y qué papel juega el resto del equipo entonces? Cada miembro tiene roles específicos y esenciales para el éxito de la operación, similar a cómo cada empleado en una empresa desempeña un rol crucial para alcanzar los objetivos empresariales.

Según Jarque, los equipos especializados alcanzarán mejor la excelencia si disponen de una base que genere un trabajo de calidad. Y viceversa. Si los conocimientos y mejoras obtenidas por la élite revierten en la base, estableciéndose una simbiosis, esto estimulará a los trabajadores y hará que estos sean más productivos en un ambiente de máxima cooperación. Las recompensas generan

LA IMPORTANCIA DEL EQUIPO

Pancho Álvarez ARDERIUS SIEMPRE
QUISO SER GEO. Y LO CONSIGUIÓ.

Una vez fuera del cuerpo, comenzó su faceta empresarial que le ha llevado a estar al frente de varias empresas, entre ellas Geopol, una academia considerada como uno de los mejores centros de formación a nivel nacional para la preparación de las oposiciones a Policía Nacional y Guardia Civil. Asegura que su paso por la considerada como élite de la Policía ha sido la mejor escuela con la que ha aprendido lecciones sobre cómo gestionar las compañías que dirige. Reconoce que “ya con doce años, sabía que de mayor quería ser GEO. No sabría de decir por qué, sino que fue vocacional. Creo que esa es la clave. Es como cuando estás enamorado, que no sabes explicarlo. Simplemente es amor verdadero”.

¿Cómo se llega y qué supone estar en la élite de la Policía?

Se alcanza a través de una serie de pruebas muy duras en las que es necesario darlo todo, incluso dar cosas de ti que no sabías que tenías. No valen las mediocridades. En mi promoción, de 800, entramos 17. En ningún momento, dudé de si entraría. Sabía que sí. Es convencimiento personal. Si tú mismo dudas de ti, ¿qué pueden hacer los demás? Una vez estás dentro, es un gran ejercicio de responsabilidad, ya que formar parte de los GEO significa compromiso, responsabilidad y es una forma de vida. Psicológicamente, tienes que ser una persona normal, no dudar y no ponerte nervioso. Si no tienes autocontrol o no eres una persona fría, no puedes llegar a ser GEO. Y lo más importante, siempre has de pensar en el equipo.

Usted que ha sido GEO y desde años es CEO, ¿qué similitudes cree que existen entre ambos puestos?

El CEO todos los días toma decisiones y el peso de la responsabilidad es grande, al igual que el GEO, para quien es clave cohesionar a los equipos de trabajo para desarrollar el objetivo al que vas encaminado. Ambos han de ser resolutivos, ya que, con sus decisiones, pueden llevar al triunfo o al fracaso de la organización, y han de ser asertivos, no han de ser jefes, sino líderes, ya que la clave del éxito es el grupo, no la individualidad. Ambos han de sacar lo mejor de cada persona. Es algo que hay que mamar y asumir que no todo el mundo vale para ser GEO ni CEO.



El Grupo de Operaciones Especiales, más conocido como GEO, se creó en España en 1978 para luchar contra el terrorismo. Hoy en día, además, sus miembros combaten el narcotráfico o el crimen organizado



más controversias que el esfuerzo del trabajo. Los buenos jefes o directivos deberán ser muy cuidadosos, justos y oportunos para que los premios consigan estimular, en lugar de crear un problema.

LAS LECCIONES

Parece que lo que une a los GEO y los CEO es mucho más que lo que los diferencia. Disciplina, resiliencia, claridad en la cadena de mando y entrenamiento continuo son algunas de las lecciones que, según Moreno, las organizaciones empresariales deberían aprender de la unidad de élite de la Policía Nacional. Incorporar disciplina significa fomentar una cultura de compromiso y consistencia en el cumplimiento de objetivos, sin necesariamente imponer rigidez. “La disciplina moderna en organizaciones se refiere a la autogestión y la responsabilidad individual de cada empleado de seguir procesos establecidos y contribuir a los objetivos del equipo. Junto con la resiliencia, una cadena de mando clara y un entrenamiento continuo, esta nueva versión de la disciplina ayuda a crear un ambiente de trabajo más dinámico y adaptable, promoviendo una mejora constante y una respuesta eficaz y ágil ante los desafíos”. Jarque concluye con una lección más: la importancia de valorar que todos los operativos del equipo son vitales. Para tomar nota. ▲

LA SUPERVIVIENTE QUE DESAFÍA AL CÁNCER

La **Fundación CRIS** contra el cáncer ha invertido **50 MILLONES** de euros en investigación oncológica desde su creación, así como desarrollado **499 ENSAYOS** clínicos y apoyado a **310 CIENTÍFICOS** en su lucha contra esta enfermedad

Texto de **Cristina Mendoza**

Los supervivientes del cáncer se están convirtiendo en sus verdugos. Si en el verano de 2008 parecía que un mieloma múltiple en estado avanzado y con un grave pronóstico acababa con las esperanzas de Lola Manterola, la licenciada en Cien-

cias Económicas por la Universidad Autónoma de Madrid no tiró la toalla y, junto con el incondicional apoyo de su marido Diego Megía, logró superar la enfermedad tras participar en un ensayo clínico en el Hospital Universitario 12 de Octubre en Madrid.





A la izquierda, la X edición de los premios Cris VIDA. A la derecha, arriba, Mathias junto a su familia y al Dr. Antonio Pérez. Abajo, el reto solidario del Kilimanjaro de la Fundación Cris

Dos años después, en 2010, veía la luz la Fundación CRIS contra el cáncer. Se trata de una organización independiente, sin ánimo de lucro y dedicada por completo al fomento y desarrollo de la investigación en cáncer tanto en adulto como en infantil. Tras 14 años de trayectoria, se estima un impacto potencial sobre 11 millones de pacientes y Lola se ha convertido en una referencia internacional en el activismo por la investigación en cáncer, reconocida con la Gran Cruz de la Orden de Isabel la Católica, al igual que Diego, e investida Doctora Honoris Causa en Medicina por la Universidad de Londres.

Los datos respaldan sus reconocimientos. Desde su creación, la Fundación ha invertido 50 millones de euros en investigación, de los que 39 millones se desembolsaron en los últimos cinco años. Además, ha desarrollado 499 ensayos clínicos en proyectos y Programas CRIS; ha puesto en marcha 153 líneas de investigación, 85 equipos. Sin olvidar que ha apoyado a 310 científicos e investigadores, presentes en 85 instituciones alrededor del mundo.

Como si fuera poco, las publicaciones y comunicaciones en congresos suman más de 2.000, y se ha contribuido a la formación de jóvenes investigadores a través de 122 tesis doctorales; se han licenciado 15 patentes y hay siete en proceso. Globalmente, los pacientes beneficiados directamente en los ensayos clínicos apoyados por CRIS →

La Fundación CRIS
contra el cáncer ha invertido
50 MILLONES DE EUROS
en investigación desde su creación





Una charla con **LOLA MANTEROLA**

LA COFUNDADORA Y PRESIDENTA DE LA FUNDACIÓN CRIS CONTRA EL CÁNCER

¿Qué supone para usted que la Universidad de Londres le otorgase el doctorado 'honoris causa' de Medicina?

Recibir el título honorífico de Doctora en Ciencias en Medicina por la Universidad de Londres tras la decisión unánime de los fideicomisarios del Instituto de Investigación del Cáncer -Institute of Cancer Research- ICR- es un gran honor que dediqué a millones de personas que atraviesan por esta enfermedad.

El ICR me hizo entrega del doctorado por la dedicación, de toda la comunidad CRIS, recaudando fondos para la investigación oncológica con el objetivo último de acabar con el cáncer y que cualquier persona al margen de su situación socioeconómica tenga acceso a las terapias más

innovadoras. **¿Cuál es la gran asignatura pendiente de la investigación de cáncer en España?**

España está en un buen puesto a nivel mundial en investigación. Somos el segundo país del mundo donde se realizan más ensayos clínicos. Pero es indudable que queda mucho camino por recorrer y desde la Fundación CRIS contra el cáncer, además, de recaudar fondos que invertimos en la investigación, también trabajamos para que los avances lleguen a los pacientes. Queremos que los tratamientos a la vanguardia alcancen a cualquier persona al margen de su situación socioeconómica y eso solo puede realizarse a través de nuestro Sistema Nacional de Salud. España necesita

invertir más fondos en investigación. La investigación es futuro, no es un gasto, es una inversión que genera riqueza y progreso social. Debemos atraer y retener el talento, además de promocionar la vocación y formación científica.

Como superviviente del cáncer, ¿qué mensaje le manda a las personas que actualmente luchan contra la enfermedad?

Mi mensaje es mantenerse positivo, disfrutar de nuestros seres queridos y aprovechar cualquier momento. Recomiendo cuidarse al máximo, mantenerse fuerte física y emocionalmente para poder resistir los tratamientos. En el caso de que los tratamientos convencionales no tengan éxito, como me ocurrió a mí, no perder la esperanza. Los investigadores

trabajan para encontrar nuevas terapias y yo estoy convencida de que lograremos curar el cáncer.

¿Cuáles son las metas que buscará alcanzar su fundación en los próximos años?

Nuestra vocación es la investigación con el objetivo inspiracional de curar el cáncer. Recientemente, hemos firmado en España, concretamente con la Comunidad de Madrid, un acuerdo para la creación de un Centro de Investigación del Cáncer que se convertirá en referencia nacional e internacional en investigación y también queremos hacer un Centro Integral del Cáncer Pediátrico. Se trata de dos proyectos muy ambiciosos y que requieren de la colaboración de grandes empresas comprometidas con el entorno.

Lola Manterola junto al equipo de investigadores contra el cáncer. Y, abajo, el Dr. Antonio Pérez mantiene una conversación con Mathías

La entidad ha desarrollado **499 ENSAYOS CLÍNICOS EN PROYECTOS** y puesto en marcha **153 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

suman casi 8.500 personas.

Con sedes en España, Reino Unido y Francia, la Fundación CRIS contra el cáncer ha tenido la capacidad de transformar la historia de la investigación contra el cáncer, aunar los esfuerzos de la sociedad civil, a través de la sensibilización y el compromiso, e impactar directamente en la vida de enfermos con cáncer alcanzando el consenso entre los Gobiernos y uniendo a los pueblos.

No en vano, gracias a la intervención de la Fundación CRIS contra el cáncer ante las instituciones públicas (Gobierno de España, Congreso de los Diputados, Senado, Defensor del Pueblo, Comunidades Autónomas) se logró el consenso, arrancando la voluntad política de todas las fuerzas, y rápida aprobación para que hoy todos los pacientes con tumores de sangre puedan recibir este tratamiento a la vanguardia, independiente de su situación socioeconómica. La Fundación, presente en 80 centros de investigación y hospitales en 16 países, es la mejor inspiración para que, entre todos, unamos fuerzas y podamos vencer a un enemigo en común: el cáncer. ▲

Free Time

Un camino de fuego



Más de 1.000 antorchas iluminan las calles de Mayorga cada 27 de septiembre. El fuego marca el camino de la procesión del Vítor, que conmemora la llegada de las reliquias del que fue misionero y arzobispo de Lima (convirtiéndose en el principal evangelizador de América) a su localidad natal de Santo Toribio de Mogroviejo. Celebrada desde 1737, esta procesión comienza la noche del día anterior, cuando se busca al custodio del Vítor y, posteriormente, se procede a la quema del cubo en la Plaza Mayor. A partir de ese momento -y hasta siete horas más tarde- el pueblo vive una peculiar experiencia, en la que se mezclan la música, el olor a pez o brea y la fiesta. ¡El Santo ha vuelto a casa! mayorga.ayuntamientosdevalladolid.es



© Radiga Studios

EL FENÓMENO DEL ‘Pickleball’,

El deporte que causa furor en
Estados Unidos llega a España
con el **objetivo** de **destronar** al **pádel**

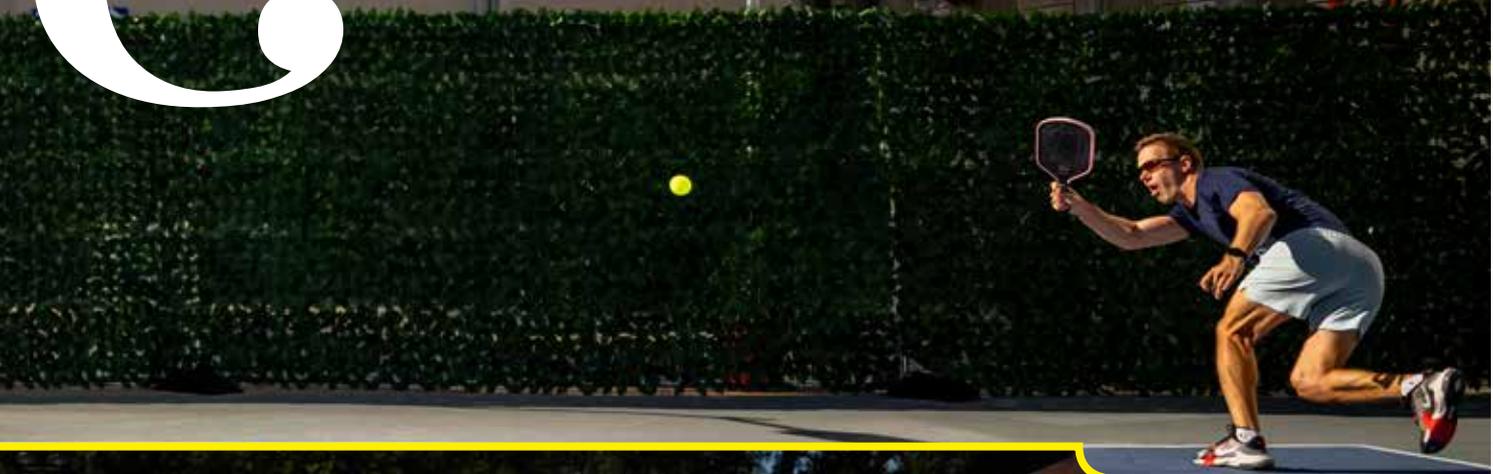
Texto de **Damián Henríquez Perdomo**



¿T

e imaginas un deporte que combine la esencia pura del tenis, la agilidad del bádminton, el ritmo frenético del pádel y la habilidad del tenis de mesa? Pues esta moderna e incipiente disciplina tiene un nombre: Pickleball.

A partir de la pandemia, deportes como el pádel experimentaron un crecimiento exponencial en Europa. Ahora, en pleno 2024, todo apunta a que una nueva tendencia comienza a arrebatarle al pádel su condición de interés de moda. En un abrir y cerrar de ojos, el pickleball ha conseguido conquistar el corazón de los amantes de la raqueta por todo el mundo, y concretamente, parece que en los próximos años también se consolidará como deporte de masas en España. La clave de su éxito radica en la sencillez y la polivalencia, ya que puede llegar a ser desde un juego profesional y competitivo hasta un pasatiempo con el que disfrutar con familiares y amigos de todas las edades. →



La Sport and Fitness Industry Association indica que el pickleball fue el deporte de más rápido crecimiento en EE.UU., con un total de 4,8 millones de jugadores



LAS CIFRAS DEL **BOOM**

¿Cuándo se conformó la IFP?

La Federación Internacional de Pickleball es el organismo rector del pickleball a nivel mundial, y fue fundada en el año 2010.

¿Cuándo se conformó la primera federación de pickleball?

La U.S.A. Pickleball Amateur Association fue el primer organismo registrado, creado para fomentar el crecimiento de este deporte a nivel nacional.

¿Cuántas personas lo practican actualmente en Estados Unidos?

Sin duda, los americanos son los más familiarizados con este deporte. En este 2024, ya se han superado los 30 millones de practicantes en Estados Unidos.

¿Cuántas personas lo practican actualmente España?

El pickleball está tomando fuerza en nuestro país, y su entrada en la Real Federación Española de Tenis ha sido un factor determinante para su crecimiento. Según la propia RFET, ya son aproximadamente 20.000 los españoles que practican este incipiente deporte. Unos datos alucinantes si tenemos en cuenta que antes de la pandemia lo practicaban unos pocos cientos de personas.

¿Cuánto cuesta construir una pista de pickleball?

El coste total de una instalación de calidad puede oscilar entre los 5.000 y 6.000 euros, donde se incluye una base, asfalto y recubrimiento de resina. Si ya cuentas con una pista base, el coste de la red y la superficie sería de alrededor de 300 euros.

UN JUEGO PARA NIÑOS

El origen de este deporte tuvo lugar en la década de 1960, en Estados Unidos, cuando un grupo de niños de Washington decidió crear su propio juego en una pista de bádminton. Rápidamente, este entretenimiento comenzó a difundirse por centros educativos, parques y gimnasios de la zona, creando la primera 'fiebre del pickleball'.

Poco a poco, este juego fue obteniendo la aceptación necesaria para llegar a consolidarse como deporte, hasta que finalmente en el año 1984 se fundó la U.S.A Amateur Pickleball Association. Esta agrupación recogió por primera vez un reglamento oficial de juego, que años más tarde fue adaptándose hasta llegar a su configuración actual, firmada en 2005. Sin embargo, lo cierto es que este deporte tuvo un progreso muy lento en sus inicios, ya que generalmente su práctica se limitaba a Estados Unidos y América del Norte. Podríamos decir que el pickleball permaneció dormido durante medio siglo, recibiendo un tratamiento de deporte minoritario.

Tom Dundun (propietario de los Carolina Hurricanes de la NHL) adquirió Pickleball Central, el mayor minorista de equipamiento de todo Estados Unidos

Todo esto cambió a partir de 2020, cuando la popularidad de este juego experimentó un crecimiento exponencial, colándose como uno de los deportes de moda en un abrir y cerrar de ojos. Este furor lo hemos podido comprobar especialmente en su país nativo, Estados Unidos, donde millones de aficionados lo practican frecuentemente. En los últimos años, Europa también se ha sumado a la ola del pickleball, y muchos expertos pronostican que países como España pueden llegar a ser los próximos en abrazar a este deporte. Recientemente, en nuestro país se han llevado a cabo decisiones que fomentan su crecimiento, como la integración del pickleball en la Real Federación Española de Tenis.

IMPACTO ECONÓMICO

Como no podía ser de otra forma, esta disciplina también se ha hecho un hueco en el mercado deportivo. Al igual que ocurrió en España con el boom del pádel, el pickleball ha tenido un impacto bestial en Estados Unidos a raíz de la pandemia. Según un estudio de la BBC, el número de americanos que comenzaron a practicar este deporte en el año 2020 aumentó un 21,3%. Dos años más tarde, la Sport and Fitness Industry Association declaró que el pickleball fue el deporte de más rápido crecimiento en todo el país, con un total de 4,8 millones de jugadores, un 40% más respecto al 2020. Todo esto se refleja en un aumento en la recaudación: en 2021, las ventas de artículos de pickleball ascendían hasta los 50,8 millones de dólares. En la actualidad, estas cifras superan los 300 millones.

Como suele ser costumbre, lo que triunfa en América no tarda en expandirse al resto del mundo, fruto de ello, la Federación Internacional de Pickleball cerró el curso 2023 con un total de 78 países miembros. Tal y como refleja la IFP (Federación Internacional de Pickleball), el próximo paso de esta disciplina será conseguir la distinción olímpica. Pese a cumplir 60 años desde su aparición, el pickleball no ha tenido hasta la fecha una gran implantación fuera de América del Norte, algo que ha sido su gran hándicap de cara a conseguir un puesto en los Juegos. No obstante, esta situación está cambiando, y ya se quedó muy cerca de estar presente en los Juegos Olímpicos de París. La federación se muestra muy confiada de cara al próximo evento olímpico: “estamos seguros de que habrá representantes de pickleball en Los Ángeles 2028”. Este éxito tendría un significado muy especial, de conseguirlo, el pickleball se mostraría al mundo entero en la misma nación donde sur-



Figuras reconocidas de la NBA como LeBron James, Draymond Green o Kevin Love compraron acciones de un nuevo equipo profesional de pickleball

gió. “Lo cierto es que mientras más naciones se integren a la IFP, los fondos para financiar el Movimiento Olímpico avanzan hacia su objetivo”, añade la Federación Profesional de Pickleball de habla hispana.

Los números avalan apostar por este deporte. Más pronto que tarde, España comenzará a seguir el modelo americano y se sumará a este movimiento como hizo con el pádel. Los países que invierten en este deporte han salido ganando por diferentes razones, principalmente, porque disponer de una pista de pickleball sale muy rentable. Si ya tienes →

Las ventas de artículos de pickleball en Estados Unidos alcanzan los

300 MILLONES DE DÓLARES

Una segunda juventud

Marcello Jardim, JUGADOR PROFESIONAL DE PÁDEL Y RECIENTE GANADOR DEL US OPEN DE PICKLEBALL, NOS DESVELA LAS CLAVES DEL FULGURANTE CRECIMIENTO DE ESTE DEPORTE

Si eres aficionado al pádel debes conocer el nombre de Marcello Paiva Jardim, figura icónica de este deporte. El más que destacado jugador brasileño llegó a España en 2003 con el objetivo de disputar el Pádel Pro Tour. Durante sus más de 30 años de trayectoria, ha coleccionado numerosos reconocimientos en los torneos más importantes del mundo.

Marcello es hermano de la también deportista Simone Jardim, una de las caras más reconocibles de pickleball a nivel mundial. Animado por su hermana, Marcello ha participado en diferentes competiciones de pickleball en los últimos años, logrando nuevos éxitos como el US Open masculino en 2023. Este triunfo no solamente ha significado un nuevo logro en la dilatada carrera de Marcello, sino que también ha servido como impulso para continuar fomentando este deporte por todo el mundo.

Después de 30 años de dedicación al pádel, decidiste probar un nuevo reto: el pickleball. Recientemente, has logrado la medalla de oro en el US Open. ¿Por qué tomaste esta decisión? Me inicié en el pickleball en 2017. Mi hermana, Simone Jardim, vive en Estados Unidos y ha sido la mejor jugadora del mundo durante muchos años, así que cuando estuve en EEUU llegué a practicarlo ocasionalmente. Cuando esta disciplina comenzó a emerger en España, mi patrocinador ZCebra (principal marca europea de pickleball) me impulsó para decidirme a competir en diferentes torneos. Gracias a que pude

conseguir muy buenos resultados en España, mi hermana comenzó a animarme para participar en los torneos de Estados Unidos, donde he tenido la suerte de conseguir cuatro medallas de oro.

También lograste la medalla de bronce en el Campeonato Europeo de Pickleball de 2023. ¿Qué significa para un deportista profesional de tu trayectoria conseguir estos éxitos y ayudar al crecimiento de este deporte?

Agradezco mucho haber probado el pickleball, ya que es una disciplina que me ha permitido seguir siendo competitivo a nivel profesional. Como podemos comprobar, es un deporte en auge en Estados Unidos, y que está creciendo a una velocidad muy grande en todo el mundo, podríamos decir que está siendo un fenómeno muy parecido al del pádel.

Has demostrado ser un atleta muy versátil, ¿crees que muchos jugadores de pádel seguirán tus pasos en los próximos años y competirán en torneos de pickleball?

Personalmente, siempre me han gustado los deportes de raqueta, y por suerte se me han dado bien. Recuerdo que cuando empecé con el pádel, miraba muchos partidos para poder extraer fortalezas de cada uno de los grandes jugadores, y ahora, también hago lo mismo con el pickleball. Me gusta observar y analizar todo lo

que pueda para llegar a ser mejor jugador.

Puede ser que se esté produciendo tal efecto, porque muchas marcas de pádel ya están echando el ojo al crecimiento del mercado del pickleball. De esta forma, es muy probable que jugadores de esas marcas también se aventuren a participar en futuros torneos. **¿Cuáles son las ventajas y puntos fuertes del pickleball en comparación con otros deportes de raqueta?**

El pickleball es un deporte en el que hay que tener mucha mano y paciencia. Gran parte del juego depende del control que tengas de la bola dentro de la "cocina", que es la zona donde no se puede pisar para volear. Sin embargo, esta paciencia se opone en muchas ocasiones a la adrenalina que sientes

cuando se acelera la bola, por lo que necesitas unos reflejos muy entrenados para dar la talla en los duelos de voleas de alta velocidad en red.

¿Crees que el pickleball puede llegar a tener un impacto social y económico similar al pádel?

Aún va a tardar un poco en asentarse. En su momento, el pádel tardó muchísimo tiempo en hacerlo y conseguir llegar a ser lo que es hoy en España y en todo el mundo. Creo que una de las ventajas del pickleball es que se necesita mucha menos inversión para montar una pista, ya que para practicarlo solamente debes pintar cuatro líneas en una pista de tenis y poner una red que se monta en dos minutos. Pienso firmemente que esa es la clave para la expansión del pickleball.



© Marcello Jardim



España fomenta el crecimiento de este nuevo deporte proveniente de EE.UU. con la integración del pickleball en la Real Federación Española de Tenis

“Puedes apostar por el PICKLEBALL sin necesidad de invertir MUCHO DINERO”

una pista base de asfalto, solamente necesitas montar una red y pintar las líneas correspondientes en la superficie. Es decir, estamos hablando de que con una inversión de entre 200 y 400 euros ya tendríamos nuestra pista de pickleball disponible para jugar.

El ‘fenómeno pickleball’ no ha pasado desapercibido para las personalidades públicas. El primero en sumarse a esta tendencia fue Tom Dundun (propietario de los Carolina Hurricanes de la NHL), que adquirió Pickleball Central, el mayor minorista de equipamiento de todo Estados Unidos. Más tarde, figuras reconocidas de la NBA como LeBron James, Draymond Green o Kevin Love compraron acciones de un nuevo equipo profesional de pickleball, uniéndose así al selecto grupo de famosos que han invertido en equipos de expansión de la Major League Pickleball, junto a Tom Brady y Kim Clijsters, ex tenista número 1 del mundo. Recientemente, cadenas de televisión de Estados Unidos como Fox Sports, CBS y Tennis Channel ya han comenzado a emitir partidos de pickleball, de modo que es muy probable que esta tendencia comience a replicarse en España en los próximos años. El primer paso se dio en 2023, con su integración en la Real Federación Española de Tenis.

¿QUÉ HACE ESPECIAL AL PICKLEBALL?

Para hacernos una idea, podemos definir este deporte como un híbrido entre tenis, bádminton, pádel y tenis de mesa. Comparte las reglas básicas de todo deporte de raqueta: pasar la pelota por encima de la red hasta el campo contrario

hasta que tu rival no pueda devolvértela. Al igual que el tenis, el saque debe ser cruzado y comenzar desde la derecha, y solamente se permite un bote dentro del terreno

de juego, eso sí, siempre y cuando sea dentro de los límites. No obstante, el saque siempre deberá servirse por debajo del nivel de la cintura, tal y como ocurre en el pádel.

La regla que hace especial al pickleball es su zona de ‘no volea’ o ‘cocina’, un espacio de 2.1 metros que los jugadores no podrán pisar a menos que la pelota haya botado previamente dentro de ella. El sistema de puntuación se rige mediante sets, el equipo que consiga 15, 21 o 25 puntos (con al menos 2 de ventaja sobre su rival) habrá ganado un set. Este juego puede practicarse de manera individual o en pareja. Otra de las características singulares del pickleball son sus dimensiones. La pista cuenta con una longitud similar a la de un campo de bádminton (13,4 metros de largo x 6 metros de ancho), mientras que la pelota es más grande que la de tenis de mesa, pero mucho más pequeña que la del tenis convencional.

El superlativo crecimiento del movimiento pickleball se basa principalmente en su sencillo aprendizaje, una fortaleza que ha permitido a mucha gente animarse a practicarlo. Las dimensiones del campo y el material utilizado permiten un control básico del juego para la mayoría de los principiantes. De este modo, cualquier persona con una experiencia mínima en deportes de raqueta se encontrará muy cómodo en esta disciplina, ya que puede transferir de manera inmediata estas habilidades al pickleball. ▲

DE LA A LA CALLE

Cuando en las primeras décadas del siglo XX Enzo Ferrari desarrollaba monoplasas para ganar carreras, los coches de calle que vendía a sus ricos clientes sólo servían para financiar su pasión por el triunfo. En aquellos años la velocidad se daba la mano con la tragedia, había que correr más, pero de forma segura. En 1957 se dejó de disputar la italiana Mille Miglia de velocidad cuando el español Alfonso de Portago se mató frente a más de una decena de curiosos, algunos niños. Sólo dos años antes se había producido la mayor tragedia del automovilismo en Francia, en las 24 Ho-

ras de Le Mans, cuando el piloto, Pierre Levegh de Mercedes se estrella contra el muro, el coche se desintegra y mata a 83 espectadores. Mercedes se retiró de la competición hasta 1989, pero la mítica carrera francesa se siguió disputando, aunque con mayores medidas de seguridad. En 2023, cumplió 100 años.

Este año la ganó un español en el equipo Ferrari, Miguel Molina (Lloret de Mar, Gerona, 1989) el último de una saga que inauguró en 1924 Manso de Zúñiga, pero en la que también han participado varias decenas de españoles, desde Marc Gené a Fernando Alonso. →

PISTA

El Ferrari SF90 XX Stradale, con un valor superior a los 850.000 euros, cuenta con 1.016 caballos de fuerza y un diseño único

DESDE SU NACIMIENTO, LAS **CARRERAS** HAN SERVIDO DE **LABORATORIO** PARA DESARROLLAR SISTEMAS QUE LUEGO LLEGAN A LOS **VEHÍCULOS DE CALLE**

Texto de Ana Montenegro

Las carreras de resistencia como esta son un laboratorio perfecto para los fabricantes de coches, además de una caja de resonancia para mostrar hasta dónde pueden llegar. El espejo retrovisor debutó en 1911 en las 500 millas de Indianápolis, los frenos de disco los estrenó Jaguar ganando en Le Mans en 1953. Audi ha sido rompedora desde el punto de vista tecnológico. En 2006 fue la primera en ganar con un diésel, el TDI, que además de rápido fue el más eficiente. En los años siguientes consiguió reducir hasta un 40% más el consumo. Volvió a romper esquemas ganando en Le Mans en 2012 con el primer híbrido, el R18 e-tron, que repitió victoria al año siguiente y en 2014.

FÓRMULA 1, LA REINA DE LA TECNOLOGÍA

Pero si hay un laboratorio donde se desarrollan tecnologías que luego llegan a los coches de serie, es la F1. Aquí manda la velocidad y como escarapate es el mejor. Nuestros coches actuales son un compendio de lo que se estrenó en los monoplazas de F1. En ellos se han desarrollado los arneses de seguridad que se simplificaron a cinturones, más fáciles y más cómodos. Pero también los volantes con botones integrados que lleva a hora cualquier utilitario; los frenos de disco de carbono, más resistentes, que se estrenaron en 1979; las suspensiones activas o la fibra de carbono, imprescindible en cualquier deportivo para reducir peso. También innovaciones mecánicas ahora populares como los motores turbo, que Renault utilizó en 1977 en competición y llevó rápidamente a sus coches de calle, o las levas tras el volante que introdujo Ferrari en 1989 y que permiten cambios más rápidos. Los neumáticos, fundamentales, han creado en estas pistas los radiales, antipinchazos y con el máximo agarre sobre lluvia, sobre todo por el empeño de Michelin.



El Mercedes-AMG ONE puede pasar de 0 a 200 km/h en 7,0 segundos o de 0 a 300 km/h en 15,6 segundos

El Audi Q8 e-tron edition Dakar cuenta con 408 CV y tracción total, pero con las vías ensanchadas en 39 mm, similar al SQ8 e-tron



La mayor innovación reciente, que han popularizado Fernando Alonso (Oviedo, 1981) y Carlos Sainz Jr. (Madrid, 1994), es el kers, el sistema de recuperación de energía cinética que llegó a la F1 en 2009 ante la preocupación por reducir el consumo. La diferencia es que en carrera la energía acumulada se utiliza para conseguir más potencia y en nuestros coches de calle para tener más autonomía.

RALLIES Y DAKAR, LABORATORIOS SIN HOSPITALITY

Los rallies y los raid son otro laboratorio destacado aunque menos sofisticado; aquí no hay hospitality de lujo. Los coches son, aparentemente, similares a los de serie y corren por carreteras convencionales, aunque cerradas al tráfico, o directamente fuera del asfalto. Estas carreras combinan velocidad, resistencia, seguridad o agilidad y sus desarrollos son diferentes. Por ejemplo, los asientos tipo baquet, más seguros, la inyección directa, el turbo o la tracción integral que estrenó Audi en 1981 y le llevó a la victoria, nacieron en esta modalidad. Carlos Sainz (el padre) (Madrid, 1962) jugó primero en el WRC, donde fue campeón del mundo en 1990 y 1992 y cuatro veces subcampeón. Se pasó al Dakar y lo ganó cuatro veces, la última este año con el innovador RS Q e-tron, un híbrido y tracción eléctrica.

FÓRMULA E, EL INVENTO DE UN ESPAÑOL

El Audi ganador del Dakar aprovecha las tecnologías que desarrolla su equipo en la Formula E, un invento de Alejandro Agag (Madrid, 1970) que arrancó en 2014 y acaba de finalizar la décima temporada. La Fórmula E, en la que compiten las principales marcas que apuestan por la electrificación, Jaguar, Porsche, DS, Cupra, Nissan, Maserati o Mahindra,

quiere ser un laboratorio para los vehículos eléctricos y se está centrando en baterías con más autonomía. Tiene el atractivo de realizar algunas carreras en el centro de las ciudades. Agag ha desarrollado la idea en la Extreme E (4x4), las motos y los barcos, apostando por los famosos para dar más relevancia al proyecto.

LOS MÁS PRÓXIMOS A LA COMPETICIÓN

De las carreras salen también coches directamente a la calle, pero estos son exclusivos y muy, muy caros. Ferrari ha sacado al mercado sus monoplazas y también deportivos muy próximos a los de competición con la Ferrari y los recientes SF90 XX Stradale y Spider, híbridos con 1.030 caballos y desde 770.000 euros. Mercedes-Benz ha empezado a entregar las primeras unidades, una en España, del AMG One, una serie limitada de 275 unidades que han exigido seis años de desarrollo y su precio llega a los 2,5 millones. Porsche y Audi tienen también sus versiones de calle, aunque inspiradas en sus coches del Dakar. ▲



El BMW M4 CS tiene un motor de seis cilindros en línea con tecnología M TwinPower Turbo



El Astaro 02 Concept destaca por ser un coche muy ligero y por incorporar un propulsor V6 biturbo

Conversación con Goya: Disparates y miserias

La Real Academia de Bellas Artes de San Fernando acogerá la exposición de la famosa **Lita Cabellut** que permite conocer las sinergias subyacentes, históricas y culturales entre sus trabajos y las obras del autor de **La maja desnuda**

Texto de Ernesto Páez

En el grabado de Francisco de Goya *Esto es peor*, perteneciente a la serie *Desastres de la Guerra n° 74*, se observa cómo un zorro está escribiendo: “Miseria humanidad la culpa es tuya”. Una poderosa frase que ahora revive en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando de la mano de la exposición *Goya by Lita Cabellut. Los Disparates. Miseria humanidad la culpa es tuya*. A partir del 8 de octubre y hasta el próximo 8 de diciembre, la prestigiosa entidad será la sede de la muestra que combina *Los Disparates* de Goya y las piezas de Cabellut en una exposición meticulosamente diseñada para que, lejos de ser una simple exhibición visual, se convierta en una inmersión intelectual que desafía al ob-

servador a explorar las sinergias subyacentes, históricas y culturales entre los trabajos de estos dos artistas, estimulando así una apreciación más profunda y participativa de la riqueza conceptual que emana de este diálogo artístico.

La artista de campo amplio que vive y trabaja en los Países Bajos (donde fue reconocida como Artista del Año 2021) utiliza este encuentro para –desde la humil-

Disparate de Carnaval, Lita Vabellut





Disparate de Bobalicón,
Lita Vabellut

CALCOGRAFÍA NACIONAL conserva **228 PLANCHAS** de cobre de los grabados realizados por Francisco de Goya

dad- entender que las preocupaciones y las inclinaciones conceptuales, estéticas y emocionales de Goya, siempre estuvieron presentes en su obra desde sus inicios. En este sentido, esta amalgama de pensamientos y formas visuales se presenta como una travesía, donde se desentraña la esencia de la creación artística y se abraza la complejidad inherente a la comprensión estética.

La intrincada sinfonía dialéctica entre dos creadores de distintas épocas resalta la complejidad del proceso intelectual que subyace en la interpretación de sus obras. La confluencia conceptual y artística entre estas dos expresiones es un terreno fértil para la indagación profunda de la esencia de la exposición, cuya elaboración implica la convergencia de ambos pensamientos arbitrarios y la síntesis de códigos no tan evidentes, desafiando así la capacidad cognitiva del espectador, pero al mismo tiempo con un estímulo sensitivo evidente.

Cabellut, reconocida por ser la tercera artista española más cotizada y cuyos trabajos han sido expuestos en numerosos museos alrededor del mundo, permite a través de su obra entender a Goya desde una dimensión mucho más profunda.

Así lo destaca el comisario de la exposición, Eloy Martínez de la Pera: →

Federico de Madrazo y Kuntz, Isabel II
1844. Óleo sobre lienzo

Francisco de Goya.
Autorretrato ante su caballete.
1785. Óleo sobre lienzo



**La Real Academia
de Bellas Artes de San Fernando tiene
1.500 PINTURAS,
1.500 ESCULTURAS, 15.300 DIBUJOS,
35.000 ESTAMPAS Y 2.000 FOTOGRAFÍAS**

«Dos miradas que analizan el ‘Alma’ del ser humano. Diálogos entre Goya y Cabellut. Ellos nos hablan de miedo, de envidia, de amistad, de amor, de violencia, de ideología, de política, del caos, de la vejez, de ambición, de poder, de lealtad. Y lo hacen arrojando luz sobre estos conceptos. Una luz metafórica que nos acompaña a adentrarnos en la condición humana, y una luz plástica esencial para entender su forma de ‘entender’ el arte». La exposición *Goya by Lita Cabellut. Los Disparates. Misera humanidad la culpa es tuya* se alojará en una de las principales instituciones culturales españolas.

La Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, entidad de derecho público, dis-

fruta de una destacada personalidad e identidad singular. Inaugurada oficialmente el 12 de abril de 1752 (lo que la convierte en la institución cultural más antigua de España), su objeto es fomentar la creatividad artística, así como el estudio, difusión y protección de las artes y del patrimonio cultural.

No se puede olvidar que fue la primera colección pública de bellas artes, siendo la única en el país desde su fundación hasta la apertura del Museo del Prado en 1819. Su primer emplazamiento fue en unos locales situados en la planta noble de la Real Casa de la Panadería, en la Plaza Mayor de Madrid.

Los fondos artísticos del Museo de la Academia, una de las mejores pinacotecas españolas, abarcan cinco siglos y diferentes escuelas, ofreciendo un completo recorrido por la historia del arte desde el Renacimiento hasta las tendencias del siglo XXI. Sus cincuenta y nueve salas, distribuidas en tres plantas, exhiben obras maestras del arte español, italiano y flamenco.

Los fondos de la Academia provienen de colecciones reales, de alumnos y profesores, donaciones de los académicos artistas al ingresar en la corporación y compras. En concreto, la entidad cultural conserva un excepcional

LITA CABELLUT es la tercera artista española más cotizada de todo el mundo



Jean Honoré Fragonard.
El sacrificio de Calíope.
1765. Óleo sobre lienzo

Pedro Pablo Rubens,
San Agustín entre Cristo y la Virgen.
1615. Óleo sobre lienzo

dar que conserva la colección de láminas de grabado calcográfico más importante de España.

En pleno centro de Madrid, custodia importantes vaciados históricos en yeso utilizados como modelos clásicos en la formación de los artistas y mantiene una tradición que se remonta a los primeros años de fundación de la Academia, cuando se ubicaba en la Real Casa de la Panadería de la Plaza Mayor de Madrid. Posee moldes datados desde la época de Velázquez y Mengs hasta la actualidad.

Entre las 'joyas de la corona' de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando destacan las trece pinturas de Goya, la segunda mejor colección en el mundo del maestro aragonés, muy ligado a la Academia. Fue nombrado Académico de Mérito en 1780 y alcanzó los cargos de Director de Pintura y de Director Honorario de la corporación. El Museo expone también el único cuadro de Arcimboldo conservado en una institución pública en España.

Además, en la Calcografía Nacional se guarda un tesoro cultural único en el mundo: 228 planchas de cobre correspondientes a las series Caprichos, Desastres de la guerra, Tauromaquia y Disparates. Obras cumbre de la historia universal del grabado realizadas por el propio Francisco de Goya.

patrimonio formado por más de 1.500 pinturas, 1.500 esculturas, 15.300 dibujos, 35.000 estampas, 2.000 fotografías, así como muebles, objetos de platería y orfebrería, porcelanas, cerámicas y otras artes decorativas.

Alberga la Calcografía Nacional, una de las tres únicas calcografías europeas (junto con la del Museo del Louvre y el Istituto Centrale per la Grafica de Roma). Creada en 1789 para acometer importantes proyectos de grabado, reúne más de 8.000 matrices metálicas, grabadas por los más significados artistas españoles desde el siglo XVI al XXI. Sin olvi-

A LA BÚSQUEDA DEL MATERIAL extraterrestre

La historia de la relojería transita en paralelo a la evolución de los materiales empleados en la fabricación de esos instrumentos que dan la hora, **los minutos y los segundos**

Texto de **Kino Verdú**

Podríamos viajar al agua de las clepsidras, la arena de los relojes homónimos e incluso el sol y las sombras de los relojes de sol, pero como dicha tarea supondría un tratado de más de mil páginas, digamos que las sustancias matéricas más habituales son el oro, el cobre, el acero inoxidable, el latón, el bronce, la plata, el platino, el aluminio o el plástico... Unos son puros, otros aleaciones. En los últimos tiempos, rebosantes de avances tecnológicos, han aparecido sobre el escenario la cerámica, el silicio, el titanio y una miríada de experimentos con mezclas vanguardistas que cada firma denomina y patenta bajo el nombre que le venga en gana en busca del santo grial de la dureza-flexibilidad-ligereza, etcétera. Pero si hay que destacar un material singular por su procedencia, escasez y simbolismo (la irresistible atracción del espacio, del universo), ese es el meteorito que, desde los años veinte de este siglo, algunas marcas han implantado en esferas de modelos exclusivos porque, vamos a ver, uno no se topa con un pedrusco venido del más allá a la vuelta de la esquina. Su manipulación es delicada, quebradiza, debido a su composición, por lo general de hierro y níquel (en ocasiones destellos de azufre y carbono) fusionados y cristalizados e imposible de recrear artificialmente. Al cortarse en láminas, surgen de manera aleatoria las estructuras de Widmanstätten, por lo que cada esfera presenta un aspecto único, diferente, no hay dos iguales. Muy duro y muy frágil, tras cortar las capas (finísimas) se sumergen en una solución ácida que realza el contraste de los trazos que dibujan esas extrañas estructuras de apellido impronunciable (Wid-



DE BETHUNE DB25 STARRY VARIUS AÉROLITE

Este modelo utiliza un trozo del meteorito Muonionalusta, conocido como el más antiguo del mundo. Los científicos suponen que llegó a la Tierra hace más de un millón de años



LOUIS MOINET COSMOPOLIS

Hasta doce meteoritos incluye el Cosmopolis. Un prodigio técnico que le ha valido el título del reloj con más inserciones de meteorito

conseguido no nos concierne...). Del 'Cosmopolis' de Louis Moinet solo se ha manufacturado una pieza que, por cierto, ha entrado en el 'Libro Guinness de los Récords' por ser el reloj con más incrustaciones de meteorito, en concreto 12, cada una con su tono, historia y textura. La pasión relojera por este material es (casi) infinita, como el mismo universo... Frederique Constant y su 'Classic Tourbillon Meteorite Manufacture', limitado a 35 piezas; el recentísimo 'Free Bridge Meteorite', de Girard-Perregaux, con dos placas de meteorito (del Gibeon, ya no decimos nada) en su esfera; la nueva versión, limitada a ocho ejemplares, del 'Master Grande Tradition Gyrotourbillon 3', de Jaeger-LeCoultre, con enigmáticas formas de meteorito gris plateado en el lateral de la esfera; y, para finalizar con este viaje sideral, el 'Altiplano' de Piaget versión meteorito, uno con la esfera a tono con el oro rosa de la caja y la otra más grisácea. ▲

manstätten). Ustedes se preguntarán ¿dónde consiguen las manufacturas un buen pedazo de roca espacial? Buena cuestión. El meteorito Gibeon, descubierto en la localidad del mismo nombre en Namibia, hallado en 1838, ha alimentado un puñado de esferas, pero harto del trapicheo comercial, el gobierno del país decidió en 2021 prohibir arrancar más esquirlas del meteorito, con lo cual... Cada marca fisgona aquí y allá por todo el mundo en busca de materia prima. Los anales apuntan que Rolex fue la primera en incorporar este material extraterrestre allá por los 90 en algunos 'Daytona Cosmograph'. Suponían rarezas apenas voceadas, en mínimas dosis, que luego se extendieron con más empuje en los 'Day-Date 40', 'GMT-Master II' y en los nuevos 'Cosmograph Daytona'. Hermès oculta en su rutilante cartapacio el sorprendente 'Arceau l'Heure de la Lune' con meteorito en tres versiones (meteorito Black Sahara, marciano y lunar). Omega acaba de presentar en sociedad una gama de modelos de la colección 'Constellation Meteorite' con esferas procedentes del Muonionalusta, un meteorito con más de 4.500 millones de años. Otro recién llegado es una pieza perteneciente a la 'Trilogía de Relojes Métiers D'Art Escale Cabinet of Wonders, de Louis Vuitton', con motivo del décimo aniversario de la aparición del primer 'Escale'. De Bethune recurre al meteorito Muonionalusta (sí, también) en el 'DB25 Starry Varius Aérolite' (solo cinco piezas por año), con esa esfera teñida de azul, fruto de la pasión de su fundador, Denis Flageollet, por esta materia espacial. Kross Studio ha diseñado el 'KS 05 Titanium Black Meteorite', en esta ocasión procedente del célebre aerolito Gibeon (cómo lo han

ROLEX COSMOGRAPH DAYTONA METEORITE

El modelo, que cuenta con esferas de meteorito en su interior, está disponible para las tres modalidades de oro (blanco, rosa y amarillo)



FREE TIME

LA PANTALLA TRADICIONAL SE EXTINGUE

Las empresas tecnológicas están **revolucionando el diseño de los nuevos dispositivos** y la tendencia apunta hacia un mismo norte: la desaparición de las habituales pantallas de los móviles y ordenadores. **Los últimos lanzamientos parecen ser la crónica de una muerte anunciada...**

Texto de Ernesto Páez



HUMANE

AI Pin

La empresa creada por dos ejecutivos de Apple lanzó un pin con inteligencia artificial que puede grabar audio y vídeo, dando así su primer paso hacia un mundo sin pantallas. El dispositivo puede proyectar texto, que el usuario podrá ver en la palma de la mano o sobre otra superficie. También cuenta con la opción de interactuar con el pin por voz, tocando la herramienta o con distintos gestos para hacer llamadas, mandar mensajes, sacar fotos o vídeos y traducir conversaciones instantáneamente.

Precio: A partir de 650 euros



LENOVO

ThinkBook Transparent

Se trata de un ordenador que hace 'desaparecer' su pantalla de 17,3 pulgadas y teclado a través del uso de la nueva tecnología Micro-LED transparente. Sin bordes y un diseño de almohadilla aparentemente flotante, este nuevo modelo irradia una sensación de simplicidad de alta tecnología. La alta saturación de color combinada con un contraste excepcional y un brillo de 1000 nits de la pantalla permiten una visibilidad óptima en interior y exterior.

Precio: A partir de 1.500 euros

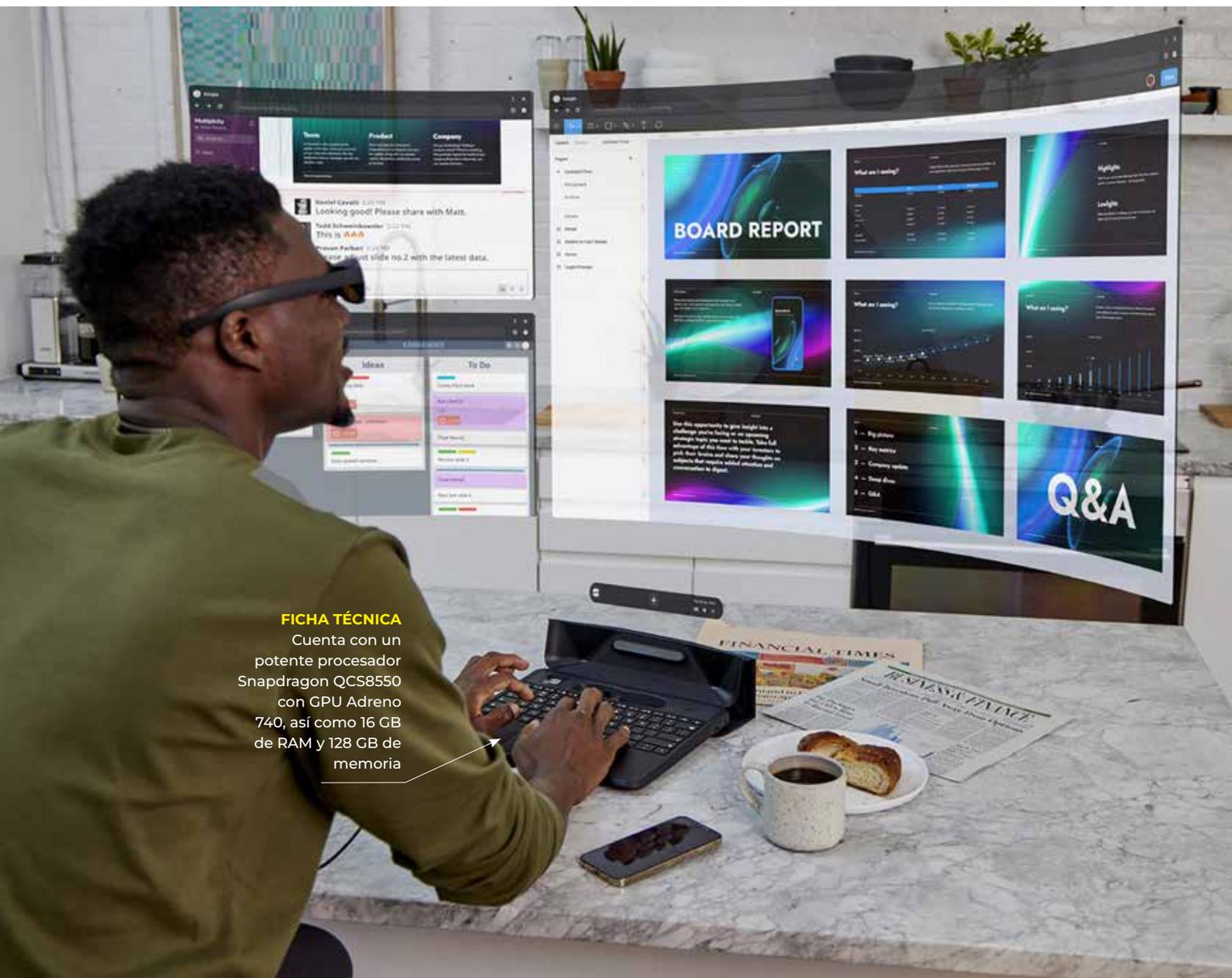


META

Ray-Ban Stories

Las gafas inteligentes también eliminan el concepto de la pantalla tradicional. A través de su sensor, el dispositivo permite grabar vídeos en 1080p de hasta 60 segundos y, por medio de los comandos de voz, se podrán publicar automáticamente dichas imágenes en las redes sociales pertenecientes a Meta. El usuario también podrá escuchar música y podcasts, hablar por teléfono y transmitir en directo tanto en Facebook como en Instagram.

Precio: A partir de 300 euros



FICHA TÉCNICA

Cuenta con un potente procesador Snapdragon QCS8550 con GPU Adreno 740, así como 16 GB de RAM y 128 GB de memoria

SIGHTFUL

Spacetop G1

Un portátil con gafas de realidad aumentada creado para la 'computación espacial'. Con una sólida apuesta por la experiencia virtual, el dispositivo que se podrá comprar desde octubre prescinde de cualquier panel de visualización tradicional y ofrece la oportunidad de contar con una pantalla virtual de hasta 100 pulgadas. En este sentido, el escritorio está frente al usuario, superpuesto al mundo físico real y permite trabajar con múltiples ventanas simultáneamente. El Spacetop G1 permite guardar las gafas donde debería estar la pantalla en un portátil tradicional, mientras que en la parte posterior hay un teclado y un trackpad.

Precio: A partir de 1.700 euros

México lindo (Y BIEN RICO) en Madrid

En los últimos tiempos han abierto restaurantes que van más allá del concepto “cantina” o del “tex-mex” con que ciertas franquicias venden como auténtico lo que ciertamente no lo es

Texto de **Alfredo García**

La cocina de moda en Madrid es la mexicana. Baste recordar que en la capital española estuvo el primer restaurante mexicano con estrella Michelin fuera de ese país: el desaparecido Punto MX. Hoy en día triunfa la autenticidad y variedad en las propuestas de restaurantes como éstos.





Barracuda MX

Este local es un recorrido de 8.000 kilómetros por el Pacífico mexicano, desde Baja California hasta Chiapas, territorios que históricamente han formado parte de numerosas rutas comerciales. El resultado es una cocina “democrática” que

recuerda a otros lugares y platos tan seductores como los pescados zarandeados o a la talla (al carbón). Todo con el sello del cocinero Roberto Ruiz (creador de Punto MX). La propuesta combina con una carta de cócteles de lo más original y divertida.

barracudamx.es - Precio medio (sin bebida): 65 euros (con “finales” unos 85 euros)

Los Aguachiles

Aviso para personas no habituadas a este tipo de cocina: la de este local es tan, tan auténtica que sus aderezos (pícaros, por supuesto) podrían resultar excesivos. Pero siempre se puede negociar y elegir platos de la carta algo menos incisivos. El protagonismo aquí lo tienen los

pescados y mariscos, tratados al estilo sinaloense, estado de origen de sus responsables. Teniendo en cuenta el nombre del restaurante, hay que pedir, sí o sí, aguachiles: soberbio el negro de langostino. También las carnitas de atún.

losaguachiles.es - Precio medio (sin bebida): 45-50 euros.





Iztac

El cocinero Juan Matías, formado en los fogones más auténticos y evocadores de Ciudad de México, afirma que “lo que nos diferencia de los demás restaurantes mexicanos que hay en España es que nuestras preparaciones se elaboran al ciento por ciento en nuestra cocina, mostrando por

primera vez platillos emblemáticos de México, ofreciendo una experiencia muy distinta”. Una cocina de orígenes prehispánicos, complementada con ingredientes y técnicas traídas por los colonizadores. No hay que perderse ni el pulpo, ni el taco árabe, ni las gambas petroleras.

iztac.es. - Precio medio (sin bebida): 60-65 euros



Mawey Taco Bar

Puede que de los restaurantes referidos en este tema éste sea el que puede parecer menos mexicano. Sobre todo por el uso desprejuiciado de ingredientes propios de la cocina española (como el rabo de toro). Pero las técnicas,

las salsas, el ambiente y, sobre todo, esa manera de comer en la que los tacos de maíz son la base de cualquier combinación traslada de forma automática al país azteca.

restaurantemawey.com

Tepic

En pleno Barrio de Salamanca, son muchos los comensales que vienen hasta aquí para disfrutar de una cocina que navega entre los sabores tradicionales mexicanos y la estética moderna. La carta recorre México de Norte a Sur, recopilando

las mejores preparaciones de cada estado, aportándoles nuevos aires francamente estéticos. Destacan platos como la sopa de tortilla, el aguachile de camarón y las enmoladas de queso o pollo, bañadas en una salsa ligada durante dos largos días.

tepic.es - Precio medio (sin bebida): 65-70 euros



Una apasionante aventura líquida

El **enoturismo en España** cuenta con propuestas singulares que son capaces de convertir la afición por el vino en una **verdadera experiencia holística** con el **disfrute como centro**

Texto de **Raquel Pardo**

El pasado mes de junio se publicaron las cifras de visitantes a bodegas y museos del vino que pertenecen a la asociación Rutas del Vino de España durante 2023 y los datos reflejan un crecimiento constante, que se sitúa en casi tres millones de visitantes y supone más del 18% respecto a 2022. Se trata de una cifra récord de repercusión económica que rebasa los 100 millones de euros, cantidad que supera a la que se generó en 2017, cuando se alcanzó la afluencia máxima de visitantes.

Y es que el viaje con el vino como fondo abre muchas posibilidades, todas ellas ligadas al hedonismo. Por eso no extraña que surjan cada vez más ofertas enoturísticas atractivas, más sofisticadas y con un mayor valor añadido por su contacto con el arte, la cultura o la música, festivales incluidos.

Una de las pioneras fue el hotel Marqués de Riscal en Elciego, Rioja Alavesa, firmado por el arquitecto Frank Gehry y actualmente gestionado por Marriot. Lujo en forma de estancia en un espacio en el que conviven edificios de tres siglos distintos, una gastronomía a cargo del reputado cocinero Francis Paniego y spa firmado por Caudalie. Y, por supuesto, la bodega, cuya colección de vinos antiguos es un reclamo para viajeros de todo el mundo y que pone el colofón a una experiencia donde el vino está siempre presente.

No muy lejos se encuentra el rehabilitado Palacio de Samaniego, un ejemplo de alojamiento de lujo sostenible que se ubica en un palacete del siglo XVII rehabilitado y que es el primer hotel fuera de Francia puesto en marcha por el grupo Edmond de Rothschild Heritage. El espacio, con nueve habitaciones, propone una estancia de espíri-

El hotel Marqués de Riscal en Elciego lleva la firma del arquitecto Frank Gehry. Se trata de un espacio en el que conviven edificios de tres siglos distintos y que está gestionado por Marriot



tu hogareño, inspirada por la propia baronesa Ariane de Rothschild, quien se ha encargado de una decoración en la que se pueden hallar objetos de su colección personal. El palacio es sede del festival Samaniego in Wine, cuya edición 2024 tuvo lugar en mayo con la comparecencia de bodegas cercanas, como Remírez de Ganuza, Ostatu o Amaren, entre otras.

El de Samaniego es solo uno de los festivales en torno al vino que cada vez más pueblan la oferta para wine lovers, al que se suman propuestas como el Muwi en Logroño, a final de agosto, o el Vintae Wine Fest en San Vicente de la Sonsierra, en octubre.

Durante el verano surgen otras iniciativas en las que la experiencia vino-diversión-cultura- estancia van más allá de la típica visita a una bodega, como el festival Castell de Perelada en el Ampurdán, ya un clásico que congrega a visitantes en los preciosos jardines del castillo con una oferta musical que incluye ópera, música clásica o flamenco. Aquí el vino es un telón de fondo y la excusa perfecta para alojarse

en el lujoso hotel del grupo o visitar su recién inaugurada bodega, un impresionante edificio que firma el estudio RCR en el que conviven naturaleza y arquitectura. En el sur, otro de los enclaves favoritos de los viajeros vinícolas, González Byass ha creado el concepto “Veranea en la bodega”, que contempla actuaciones del veraniego Tío Pepe Festival, flamenco con artistas de renombre, gastronomía en sus restau-

rantes y la estancia en el primer sherry hotel del mundo, el Hotel Tío Pepe, ubicado en la misma bodega, la cual, claro, se puede visitar. En la misma ciudad se ubica Bodegas Tradición, una visita estimulante no solo por sus vinos, sino también por su impresionante colección de

arte español: entre botas de vino, una sala se abre ante los ojos del viajero en la que se encuentran pinturas de Goya, El Greco o Madrazo. Y es que el arte también es reclamo para el viajero vinícola, que se deja seducir por los encantos de Baco pero además, busca otros alicientes que bodegas como Otazu, en Navarra o Enate, en Somontano, ofrecen en forma de magníficos repertorios de arte contemporáneo. ▲

Casi tres millones de visitantes disfrutan de las Rutas del Vino de España

Cuatro destinos para cinco experiencias



1

Algueira Chantada

Ourense

Una de las bodegas más reconocidas de la etapa reciente en la Ribeira Sacra cuya visita se amplía con la gastronomía de su restaurante y un recorrido en barco por el río Sil.

Reservas en reservas@algueira.com



2

Villas de Finca la Emperatriz Baños de Ebro

La Rioja

Turismo rural con toque chic en forma de tres casitas en pleno viñedo (cuya propiedad fue de la mismísima Eugenia de Montijo) con una o dos habitaciones, cerca de enclaves como Ezcaray o Santo Domingo de La Calzada. Reservas y disponibilidad en visitas@hermanoshernaiz.com



3

Abadía Retuerta Le Domaine Sardón de Duero

Valladolid

Lujo discreto y con encanto en plena Milla de Oro de la Ribera del Duero. Hotel boutique, tratamientos de bienestar y gastronomía con Estrella Michelin, y cerca de bodegas consagradas como Arzuaga o Vega Sicilia.

T. 983 680 368



4

Castillo del Buen Amor Villanueva de Cañedo

Salamanca

Encanto medieval en una fortaleza militar del siglo XI que fue también palacio en el XV y rehabilitado por su propietaria para dormir entre viñedos castellanos y aprovechar el día para visitar los pueblos de la Tierra del Vino zamorana o los viñedos de Toro.

castillo@buenamor.net

Honor a la patrona

Una **vibrante celebración**, llena de color, invade las calles catalanas. Aunque inicialmente se originó como la festividad religiosa en honor a la **Virgen de la Mercè**, patrona de Barcelona, evolucionó para convertirse en una muestra de deslumbrante cultura

La Mercè es la celebración más grande de Barcelona. Cada año, la ciudad se convierte en un enorme escenario repleto de tradiciones, artes callejeras, circo, danza, música y mucho más. El 2024 no será diferente. Las festividades, que se realizarán del 20 al 24 de

septiembre, harán que las calles de la capital catalana se desborden con más de 500 actividades culturales, entre las que destacan el festival MAC (Mercè arts de Carrer), los festivales BAM y Acció Cultura Viva, y la programación de Música Mercè. Para esta edición, Casablanca

(Marruecos) será la ciudad invitada en La Mercè 2024, lo que garantizará que sea una celebración más especial y multicultural. La afluencia de visitantes durante la fiesta genera ingresos significativos para la ciudad, tanto en términos de turismo como de comercio local. **Barcelona.cat**



En agenda



© Carles Allende

COMIDA

Lasarte Restaurante

Barcelona

El restaurante Lasarte abrió sus puertas en enero de 2006 y, desde 2017, ostenta tres estrellas en la Guía Michelin. Tras una exhaustiva reforma, el lugar sorprende por su aspecto mucho más moderno y vanguardista. Este proyecto, bajo la tutela del chef Martín Berasategui, lo dirige el jefe de cocina, Paolo Casagrande, junto a un equipo de profesionales que busca ganar la satisfacción de sus comensales con cada olor y sabor. Disponen de una sala semiprivada en el comedor principal y de un segundo comedor privado, denominado la Mesa del Chef, con capacidad para ocho personas. restaurantlasarte.com



© Park Güell

CULTURA

Park Güell

Barcelona

El Park Güell es una maravilla arquitectónica que se extiende por más de 17 hectáreas. El famoso complejo diseñado por el inmortal Antoni Gaudí en la colina del Carmel cuenta con un sistema de parques y jardines únicos en el mundo. Un espacio conocido por sus vibrantes mosaicos, estructuras peculiares y la integración armoniosa de la arquitectura en el paisaje natural. En un principio se concibió como una urbanización de lujo, pero hoy es un lugar público y patrimonio de la humanidad por la UNESCO. parkguell.barcelona/es



MÚSICA

Pimpinela

Barcelona

Lucía y Joaquín Galán, el dúo artístico Pimpinela, actuarán en el Auditori Fórum CCIB el 13 de septiembre de 2024. Con una trayectoria de 40 años, estos hermanos han trascendido modas y generaciones y siguen siendo relevantes con clásicos como *Olvídame y pega la vuelta*, y continúan cautivando con éxitos recientes como *Traición*, *Cuando lo veo* y *Lloro*. En su gira *Siempre Juntos*, contarán con músicos, coristas, bailarines y técnicos para presentar un espectáculo totalmente renovado. auditoriforum.ccib.es

De José Suay

CINE
EN SALA

SEP
20 **Wolfs**

Director: Jon Watts | **Distribución:** Sony Pictures | **Reparto:** Brad Pitt, George Clooney, Amy Ryan, Austin Abrams, Poorna Jagannathan, Irina Dubova

Septiembre trae uno de los estrenos más ambiciosos de la temporada, ya que Apple Studios estrena en salas una película de acción protagonizada por los tótems de Hollywood Brad Pitt y George Clooney. Con reminiscencias a la saga de *Ocean's Eleven*, con la que comparte género y a sus dos protagonistas, los actores volverán a compartir escena 23 años después de

la primera de las películas de esta saga y 16 años después de *Quema después de leer*, cinta de los Hermanos Cohen en la que también coincidieron en el reparto. Con *Wolfs* llega a la gran pantalla lo que se conoce como una cinta del género 'Buddy Film' que, además, mezcla la acción con la comedia negra. En ella, Clooney da vida a un facilitador profesional contratado para encubrir un crimen de alto nivel. Pero cuando aparece

un segundo facilitador- personaje que encarna Pitt- y los dos "lobos solitarios" se ven obligados a trabajar juntos, su noche se descontrola de un modo que ninguno de los dos esperaba. Además, a cargo de la dirección está Jon Watts, director especialista en el cine de acción que es un seguro de éxito, pues fue el responsable de dirigir la última trilogía de *Spider-Man*, protagonizada por Tom Holland y Zendaya.

SEP

El 47

6

Director: Marcel Barrena | **Distribución:** A Contracorriente Films | **Reparto:** Eduard Fernández, Clara Segura, David Verdaguer, Zoe Bonafonte, Salva Reina, Aimar Vega, Carlos Cuevas, Vicente Romero



© A Contracorriente

En cuanto a las propuestas españolas, una de las cintas a destacar este septiembre es *El 47*, película basada en hechos reales que nos traslada a la Barcelona de los años 70. En su elenco aparecen nombres importantes de nuestro cine como los ganadores del Goya Eduard Fernández y David Verdaguer, protagonistas del film junto a Clara Segura. La historia de la película se centra en el movimiento vecinal y pacífico que en el año 1978 transformó la ciudad condal, cambiando la imagen de sus suburbios para siempre. En ella, Manolo Vital, un conductor de autobús, se adueñaba del bus de la línea 47 para desmontar una mentira que el Ayuntamiento se empeñaba en repetir: los autobuses no podían subir las cuestas del distrito de Torre Baró. Se trató de un acto de rebeldía que demostró ser un catalizador para el cambio, de que las personas se enorgullecen de sus raíces, de una lucha del vecindario y de la clase trabajadora que ayudó a crear la Barcelona moderna de los años 70.

SEP

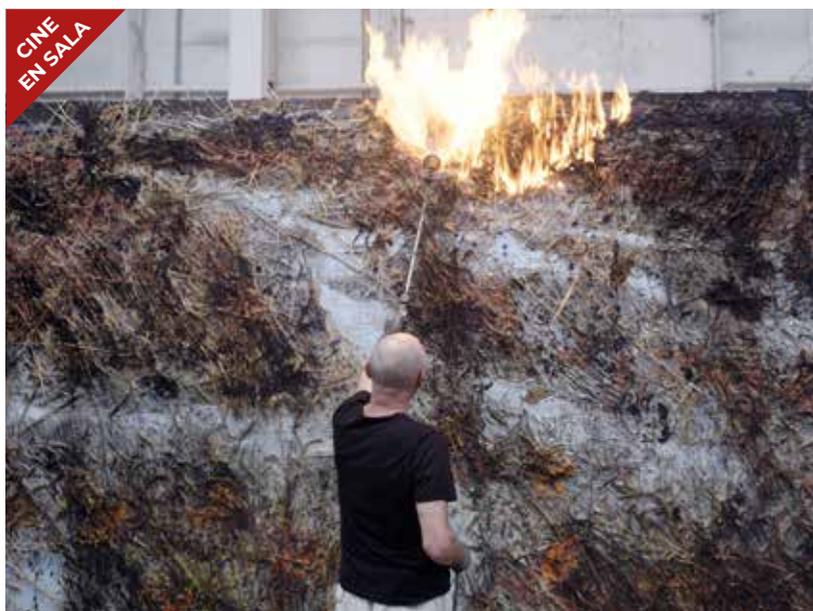
Anselm (Das Rauschen Der Zeit)

13

Director: Wim Wenders | **Distribución:** A Contracorriente Films | **Reparto:** Anselm Kiefer; Daniel Kiefer y Anton Wenders

Otro estreno importante del mes llega con el documental *Anselm* (Das Rauschen Der Zeit), que realiza una de las figuras más importantes del cine alemán contemporáneo, Wim Wenders. Precisamente, el director viene de triunfar en el anterior curso cinematográfico gracias a *Perfect Days*, película que realizó en Japón y que llegó a ser nominada al Oscar a Mejor Película Internacional.

Anselm, cinta que desfiló durante el Festival de Cine de Sevilla de 2023 alzándose con el Giraldillo de Oro a la Mejor Película, profundiza en el extraordinario mundo de uno de los más grandes artistas contemporáneos, Anselm Kiefer. El documental cuenta su trayectoria vital, su inspiración y su proceso creativo. Explora su fascinación por el mito y la historia, donde el pasado y el presente se entrelazan para difuminar la línea entre el cine y la pintura. A destacar que Wenders rodó este proyecto a lo largo de dos años en un asombroso 3D.



© MUBI

FREE TIME

De José Suay

AGOSTO

29

El señor de los anillos: Los anillos de poder

Plataforma: Amazon Prime Video | **Creador:** Patrick McKay, John D. Payne | **Reparto:** Morfydd Clark, Robert Aramayo, Markella Kavenagh, Ismael Cruz Cordova, Charlie Vickers, Daniel Weyman, Lloyd Owen

SERIE TV
STREAMING

Amazon Prime Video inaugura el mes de septiembre con el estreno de uno de los platos estrella de su plataforma, la segunda temporada de *Los anillos del poder*, serie que adapta el universo de J.R.R. Tolkien y que explora nuevas líneas argumentales en una época muy anterior a La comunidad del anillo, primera cinta de la saga original de *El Señor de los Anillos*. “Lo que puedo adelantar de la segunda temporada es que vienen villanos muy interesantes”, explicaba Morfydd Clark, quien da vida a Galadriel en la serie. Junto a estas declaraciones, Prime Video se ha encargado de aumentar la expectación revelando la sinopsis oficial de estos ocho nuevos capítulos: “Expulsado por Galadriel, sin ejército ni aliados, el Señor Oscuro en ascenso ahora solo depende de su propio ingenio para reconstruir su poder y supervisar la creación de *Los Anillos de Poder*, que le permitirán someter a todos los pueblos de la Tierra Media a su siniestra voluntad”.



© Amazon Studios

SEP

Slow Horses

4

Plataforma: Apple TV+ | **Creador:** James Hawes | **Reparto:** Gary Oldman, Jack Lowden, Kristin Scott Thomas, Olivia Cooke, Jonathan Pryce, Katherine Waterston

PELÍCULA
STREAMING

© Apple

Cuando la serie británica *Slow Horses* desembarcó en Apple TV, lo hizo con el aplauso unánime de la crítica, que valoraba mucho tanto sus afilados e irónicos guiones, capaces de mezclar humor con intriga y acción, como las interpretaciones de actores de la talla de Gary Oldman o Kristin Scott Thomas, entre otros. Y con el paso de las temporadas, las buenas críticas no han cesado, obligando a renovarla para una cuarta y quinta temporada. Así pues, la esperada cuarta temporada de esta serie que mezcla comedia negra con el género de thriller de espías llega este mes de septiembre. Para los que aún no la han visto, la trama gira alrededor del agente británico del MI5, River Cartwright, quien, tras una misión de entrenamiento fallida y ridícula, es obligado a exiliarse a Slough House, un purgatorio administrativo para los marginados del servicio.



VIDEOJUEGO

Enotria: The Last Song

19 de septiembre | Desarrollado por Jyamma Games | para PlayStation 5, Xbox Series y PC

The Last Song es un juego de acción y rol, muy reputado entre la comunidad gamer que, con esta nueva edición, trae una nueva narrativa ambientada en un mundo soleado inspirado en el folclore italiano. En él, se pueden utilizar las máscaras de los rivales derrotados para cambiar tu estilo de combate en cualquier momento, en una desafiante aventura con los ingredientes habituales del género.



© Gettyimages

DISCO

Lana del Rey: Lasso

26 de septiembre | Discográfica: Interscope Records y Polydor Records

La popular cantante y compositora pop neoyorkina Lana del Rey lanza este mes de septiembre su décimo álbum de estudio. En propias palabras de la cantautora, con *Lasso* ha estado trabajando en un concepto enfocado "en una vena americana" en comparación con trabajos anteriores. De esta forma, el álbum marca un importante punto de inflexión en su carrera.



© WiZink Center

CONCIERTO

Residente - Tour Las Letras Ya No Importan

15 de septiembre Lugar: WiZink Center, Madrid

Residente, el vocalista puertorriqueño ganador de seis Grammys Latinos y un Grammy, conocido mundialmente por ser el cantante y compositor del exitoso grupo de rap fusión Calle 13, aterriza en Madrid para ofrecer un concierto por todo lo alto. Además, sirve como pistoletazo de salida de su nuevo tour, que ha bautizado bajo el nombre *Las letras ya no importan*.

TEATRO

a partir del

SEP

4

Escenas de la Vida Conyugal

Lugar: Teatro Rialto de Madrid

La escena teatral trae en septiembre una versión teatral de *Secretos de un matrimonio*, la emblemática película de 1974 del director sueco Ingmar Bergman y protagonizada por su musa Liv Ullmann que le valió, entre muchos premios, el Globo de Oro a la Mejor Película Extranjera. Otro elemento seductor es su elenco protagonista, conformado por Ricardo Darín y Andrea Pietra, quienes dan

vida a Juan y Marina, una pareja que representa sobre el escenario momentos clave en su matrimonio. La obra explora temas trascendentales como el amor, la comunicación, la infidelidad, la rutina y el paso del tiempo. Con todos estos elementos, la historia sigue la evolución de la relación, desde los primeros días de amor apasionado hasta las dificultades y desafíos que enfrenta la

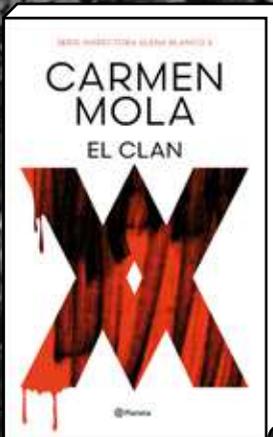
pareja a medida que transcurren los años. Además, esta versión teatral juega con una narrativa atemporal en la que la sinergia entre actores y personajes rompen la cuarta pared, sumergiendo a la audiencia en un juego emotivo y reflexivo sobre el matrimonio y la vida, planteando situaciones aparentemente divertidas que dentro ocultan un profundo dramatismo.

© Taquilla.com

De Cristina Alonso

La última aventura de Elena Blanco

La famosa inspectora de la **Brigada de Análisis de Casos** se enfrenta a su peor enemigo, una poderosa organización integrada por personalidades **del mundo de la empresa, la política, la judicatura y la policía**. El gran adiós de **Carmen Mola** a uno de sus personajes más queridos



Carmen Mola
EL CLAN
FICCIÓN Planeta

Cuando morir no importa, todo está permitido. La famosa inspectora Elena Blanco tendrá que aprenderlo muy rápido en su guerra personal contra El Clan. Enfrentarse a él es acabar muerto. Aun así, la Brigada de Análisis de Casos afronta el desafío con valentía en esta magnífica, brutal y enormemente adictiva novela, en la que Carmen Mola se supera para presentar el esperado desenlace de su famosa serie policial.

¿Qué pueden contar de su última novela *El Clan* que verá la luz el próximo 10 de septiembre?

No podemos contar mucho, en nuestras novelas, en cuanto hablas un poco, te metes en lo que ahora se llama hacer un *spoiler*. La anterior entrega, *Las madres*, acababa con uno de los miembros de la BAC desaparecido. Sus compañeros tienen que centrarse en buscarlo. Si lo encuentran -y en qué estado- es de lo

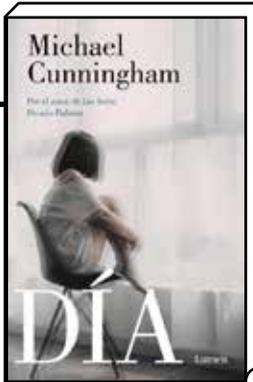
que se habla en la nueva novela. Eso les llevará a muchos lugares: Almería, Liberia, Sigüenza y, como siempre en las novelas de Elena Blanco, a un Madrid lleno de tinieblas. Mientras lo hacen, dos amenazas se ciernen sobre ellos, el final de la Brigada y el Clan, una organización con tentáculos en todos los negocios sucios, desde las drogas al tráfico de órganos, de armas o de personas, y con bases sólidas en los más grandes poderes: jueces, empresarios, políticos,...

***El Clan* es el cierre de la saga de la Inspectora Elena Blanco, ¿costó escribir el desenlace de un personaje tan querido por los lectores?**

Querido por los lectores y por nosotros mismos. Cuesta despedirse de un personaje que ha sido tan importante para nosotros, pero creemos que lo hace en un momento inmejorable. Nos gusta que muchos lectores nos digan que su favorita es la tercera o la cuarta de las

novelas. Eso significa que no pierden interés. Esperamos que, para muchos, la mejor sea *El Clan*. Creemos que la nueva entrega está a la altura de las anteriores. Es lo que queríamos para la despedida. **¿Con qué disfrutan más escribiendo, las novelas que abordan la actualidad como la saga de Elena Blanco o las históricas como *La Bestia e Infierno*?**

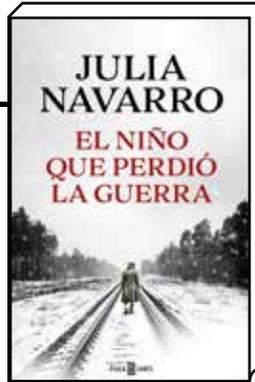
Nos gusta escribir los dos tipos de novelas, por eso las vamos alternando. La labor de documentación en las históricas es muy satisfactoria, puedes estudiar temas que te apasionan -como es el siglo XIX en nuestro caso- y es muy interesante el diálogo que se produce entre la actualidad y la época que tratas. Pero las novelas actuales también son muy divertidas de escribir. Hay que encontrar también momentos que abstraigan al lector de la realidad y lo sumerjan en nuestras tramas. Somos incapaces de decidirnos por un género.



Michael Cunningham
DÍA

NARRATIVA Lumen

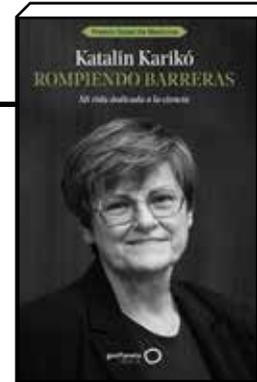
El ganador de los premios Pulitzer y Pen Faulkner por *Las horas* vuelve a mostrar "su gran don para crear personajes memorables" en una novela dividida en tres actos que tienen lugar el mismo día de 2019, 2020 y 2021. La obra es una exploración del amor y la pérdida, las dificultades y las limitaciones de la vida familiar. Una narración convincente sobre los tiempos que vivimos.



Julia Navarro
EL NIÑO QUE PERDIÓ LA GUERRA

NARRATIVA Plaza&Janés

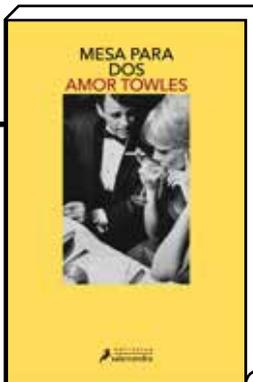
Un niño. Dos países. Dos ideologías. Una emocionante y ambiciosa novela sobre la identidad y el poder arrollador de la cultura que nos muestra que, incluso en los rincones más oscuros de la Historia, la vida se abre paso. Una obra protagonizada por Clotilde y que sirve para comprender que se puede perder una guerra, pero se puede ganar la libertad.



Katalin Karikó
ROMPIENDO BARRERAS

NO FICCIÓN geoPlaneta

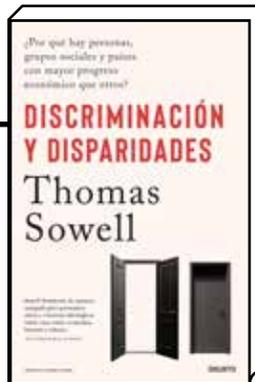
Las apasionantes memorias de Katalin Karikó, ganadora del Nobel de Medicina por la infatigable investigación que hizo posible las vacunas ARNm contra la COVID-19. Se trata de la historia de una mujer extraordinaria que trabajó sin descanso para ser reconocida en un ambiente movido por el prestigio, el dinero y el poder, convencida de que su trabajo salvaría vidas.



Amor Towles
MESA PARA DOS

FICCIÓN Salamandra

Vuelve el celebrado autor de *Un caballero en Moscú* con una colección de relatos de gran riqueza de detalles y agudos trazos. Ambientados en Nueva York en torno al año 2000, los seis relatos analizan las fatídicas consecuencias que pueden derivarse de breves encuentros y la delicada mecánica de compromiso que opera en el corazón de los matrimonios modernos.



Thomas Sowell
DISCRIMINACIÓN Y DISPARIDADES

ECONOMÍA Deusto

Un análisis brillante y valiente sobre el verdadero origen de las desigualdades económicas. El autor cuestiona la extendida idea de que la explicación de estas diferencias pueda reducirse a un único factor. Desmonta los presupuestos falaces que inspiran las políticas públicas encaminadas a acabar con la desigualdad y abrirá los ojos al lector.



Burton G. Malkiel
UN PASEO ALEATORIO POR WALL STREET

ECONOMÍA Alianza Editorial

Este clásico llega con una nueva edición para ofrecer una visita guiada por el complejo mundo de la bolsa. Muchos opinan que el inversor particular tiene muy pocas posibilidades frente a los expertos. Nada más lejos de la realidad. Desde su primera edición, la obra demuestra que cualquier persona puede hacerlo tan bien como los expertos.

Jean-Paul Sartre

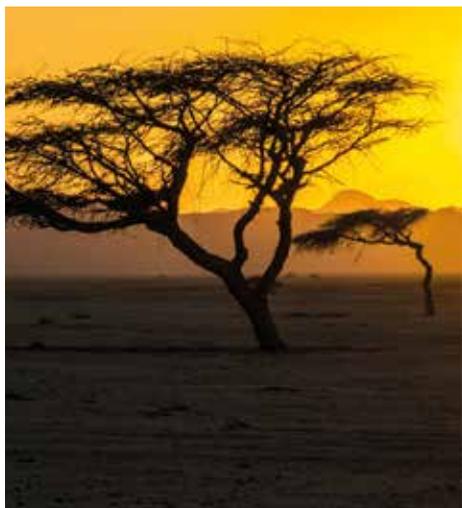
“Es cierto que no eres responsable de lo que eres,
pero sí de lo que haces con lo que eres”






GORGONIA[®]
BEACH RESORT
★★★★★

gorgoniabeach.com



Valsport



S T A R T

HANDCRAFTED ITALIAN
SINCE 1920

valsport.it