

# Business People

business-people.es

La gente que influye

13  
Abril  
2025

**Tsunami  
arancelario**

¿Es España inmune?

**Ruge  
el Gran Circo**

F1 a la madrileña

**Computación  
espacial**

La nueva realidad

**PROTAGONISTAS**

Jeffrey Pfeffer

Cristina Martín Blasi

**Tiendas  
fantásticas...**

... y dónde  
encontrarlas

**COMERSE EL MUNDO**

**Carlos  
Cuerpo**

**Ministro de Economía**





**GIORGETTI** 

EXQUISITELY HANDCRAFTED OBJECTS  
SHAPING UNIQUE AND PERSONAL  
**PLACES TO LIVE** SINCE 1898

BAMBALINA



Nueva colección disponible en [www.zegarcia.com](http://www.zegarcia.com) y en nuestras tiendas.

# Cuando las cosas van bien, es cuando pueden ir aún mejor

de Vito Sinopoli



**U**n veterano empresario, poco conocido por el gran público pero cuya lucidez siempre he admirado, solía decir a sus gerentes: “Cuando las cosas van bien, es cuando pueden ir aún mejor”. A primera vista, puede parecer una obviedad, pero si se observa con detenimiento, no lo es: la historia económica está llena de empresarios y directivos que se han dejado llevar por el éxito del momento, confiados en beneficios y récords de ganancias, solo para luego experimentar –en poco tiempo– una (¿inesperada?) caída.

La idea del anciano empresario era que, si ves que tu empresa va bien, trabaja el doble, concéntrate, invierte más para que pueda ir siempre mejor, también porque –según una ley de la física– cuando un cuerpo está en movimiento, se necesitan menos energías para hacerlo viajar más rápido que las

que se gastan para empujarlo cuando está detenido o retrocede.

Toda esta introducción me vino a la mente al leer sobre las excelentes actuaciones de las empresas españolas cotizadas en 2024. Empresas que, según la CNMV, han ganado en conjunto 73.112 millones de euros, registrando un crecimiento del 20,87% respecto a 2023.

No cabe duda: ¡nada mal! Muchos indicadores económicos hablan de sectores en buena salud, como el energético y el bancario, por no mencionar el turismo y el textil, solo por citar los mercados más destacados. Pero se podría decir que es precisamente ahora, en 2025, cuando vendrá lo mejor, porque será necesario que estas empresas trabajen aún más para mejorar un panorama económico nacional e internacional, que podría verse afectado por las turbulencias geopolíticas que

**Si ves que tu empresa va bien, trabaja el doble, concéntrate e invierte más para que pueda ir siempre mejor**

atraviesan Europa y llegan hasta Estados Unidos.

Ningún país europeo, en este momento, presenta una evolución económica tan significativa como España; por lo tanto, paradójicamente, la economía española es la que corre mayor riesgo de sufrir un daño más grave en términos de reducción de las perspectivas de desarrollo, pudiendo ver ralentizadas o eliminadas sus excelentes previsiones de crecimiento. Por eso, ahora es cuando las empresas deberían intensificar aún más sus esfuerzos, robustecer la planificación y enriquecer la visión estratégica para dar un salto de calidad adicional a su negocio. Lo mismo deberá hacer la política –local y nacional–, porque ayudar a estas empresas a navegar entre las turbulencias actuales equivale a ayudar directa o indirectamente al país y a las familias que viven en él.

Además, el anciano empresario del que hablaba al principio solía añadir: “Si los gobiernos y los economistas prestaran menos atención al PIB y consideraran más la capacidad de gasto de las familias, tendríamos economías no solo más equitativas y eficientes, sino también más justas”.



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

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



# ¿Precavidos o pendejos?

de José A. Puglisi

“Las oportunidades son como los amaneceres: si uno espera demasiado, se los pierde”. Así de claro lo tenía el escritor y teólogo inglés William George Ward, pero... ¿entiende España este proverbio? El reto de las tierras raras será una gran ocasión para descubrirlo, ya que la nación parece estar sentada sobre una ‘mina de oro’, pero que, hasta la fecha, se niega a aprovechar.

La organización EURARE, un proyecto financiado por la Comisión Europea para investigar la viabilidad de la explotación sostenible de tierras raras en Europa, apunta al gran potencial que existe en España, donde se han encontrado evidencias de enriquecimientos de estos preciados elementos en la región del Monte Galiñeiro (Pontevedra), en Galicia, en Ciudad Real (Matamulas) y en algunos sectores de Canarias. A los que se suman Andalucía y Castilla y León.

La oportunidad está ahí. Y es que, si España produjera 35.000 toneladas al año de tierras raras, se convertiría en el primer productor europeo (con su asociado beneficio económico y laboral). Para comprender la magnitud, bastaría con ver cómo un yacimiento de tierras raras encontrado en Ciudad Real podría cubrir el 33% de la demanda europea. Sin embargo, vamos un paso más allá y vemos que también reduciría la dependencia de Rusia, ya que la mina de uranio de Salamanca reduciría hasta un 40% la necesidad de



**Si España produjera 35.000 toneladas al año de tierras raras, sería el primer productor europeo**

los recursos de Moscú.

Los vecinos de las regiones hacen un llamado a ser precavidos con respecto a las tierras raras. Al punto de que su rechazo a la exploración en Fuerteventura y Ciudad Real llevó a que se paralizaran los estudios en contra del criterio científico. No se trata de una batalla nueva. Por ejemplo, desde 2017 la Plataforma Sí a la Tierra Viva lucha para detener el proyecto que la empresa Quantum Minería tiene entre manos en Ciudad Real.

Mientras la sociedad debate sobre la explotación de las tierras raras,

en la Unión Europea no parecen dudar de que aprovecharán cualquier oportunidad que aparezca. Por eso, desde 2023 hay una normativa que exige la investigación de los minerales estratégicos para avanzar en este ámbito y garantizar que, en 2030, el 10% de la explotación mundial de materiales estratégicos —entre los que están las tierras raras— se produzca en suelo comunitario.

Ahora bien, más allá de la promesa de riqueza y autonomía estratégica, no podemos ignorar el llamado de quienes alertan sobre posibles desastres ambientales y sociales. La apuesta por explotar estas minas de oro podría verse empañada si se descuidan los controles y la participación ciudadana, convirtiendo una oportunidad histórica en un experimento arriesgado. ¿Acaso queremos ser recordados como el país que, cegado por la ambición, sacrificó el equilibrio ecológico y la salud pública en pos de beneficios a corto plazo?

Por ello, resulta indispensable que la estrategia europea y española articule un plan integral que combine el progreso económico con una rigurosa protección ambiental. No se trata de detener el avance, sino de encamilarlo con inteligencia y responsabilidad. En este contexto, la pregunta “¿Precavidos o pendejos?” invita a la reflexión: ¿actuamos con visión y prudencia o nos dejamos llevar por el miedo a arriesgar, perdiendo así una oportunidad sin precedentes? La respuesta podrá definir el futuro de nuestra nación. ▲

# Sumario



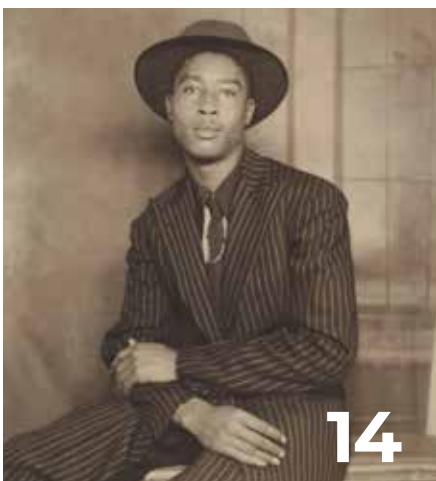
Foto en la portada: © Javier Villagrán

## 26 COMERSE EL MUNDO

**La Unión Europea, de vegetariana, debe convertirse en omnívora.**

Y, gracias al 'momento dorado' de su economía, España podría desempeñar un papel protagonista en el renacimiento de todo el continente. Es lo que piensa **el ministro de Economía, Carlos Cuerpo**, quien en esta entrevista también habla de trabajo, productividad y empresas.

## 12 Insider



14



22

- 14 Exhibition
- 16 Architecture
- 18 Numerology
- 22 Into the future
- 23 Tourism
- 24 People



23





## **34 Business is business**

### **36 ¿Inmunes al tsunami arancelario de Trump?**

El presidente de Estados Unidos está sacudiendo el tablero comercial internacional a través de los impuestos aduaneros. Una medida proteccionista que obliga a Europa a mover ficha, mientras que España se plantea si realmente está blindada ante las políticas de Washington.

### **42 Ruge el Gran Circo**

En una negociación a contrarreloj, José Vicente de los Mozos y Stefano Domenicali sentaron las bases para que, 45 años después, el Gran Premio devuelva la 'carrera reina' al asfalto de la capital de España.

### **48 ¿América, Europa o China ... first?**

Mientras Donald Trump insiste en aquello del Make America Great Again, Europa, China y Rusia buscan posicionarse en este nuevo orden mundial. ¿Es esto el fin de la globalización tal y como la hemos entendido hasta ahora?

### **56 Redefinir la realidad**

La computación espacial está transformando nuestra interacción con el mundo físico, integrando tecnologías como la realidad aumentada y la realidad virtual para enriquecer experiencias y optimizar procesos.

### **62 Tiendas fantásticas y dónde encontrarlas**

En un mundo donde la experiencia de compra se ha transformado en un arte, exploramos las tiendas más llamativas del planeta, donde el diseño audaz y la innovación se combinan para crear espacios que van más allá de lo convencional.

### **68 Secretos del éxito**

El distinguido profesor de la Escuela de Negocios de la Universidad de Stanford, Jeffrey Pfeffer, ahonda en la importancia del poder y las habilidades políticas para edificar un verdadero liderazgo en el núcleo de las empresas.

### **72 El precio de la exclusividad**

Cristina Martín Blasi, fundadora y presidenta ejecutiva de la Asociación Española del Lujo-Luxury Spain, confía en la positiva evolución de este selecto mercado, impulsado tanto por el auge turístico como por las importantes inversiones que se realizan en la oferta gastronómica y cultural nacional.

### **76 Objetivo: vencer a la leucemia**

Unoentrecienmil invierte en la investigación y en proyectos clave que permitan vencer a esta enfermedad que ya representa el 30% de los casos de cáncer infantil y que es la principal causa de mortalidad en niños entre 1 y 14 años.

## **82 Free time**

### **84 ¡A cuerpo de rey!**

Majestuosos palacios y castillos que han encontrado una segunda vida como destinos exclusivos para los viajeros más exigentes.

### **90 Coches históricos al alcance de todos**

La DGT simplifica y abarata los requisitos para hacer un coche histórico y permitirá sacar a la calle los de los museos. El coleccionismo puede resurgir con fuerza.

### **94 Aquí todos estamos locos**

Casi 160 años después de que Lewis Carroll escribiera Alicia en el país de las maravillas, CaixaForum Madrid será el escenario de una muestra para perseguir a esta rebelde heroína hacia su surrealista universo.

### **98 Revolución de materiales**

De los tradicionales materiales como el oro, el acero y, como un lujo extremo, el platino, los laboratorios de I+D de las firmas de relojería han apostado por aleaciones y minerales más ligeros y mega resistentes: la cerámica y el titanio.

### **100 Templos madrileños del flamenco y gastronomía**

Cinco tablaos en los que sumergirse en el embrujo de ese arte y la buena cocina.

### **104 La Ribera Sacra: Viticultura heroica**

En el corazón de Galicia se encuentra la Ribera Sacra, una región donde la edificación de los viticultores ha permitido cultivar vides en terrenos desafiantes y empinados.

### **106 Guerreros del agua**

Las calles de Tailandia se transforman en un vibrante 'campo de guerra', donde millones de personas armadas con pistolas de agua, cubos y mangueras están listas para celebrar el nuevo año budista.

### **108 Entertainment**

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

### **112 ¡Un cierre de muerte!**

Camilla Läckberg, la autora de novela negra más importante de Europa regresa con una nueva historia del universo Faye y con su propio docu-reality para dar a conocer su ámbito más personal.





Business  
People

## ¡DESCARGA LA APP!

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



Síguenos en   

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

### Director responsable

Vito Sinopoli

### Consultor editorial

Linda Parrinello

### Redactor jefe y coordinación editorial

José Antonio Puglisi - [jpuglisi@e-duesse.es](mailto:jpuglisi@e-duesse.es)

### Redacción

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

### Coordinación gráfica

Alda Pedrazzini

### Maquetación

Jangala Media

**Han colaborado en este número:** Ana Montenegro, Alfredo García, Cristina Mendoza, Cristina Alonso, Ernesto Páez, Javier Villagrán, José Suay, Pilar Hernández Coloma, Rosario Fernández y Kino Verdú.

### Coordinación técnica

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

### Publicidad

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

Publicación mensual - 10 números al año

Precio de la copia 3,90 euros

**Preimpresión:** Target Color srl, Milano

**Impresión:** 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](http://www.e-duesse.es)

Número cerrado en la redacción el 17/03/2025

 *Valsport*



**S T A R T**

**HANDCRAFTED ITALIAN  
SINCE 1920**

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

# insider

Inspiración fotográfica



Los Sony World Photography Awards han revelado los ganadores de los *Premios Nacionales y Regionales 2025*, destacando una rica diversidad de narrativas visuales de todo el mundo. Este año, fotógrafos de 56 países participaron, presentando más de 419.000 imágenes. La exposición de los ganadores se llevará a cabo en Somerset House, Londres, del 17 de abril al 5 de mayo de 2025. Además, la renombrada fotógrafa Susan Meiselas será reconocida con el premio a la *Contribución Sobresaliente a la Fotografía*, sumándose a una prestigiosa lista de artistas influyentes en el medio. **Worldphoto.org**



© Pedro Jarque Krebs, Peru, 2nd Place, Latin America Regional Awards, Sony World Photography Awards 2025

# Dandismo negro

La Met Gala 2025 será el escenario de *Superfine: Tailoring Black Style*, una innovadora exposición del Costume Institute del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York que explorará el dandismo negro y su papel en la formación de identidades dentro de la diáspora atlántica. A cargo de la académica Monica Miller, la muestra, que se desarrollará del 10 de mayo al 26 de octubre de 2025, tras la inauguración de la Met Gala 2025 el 5 de mayo, será la primera centrada en la moda masculina

desde 2003. La exposición examinará la evolución del estilo negro a través de prendas, arte y fotografía, destacando la trayectoria de diseñadores contemporáneos y el impacto cultural del dandismo en la moda actual. Esta iniciativa también representa un paso importante hacia la diversidad e inclusión en la narrativa de la moda estadounidense, en un contexto marcado por el movimiento *Black Lives Matter*. [Metmuseum.org/es](https://www.metmuseum.org/es)



1. American, [Studio Portrait], 1940s–50s. Gelatin silver print. The Metropolitan Museum of Art, New York, Twentieth-Century Photography Fund, 2015 (2015.330).

2. Ensemble, Marvin Desroc (French, born Martinique, 1996), 2019; Courtesy Marvin Desroc. Photo © Tyler Mitchell 2025

3. World heavyweight champion Muhammad Ali is fitted for a new suit, London, Thomas Hoepker, 1936–2024), 1966; Photo © Thomas Hoepker / Magnum Photos

4. Tailor boys at work, Frances Benjamin Johnston (American, 1864–1952), 1899–1900; The Museum of Modern Art, New York, Gift of Lincoln Kirstein (859.1965.86).



# Pasión por el diseño

Casa Decor 2025 se prepara para deslumbrar en su nueva edición, que tendrá lugar en el emblemático edificio de Sagasta 33, en Madrid. El evento, que reúne lo mejor del diseño y la arquitectura, contará con 58 espacios distribuidos en tres plantas, destacando la versatilidad y calidad de sus características. En

esta edición, se rendirá homenaje a la reconocida interiorista Sandra Tarruella con el Premio de Honor a la Trayectoria Profesional 2025. Además, Casa Decor

reafirma su compromiso social con la participación de la ONG Entreculturas y ofrecerá una experiencia culinaria de lujo gracias a Rosewood Villa Magna como operador de catering oficial. El edificio, recientemente adquirido por IMPAR CAPITAL, ha sido rehabilitado para convertirse en un referente del diseño y la sostenibilidad. [Casadecor.es](https://www.casadecor.es)







# U.S. POLO ASSN.

SINCE 1890























Follow us on  
**Instagram**  
@uspoloassneur

# CHAMPIONS FINANCIEROS

Los clubes de la élite del fútbol mundial generaron un negocio récord de **11.200 millones de euros** en la temporada 2023-2024, un **6%** más que el año anterior, según el informe *Deloitte Football Money League 2025*. El Real Madrid lideró la clasificación con **1.045,5 millones de euros**, convirtiéndose en el primer club en superar los mil millones en ingresos. La principal fuente de ganancia fue el área comercial (4.900 millones, 44% del total), mientras que el *matchday* alcanzó por primera vez los **2.000 millones**, creciendo un **11%** interanual. En contraste, los derechos audiovisuales fueron la única área en descenso, con **4.300 millones de euros**. **Estos son los campeones económicos del 'deporte rey'...**

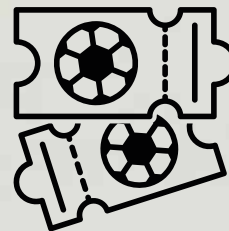


## LOS **20** CLUBES CON MÁS INGRESOS EN **2023/24**

<b>1</b>		<b>1.045,5</b> MILLONES DE EUROS	<b>11</b>		<b>513,7</b> MILLONES DE EUROS
<b>2</b>		<b>837,8</b> MILLONES DE EUROS	<b>12</b>		<b>409,5</b> MILLONES DE EUROS
<b>3</b>		<b>805,5</b> MILLONES DE EUROS	<b>13</b>		<b>397,6</b> MILLONES DE EUROS
<b>4</b>		<b>770,6</b> MILLONES DE EUROS	<b>14</b>		<b>391</b> MILLONES DE EUROS
<b>5</b>		<b>765,4</b> MILLONES DE EUROS	<b>15</b>		<b>371,8</b> MILLONES DE EUROS
<b>6</b>		<b>760,3</b> MILLONES DE EUROS	<b>16</b>		<b>355,7</b> MILLONES DE EUROS
<b>7</b>		<b>716,5</b> MILLONES DE EUROS	<b>17</b>		<b>322,2</b> MILLONES DE EUROS
<b>8</b>		<b>714,7</b> MILLONES DE EUROS	<b>18</b>		<b>310,2</b> MILLONES DE EUROS
<b>9</b>		<b>615</b> MILLONES DE EUROS	<b>19</b>		<b>287</b> MILLONES DE EUROS
<b>10</b>		<b>545,5</b> MILLONES DE EUROS	<b>20</b>		<b>264,1</b> MILLONES DE EUROS

## LOS **5** CLUBES FEMENINOS CON MÁS INGRESOS

<b>1</b>		<b>17,9</b> MILLONES DE EUROS
<b>2</b>		<b>17,9</b> MILLONES DE EUROS
<b>3</b>		<b>13,4</b> MILLONES DE EUROS
<b>4</b>		<b>10,7</b> MILLONES DE EUROS
<b>5</b>		<b>10,5</b> MILLONES DE EUROS



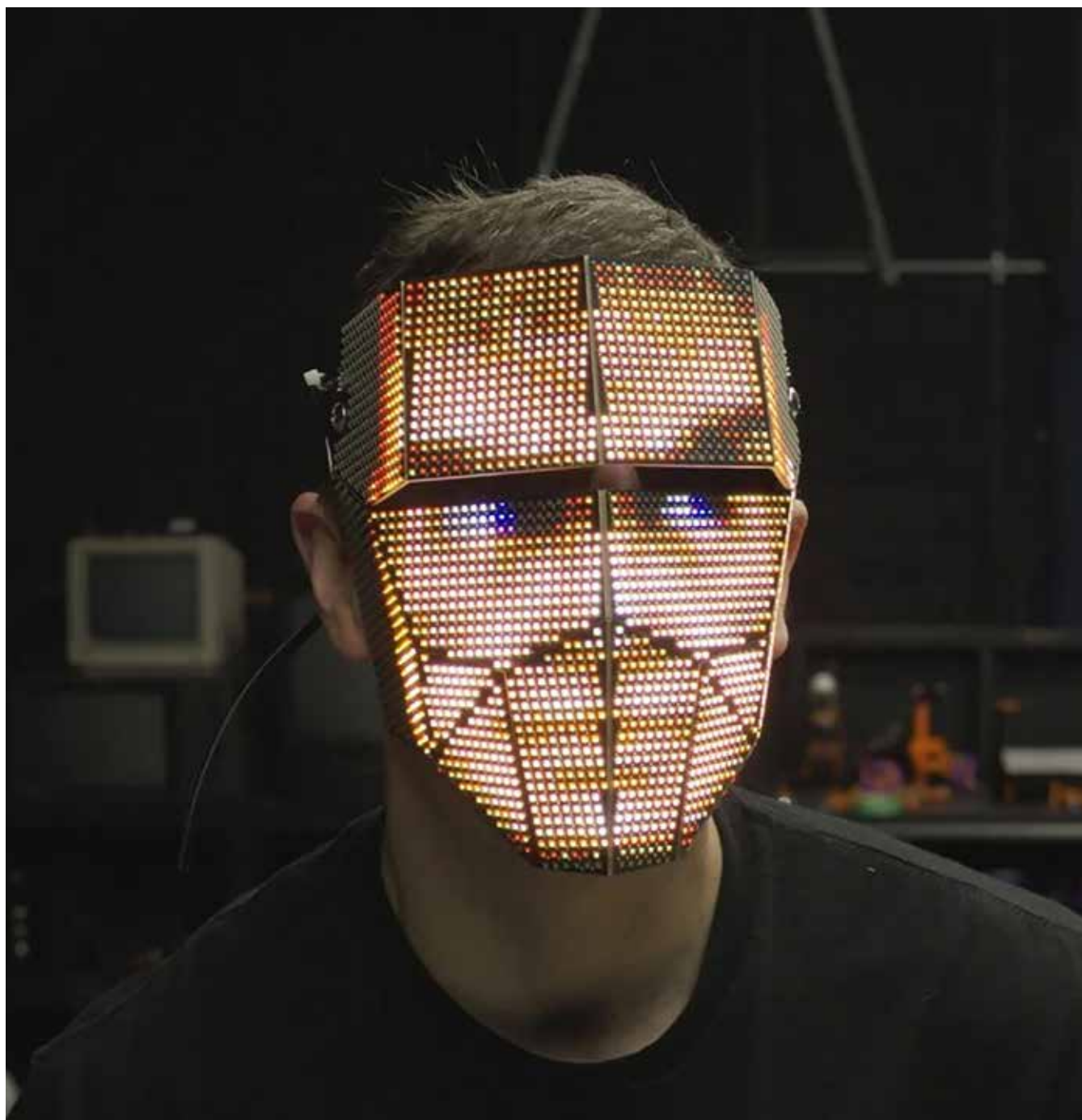
**BLAUER K-CODE**  
**SUMMER 2025**

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



# Blauer





## Rostros del mañana

La protección de la identidad personal da un giro inesperado con la *Become Anyone 2.0 Mask*, un innovador proyecto de Sean Hodgins. Esta máscara, equipada con casi 3000 LEDs, permite a quien la use transformar su rostro en una pantalla RGB, capaz de reproducir videos,

mostrar texto o incluso adoptar el rostro de otra persona, lo que abre nuevas posibilidades para ocultar o modificar la identidad. El diseño avanzado, compuesto por 16 paneles LED y controlado por un Raspberry Pi o PixelBlaze, convierte esta creación en una obra de arte digital portátil,

a la par que funcional. La tecnología detrás de esta máscara no sólo redefine los límites de la expresión personal, sino que también plantea un nuevo enfoque sobre la privacidad y seguridad de la identidad en un mundo cada vez más digitalizado. [Seanhodgins.com](http://Seanhodgins.com)

# Tesoro internacional

**E**spaña, con su rica historia, cultura única y paisajes impresionantes, sigue siendo una de las principales potencias turísticas del mundo. Según un informe de *Euromonitor International*, Madrid es considerada la segunda mejor ciudad del planeta para hacer

turismo, solo por detrás de París, superando a otras grandes capitales como Tokio, Washington y Roma. En 2024, España recibió a 93,8 millones de turistas internacionales, un aumento significativo respecto al año anterior, lo que refleja el atractivo global del país. La capital española

se destaca por su "estrategia en sostenibilidad" y su compromiso con el "turismo responsable", factores clave que la han catapultado a este ranking, además de su vasta oferta cultural, con monumentos como la Gran Vía, el Museo del Prado y el Parque del Retiro. **Euromonitor.com**



**GOLAZO EN VENTAS**

DAZN ficha a Enrique de Porres como nuevo Senior Vice President de Marketing en España. Sustituye a Alessio Sarina, quien, tras tres años en el cargo, asciende a un puesto global dentro de DAZN Group como SVP de Marketing para el proyecto del Mundial de Clubes FIFA 2025.

**AIRES DE CAMBIO**

Eurofragrance anuncia el nombramiento de Joan Pere Jiménez como su nuevo CEO, efectivo a partir del 1 de enero de 2026. Actualmente, se desempeña como Chief Market Officer y sucederá a Laurent Mercier, quien es el CEO desde 2018.


**Novartis**  
**Amaya**  
**Echevarría**
**Presidenta**

Novartis nombra a Amaya Echevarría como nueva presidenta de la farmacéutica en España, efectivo a partir del 22 de abril. Licenciada en Medicina, cuenta con más de 20 años de experiencia en la industria. Antes de unirse a Novartis, desempeñó el cargo de Global Value & Access Head para VIH en Gilead Sciences y ha ocupado posiciones de liderazgo en Suiza y Austria, así como en áreas terapéuticas de VIH, Hematología y Oncología. Sucederá a Jesús Ponce, quien da un salto para convertirse en el responsable internacional del área Cardiovascular-Renal-Metabólica en Basilea.

**Mapfre**  
**José Luis Jiménez**  
**Guajardo**
**Director Financiero**

El consejo de administración de Mapfre nombra a José Luis Jiménez Guajardo como nuevo director financiero (CFO) del grupo. Jiménez Guajardo asumirá el cargo en sustitución de Fernando Mata, quien cesó como vocal del consejo el 14 de marzo. Mata seguirá vinculado a la compañía participando en los consejos de administración de varias filiales. Por su parte, Jiménez se incorporó a Mapfre en septiembre de 2015 como director general de inversiones y, desde enero de 2024, desempeñó el cargo de director general financiero adjunto. Además, desde enero es consejero de Mapfre España y Mapfre Vida.

**Renault**  
**Bruno**  
**Laforge**
**Director de Recursos Humanos**

Renault Group designa a Bruno Laforge como su nuevo director de recursos humanos, quien sucederá a François Roger y formará parte del equipo de liderazgo, reportando directamente al CEO del grupo, Luca de Meo. Antes de unirse al grupo automotor, Laforge se desempeñó como director de recursos humanos en Capgemini desde principios de 2023, liderando la transformación de la empresa. Su trayectoria profesional abarca diversos sectores centrados en la tecnología, incluyendo servicios digitales, farmacéutico, petróleo, gas y automoción.

**Telefónica**  
**Emilio**  
**Gayo**
**CEO**

Telefónica anunció la designación de Emilio Gayo como nuevo consejero delegado del grupo, en sustitución de Ángel Vilá. Gayo se incorporó a la compañía en 2004 y ha desempeñado roles clave, incluyendo director de Marketing y Servicios Comerciales, así como director de Desarrollo de Negocio, Estrategia y Regulación en Telefónica Latinoamérica. Este cambio en la cúpula directiva se produce en el marco de una revisión estratégica liderada por el presidente de Telefónica, Marc Murtra, quien asumió el cargo en enero de este año.

**MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD**

InPost designa a Luigi Cirocco como nuevo jefe de Operaciones para España y Portugal. Asumirá la responsabilidad de los hubs y depósitos en Iberia, con el objetivo de impulsar la eficiencia operativa, mejorar la productividad y fomentar la cultura de innovación.

**RELEVO EN LA BOLSA**

Bolsas y Mercados Españoles nombra a Bjørn Sibbern como nuevo presidente del consejo de administración, sustituyendo en el cargo a Jos Dijsselhof, cuya salida se anunció a finales de 2024. Sibbern cuenta con más de dos décadas de experiencia en mercados de capitales.





### LLAMADO A LA EXPERIENCIA

Víctor Guerrero es el nuevo consejero delegado de Gigas, quien aportará una amplia experiencia en el sector de las telecomunicaciones, habiendo ocupado posiciones de alta dirección en MásMóvil, Vodafone y ONO.



### FICHAJE ESTRATÉGICO

Después de más de una década de exitosa trayectoria en el mundo de la consultoría de comunicación corporativa y financiera, Atenea Egea da un importante paso al unirse al equipo de Asuntos Corporativos y Comunicación de American Express España.



### Indra Manuel Escalante García



Director de Tecnología

El Consejo de Administración de Indra nombra a Manuel Escalante García como nuevo Chief Technology Officer y miembro del comité de dirección, en sustitución de Miguel Ángel Morell Fuentes. Anteriormente, ocupó los cargos de director general de Defensa y Seguridad, así como director de ciberseguridad y ciberdefensa en Minsait, la filial de transformación digital de la compañía. Escalante es ingeniero superior de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid y cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector aeroespacial y de defensa.

### Grifols Anne-Catherine Berner



Presidenta no ejecutiva

Grifols anuncia que Anne-Catherine Berner asumirá el cargo de presidenta no ejecutiva tras la próxima junta general de accionistas, sucediendo a Thomas Glanzmann, quien ha decidido no presentarse a la reelección. Berner, exministra de Transporte y Comunicaciones de Finlandia (2015-2019), se incorporó al consejo de administración de Grifols como consejera independiente en junio de 2024, reemplazando a James Costos. Además de su rol en Grifols, es miembro de los consejos de administración de importantes empresas como Kühne + Nagel, SEB y Medisor.

### BNP Paribas François Gazel- Anthoine



CEO

François Gazel-Anthoine es fichado como nuevo director ejecutivo de BNP Paribas Cardif para España y Portugal. Con más de 15 años de experiencia en el mercado español de seguros, Gazel-Anthoine ha desarrollado una amplia trayectoria dentro de BNP Paribas Cardif, ocupando diversos puestos de responsabilidad en distintos países. A lo largo de su carrera, ha sido jefe de Riesgos y Finanzas en Argentina y Brasil, así como Deputy CEO en Tailandia y España. En 2008, lideró CBP Group en España (posteriormente Kereis Iberia), y en 2022 fue nombrado CEO de BNP Paribas Cardif México.

### Openbank Petri Nikkilä



CEO

Banco Santander designa a Petri Nikkilä como consejero delegado global de Openbank y responsable del negocio de consumo no-auto de Digital Consumer Bank. Nikkilä, de nacionalidad finlandesa, cuenta con una amplia trayectoria en el sector financiero europeo, habiendo liderado previamente el negocio de banca minorista de ING en Países Bajos, Bélgica y Luxemburgo. Su incorporación está prevista para mayo de 2024, una vez obtenidas las autorizaciones regulatorias pertinentes. Además de su experiencia en ING, Nikkilä ha desempeñado roles significativos en Nordea y HSBC.

### PENSAR EN VERDE

Alphabet designa a Óscar López como responsable de ESG (Environmental, Social, and Governance) en España. Esta designación forma parte de una estrategia de la empresa para integrar la sostenibilidad en el núcleo de su negocio en los mercados donde opera.



### VESTIR LOS COLORES

El Valencia Club de Fútbol ficha a Kiat Lim, hijo del máximo accionista Peter Lim, como nuevo presidente, sucediendo a Layhoon Chan. Licenciado en Psicología por la Universidad de Nueva Gales del Sur, fue nombrado consejero del club en diciembre de 2022.



A portrait of Carlos Cuerpo, a man with dark hair and a light beard, wearing a dark suit jacket, a light blue shirt, and a teal patterned tie. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a blurred interior space with vertical architectural elements.

C

**CARLOS CUERPO**

El ministro de Economía tiene un Máster en Economía por la London School of Economics y es Doctor en Economía por la UAM. Pertenece al Cuerpo de Técnicos Comerciales y Economistas del Estado desde 2008. Además, fue Secretario General del Tesoro (2021-2023) y ocupó cargos en AIReF y la Comisión Europea

# Carlos Cuerpo COMERSE *el* MUNDO

**La Unión Europea,  
de vegetariana,  
debe convertirse en omnívora.**

Y, gracias al 'momento dorado' de su economía,  
España podría desempeñar un papel  
protagonista en el renacimiento de todo el  
continente. Es lo que piensa el  
**ministro de Economía,**  
quien en esta entrevista también habla  
de trabajo, productividad y empresas

Texto de José A. Puglisi - Fotos de Javier Villagrán

# L

La puerta del despacho del Ministro de Economía se abre justo a las 14:30. Carlos Cuerpo se levanta del escritorio, extiende la mano y, con un fuerte apretón, se disculpa por los minutos de retraso. “La agenda, ya saben”, bromea con una sonrisa. Aún no ha almorzado y, después de la entrevista, tiene una llamada con Bruselas, pero el apetito que muestra no es físico, sino estratégico. Para él, Europa es una vegetariana en un mundo de carnívoros y tendría que ser omnívora para jugar el papel que le corresponde, porque “es su momento”. Un plan en el que España está llamada a ser protagonista y jugar un papel destacado en este nuevo renacer del continente, gracias al ‘momento dorado’ de la economía nacional y redefiniendo el futuro de Europa.

**Como ministro de Economía fue el ‘director de orquesta’ del crecimiento de España por encima de Alemania, Francia e Italia. ¿A qué atribuye el ‘momento dorado’ de la economía nacional en 2024?**

Este momento dorado no es casualidad, sino el resultado de una política económica con una dirección clara. Se asienta sobre un mercado de trabajo que evoluciona de manera extraordinaria, con cifras récord gracias al impulso de reformas estructurales como la laboral y medidas de apoyo para las rentas más bajas como el salario mínimo interprofesional, que ha subido por encima del 60%. Además, hay una evolución muy positiva en el sector exterior, no solo con datos históricos de turismo, con flujos más diversificados, sino con un importante crecimiento de los servicios no turísticos, servicios de mayor valor añadido, que hoy en día superan los 100.000 millones de euros. Otro factor clave es el impulso al mix energético basado en energías renovables, que ha llevado a España a producir más del 54% de su electricidad de esta forma, reduciendo costos y atrayendo inversión extranjera. Según *Financial Times*, España ha sido el segundo país del mundo en captar inversiones para nuevos proyectos de energías renovables entre 2018 y 2024. Finalmente, destacaría que se trata de un crecimiento equilibrado en contraposición con etapas anteriores, con superávit externo y una moderación de precios tras la crisis inflacionaria por la guerra en Ucrania. Además, tras el aumento de deuda por la respuesta al COVID, hemos logrado reducirla en más de 22 puntos del PIB, recuperando prácticamente

el espacio fiscal utilizado, poniendo de manifiesto nuestro compromiso con la responsabilidad fiscal.

**¿Qué papel han jugado las empresas españolas en esta evolución y cuál deberá serlo para garantizar la tendencia positiva? ¿Qué sectores están aportando más que otros?**

El elemento de competitividad en el sector exterior está estrechamente ligado al liderazgo de las empresas españolas en sectores clave. Actualmente, España cuenta con empresas líderes a nivel mundial en energías, especialmente renovables, así como en infraestructuras, donde llevan décadas destacando. Estas empresas no solo impulsan las exportaciones y la inversión en el exterior, sino que también fortalecen toda la cadena de valor. Además, factores como la competitividad en costes energéticos, la alta cualificación de los trabajadores, la estratégica localización geográfica entre Europa, América Latina y el norte de África, y el desarrollo de infraestructuras físicas y tecnológicas, como el 5G y la red aeroportuaria, refuerzan este liderazgo. Estos factores hacen que las empresas españolas sean muy competitivas a nivel internacional.

**Las previsiones también son alentadoras para 2025 (2,6%) y 2026 (2,2%). ¿Dónde se centrarán las políticas económicas del Gobierno para garantizar ese crecimiento?**

Las previsiones de crecimiento para España en 2025 son optimistas, con instituciones como el Banco de España y BBVA proyectando un crecimiento del 2,7% y 2,8% respectivamente, por encima de las estimaciones del Gobierno. En 2024, España creció un 3,2%, representando el 50% del crecimiento de la zona euro, pese a representar el 10% del PIB de la zona euro, y generando 3 de cada 10 nuevos empleos en la zona. Esto confirma el liderazgo del país en el crecimiento económico europeo, con la expectativa de mantener un crecimiento superior al 2% en los próximos años gracias al Plan de Recuperación y la modernización de la economía, lo que permitirá elevar el PIB potencial hacia el 2%. A corto plazo, nuestro objetivo es seguir impulsando medidas para mejorar la productividad, un reto tanto nacional como europeo, abordado en informes como el de Draghi y Letta. En este sentido estamos impulsando reformas regulatorias e impulsando lo que llamamos el ‘régimen 20’, para facilitar la productividad empresarial en todas las comunidades autónomas y ciudades autónomas, a través de la simplificación y armonización de la regulación, similar al ‘régimen 28’ promovido a nivel europeo. Adicionalmente, estamos aprovechando los desarrollos tecnológicos, fundamentalmente a través de la inteligencia artificial, →





para reducir la carga administrativa de nuestras empresas, beneficiando especialmente a las pymes.

**¿Cuánto les preocupa la política económica anunciada por el presidente Donald Trump? El Banco de España cree que los aranceles estadounidenses pueden provocar una caída del 0,11% del PIB nacional. ¿Qué esperan a corto plazo?**

La evidencia empírica de episodios pasados nos muestra que las medidas arancelarias y el proteccionismo son perjudiciales tanto para el país que las impone como para aquellos que tienen empresas que deben afrontar el aumento de costes. Desde la UE y España, la postura es constructiva, buscando mayor integración y negociando con la nueva administración Trump. Sin embargo, Europa va a responder. No vamos a permitir que haya medidas que traten de manera injusta e injustificada a nuestras empresas, como ya se ha visto con los aranceles al acero y aluminio. Sobre el impacto de estas medidas, si hay una palabra clave que define esta

situación, es la incertidumbre, por lo que es clave actuar con prudencia. En términos agregados, el impacto parece ser pequeño, pero a nivel sectorial puede ser relevante para algunos sectores. Por ello, España mantiene un diálogo continuo con sus sectores afectados para mitigar el impacto y apoyarlos ante este nuevo desafío económico.

**¿Qué posibilidades hay de que Washington acepte la petición de la Cámara de Comercio de Estados Unidos en España de no aumentar los aranceles al país debido al elevado déficit comercial?**

España mantiene un déficit comercial con Estados Unidos, estimado en unos 10.000 millones de euros, en contraste con la narrativa estadounidense que suele centrarse en su propio déficit frente a otros países. Más allá de esta diferencia, la estrategia europea busca reforzar la unidad y hablar con una sola voz dentro del proyecto común de la Unión Europea. Desde España no se busca una solución individual, sino que se apuesta por una visión claramente eu-

# EUROPA DEBE MANTENER SUS VALORES Y MODELO DE BIENESTAR, PERO SIN CAER EN LA INGENUIDAD

ropeísta, destacando que la verdadera fortaleza radica en la escala y cohesión del bloque. Esta postura permite afrontar con mayor solidez los desafíos comerciales y negociar en mejores condiciones a nivel global.

**Muchos observadores internacionales consideran tímida la reacción de la UE ante la agresiva política de la Casa Blanca. ¿Cómo valora la actuación de Bruselas?**

Por aquí se suele decir que Europa es una “vegetariana en un mundo de carnívoros”, pero la realidad es que el continente se está moviendo con rapidez y con un claro sentido de urgencia ante los retos económicos y geopolíticos actuales. Las recomendaciones de Draghi y Letta han comenzado a traducirse en acciones concretas, tanto en materia de seguridad y defensa como en integración económica. Por eso, Europa debe ser omnívora: mantener nuestros valores y principios como la apertura, la sostenibilidad climática y su modelo de bienestar social único, pero sin caer en la ingenuidad. Es fundamental avanzar en la carrera por la competitividad con determinación, aprovechando las fortalezas del continente. Ahora es, sin duda, el momento de Europa.

**En el ámbito laboral también esperan una evolución positiva con la meta de llegar a los 23 millones de trabajadores a finales del 2026. ¿Cuáles son los planes para lograr este resultado?**

El mercado laboral en España sigue mostrando un crecimiento sólido, con la creación de aproximadamente medio millón de empleos netos cada 12 meses, lo que nos lleva a esa previsión. En términos de sectores, el empleo está creciendo con fuerza en áreas de alto valor añadido, especialmente en actividades científicas e innovación. Además, se espera que la construcción sea otro motor clave en los próximos años. Tras la caída drástica del sector tras la crisis financiera, se estima que su peso en el PIB pueda estabilizarse en torno al 9%, contribuyendo a solucionar el problema del acceso a la vivienda mediante el refuerzo de la oferta y el acceso a vivienda asequible. Para ello estamos avanzando en crear un sector de la construcción más productivo, desarrollando, entre otras cosas, un proyecto estratégico para la construcción industrializada. Otro factor clave para el crecimiento del empleo será el refuerzo de la autonomía estratégica con polos industriales de desarrollo, consolidando sectores estratégicos que generen empleo de calidad y

fortalezcan la competitividad del país.

**Existe una preocupación generalizada por el nivel de productividad. ¿No temen un impacto negativo por la reducción de la jornada laboral?**

La reducción de la jornada laboral es una de las principales medidas en discusión en el Congreso y lo que esperamos al final de esta negociación es mantener la ambición de las medidas, pero con un diseño equilibrado que permita a las empresas asumir este cambio sin afectar el empleo ni los salarios. Para ello, el Gobierno está centrado en ayudar a las pymes a mejorar su productividad, ya que su fortalecimiento facilitará la transición hacia una jornada reducida sin perjudicar la competitividad. Es cierto que algunos sectores pueden necesitar un mayor acompañamiento, pero creemos que la reducción de la jornada laboral es posible con el enfoque adecuado y las herramientas necesarias.

**¿Y de un estancamiento de los salarios como advierte la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (Anged)?**

No. A priori estamos viendo que se está siendo capaz de compatibilizar ambos elementos. Estamos viendo una buena evolución de los márgenes de las empresas en distintos sectores de los últimos años y debemos avanzar en la productividad para fomentar la atracción de trabajadores más cualificados, lo que también impulsará salarios más altos. No prevemos que este proceso que se está dando se paralice, al contrario, lo que queremos es fomentarlo.

**Existen opiniones encontradas sobre si elevar el mínimo exento del IRPF o no, tras la subida del SMI hasta los 1.184 euros. ¿Cree que mantener la tributación podría ser interpretado como una política de recaudación a través del SMI?**

Nosotros hemos apostado por una subida decidida del salario mínimo interprofesional de más del 60%, porque nuestro punto de partida estaba muy lejos de las recomendaciones que se hacen en el Pacto Social Europeo, que indica que el salario mínimo tiene que estar en el entorno del 60% del salario medio. Había muchísima brecha y había que cerrarla. A partir de aquí, el grupo de expertos señala que con esta subida ya estamos en el entorno de ese 60%, por lo que a partir de ahora la evolución del salario mínimo debe alinearse con la evolución de la economía, del salario medio y la productividad, sin perder poder adquisitivo. Evidentemente, la evolución del salario mínimo hace →

que lleguemos a unos umbrales que superan ya ese mínimo exento que había en términos fiscales. El argumento importante es que el cálculo del 60% se hace en términos netos, para tener en cuenta las diferencias fiscales entre países. Los expertos, cuando han recomendado este año una subida de 50 euros, han tenido en cuenta el impacto de la tributación, lo que quiere decir que, quizás, si no hubiera habido ese elemento de tributación, la subida que hubieran recomendado hubiera sido más baja.

**¿En qué punto nos encontramos con la realización de las obras previstas por los fondos europeos? ¿Cuáles son las estimaciones de las repercusiones en la economía real?**

El Plan de Recuperación de España se ha implementado en dos fases: primero con el uso de las transferencias y luego con los préstamos ofrecidos por la Comisión Europea. El plan tiene un total de 160.000 millones de euros, distribuidos en alrededor de 80.000 millones de transferencias y 80.000 millones de préstamos. Actualmente, España está muy avanzada en la primera fase de uso de las transferencias, habiendo convocado licitaciones públicas y adjudicado fondos por más de 48.000 millones de euros. De esos fondos, aproximadamente el 40% ha ido a parar a microempresas y pymes. En cuanto a la segunda fase, España está en proceso de utilizar los préstamos para dar continuidad a las inversiones. Se están utilizando diferentes instrumentos de préstamos, como los fondos a través del Instituto de Crédito Oficial y otras instituciones nacionales como Cofides. Uno de los principales enfoques de estos fondos es apoyar la transición climática y la transformación digital de las empresas. En cuanto al impacto, diversos organismos señalan que en 2025 y 2026 se logre el máximo impacto en términos de nivel de PIB, que sería entre 2,5 y 3 puntos, lo que representaría una contribución al crecimiento anual superior a medio punto, contribuyendo significativamente al crecimiento económico de España. Se trata de cifras muy relevantes, y no se podría entender la situación económica española tan positiva sin el Plan de Recuperación.

**Tras la caída del impuesto energético, Repsol, Moeve y otras empresas del sector reactivaron sus proyectos de inversión en España. ¿Prevé que se recupere esta tasa en los próximos años?**

El Gobierno, al poner sobre la mesa un nuevo impuesto a las energéticas, buscaba que las empresas del sector contribuyeran de manera justa al 'escudo social' y evitar, simultáneamente, que el impuesto fuera un obstáculo para que siguieran avanzando las inversiones necesarias en el sector energético, un área clave para el futuro. Era una propuesta



equilibrada, pero esta no recibió el apoyo mayoritario en el Congreso. Por lo tanto, por parte del Gobierno se han hecho los esfuerzos necesarios en este ámbito.

**¿Tiene el Gobierno planes de cambiar los "remedies" fijados por la CNMC para retrasar la OPA de BBVA a Sabadell? ¿Temen que la operación genere un efecto dominó de fusiones bancarias?**

Desde el principio, expresamos nuestra preocupación por el impacto potencial de esta operación, especialmente en términos de competencia, por el posible exceso de concentración que afectaría a las condiciones de los productos para los clientes, desde los depósitos a los créditos. También se podría ver afectado el acceso al crédito para las pymes, ya que Sabadell se concentra principalmente en este segmento. Además, el proceso podría generar sinergias o reducción de costes que afecten al empleo y la inclusión financiera si se cierran oficinas, más allá del elemento de cohesión regional, que también es importante. Para nosotros esto representa un elemento de preocupación y eso no ha cambiado, puesto que no ha habido información adicional. Somos respetuosos con el proceso y estamos a la espera del análisis de la CNMC. Lo evaluaremos en detalle y actuaremos en consecuencia.





### **¿Qué meta busca alcanzar el Gobierno con sus inversiones en Telefónica e Indra? ¿Prevén más inversiones para crear un gigante de la telecomunicación y defensa?**

Estas dos entidades son muy complementarias, especialmente en sectores clave como la seguridad y la defensa, donde somos conscientes de la necesidad de aumentar nuestra autonomía estratégica e independencia. Queremos que sigan siendo jugadores estratégicos en sus respectivos ámbitos y, por eso, es fundamental el refuerzo por parte del gobierno en ambos casos. A partir de aquí, corresponde a las compañías asumir el rol de liderazgo y creemos que la ventana de oportunidad es muy favorable. Y en ese sentido apostamos porque ese desarrollo se mantenga y siga para ser líderes en sus sectores.

### **¿Qué habilidades y estrategias deben tener los líderes empresariales para adaptarse con éxito a los cambios económicos que atraviesa España?**

Esta es una pregunta compleja, pero creo que es importante volver a la respuesta que di sobre el liderazgo que debe tener Europa en el contexto internacional actual. Para mí, es esencial que Europa tenga un liderazgo propio que defienda nuestro estado del bienestar, apueste por una economía sostenible y promueva un enfoque multilateral basado en reglas. Debemos trabajar para que, tanto las instituciones como los políticos y los empresarios, incluyendo las entidades bancarias y financieras, seamos los primeros embajadores de esta visión europea. Así, podemos combinar nuestros valores con la competitividad, lo cual debe ser el enfoque tanto de los empresarios como de los líderes políticos en este momento.

### **¿Cuál es el gran legado que le gustaría dejar en el Ministerio de Economía?**

La forma más sencilla de verlo es que me gustaría que, cuando me vaya, la economía española esté en una mejor situación de la que encontré al llegar. Esto será un desafío, porque el legado de la ministra Nadia Calviño es excelente. Ahí está el reto: ser capaces de mantener y continuar con este impulso hacia adelante. ▲

## CUENTAS CLARAS

**Como apasionado del fútbol y del triatlón, ¿qué recuerdo emotivo tiene relacionado con el deporte?**

Cuando terminé el Ironman en Madrid. Tras 12 horas de esfuerzo, completamente agotado y emocionalmente tocado, llegué a la meta en

la Puerta del Sol y me estaba esperando mi hija, que era muy pequeña en ese momento.

**Un empresario español al que admire y por qué**

Me entusiasma la nueva generación de empresarios, que viene con el impulso y la energía para romper

moldes y transformar el sector empresarial.

**Un libro que toda persona apasionada de la economía debe leer**

*Freakonomics*, de Steven Levitt y Stephen Dubner, porque aterrizan conceptos complejos en ejemplos llamativos, que se

entienden muy bien. Es muy ameno.

**El espacio al que le gusta escapar cuando necesita desconectar**

El hogar o salir a correr por donde sea

**Un destino al que sueña viajar**  
Egipto

# Business *is* business

Imán para inversores



**E**spaña se posiciona como el segundo país europeo más atractivo para los inversores en 2025, solo por detrás de Reino Unido, y es el único con dos ciudades en el 'top 10', según el informe *European Investor Intentions Survey* de CBRE. Madrid asciende al segundo puesto y Barcelona al cuarto, reflejando el creciente interés por el sector inmobiliario español, impulsado por el turismo, el crecimiento demográfico y la evolución del PIB. Se prevé un aumento del 15% en la inversión inmobiliaria, alcanzando los 16.000 millones de euros, con un optimismo generalizado entre los inversores, quienes priorizan la sostenibilidad en sus decisiones. Una tendencia que demuestra la capacidad nacional para convertirse en un imán de inversiones. ▲



© Gettyimages

# ¿Inmunes al tsunami arancelario de TRUMP?

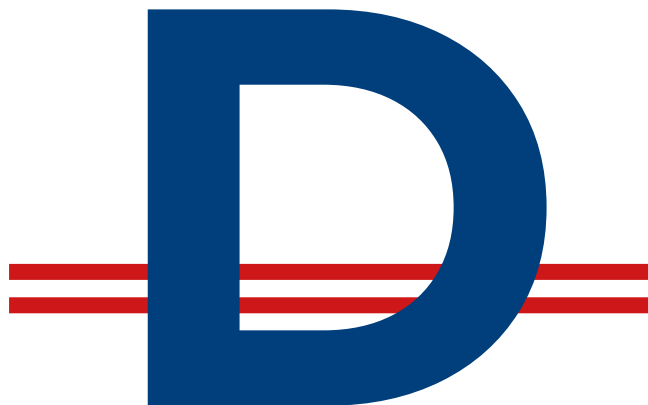
**El presidente de Estados Unidos** está sacudiendo el tablero comercial internacional a través de los impuestos aduaneros. Una medida proteccionista que obliga a **Europa** a mover ficha, mientras que **España** se plantea si realmente está blindada ante las políticas de Washington

---

Texto de **Ernesto Páez**

---





Donald Trump se estrenó como presidente de Estados Unidos amenazando a España con unos aranceles del 100%. Solo fue una equivocación, ya que, erróneamente, había encuadrado al país entre los BRICS, un grupo de potencias que ha planteado una divisa global alternativa al dólar. Si bien el anuncio encendió algunas alarmas, se apagaron casi de inmediato.

La tranquilidad duró poco. A principios de febrero y mientras hablaba con los periodistas en el *Air Force One*, Trump dio a conocer que “cualquier acero o aluminio que venga a EE.UU. tendrá un arancel del 25%”. Los datos de *Bloomberg* apuntan a que los países más golpeados por la

medida serán Canadá, México y Emiratos Árabes Unidos. Sin embargo, España no saldrá ileso. Jaime Montalvo, director Internacional de la Cámara de Comercio de España, indica a *Business People* que la medida supondría “una reducción del 10,4% en el valor total de las exportaciones españolas del sector a EE.UU., que ascendieron en 2024 a 930 millones de euros”.

Ante el anuncio de las nuevas políticas de Washington, el Gobierno de España hizo números y, según la actualización del cuadro macroeconómico aprobada por el Consejo de Ministros, se reconoció una desaceleración del alza de las exportaciones a partir de este mismo 2025, cuando pasarán a crecer al 2,3%, frente al 2,9% registrado en 2024. Por su parte, el gobernador del Banco de España, José Luis Escrivá, avisó de que la imposición de aranceles y de represalias provocará una bajada del 0,11% del PIB y una mayor inflación nacional en un promedio de tres años.

Con la Unión Europea aún intentando reaccionar al primer anuncio, Trump volvió a sacudir el tablero con una nueva medida: imponer aranceles recíprocos en su comercio exterior. Eso sí, tomando en cuenta todos los obstáculos estructurales, regulatorios e incluso fiscales que ofrecen dichos países. De ahí que busque imponer a Europa unos



Ángel Álvarez  
Director senior de Asuntos Europeos y  
líder de la oficina de Bruselas de LLYC

# La UE impone un arancel medio de **0,9%** a EE.UU., FRENTE AL **1,4%** que cobra Washington a los europeos

aranceles del 25% que respondan al IVA, la Tasa Google o las tarifas aeroportuarias, que Washington interpreta como una barrera comercial. Trump está convencido de sus planes y las cuentas le respaldan. De aplicar las medidas anunciadas, EE.UU. ingresaría unos 400.000 millones de dólares durante este año, de los que 149.000 provendrían de Europa. Cifra que será protagonizada por la importación de coches, de chips y de productos farmacéuticos.

Ángel Álvarez Alberdi, director senior de Asuntos Europeos y líder de la oficina de Bruselas de LLYC, ve “interesante cómo la administración Trump considera impuestos como el IVA o la llamada Tasa Google, como equivalentes a medidas arancelarias que, desde su perspectiva, motivan la imposición de aranceles a países que, siguiendo su lógi-

ca, se vienen aprovechando de Estados Unidos desde hace décadas”.

Y añade: “Este nacionalismo económico del *America First* asume que el comercio es un juego de suma cero, rompiendo con décadas de pensamiento liberal. En este sentido, Trump busca desde una perspectiva transaccional llegar a acuerdos de diversa índole que se puedan vender en clave interna como *good deals* con ganancias netas para los Estados Unidos”.

## ¿QUÉ ESTÁ POR LLEGAR?

El BBVA Research asegura, en el informe *La relación comercial España-EE.UU. ante el posible aumento de aranceles*, que el impacto directo sobre la economía española “se prevé limitado, dada la relativamente menor exposición comercial respecto al resto de países de la eurozona”. Sin embargo, advierte que “el impacto indirecto podría ser más elevado dada la mayor vulnerabilidad que presentan socios comerciales importantes”.

Miguel Cardoso, economista jefe para España en BBVA Research, explica a *Business People* qué impacto podría tener la política arancelaria en la inversión directa estadounidense en la industria española: “En el canal financiero, la inversión extranjera directa procedente de EE.UU. representó en 2023 casi el 27% de la IED total en España, por lo que el impacto a través de este canal podría ser elevado, sobre todo si parte de estos flujos están relacionados con la producción de bienes que se exportan a los Estados Unidos”.

Y añade que: “El escenario más negativo para España sería en el que la subida de aranceles no es generalizada, sino selectiva, y que los sectores que terminen siendo afectados sean precisamente aquellos en los que el país muestra un mayor volumen exportador con EE.UU.”.

La Cámara de Comercio también pronostica un →

El presidente de EE.UU., Donald Trump, habla con la prensa en la Oficina Oval tras firmar la comisión del secretario del Interior, Doug Burgum. Durante su intervención, Trump abordó los aranceles a China, Canadá y México, así como la coordinación de Burgum con el Departamento de Energía y la Agencia de Protección Ambiental



Miguel Cardoso  
Economista jefe para España en BBVA  
Research

“impacto limitado”, ya que las exportaciones españolas a EU suponen un 2,3% del PIB nacional, la mitad de lo que representan de media en la UE27, un 4,6% del PIB, entre las que destacan los bienes de equipo, los productos semi-manufacturados y los productos semialimentarios”. No obstante, prevén que el impacto sea mayor porque “afectaría de manera indirecta a otras ramas de la economía que añaden valor añadido a productos que se exportan a EU desde otros países”.

Jaime Montalvo detalla que “dependiendo de los sectores eventualmente afectados, la imposición de aranceles adicionales a partir del 10% generaría disrupciones y aumentaría los precios de los productos españoles implicados, en el mercado estadounidense”. Si bien precisa que aún no hay medidas concretas, “la experiencia previa es que estas medidas arancelarias pueden impactar severamente determinadas exportaciones, como ocurrió en 2019 con el aceite de oliva y la aceituna de mesa que perdieron hasta un 60% de su cuota en EE.UU.”.

El director senior de Asuntos Europeos de LLYC precisa que “los aranceles estadounidenses a España resultarían en una bajada significativa de nuestras exportaciones a este país”. A pesar de que comprender que el impacto económico en España sería “limitado” si se compara con países como Alemania, Francia o Italia o por el déficit comercial con Estados Unidos, también pone de relieve que “las gue-

rras comerciales siempre afectan negativamente a ambas partes implicadas y veríamos a muchas empresas en diversos sectores repartidos por toda la geografía nacional sufriendo consecuencias negativas completamente innecesarias”.

### PLAN DE DEFENSA

La Comisión Europea quiso mostrarse contundente al anunciar que “protegerá los intereses de las empresas, los trabajadores y los consumidores” europeos frente a las “medidas injustificadas”, “ilegales” y “económicamente contraproducentes” que se están impulsando desde EE.UU. Sin embargo, Ángel Álvarez Alberdi de LLYC advierte que “la administración Trump no considera a la UE como un interlocutor internacional a tener en cuenta. Es una concepción trufada de realismo político similar a la que ya se vio con Thatcher, en donde la UE es, en esencia, una administración supranacional eminentemente débil y sin fuerza coercitiva, mientras que los actores relevantes son los países individuales, en este caso los Estados Miembros de la Unión”.

A su entender, la Casa Blanca podría llevarse una sorpresa, ya que “es evidente que la Unión Europea está particularmente bien preparada para responder en el marco de una guerra comercial con Estados Unidos: por una parte, con una respuesta inmediata que consista en la imposición de aranceles recíprocos, y por otra, buscando nuevos socios co-

## Conversación con **Jaime Montalvo**, director Internacional de la Cámara de Comercio de España

### ¿Estamos a las puertas de una gran batalla comercial entre EE.UU. y la UE?

La reciente declaración de la Comisión Europea sobre su intención de reaccionar a los eventuales aranceles impuestos por EE.UU. sugiere que podríamos



encaminaríamos hacia un escenario de batalla comercial. El presidente Trump ha intensificado su retórica proteccionista, acusando a la UE de tratar injustamente a los productos estadounidenses y amenazando con imponer nuevos aranceles de forma generalizada. Se espera que la respuesta de la UE sea firme y proporcionada.

**¿Realmente beneficia a la economía de EE.UU. una guerra comercial con tantos frentes abiertos: UE, México, Canadá, China...?**

Una guerra comercial con múltiples frentes abiertos puede tener efectos adversos significativos en

su economía. La imposición de aranceles generalizados produciría de entrada un considerable aumento de los costes empresariales y precios internos, así como dificultades para la industria norteamericana en sus líneas de suministro. Es posible que la escalada arancelaria pueda generar algunos beneficios para EE.UU., especialmente a medio plazo. Ello dependería de si la producción nacional es capaz, económica y tecnológicamente, de sustituir las importaciones acometiendo las necesarias inversiones y ampliando así la contratación de trabajadores estadounidenses en estos

sectores. Pero esa capacidad oscilará de una industria a otra.

**¿Cree que el incremento de los aranceles impactará negativamente en el mercado laboral español?**

La advertencia de Seat sobre la posible pérdida de 1.500 empleos directos y hasta 10.000 indirectos en España, debido a los aranceles norteamericanos de hasta el 30,7% impuestos por la Unión Europea a vehículos eléctricos fabricados en China, como el *Cupra Tavascan*, ilustra el impacto significativo que estas medidas de defensa comercial pueden tener en nuestro mercado laboral.





## De aplicar los aranceles, EE.UU. ingresaría unos **400.000 MILLONES DE DÓLARES** durante este año

merciales privilegiados, como se vio con el cierre del acuerdo Mercosur (independientemente de que ciertos aspectos sean mejorables)". En este sentido, apuesta por la negociación, pero sin dejar de lado los intentos de reducir el desbalance comercial, "comprando más productos estadounidenses, pero todo dentro de una medida y siendo conscientes de la fuerza específica de la UE en el ámbito del comercio internacional".

En la misma línea está Montalvo, quien recalca que España tiene a su favor la política comercial común de la UE, "que permite al bloque actuar de manera unificada frente a medidas proteccionistas de otros países". ¿Cómo lo haría? desde imponer aranceles de represalia o presentar disputas ante la Organización Mundial del Comercio hasta tomar medidas antidumping y anti-subsidios, para proteger a sus industrias de prácticas desleales. "Además de las medidas reactivas, España y la UE están trabajando en fortalecer su autonomía estratégica para reducir la dependencia de mercados externos. En esta línea se enmarcan iniciativas como la nueva Ley de Industria y Autonomía Estratégica".

Cardoso ahonda en cuáles son las otras opciones de Europa y España para hacer frente a la ofensiva arancelaria. "Por un lado, el mercado está haciendo parte del trabajo con una depreciación del euro frente al dólar que compensa, en parte o completamente, el impacto de los mayores aranceles. En particular, estimamos que con una depreciación del euro/dólar del 10%, y suponiendo que todo lo demás se mantenga constante, podríamos esperar un aumento del PIB de entre tres y cuatro décimas".

Una situación que beneficiaría particularmente al sector servicios y en particular al turismo proveniente de los EE.UU. "Dado que no se está hablando de poner aranceles a la exportación e importación de servicios, el flujo de turistas provenientes de los EE.UU. se podría incrementar como consecuencia de la mejora en la competitividad (depreciación del tipo de cambio)".

A esto se suma la respuesta de política económica en Europa, ya que "será decisiva para determinar la magnitud y duración de los efectos sobre la actividad, en un entorno de particular incertidumbre". Para Cardoso, la UE deberá asegurar que las empresas europeas continúen compitiendo en un entorno justo. En el escenario menos negativo, esto serviría para acelerar el proceso de integración europea y adoptar las recomendaciones de los informes Letta y Draghi para mejorar la competitividad de las empresas del continente".

Justamente el expresidente del BCE, en un artículo de opinión escrito en *Financial Times*, asegura que "Europa se ha impuesto aranceles a sí misma" y aboga por un "cambio radical". Además, advierte de que "los obstáculos regulatorios son mucho más perjudiciales para el crecimiento que cualquier cosa que Estados Unidos pudiera imponer".

España no parece ser completamente inmune al impacto de los aranceles impulsados por Trump, aunque su exposición comercial sea relativamente baja. El futuro dependerá de la habilidad de Europa para navegar esta guerra comercial sin perder competitividad y, a la vez, aprovechar las oportunidades que puedan surgir, como una mayor integración económica y una revitalización de su defensa. ▲

© Shutterstock (1); Gettyimages (2)

# DE VUELTA AL GRAN PREMIO DE ESPAÑA

En una negociación a contrarreloj,  
**José Vicente de los Mozos**  
y **Stefano Domenicali**  
sentaron las bases para que,  
**45 años después**, el Gran Premio  
devuelva la **'carrera reina'**  
al asfalto de la capital de España

---

Texto de **Ana Montenegro**

---



Se estima que la competición generará un impacto económico de unos 4.500 millones de euros en ingresos directos, con 450 millones anuales. Sectores como el hotelero, el ocio y el inmobiliario prevén una facturación de 29,5 millones durante los tres días del evento



En la temporada 2026, Madrid regresa al circuito del Campeonato Mundial de Fórmula 1. La última vez que una carrera se celebró en la capital de España fue en 1981 en el circuito del Jarama. La apuesta ahora va mucho más allá, con un circuito muy especial, medio urbano y medio cerrado, utilizando los viales de Ifema, sus terrenos y enormes pabellones. Tras el trazado urbano de Montecarlo, el histórico de Monza o el cinematográfico de Las Vegas, el de Madrid apunta a que dejará huella.

La negociación para incluir a Madrid en el apretado calendario de la competición de velocidad más global fue tan veloz casi como los monoplazas que la corren. Dos españoles han sido claves en conseguirlo: José Vicente de los Mozos (Sao Paulo, Brasil, 1962), consejero delegado de Indra y presidente del comité ejecutivo de Ifema; y Luis García

Abad (Madrid, 1959), manager durante 20 años de Fernando Alonso; con la inestimable colaboración de un italiano, Stefano Domenicali (Imola, Italia, 1965), presidente de Formula One Group.

De los Mozos explica a *Business People* que “he estado muchos años fuera de España y siempre tuve un sueño, tenía la ilusión de ver un Gran Premio de Fórmula 1 en Madrid y como presidente de IFEMA pensé que me podría acercar”. Aunque reconoce que en principio el proyecto era más humilde. “Mi idea inicial no era hacer una carrera, un GP, sino una experiencia de Fórmula 1. Lo llevé al comité ejecutivo de Ifema y se lo presenté a los socios, Ayuntamiento, Comunidad de Madrid y la Cámara de Comercio y a partir de ahí empezamos a trabajar”. Contactó con García Abad, ya desvinculado de Fernando Alonso, y cuando fue a ver a Stefano Domenicali, al italiano le gustó mucho una idea que iba más allá de una simple carrera que enlazaba con la tendencia de la empresa Formula One Management, que gestiona lo que rodea a la competición, de potenciar las experiencias alrededor de las carreras.

El proyecto contó desde el primer momento con el apo-



### CIRCUITO HÍBRIDO

**5.474** METROS

**1:32** AVERAGE TIME

**+110** MIL ESPECTADORES

Isabel Díaz Ayuso, entre Stefano Domenicali y José Luis Martínez-Almeida, antes de la presentación del Gran Premio de España de Fórmula Uno de Madrid





**J**

**JARNO ZAFFELLI**

CEO de Dromo, la empresa italiana que diseñó el circuito de Madrid

yo de las dos administraciones implicadas, la comunidad y el ayuntamiento. Como explica a *Business People* Mariano de Paco, consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, un hombre de teatro que se ha implicado en este proyecto que también es muy teatral. “La llegada de la F1 a Madrid ha sido posible gracias a la gestión de políticas basadas en la colaboración público-privada, la baja fiscalidad, la seguridad jurídica, la apuesta por la atracción de inversores y la excelencia en los servicios públicos”, explica. Pero hay un elemento muy importante en el proyecto. “Al celebrarse en Ifema, se podrá llegar al circuito fácilmente en transporte público y sin salir de la ciudad, pero mientras la urbe puede mantener su ritmo de vida habitual, uno de nuestros principales reclamos es la proximidad al Aeropuerto Madrid Barajas Adolfo Suárez”, añade.

### UN CIRCUITO DIFERENTE

El anteproyecto de circuito, que en estos días (al cierre de esta edición no se había producido) tiene que recibir la homologación de la FIA (Federación Internacional de Automovilismo), ha sido diseñado por una de las mejores empresas en esta tarea, la italiana Dromo. Jarno Zaffelli, su CEO, expli-

**M**

**MARIANO DE PACO SERRANO**

Consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid



El futuro circuito de Fórmula 1 en Madrid se llamará Madring, palabra que combina el nombre de la ciudad y la palabra usada en la F1 para referirse a los circuitos

có que “estamos construyendo una pista donde los coches de 2026 lleguen a sus límites”. Tenemos que tener en cuenta que en la temporada 2026 van a cambiar las especificaciones de los monoplazas y, posiblemente, serán más rápidos que los actuales. Zaffelli ha desvelado que para hacer este diseño ha tenido como inspiración a los propios pilotos y sus peticiones. “Por ejemplo, no tenemos horquillas, pero sí curvas de medias a rápidas, muy rápidas y peraltes porque los pilotos nos dijeron que les gustaría ver más de este tipo de curvas en un nuevo circuito”, comenta el diseñador, lo que implica que este circuito podría ser un referente en la F1.

El proyecto tiene un trazado de 5,47 km con 20 →



El proyecto tiene un trazado de 5,47 km con 20 curvas, dos zonas DRS, cuatro donde se puede adelantar y un tiempo para hacer un giro de 1'32"

## HISTORIA DE LA F1 EN LA CAPITAL

La vinculación de Madrid con la Fórmula 1 se remonta a los años 60 del siglo XX. El Circuito del Jarama, a 30 km del centro de la capital, que ahora no son nada, pero entonces era un viaje, se construyó para la F1, aunque luego fue el escenario de muchos de los éxitos de Ángel Nieto sobre dos ruedas.

Se inauguró en 1967 y en mayo del año siguiente acogía la primera carrera. Barcelona fue pionera en organizar grandes premios en la década de los 50 del siglo pasado y en un espectacular circuito urbano en Pedralbes. Pero hubo un paréntesis de casi dos décadas hasta que arrancó de nuevo la F1 en el Jarama en 1968 con triunfo de Graham Hill en un Lotus. A partir de ese año, Madrid y Barcelona se alternaron el GP de España, en el circuito de Jarama los años pares y en el nuevo de Montjuic los impares, hasta que en 1975 hubo un grave accidente en Barcelona con cinco muertos, cosas que pasaban en esa época, y entre 1976 y 1979 se celebró anualmente en Madrid.

El último GP de España en el Jarama se corrió en 1981 bajo la amenaza de ETA, con el perímetro acordonado y con unos precios de entrada que, en plena crisis económica, sólo pudieron pagar 25.000 personas. El circuito del Jarama sigue muy vivo, pero obsoleto para las necesidades actuales de la F1.

curvas, dos zonas DRS, cuatro donde se puede adelantar y un tiempo para hacer un giro de 1'32". La velocidad media podría ser de alrededor de 218 km/h y la máxima unos 300 km/h. Para hacer este trazado se ha recurrido a parte de los viales actuales de Ifema, además de otros nuevos que se construirán en la parcela de Valdebebas que es de su propiedad y que se utilizó algunos años en el pasado para celebrar el festival Mad Cool. Incluye también 1,5 km de vía pública.

Las instalaciones del recinto ferial permitirán innovaciones como un *paddock* cubierto y climatizado, 200.000 m<sup>2</sup> de pabellones para diferentes actividades, 10.000 plazas de aparcamiento, pero también metro a la puerta desde el centro de la ciudad y desde el aeropuerto. El objetivo inicial es conseguir una capacidad para 110.000 espectadores el primer año y superar los 140.000 el quinto.

Para evitar errores del pasado como los de la F1 en Valencia, el proyecto de Madrid ha buscado la rentabilidad desde el principio. Según las estimaciones de la Comunidad de Madrid, "el Gran Premio de Fórmula 1 generará un impacto económico muy positivo, cifrado en 4.500 millones de euros en términos de PIB a lo largo de los diez años de duración del acuerdo, con retornos fiscales por valor de 350 millones de euros y la creación de unos 8.200 puestos de

## MADRID IMPONDRÁ EL TARDEO DE LA F1

**JOSÉ VICENTE DE LOS MOZOS**, PRESIDENTE DEL COMITÉ EJECUTIVO DE IFEMA, NO QUIERE HABLAR DE FECHAS PARA EL GP DE ESPAÑA DE 2026. AUNQUE YA ES OFICIOSA EL 2 DE SEPTIEMBRE DE ESE AÑO. SE MUESTRA EXTREMADAMENTE PRUDENTE, AUNQUE SOLO FALTAN 17 MESES.

### ¿Por qué será tan especial el GP de España de 2026?

Vamos a ser el primero de Europa, vamos a tener un hospitality gigante, el más grande con cerca de 20.000 plazas. Pero además disponemos de 12 pabellones, que no hay en ningún circuito, y vamos a utilizar varios de ellos para hacer una experiencia VIP de las marcas con sus clientes, de marcas de lujo, conciertos, etc.

### Pero esta carrera tiene otras bazas para atraer visitantes...

Por supuesto. Llega en un momento en el que Madrid está de moda, además Ifema Madrid tiene experiencia en organizar grandes eventos, como la Cumbre de la OTAN en 2022 o Fitur anualmente. Los tres últimos años hemos sido reconocidos como el mejor

recinto de exposición de Europa, estamos dotados de sistemas de ciberseguridad y cerca del aeropuerto. El 80% de las personas van a poder llegar en transporte público y en 2026 tendremos huella de carbono 0 en nuestras instalaciones.

### ¿En qué va a ser diferente este Gran Premio?

Estoy convencido de que va a ser el referente de los GP en Europa. Una semana de actividades. Además de la carrera, habrá conciertos en los pabellones, diferentes actividades, experiencias y el tardeo de Madrid. Vamos a poner en marcha, en un Gran Premio, 'el tardeo' de Madrid.

### ¿Madrid tiene capacidad para absorber un evento así sin problemas?

Hemos comprobado con FOM que hay capacidad hotelera e infraestructuras. Ahora estamos hablando

con los vecinos para que haya la menor perturbación posible, hemos lanzado la licitación para la construcción del circuito, estamos con los plazos de licencia. Hemos firmado ya algunas *joint ventures* para explotar los *paddocks* y estamos buscando otros socios. Tenemos que ir avanzando, pero hay que estar muy encima para no desviarse.

### Una de las mayores preocupaciones es que sea rentable

Preveemos unos ingresos de 450 millones al año para Madrid. Habrá 60.000 personas que vienen de fuera y que van a estar cuatro o cinco días en la ciudad.

### Pero mantiene su prudencia hasta que sea real, ¿no?

Las cosas hay que ganárselas. Date cuenta de



que nosotros llegamos con un nuevo concepto y una ciudad nueva, relativamente, para la F1. Pero hay más de 60.000 personas en Europa que se mueven a grandes premios y esas son las que queremos que vengan a Madrid. Es muy importante empezar bien y con un concepto de calidad. Creo que va a ser algo fabuloso y me sentiré muy satisfecho cuando vea que ha sido una realidad.



Tras el trazado urbano de Montecarlo, el histórico de Monza o el de Las Vegas, el de Madrid apunta a que dejará huella con su circuito híbrido

trabajo nuevos", avanza el consejero. En cuanto a los intangibles, se prevé, además de unos 850.000 nuevos turistas, "un beneficio positivo para la 'marca Madrid', que llegará por diferentes canales a los 120 millones de seguidores de la Fórmula 1 en todo el mundo. También ayudará a atraer inversores y otros eventos deportivos que sitúen a Madrid como capital del deporte".

Para Domenicali, la propuesta que ha construido Madrid para su gran premio es "fantástica". En su opinión, "personifica la visión de la Fórmula 1 para crear un espectáculo que, durante varios días, ofrezca deporte y entretenimiento con el máximo valor para los aficionados y que, al mismo tiempo, sea innovador y sostenible".

En la agenda de todos los aficionados españoles a la Fórmula 1 y sobre todo de los dos pilotos españoles, Fernando Alonso (Oviedo, 1981) y Carlos Sainz (Madrid, 1994), el GP de Madrid está marcado en rojo.

© Gettyimages (4)







# ¿AMÉRICA, EUROPA O CHINA... first?

Mientras **Donald Trump** insiste en aquello del **Make America Great Again**, **EUROPA, CHINA** y **RUSIA** buscan posicionarse en este nuevo orden mundial.

**¿Es esto el fin de la globalización tal y como la hemos entendido hasta ahora?**

Texto de **Rosario Fernández**

**L**a segunda victoria de Donald Trump ha llevado a otro nivel aquellas palabras que auparon al presidente de EE.UU. en su primer mandato: *America first*. Sin embargo, el proteccionismo actual no es algo nuevo. La crisis de 2008 y la pandemia de 2020 fueron caldo de cultivo que mostraron la vulnerabilidad de las economías occidentales ante la escasez de suministros esenciales. En respuesta, algunas economías han ido adoptando medidas para reducir su dependencia del exterior y fortalecer su producción local, sentando las bases de la ola proteccionista actual.

Según *Global Trade Alert*, desde 2009 se han implementado más de 60.000 medidas proteccionistas en todo el mundo, lo que refleja una tendencia generalizada de los países a priorizar →



Los aranceles de Estados Unidos al sector del acero y aluminio pondrían en juego 500 millones de euros en exportaciones

## LA participación de China EN LAS importaciones de EE.UU. CAYÓ DEL **21,6%** EN 2017 AL **13,5%** EN 2024

la seguridad económica. Como señala Vicente Montávez, diputado de PSOE y portavoz de la Comisión Mixta para la Unión Europea, “este giro estratégico, lejos de ser una reacción coyuntural, parece consolidarse como una nueva norma en la política económica global”. Y Trump ha sido un catalizador y un acelerador de este proceso. Su regreso al poder representa la punta de un iceberg que se ha ido formando durante las últimas décadas.

Juan Antonio Zoido, europarlamentario del Grupo Popular Europeo, recuerda que “ya en su primera etapa, Trump tenía una fijación por el acero y aluminio europeo, también por el sector agroalimentario que tanto sufrimos en España. Con Joe Biden la tendencia no se frenó, se congeló el problema mientras se

encontraba una solución a largo plazo que finalmente no ha llegado. Las medidas del *Buy America First* fueron de Biden, igual que la *Ley de Reducción de la Inflación*, quien sin tener un discurso descaradamente a favor de los aranceles, buscó la protección de las empresas nacionales. Ahora, en la segunda etapa de Trump, vemos que esta tendencia recupera más fuerza si cabe”.

En el corto plazo, estas medidas pueden proteger industrias locales, generar empleo y fortalecer sectores estratégicos, sin embargo, en el largo, dichas medidas pueden llevar a ineficiencias, aumento de costes, represalias comer-



**Massimo Cermelli**, profesor de economía de Deusto Business School



**Javier Moreno**, presidente de la delegación socialista española en el Parlamento Europeo

ciales y menor competitividad global. Massimo Cermelli, profesor de economía de Deusto Business School, apunta que “seguramente, estas decisiones son inflacionistas y generan presiones en los niveles de precios tanto en términos de aumento de costes para empresas como para consumidores”.

Montávez, diputado del PSOE, aporta algunas cifras. “Nada más asumir el poder en 2017, impuso aranceles para reducir el déficit comercial con China. Como resultado, la participación del gigante asiático en las importaciones de EE.UU. cayó del 21,6% en 2017 al 13,5% en 2024. Sin embargo, lejos de corregir el desequilibrio, el déficit comercial de bienes ha seguido aumentando, pasando de casi 800.000 millones de dólares en 2017 a más de un billón en 2023”.

El europarlamentario del PP Juan Antonio Zoido cree que, más allá de las cifras, esta oleada arancelaria debe interpretarse como “una amenaza del presidente para conseguir objetivos políticos. La Unión Europea quiere más inversión en defensa, comprando tecnología estadouni-

dense, y pretende conseguirlo con la amenaza de los aranceles. Trump es un negociador nato y ha venido a negociar. La UE no puede sacrificar a un aliado tradicional y fiable como Estados Unidos, no solo en comercio, sino también en defensa. Por eso, tendremos que sentarnos a negociar”.

Javier Moreno, presidente de la delegación socialista española en el Parlamento Europeo, se muestra cauto y subraya que “es mejor no especular para no crear inseguridad en la economía. Hay que ver cómo se concretan las que hoy son amenazas”. Y enfatiza: “La UE debe mantenerse segura de sí misma y proteger más que su mercado su autonomía política y económica. En la UE, la solución a las crisis es siempre unirnos más, no entrar en pánico ni enfrentarnos entre nosotros, ya que eso es lo que buscan nuestros adversarios, pero tenemos que permanecer unidos para ser fuertes. Somos el mayor mercado interior abierto y la pri- →

## NUEVO ORDEN MUNDIAL

ENTREVISTA A COSME OJEDA, PROFESOR DE OPINIÓN PÚBLICA, UNIVERSIDAD CEU SAN PABLO

# “Los aranceles sólo frenan el crecimiento económico”

**¿En qué medida Donald Trump ha acelerado esta tendencia proteccionista?**  
Trump es la muestra más esperpéntica de esa política de aranceles y las primeras semanas de Trump 2.0 nos están mostrando que el caos de su primera administración va a ser superado con creces ahora. Propone peores aranceles para sus socios y vecinos que para su principal rival comercial, China, en lo que ya se llama la guerra comercial más estúpida de la historia, según el *Wall Street Journal*. El comercio genera riqueza; los aranceles frenan el crecimiento

económico.  
**¿Son viables estas medidas?**  
China ha hecho los deberes y ha preparado una respuesta más sistemática que la espasmódica actuación de Trump. Ya lo hizo con la primera guerra arancelaria en 2018-19 y Trump perdió las elecciones a mitad de mandato por los aranceles agrícolas que impuso China al maíz y la soja que compraba a los agricultores del medio oeste de EE. UU. Decir que vas a imponer aranceles, para retirarlos temporalmente después a Canadá y México,



y esperar en el caso de China, está generando incertidumbre. La decisión de los países afectados de responder con contramedidas provocará menor crecimiento económico.

### ¿Cuáles son las consecuencias para España?

El principal problema de España sigue siendo el mercado laboral. Con el cambio de paradigma del sector del automóvil, China ha reconfigurado esa industria con los coches eléctricos. Recordemos que, en España, el segundo productor europeo de

coches, la industria del automóvil y el sector auxiliar representan alrededor del 10% del empleo y PIB. Si hace 10 años China no podía competir con Estados Unidos o Europa en productos de valor añadido, hoy sí. Ha aprendido y está centrada en liderar el mundo en el próximo siglo. Puede acabar con sectores industriales enteros en Estados Unidos, Alemania o España. Estados Unidos necesita a sus aliados y China necesita mercados en los que vender sus productos. Hay que llegar a acuerdos y respetar los acuerdos internacionales, no hacer guerras arancelarias.

mera economía del mundo, según se mire, por lo que debemos confiar en nosotros mismos”.

### LOS QUE PIERDEN

Así, los sectores que se ven más afectados en estos momentos de proteccionismo suelen ser aquellos estratégicos para la economía y la seguridad nacional. En concreto, en este caso serán el sector de la automoción, el sector de los microprocesadores -la reciente aparición de Deepseek podría intensificar aún más la guerra comercial en este ámbito-, el sector agroalimentario y el sector energético. Pero también cabe mencionar que la industria farmacéutica y la industria de defensa también sufrirán el peso de dichas decisiones. Como dice el europarlamentario del PSOE Javier Moreno, “no soy capaz de encontrar alguna industria estadounidense que no necesite comprar o vender en el exterior”.

Como consecuencia, es probable que haya más tensiones y conflictos, sobre todo con China más que con Rusia, por otros frentes abiertos como Taiwán y las empresas tecnológicas de Huawei y TikTok. “En el caso de China, seguramente dichas medidas supondrán mayores inversiones en el mercado interno y la búsqueda de mer-



Vicente Montávez, diputado de PSOE y portavoz de la Comisión Mixta para la Unión Europea

cados alternativos al estadounidense con la introducción de otras restricciones estratégicas a los productos que llegan de Estados Unidos. Y por lo que respecta a Rusia, el embargo energético, las sanciones a la industria militar y la desdolarización de dicho país son las tensiones actuales que están encima de la mesa. Cabe esperar que Rusia fortalezca sus conexiones comerciales con China e India, si no hay otros cambios, y que China refuerce las inversiones internas”, dice Cermelli, de Deusto Business School.

### Y EN ESPAÑA...

Por lo que respecta a España, cabe esperar que el sector de la automoción sea el que sufra el golpe más fuerte, pero también el sector agrícola vivirá un duro parón debido a las medidas proteccionistas, así como el de las energías renovables. España, después de la automoción, es un gran exportador de frutas, hortalizas y aceite de oliva, por lo que es probable un aumento de los costes energéticos, como otro factor a tener en cuenta en dicho escenario proteccionista. A ello, Juan Antonio Zoido, europarlamentario popular,



Los expertos prevén que el sector de la automoción española sea el que sufra el golpe más fuerte por el proteccionismo de Estados Unidos y China, pero también el sector agrícola y el de las energías renovables



© Gettyimages (4)

## DESDE 2009 SE HAN IMPLEMENTADO MÁS DE **60.000** medidas proteccionistas EN TODO EL MUNDO, SEGÚN GLOBAL TRADE ALERT

añade que “nos jugamos mucho en el acero y aluminio, donde ya sabemos que están en riesgo 500 millones de euros en exportaciones”.

El europarlamentario socialista Javier Moreno apunta que “el comercio internacional es competencia de la UE. España y los demás Estados miembros tienen necesariamente que estar siempre coordinados y funcionar juntos, y más cuando se anuncian sobresaltos. Hacer la guerra cada uno por su cuenta no tiene sentido ni beneficia a nadie. Lo que podemos hacer es todo el esfuerzo político y diplomático, juntos y por separado, para que las aguas vuelvan al cauce del diálogo y la cooperación con mayúsculas”. España es, no olvidemos, aliado y socio bilateral de los Esta-

dos Unidos. Y es que, según el profesor de Deusto Business School, “cuando hay una guerra comercial todos acaban viéndose perjudicados y ninguno ganando”.

De la misma opinión se muestra Montávez, quien asegura que, en este contexto, la Unión Europea “debe equilibrar su ambición normativa con la necesidad de prosperidad e independencia. Hoy en día, la seguridad y la economía están cada vez más interconectadas, lo que pone a la Unión bajo gran presión. La construcción europea se ha basado en la separación de estos ámbitos: la seguridad como prerrogativa nacional y las relaciones económicas exteriores como competencia comunitaria. Superar esta fragmentación requerirá una coordinación política más estrecha. La pregunta clave que deben responder algunos estados miembros es si van a optar por más Europa o por *America First*”. ▲

**Juan Antonio Zoido**, europarlamentario del Grupo Popular Europeo



# SAVE THE DATE!



**LA IA  
EN EL TRABAJO**

Mayo 2025

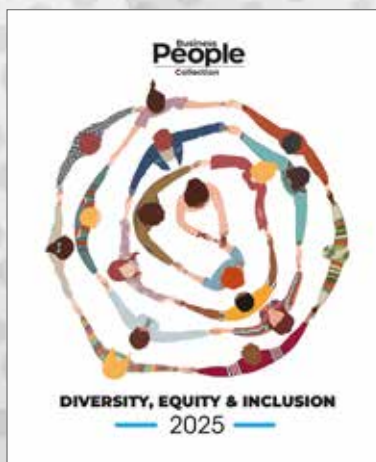


**LIDERAZGO  
AL FEMENINO**

Julio - Agosto 2025

Septiembre 2025

**DIVERSITY, EQUITY  
& INCLUSION**



**COMUNICAR  
ES UNA EMPRESA**



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

**T**ras los lanzamientos de **Los Campeones de la Sostenibilidad** y **100% Business People**, el 2025 seguirá trayendo importantes suplementos sobre temas de actualidad e interés como: **La IA en el trabajo**, **Diversity, Equity & Inclusion**, **Liderazgo al femenino**. Esto es solo la punta del iceberg de los especiales que nos acompañarán a lo largo de este año. **¡Apunta estas fechas clave en tu calendario!**



**LA FORMA DE LA BELLEZA**



**CAMPEONES DE LA SOSTENIBILIDAD**

Octubre 2025

Noviembre 2025

Diciembre 2025

Enero-Febrero 2026

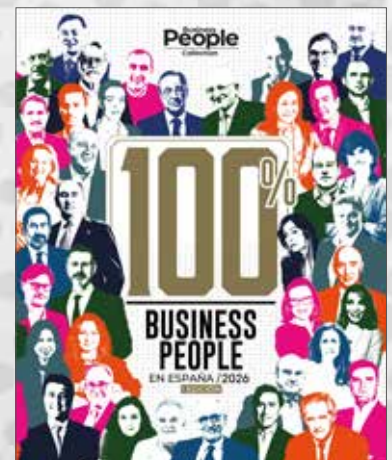
**OBJETIVO FORMACIÓN**



**TOP 10 MARKETERS EN ESPAÑA**



**100% BUSINESS PEOPLE EN ESPAÑA 2026**



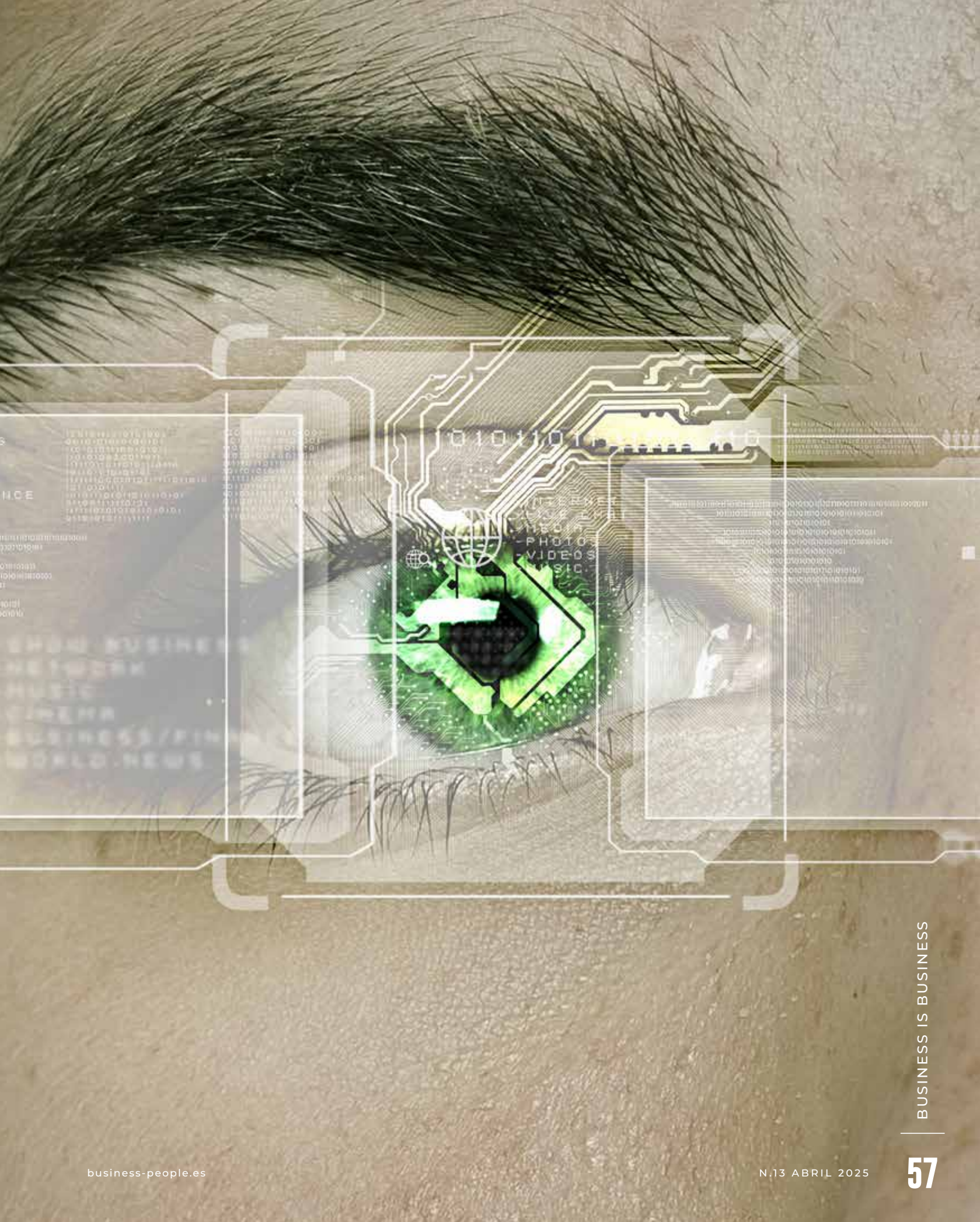
# REDEFINIR LA

# REALIDAD

La computación espacial está transformando nuestra interacción con el mundo físico, **integrando tecnologías** como la realidad aumentada y la realidad virtual **para enriquecer experiencias y optimizar procesos**

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





ANCE

SHOW BUSINESS  
THE WORK  
MUSIC  
CINEMA  
BUSINESS / FIN  
WORLD NEWS

0101101

PHOTO  
VIDEOS  
MUSIC



Vivimos en una era en la que la frontera entre lo físico y lo digital se desdibuja con una velocidad sin precedentes. La computación espacial surge como una de las innovaciones más prometedoras, redefiniendo la manera en que interactuamos con nuestro entorno y ofreciendo soluciones que hasta hace poco solo pertenecían a la ciencia ficción. Esta convergencia entre lo digital y lo tangible está redefiniendo sectores empresariales, mejorando la experiencia del usuario y abriendo nuevas oportunidades de negocio.

La Realidad Aumentada (RA) y la Realidad Virtual (RV) son los pilares fundamentales de esta transformación, en donde también coexisten con la Realidad Mixta (MR), la inteligencia artificial y el Internet de las Cosas (IoT). En su conjunto, permiten desde la optimización de procesos industriales hasta la creación de experiencias inmersivas en la educación y el entretenimiento.

El mercado global de computación espacial muestra un crecimiento robusto y prometedor. Según *The Insight Partners*, su valor en 2022 fue de 86.520 millones de dólares y se espera que alcance 407.200 millones de dólares en 2030, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 21,4%. Por su parte, el informe *Global Market Insights* estimó su valor en 105.900 millones de dólares en 2022, proyectando un CAGR superior al 19% entre 2023 y 2032.

Mirando a más largo plazo, *Fundamental Business Insights* prevé que el mercado pasará de 147.580 millones de dólares en 2024 a 929.120 millones de dólares en 2034, con un CAGR superior al 20,2% entre 2025 y 2034. En paralelo, el mercado de la realidad virtual también muestra una fuer-



G

GIOVANNI CETTO

CEO de TwoReality, firma fundada en 2010 para ayudar a las empresas a crear acciones en realidad virtual

te expansión: en 2023, su valor fue de 12.860 millones de dólares, y se proyecta que alcance 123.060 millones de dólares en 2032, con un CAGR del 28,7%.

### LO MÁS ACTUAL

Uno de los referentes más conocidos en la industria es el *visionOS 2* para las Apple Vision Pro. Un producto que permite a los usuarios convertir imágenes en fotos espaciales y utilizar gestos intuitivos para navegar por el sistema. Sin embargo, los avances tecnológicos dentro del sector están en constante evolución, como quedó demostrado este año en el Mobile World Congress de Barcelona, donde fueron presentadas, al menos, cuatro innovaciones de gran nivel en el sector de la computación espacial.

En cuanto a la realidad aumentada y la realidad virtual, TCL presentó las gafas AR *RayNeo Air 3s*, que elevan la interactividad y funcionalidad en entornos inmersivos. Estas gafas permiten una experiencia enriquecida al superponer información digital sobre el entorno real, lo que mejora notablemente la forma en que los usuarios interactúan con el mundo digital.

Complementando esta apuesta por entornos inmersivos, Xpanceo introdujo innovadoras lentes de contacto con realidad virtual que permiten acceder a información de manera rápida y directa, ofreciendo una experiencia inmersiva. En el campo del Internet de las Cosas, GlocalMe lanzó un smartphone diseñado específicamente para mascotas. Finalmente, Samsung sorprendió con el proyecto *Moohan*, sus gafas de realidad extendida. Sin olvidar que, en el ámbito sanitario, ARSOFT desarrolló un avanzado software que facilita a médicos y cirujanos el análisis de imágenes médicas y la planificación de intervenciones quirúrgicas.

### TRANSFORMACIÓN CON RA Y RV

La revolución no solo está en las manos de los gigantes tecnológicos, sino también en empresas especializadas en soluciones inmersivas. Para analizar este fenómeno, *Business People* conversó con dos referentes del sector: Giovanni Cetto, CEO de TwoReality, y Gustavo Medina, CEO de XReality Factory (XRF).

Giovanni Cetto destaca que “la realidad aumentada y la realidad virtual están en el umbral de una revolución empresarial sin precedentes. En los próximos cinco años, veremos cómo estas tecnologías redefinirán la forma en que las empresas diseñan productos, capacitan empleados y se relacionan con los clientes”. Además, subraya que “la RA potenciará la eficiencia en sectores como la manufactura y el mantenimiento industrial, permitiendo a los trabajadores



SE PREVÉ QUE EL MERCADO  
PASARÁ DE  
**147.580**  
MILLONES DE DÓLARES  
EN 2024 A  
**929.120**  
MILLONES DE DÓLARES  
EN 2034

acceder a información clave en tiempo real sin interrumpir su flujo de trabajo”.

En cuanto a la implementación empresarial, Cetto expone tres tendencias clave que marcarán el futuro corporativo: la capacitación y simulación inmersiva, que reducirá los tiempos de aprendizaje y mejorará la retención del conocimiento; el comercio inmersivo, que transformará la interacción del consumidor con los productos al permitir probarlos en entornos virtuales antes de comprarlos; y los espacios de trabajo virtuales, que facilitarán la colaboración en tiempo real entre equipos globales. Concluye afirmando que “las empresas que adopten estas innovaciones no solo mejorarán su operativa, sino que se posicionarán a la vanguardia de la nueva era digital, ofreciendo experiencias diferenciadas y competitivas en un mercado en constante evolución”.

#### INTEGRACIÓN DIGITAL

En cuanto a la integración digital, Cetto prevé un futuro interconectado que llegará “desde asistentes virtuales con IA hasta la generación automática de entornos inmersivos, la sinergia entre estas tecnologías multiplicará su impacto”. Esta convergencia optimiza procesos y garantiza la seguridad y autenticidad digital mediante *blockchain*, impulsando un ecosistema descentralizado y robusto.

Consiente de adaptarse a las necesidades, Gustavo Medina explica cómo XRF ha dado un giro estratégico: “Nuestra transición de desarrollar videojuegos a soluciones para defensa y seguridad nos permitió comprobar el enorme potencial de la computación espacial en situaciones crí- →

ticas”, recordando cómo, durante la erupción del volcán de La Palma, su tecnología demostró su capacidad de respuesta en emergencias.

Medina también destaca que “estamos invirtiendo en inteligencia artificial para que en una primera fase recomienda decisiones al usuario a partir de protocolos operacionales”, lo que subraya el rol central de la IA en la evolución de estos entornos inmersivos.

El CEO de XRF nos indica que “dada la creciente digitalización del entorno y el existente uso de tecnología casi obsoleta o sistemas analógicos, es de suma relevancia modernizar las infraestructuras y sistemas tecnológicos para gestionar las emergencias en materia de prevención, preparación y respuesta”.

En este sentido, precisa que “las principales innovaciones en computación espacial que están marcando el panorama de la defensa, seguridad y emergencias incluyen la inteligencia artificial y el análisis de datos para optimizar la toma de decisiones mediante la identificación de patrones y la predicción de eventos con mayor precisión”.

Asimismo, también destaca que “los drones y la robótica para la mejora en la eficiencia y rapidez en las intervenciones, especialmente en aquellas áreas de difícil acceso o peligrosas; la creación de redes inteligentes basadas en la nube y el 5G para la mayor sincronización entre equipos y optimización de las operaciones multicanal; y, por último, las si-



## EL FUTURO ES AHORA

DESDE EL CLÚSTER DE REALIDAD EXTENDIDA DE ESPAÑA, LA COFUNDADORA DE INMERSIVA XR, **LORENA GARCÍA**, EXPLICA CÓMO LA INTEGRACIÓN DE ESTAS TECNOLOGÍAS ESTÁ TRANSFORMANDO SECTORES Y GENERANDO NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.

### ¿Cómo percibe el futuro de la computación espacial en España?

Consideramos que su futuro en España es muy prometedor. La computación espacial permite al usuario interactuar con su entorno de manera inmersiva y tridimensional. A medida que estas tecnologías continúen evolucionando y su convergencia dé lugar a más casos de uso en diferentes sectores como el educativo, el industrial, el comercial o el sanitario,

esperamos que se amplíe el número de usuarios y mejore su experiencia, siendo esta más natural y envolvente.

#### ¿Qué ejemplos concretos podemos ver en las empresas españolas?

Un ejemplo claro es el sector retail, donde algunas marcas utilizan AR para ofrecer experiencias de compra interactivas, permitiendo que los usuarios visualicen productos en su entorno antes de comprar. Por otro lado, universidades y centros de formación, así

como empresas privadas, están optando por los entornos virtuales, incluso con Gemelos Digitales, para que los estudiantes puedan practicar habilidades técnicas, reduciendo costes y, en algunos casos, eliminando potenciales riesgos, como por ejemplo en cirugías, uso de químicos o pilotaje. A nivel industrial, ya hay grandes empresas que están utilizando VR y MR para simulaciones de todo tipo, optimizando procesos de producción y mejorando la calidad de sus productos. Además, en el

sector inmobiliario, muchas empresas han comenzado a ofrecer visitas virtuales a propiedades.

#### ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las empresas al integrar la computación espacial?

Principalmente, las empresas se preocupan por los costes iniciales, tanto de hardware como de software. Sin embargo, también consideramos que hay bastante desconocimiento de la tecnología, lo que favorece la resistencia al cambio. Además, las



empresas pueden encontrar dificultades en la integración de estas tecnologías con sus sistemas existentes, lo que puede ralentizar la adopción. Desde INMERSIVA XR recomendamos una estrategia gradual, comenzando con pilotos o pruebas a pequeña escala que permitan evaluar el retorno de inversión y la efectividad de estas tecnologías. También consideramos que es crucial asesorarse con asociaciones industriales y trabajar con proveedores especializados en Realidad Extendida para facilitar la integración.

**¿Qué iniciativas o programas está llevando a cabo el clúster para fomentar la adopción de la computación espacial?**  
INMERSIVA XR está

llevando a cabo diversas iniciativas para fomentar la adopción de la Realidad Extendida en España. Entre estas destacamos los programas de formación y sensibilización dirigidos a empresas de diferentes sectores, con el objetivo de demostrar los beneficios tangibles de estas tecnologías. Además, promovemos la colaboración entre empresas tecnológicas, universidades y centros de investigación para impulsar la innovación y el desarrollo de nuevas aplicaciones. También organizamos eventos y jornadas de networking donde las empresas pueden compartir experiencias y aprender sobre las últimas tendencias y avances en Realidad Extendida.



**G**

**GUSTAVO MEDINA**

CEO de XReality Factory (XRF), tecnológica española especializada en el uso de la realidad extendida y la inteligencia artificial

mulaciones y gemelos digitales que favorecen el aprendizaje y entrenamiento controlado de las fuerzas para practicar habilidades, perfeccionar estrategias operativas y mejorar la coordinación”.

La integración de la inteligencia artificial, el metaverso, IoT y *blockchain* abre nuevas posibilidades en la computación espacial. Medina explica que “en XRF combinamos la realidad extendida y la inteligencia artificial para mejorar la toma de decisiones en escenarios complejos”, integrando soluciones que abarcan desde centros de mando hasta aplicaciones móviles.

Además, indica que “paralelamente, y en líneas generales, nuestros planes para los próximos años están relacionados con consolidar nuestro posicionamiento en el sector de la defensa y seguridad, ampliar a nuevos clientes de otras verticales e incorporar la inteligencia artificial a nuestras líneas de negocio”.

En el ámbito empresarial, la computación espacial ya está demostrando resultados concretos. XRF, por ejemplo, ha colaborado con una multinacional automotriz para desarrollar un entorno de formación en RV para técnicos de mantenimiento, lo que redujo en un 40% el tiempo de capacitación y disminuyó errores en un 30%.

Además, TwoReality ha implementado soluciones que permiten a empresas optimizar procesos en sectores tan variados como el retail, donde la RA posibilita experiencias de compra interactivas, o en la educación, mediante simulaciones que reducen riesgos y costos.

La computación espacial, al integrar realidad aumentada, realidad virtual, inteligencia artificial y tecnologías emergentes, está redefiniendo la interacción entre el mundo físico y digital, creando entornos más inmersivos, eficientes e inteligentes. Innovaciones como el *visionOS 2* están marcando el camino, mientras que compañías como TwoReality y XRF demuestran que, con una estrategia sólida, el futuro ya es una realidad. Aquellas compañías que adopten estas herramientas con visión y proactividad no solo impulsarán su transformación, sino que también estarán mejor posicionadas para liderar la próxima revolución empresarial. ▲

© Gettyimages (3)

# TIENDAS FANTÁSTICAS Y DÓNDE ENCONTRARLAS

En un mundo donde la experiencia de compra se ha transformado en un arte, exploramos las tiendas más llamativas del planeta, donde el diseño audaz y la innovación se combinan para crear espacios que van **más allá de lo convencional**

---

texto de Cristina Mendoza

# AS

## Prada

Marfa, Texas EE.UU.

Es una instalación artística ubicada en el desierto de Texas, diseñada por los artistas Elmgreen & Dragset, que simula una boutique de lujo de Prada. Inaugurada en 2005, la estructura de hormigón y vidrio se asemeja a una tienda real, con un interior cuidadosamente decorado que exhibe una selección de artículos de moda de la marca. Sin embargo, su propósito es más artístico que comercial, ya que no está destinada a la venta de productos, sino que invita a la reflexión sobre el consumismo, la cultura de la moda y la obsesión por el lujo en un contexto aislado y desértico.



# D

Desde boutiques de lujo en las calles de París hasta *concept stores* en el bullicioso Tokio, el retail ha evolucionado hacia una experiencia sensorial que atrae a los compradores más allá de los productos. Estas tiendas, no solo espacios comerciales, se han conver-

tido en destinos en sí mismos, donde la arquitectura vanguardista y la creatividad se entrelazan para ofrecer experiencias únicas. En este reportaje, nos adentraremos en un recorrido por algunas de las tiendas más impresionantes del mundo, explorando cómo su diseño, concepto y ambiente han redefinido la forma en que compramos y nos conectamos con las marcas.

## Freitag

Zúrich, Suiza

Freitag es una tienda icónica ubicada en Zúrich, Suiza, famosa por su diseño único y su compromiso con la sostenibilidad. Construida a partir de contenedores de carga reciclados, la boutique se especializa en la fabricación de mochilas y accesorios utilizando lonas de camiones recicladas. El espacio de venta no solo es un lugar para comprar, sino también una experiencia visual, con un interior creativo que refleja la filosofía de la marca sobre la reutilización y el diseño responsable.







## **Casa Dior**

Seúl, Corea del Sur

La Casa Dior en Seúl, diseñada por Christian de Portzamparc, destaca por su forma rectangular que combina elementos masculinos y femeninos. Su fachada curvada, compuesta por 11 elementos de 20 metros de altura, se asemeja a la superposición de prendas de vestir. La entrada está marcada por arcos de mallas metálicas, y el segundo piso cuenta con espacios al aire libre que ofrecen vistas panorámicas. Este edificio no solo exhibe moda, sino que también es una obra maestra arquitectónica.



## **Gentle Monster**

Shanghái, China

Gentle Monster en Shanghái es más que una tienda de gafas; es una experiencia artística inmersiva. Su diseño contemporáneo presenta espacios innovadores y exposiciones interactivas que desafían la percepción tradicional del retail. La marca, conocida por su enfoque vanguardista, utiliza la tienda como un lienzo para mostrar su visión única de la moda y el arte. Con cada visita, los clientes son invitados a explorar un entorno donde la estética y la creatividad se entrelazan.



## **Louis Vuitton**

Nueva York, EE.UU.

La tienda de Louis Vuitton en la 57th Street de Nueva York es un icónico destino de lujo que refleja la fusión entre moda y arquitectura contemporánea. Recientemente, ha sido transformada en una impresionante fachada de baúles gigantes de 20 pisos, un proyecto que duplicará el tamaño de la boutique. Este diseño tridimensional incluye detalles característicos de la marca. Durante las obras, la marca opera temporalmente en un edificio cercano, que también alberga su primer café en EE.UU.

## VitraHaus

Weil am Rhein, Alemania

VitraHaus, ubicado en Weil am Rhein, Alemania, es una innovadora tienda y showroom diseñado por Herzog & de Meuron. Este edificio destaca por su estructura única de cubos apilados, que crean espacios multifuncionales para exhibir muebles y diseños contemporáneos de Vitra. La combinación de arquitectura moderna y funcionalidad lo convierte en un destino clave para los amantes del diseño y la arquitectura. VitraHaus también sirve como un centro cultural, organizando eventos y exposiciones relacionados con el diseño.

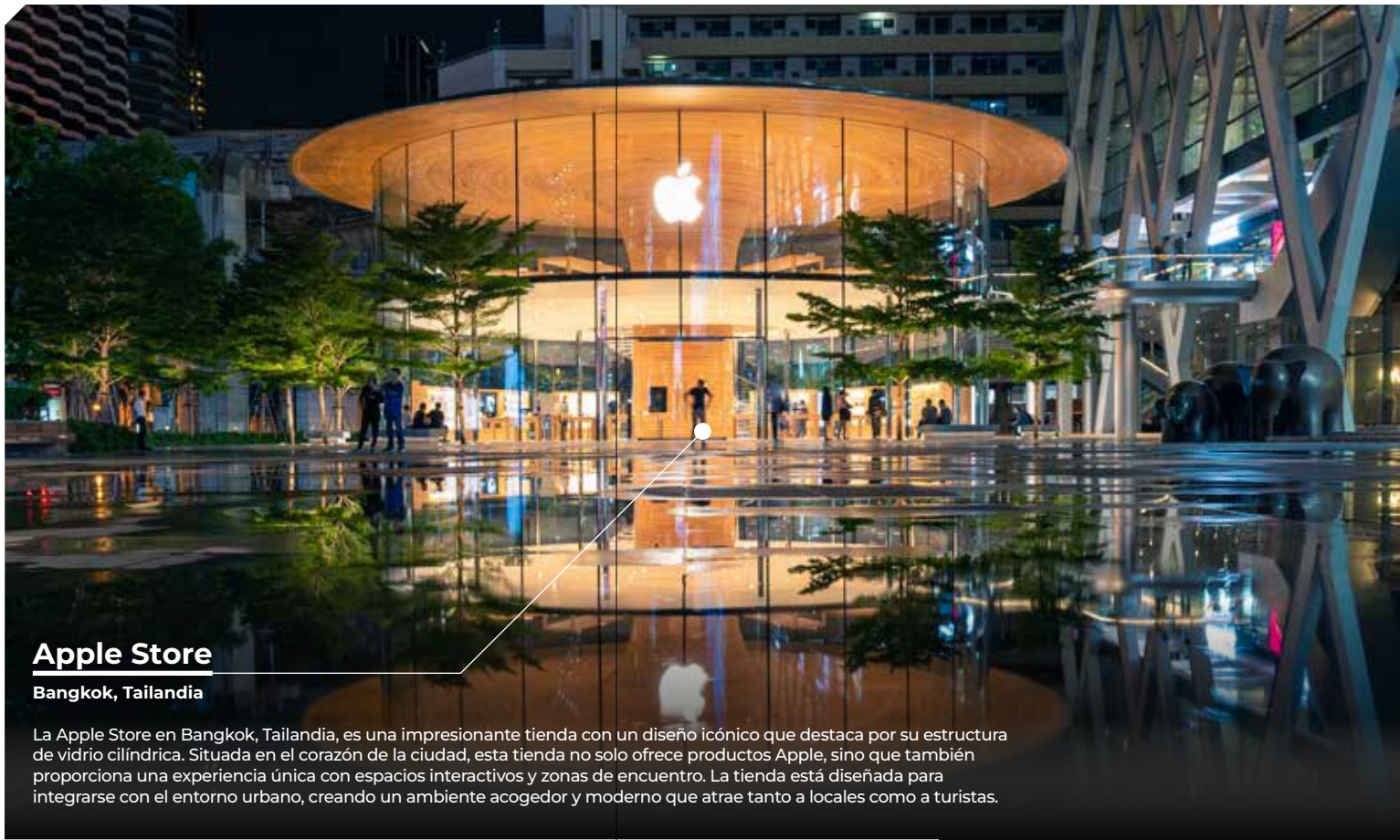


## Nike House of Innovation

Nueva York, EE.UU.

La Nike House of Innovation en Nueva York es una tienda insignia que redefine la experiencia de compra deportiva. Con un diseño moderno y abierto, combina tecnología avanzada y personalización en tiempo real, permitiendo a los clientes interactuar con los productos de formas innovadoras. La tienda incluye áreas dedicadas a la cultura del deporte, exhibiciones interactivas y un enfoque en la sostenibilidad. Es un espacio donde la innovación se encuentra con la comunidad, atrayendo tanto a entusiastas del deporte como a amantes de la moda.

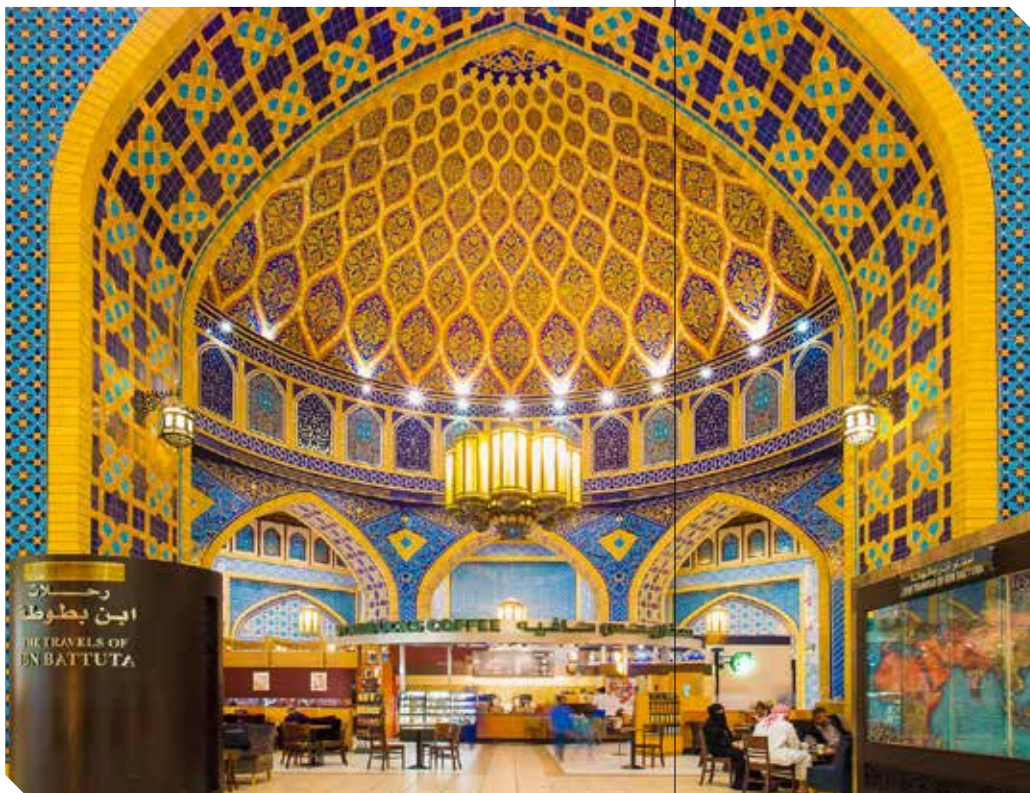




## Apple Store

Bangkok, Tailandia

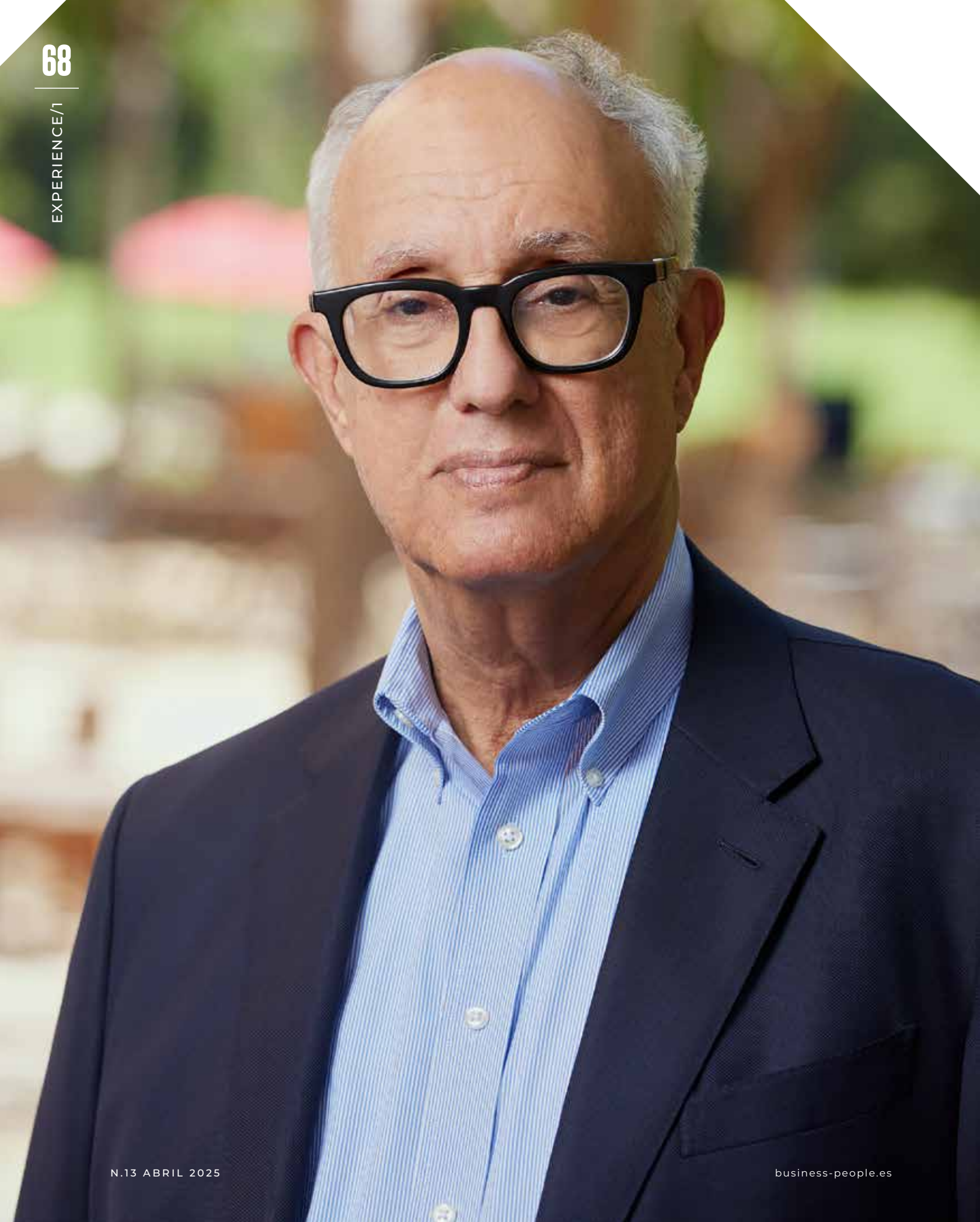
La Apple Store en Bangkok, Tailandia, es una impresionante tienda con un diseño icónico que destaca por su estructura de vidrio cilíndrica. Situada en el corazón de la ciudad, esta tienda no solo ofrece productos Apple, sino que también proporciona una experiencia única con espacios interactivos y zonas de encuentro. La tienda está diseñada para integrarse con el entorno urbano, creando un ambiente acogedor y moderno que atrae tanto a locales como a turistas.



## Starbucks

Dubái,  
Emiratos Árabes Unidos

La tienda de Starbucks en Dubái se destaca por su diseño arquitectónico único y lujoso, que combina elementos modernos y tradicionales. Situada en un impresionante edificio en el centro de la ciudad, la tienda ofrece una experiencia premium, con una decoración elegante y espacios amplios para los clientes. Además, este Starbucks cuenta con un menú exclusivo que incluye opciones adaptadas a los gustos locales, convirtiéndose en un destino popular tanto para residentes como para turistas.



JEFFREY PFEFFER

# SECRETOS DEL ÉXITO

El distinguido profesor de la **Escuela de Negocios** de la **Universidad de Stanford** ahonda en la importancia del poder y las habilidades políticas para edificar **un verdadero liderazgo en el núcleo de las empresas**

Texto de José A. Puglisi

Jeffrey Pfeffer defiende la necesidad del poder para conquistar el éxito. Lograrlo está lejos de ser 'pan comido', ya que el titular de la cátedra Thomas D. Dee II en Comportamiento Organizacional y profesor de la Escuela de Negocios de la Universidad de Stanford recuerda que su desarrollo conllevará problemas morales y la necesidad de comprender que "la idea de que el mundo recompensa a los más éticos no es realista".

**En su libro *Power: Why Some People Have It and Others Don't* argumenta que el éxito no siempre depende del talento, sino del poder. ¿Cuáles son las principales estrategias para construir poder en una organización?**

Cuando analizas el éxito, encuentras que la formación y los años de experiencia tienen un peso, pero que no es significativo. Tanto mi investigación, como la del profesor Gerald Ferris, apunta a que el verdadero éxito radica en la habilidad para controlar las dinámicas de la organización. El liderazgo no es otra cosa que la capacidad para hacer algo por los demás y, en este sentido, mientras más cosas puedas realizar, mayor será el poder que tengas dentro de la organización.

A esto se suma la imagen que proyectas, siendo clave generar una impresión positiva en los demás y proyectar confianza. En resumen, el poder afectará el éxito de su carrera, así como su salario, habilidades políticas, satisfacción laboral y personal. Una labor que no es sencilla, ya que muchas veces enfrentarás problemas éticos o de equipo.

**Entonces, ¿cómo pueden los líderes equilibrar la necesidad de acumular poder con la ética y la transparencia?**

En mis clases, les explico a mis estudiantes que no vamos a discutir la ética porque no soy un filósofo moral, sino un experto en ciencias sociales. La ética, el poder y la influencia son temas que pertenecen a la ciencia social, donde se ha estudiado cómo se crea el poder y cuáles son sus determinantes. Sin embargo, la ética es una cuestión de juicio personal y de valores, lo que no me da la autoridad para decirle a alguien qué valores →

La **ÉTICA** y la **EFICACIA** empiezan por la 'E', pero no siempre van de la mano

éticos debe tener.

En cuanto al poder, se puede ser muy efectivo en ganarlo sin ser ético. La ética y la eficacia empiezan por la 'e', pero no siempre van de la mano, y como líder, uno debe decidir cómo equilibrar pragmatismo y moralidad. A veces, la moralidad y la eficacia se alinean, pero otras veces no. La idea de que el mundo recompensa a los más éticos no es realista, ya que hay muchos ejemplos de personas muy poderosas que no siguen normas éticas.

### **¿Cuáles son los errores más comunes que cometen los profesionales cuando intentan ascender en sus empresas?**

El error más común es creer que el desempeño por sí mismo es suficiente. Si haces un buen trabajo, pero nadie lo nota, ¿realmente hiciste un buen trabajo? Es necesario hacer una promoción personal y asegurarte de que tu jefe y colegas sepan lo que estás logrando. No puedes asumir que todos están observando y valorando tu esfuerzo; la mayoría de las veces, están enfocados en sí mismos. Así como las empresas se marcan para mostrar sus beneficios, tú también debes asegurarte de que los demás entiendan tus habilidades y logros.

### **... y cuál sería la clave para convertirse en un gran líder empresarial**

La habilidad política.

### **Pero se habla mucho de liderazgo basado en la empatía y la autenticidad**

No son lo único que importa, pero pueden ser factores que contribuyen al éxito a lo largo del tiempo. Adam Grant escribió en 2016 una columna *Unless You're Oprah, 'Be Yourself' Is Terrible Advice*, donde señala que "ser tú mismo" puede ser un mal consejo. Asigné esa columna a mi clase para que reflexionaran sobre ello. Ser auténtico no significa aferrarse a una versión estática de uno mismo, sino evolucionar y crecer, porque todos cambiamos con el tiempo.

En cuanto a lo que hace a un gran líder, creo que la clave es saber navegar las dinámicas políticas dentro de una organización. La autenticidad es importante, pero también lo es saber cuándo adaptarse y evolucionar.

### **¿Cómo pueden las empresas retener talento ante un volátil mercado laboral?**

El problema principal de las empresas que pierden talento constantemente es que, en muchos casos, tratan a sus empleados como mierda. Hacen recortes, despidos, reducen salarios y beneficios, y exigen más horas de trabajo. La norma más fundamental del comportamiento humano es la reciprocidad, y cuando las empresas ac-

Jeffrey Pfeffer es uno de los referentes más destacados en el ámbito del comportamiento organizacional. Como autor o coautor de 16 libros, sus obras han influenciado a generaciones de académicos y profesionales, ofreciendo perspectivas innovadoras de las estructuras empresariales

## **Una de las grandes mentiras en los negocios es que recortar COSTES LABORALES es el camino hacia los beneficios**

túan de esta manera, ¿cómo esperan que sus empleados se queden o sean leales? ¿Por qué querrían hacerlo si han sido tratados de esa forma? Para mantener el talento, las empresas deben demostrar que valoran a sus empleados y tratarles con la dignidad que merecen.

### **En el contexto de la inteligencia artificial y la automatización, ¿cómo deberían los líderes adaptarse a una fuerza laboral en transformación?**

Creo que, además de aprovechar la inteligencia artificial, las organizaciones deben enfocarse en aprovechar la inteligencia humana que tienen en su trabajo. La inteligencia artificial puede ayudar a las personas a hacer su trabajo de manera más efectiva, pero las empresas también necesitan personalizar su enfoque. En lugar de solo preocuparse por las herramientas tecnológicas, deben de-



dicar tiempo a entender las habilidades y fortalezas de sus empleados para obtener el máximo beneficio de lo que ofrecen a la organización.

**Ha mencionado que muchas iniciativas de bienestar laboral son más marketing que cambios reales. ¿Qué deberían hacer las empresas para mejorar realmente la salud y el bienestar de sus empleados?**

Las compañías deben diseñar trabajos y herramientas pensando en el bienestar de sus empleados, igual que lo harían con un producto centrado en el cliente. Si no consideramos cómo las personas usan las herramientas y cómo impactan su salud, estamos perdiendo una oportunidad. Para promover la salud de los empleados, las empresas deben crear un entorno de trabajo que valore

sus necesidades y bienestar, no solo la eficiencia. El éxito a largo plazo depende de tener empleados saludables y comprometidos.

**¿Cuál es el mayor mito sobre la gestión empresarial que sigue dominando el discurso corporativo?**

Una de las mayores mentiras sobre el manejo de negocios es que recortar los costos de empleo es el camino hacia los beneficios. La mayoría de las empresas no tienen un problema de costos, sino un problema de ingresos. Cuando recortas empleados, salarios y servicios, lo que realmente estás recortando es la innovación y la productividad. Además, recortar el servicio al cliente, como hacen muchas aerolíneas, solo daña la lealtad y la satisfacción del cliente. Si cuidas a tus empleados, ellos cuidarán a los clientes, y los clientes, a su vez, generarán ingresos. ▲

## LUXURY SPAIN

# EL PRECIO DE LA EXCLUSIVIDAD

**Cristina Martín Blasi**, fundadora y presidenta ejecutiva de la **Asociación Española del Lujo**, confía en la positiva evolución de este selecto mercado, impulsado tanto por el auge turístico como por las importantes inversiones que se realizan en la **oferta gastronómica y cultural nacional**

Texto de José A. Puglisi



Si alguien domina los secretos del lujo, es Cristina Martín Blasi. No solo por ser fundadora y presidenta ejecutiva de la Asociación Española del Lujo-Luxury Spain o por haber impulsado los primeros congresos internacionales del sector del lujo en España en 2016 y próximamente en Dubái, sino por su visión de futuro. Para ella, la clave del crecimiento en la próxima década será conquistar a un consumidor más joven a través de la inteligencia artificial. Una estrategia clave para aque-

llos que encuentran en el lujo y la exclusividad una forma de “vivir sus sueños”.

**Según datos del sector, el mercado del lujo facturó 7.500 millones de euros en España durante 2024, lo que supone un crecimiento anual del 7%. ¿A qué atribuye la fuerte recuperación de este sector?**

Al trabajo que hemos venido realizando para promover el turismo de lujo en España. Tras 15 misiones internacionales, hemos logrado poner al país en el ‘top 10’ mundial de los destinos de lujo, lo que tiene un impacto directo en el turismo de shopping, pero también en el mercado de la salud, gastronomía y del *wellnes*. Sin olvidar el ámbito cultural, donde, por ejemplo, hemos cerrado un acuerdo con el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza para impulsar el nexo entre la cultura y el lujo, favoreciendo la creación de experiencias únicas.

**¿Considera que es una tendencia que se seguirá viviendo a lo largo de 2025?**

Sí, especialmente porque en España estamos aprendiendo a valorar mucho más nuestra tierra y a reconocernos como un destino de primer nivel. También por la positiva evolución que tienen la oferta gastronómica, cultural y de compras a nivel internacional.

**¿Qué tendencia podrá cambiar las reglas del juego?**

La tecnología y la inteligencia artificial, sin dudarlo. Por eso, junto a Porsche, hemos creado el comité →






El mercado del lujo facturó

**7.500 MILLONES**

de euros en España  
durante 2024,

un **7%** más interanual

A full-page portrait of Cristina Martín Blasi, a woman with long dark hair, smiling warmly. She is wearing a light-colored, textured, three-quarter length jacket with a buttoned flap pocket. She is standing in a room with wooden paneling, with her right hand resting on a wooden pillar.

Cristina Martín Blasi,  
fundadora y presidenta  
ejecutiva de la  
Asociación Española del  
Lujo-Luxury Spain

*Luxury Tech*, un lobby de digitalización y lujo para desarrollar estrategias conjuntas de futuro, donde se fusionen las opiniones de expertos. La idea es convertir a las nuevas tecnologías en un aliado para entender al consumidor actual, así como avanzar tanto en su fidelización como en la personalización del servicio o producto.

**A pesar de las buenas estimaciones, ¿cuáles son los principales retos que enfrenta el sector del lujo en España actualmente?**

Para empezar, ese proceso de adaptación a las nuevas tecnologías. Pero, también, avanzar en los procesos de sostenibilidad y la autenticidad. Por ejemplo, estamos creando una campaña que se centra en la importancia de las personas que trabajan detrás del éxito del

**La Asociación Española del Lujo  
espera alcanzar los  
160 MIEMBROS  
al cierre de 2025**

mercado del lujo y sus productos.

**¿Echan de menos algún tipo de apoyo de las administraciones públicas?**

Sí, nos gustaría que ayudasen más en la promoción internacional de las marcas españolas y en las experiencias exclusivas que puede ofrecer el país.

**¿Cómo ha cambiado el perfil del consumidor de lujo en España en los últimos años?**

Estamos ante un consumidor más joven e internacional. Especialmente, se trata de personas que provienen de Oriente Medio, América y Europa, pero también estamos percibiendo un importante crecimiento del comprador proveniente de Asia, con especial foco en China y en Japón.

**Existe un debate sobre si llegó el 'fin' del lujo silencioso, ¿cree que es una tendencia con los días contados?**

Nosotros creamos el concepto del lujo silencioso y del lujo descalzo en 2021, con las nuevas tendencias surgidas con el COVID. Ambas tendencias están más vivas que nunca. El primero se centra en aquellas personas que no compran por el impulso de aparentar, sino por la calidad del producto y sus valores. El segundo, por su parte, está más enfocado a quienes optan por una experiencia en la que priorizan esa sensación de exclusividad, pero también de desconexión y de *wellnes*.

**¿Cómo prevén que evolucione la Asociación Española del Lujo y el sector?**

Contamos con 150 miembros y esperamos mantener nuestra tendencia de crecimiento del 10% anual. En cuanto al sector, prevemos que la facturación anual siga avanzando a un ritmo cercano al 7%, con un auge de marcas que apuestan por productos de excelencia.

**¿Temen que la eliminación de la Golden Visa pueda menguar el sector del lujo?**

La eliminación de la Golden Visa tiene, sin duda, un impacto, ya que se trata de un perfil de consumidor de alto nivel que se verá reducido. Sin embargo, esto no influirá en los resultados del sector, ya que está muy vinculado a los procesos del turismo.

**¿Cómo ve el futuro del lujo en España en los próximos 5-10 años?**

Será un sector mucho más conectado con las nuevas generaciones, así como con sus valores y un mayor entendimiento de que el lujo no se trata de los productos más caros, sino de aquellos que cuentan con una calidad extraordinaria y que son capaces de hacerte vivir tus sueños.

# OBJETIVO: VENCER A LA LEUCEMIA

Desde su fundación en 2012, **Unoentrecienmil** invierte en la investigación y en proyectos clave que permitan vencer a esta enfermedad que ya representa el 30% de los casos de cáncer infantil y que es la **principal causa de mortalidad en niños entre 1 y 14 años**

Texto de **Cristina Mendoza**

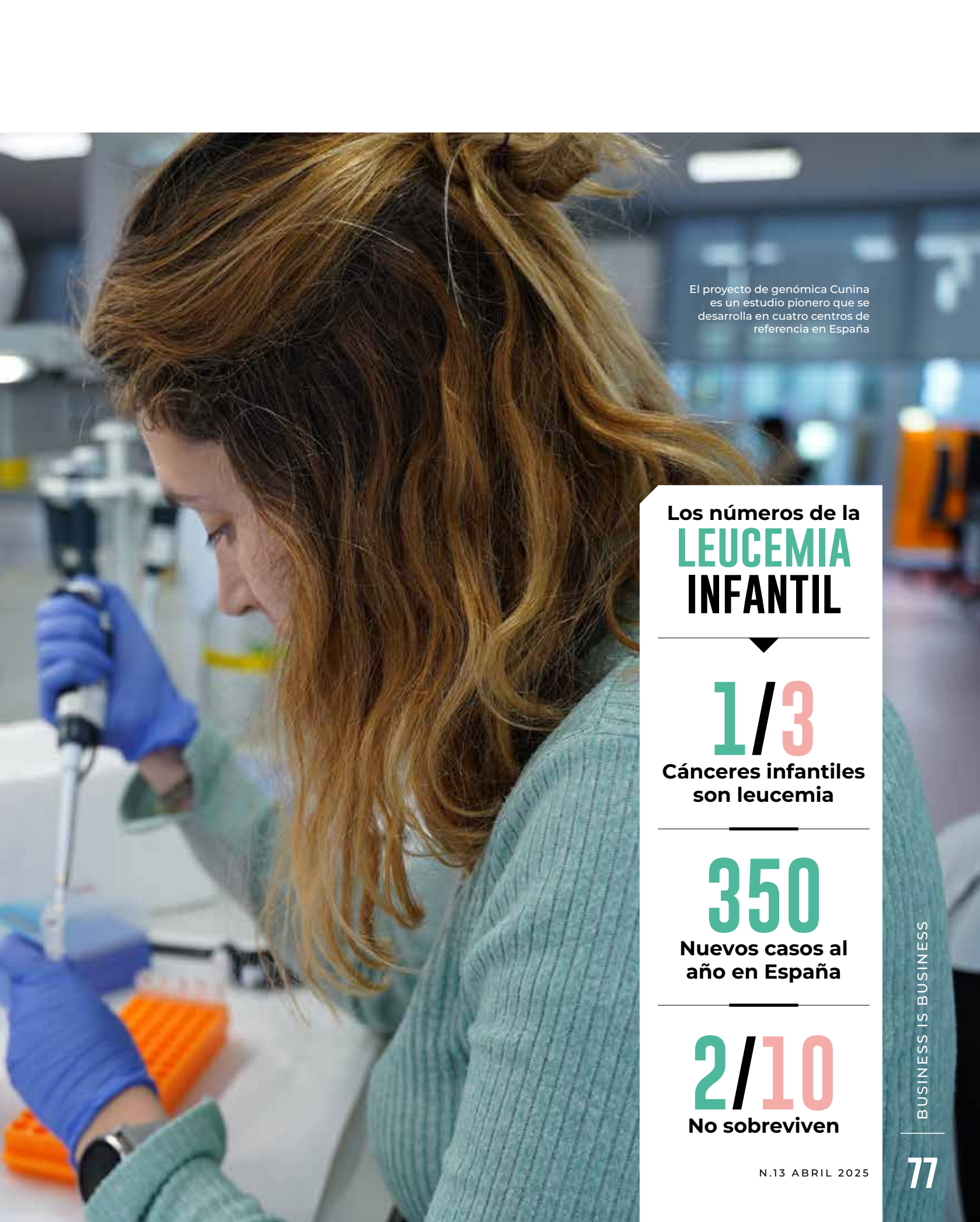
**D**esde su fundación hace 15 años, la organización Unoentrecienmil ha invertido más de siete millones de euros en proyectos de investigación para combatir la leucemia infantil en España. Detrás de esta iniciativa está la historia de José Carnero, quien tras la experiencia del cáncer de su hijo descubrió la falta de inversión en la investigación de esta enfermedad, a pesar de que representa el 30% de los casos de cáncer infantil y es la principal causa de mortalidad en niños entre 1 y 14 años.

Uno de los primeros compromisos de la fundación fue la instauración de una beca anual de 100.000 euros destinada a la investigación, una iniciativa que ha perdurado hasta la actualidad y que en 2025 llegará a su décima segunda edición. Gracias a ser la única fundación centrada exclusivamente en la leucemia infantil, Unoentrecienmil ha logrado atraer a investigadores y médicos interesados en desarrollar proyectos innovadores en tres grandes áreas: prevención, terapias avanzadas y personalización del tratamiento.

Uno de los hitos más relevantes ha sido la participación en el proyecto de genómica Cunina, un estudio pionero que se desarrolla en cuatro centros de referencia en España. Este proyecto tiene como objetivo analizar pautas para prevenir la leucemia y explorar nuevas formas de abordaje de la enfermedad desde una perspectiva innovadora.

El año 2024 ha supuesto un importante avance en la lucha contra la leucemia infantil en España. Gracias a la iniciativa de incidencia política *Leucemia Vete Ya*, se ha conseguido la implantación del protocolo común europeo *ALL Together* en hospitales españoles. Este protocolo, ya vigente en 14 países europeos, mejora significativamente las →





El proyecto de genómica Cunina es un estudio pionero que se desarrolla en cuatro centros de referencia en España

Los números de la  
**LEUCEMIA  
INFANTIL**

**1/3**

Cánceres infantiles son leucemia

**350**

Nuevos casos al año en España

**2/10**

No sobreviven

## BATALLA SIN TREGUA

JOSÉ CARNERO, PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN UNOENTRECIENMIL

**U**noentrecienmil ha sido pionera en la investigación exclusiva sobre la leucemia infantil en España. ¿Cuáles han sido los mayores hitos?

Nos gusta considerarnos un movimiento de personas que luchan juntas contra la leucemia infantil, y hemos vivido bastantes momentos muy importantes. Desde la evolución de la primera beca de investigación en el año 2013 hasta el hecho de que hoy tengamos proyectos referentes en investigación que demuestran que curan más y mejor en estos tres ámbitos, es un motivo de orgullo increíble: Terapias Avanzadas; El proyecto de la Aceleradora

Unoentrecienmil ha demostrado reducir el tiempo de hospitalización en un 17%, favorecer su curación con beneficios como la cardioprotección y disminuir los efectos secundarios. Hoy está implantada para todos los niños de La Paz y nuestro objetivo es no descansar hasta que todos los niños enfermos de cáncer puedan disponer de ella en sus hospitales.

**Personalización:** Este año ha sido increíble todo lo conseguido con el proyecto de *ALL Together*, de haber sido los que hace cuatro años tomamos la decisión de invertir un millón de euros para traer a España el primer protocolo común

europeo, que cura más y mejor, a haber conseguido, gracias a toda la campaña de *Leucemia Vete Ya*, que las instituciones de este país se hayan comprometido a que llegue a todos los niños enfermos de leucemia, es una pasada. Ahora nos toca velar para que todos cumplan su palabra y en 2026 no haya ningún niño fuera de este protocolo tan necesario.

**¿Cómo surgió la idea de la Aceleradora Unoentrecienmil?**

La idea del proyecto surge, como siempre, de las conexiones que se generan entre personas y de la necesaria actitud de poder tener la cabeza al servicio de "cómo poder ir más allá". En su día, el Dr. Luis Madero nos presentó a Alejandro Lucia, uno de los mayores referentes europeos en ejercicio físico y cáncer, y nos mostró el maravilloso trabajo que en el 2018 estaba haciendo en el Hospital Niño Jesús con algunos niños oncológicos a través del ejercicio físico. Entonces fue cuando decidimos llevar a cabo un ensayo clínico de cómo esta terapia impactaba objetivamente en los niños. Los resultados fueron increíbles: 17% de reducción del tiempo de hospitalización, mejora de la eficacia de la quimioterapia, efecto cardioprotector en la fase más agresiva de la quimio, disminución de los efectos secundarios... Así que con los resultados en la mano, la pregunta ya estaba formulada "cómo podíamos llevarlo más allá"... Y de ahí surgió la idea de Aceleradora Unoentrecienmil. El primer hospital donde se ha

implantado es La Paz, donde hemos creado un espacio físico increíble, que además ha ganado el primer premio arquitectónico de COAM, dos terapeutas expertas en ejercicio físico, Rocío y Belén, que siendo Unoentrecienmil, trabajan codo a codo con los oncólogos para pautar el ejercicio físico como parte del tratamiento.

**¿Cuáles son los próximos retos de la fundación en los próximos cinco años?**

Nuestro mayor reto es seguir contribuyendo a la curación plena de esta enfermedad y no descansaremos hasta conseguirlo. Seguir creciendo socialmente para que el apoyo de la gente que nos vaya conociendo nos permita investigar más para seguir curando más y mejor. Avanzar con genómica para poner el primer granito de arena en lo que, consideramos, será un nuevo futuro en la farmacología de esta enfermedad para impactar en la prevención. Y seguir indagando, investigando, qué más se puede hacer, dónde hay que estar para avanzar más rápido en la investigación y la curación de la leucemia y cómo conseguir que esta enfermedad, que supone un 30% de la principal causa de mortalidad infantil, se ponga al frente como una prioridad para todos, sociedad, políticos e instituciones, de cara a que los niños que la padecen puedan tener los mismos derechos a la salud, a la educación, a disfrutar de la vida, de sus familias, de sus amigos, que el resto de niños a lo largo de toda su vida.





A la izquierda, la rueda de prensa de la campaña *Leucemia Vete Ya*, con la que se ha conseguido la implantación del protocolo común europeo *ALL Together* en hospitales españoles. Abajo, la instauración de una beca anual de 100.000 euros destinada a la investigación, una iniciativa que ha perdurado hasta la actualidad y que en 2025 llegará a su décima segunda edición



## UNOENTRECIENMIL ha invertido más de 7 MILLONES DE EUROS en proyectos de investigación para combatir la leucemia infantil

oportunidades de supervivencia de los niños con leucemia.

Cuatro hospitales en España han comenzado a tratar a sus pacientes con este nuevo estándar: el Hospital Niño Jesús de Madrid, el Sant Joan de Déu y el Vall d'Hebron en Barcelona, y el Hospital La Fe de Valencia. La implantación de este protocolo supone un paso crucial para garantizar que los niños en España tengan las mismas oportunidades de curación que en el resto de Europa.

### EL EJERCICIO COMO TERAPIA

Otro de los proyectos más innovadores y esperanzadores de la fundación es la Aceleradora Unoentrecienmil, un programa basado en la terapia avanzada del ejercicio físico como herramienta para mejorar la curación del cáncer in-

fantil. La idea de este proyecto surgió tras un estudio científico que demostró que la práctica de ejercicio físico durante el tratamiento reduce en un 17% el tiempo de hospitalización, además de ofrecer beneficios como la cardioprotección y la reducción de efectos secundarios.

En respuesta a estos hallazgos, Unoentrecienmil decidió abrir la primera Aceleradora en el Hospital La Paz de Madrid, convirtiendo el ejercicio físico en una terapia integrada dentro del tratamiento oncológico. El éxito de la iniciativa ha sido rotundo, con el respaldo de familias, pacientes y el personal médico del hospital. Ahora, la fundación trabaja para expandir esta terapia a otros hospitales y que todos los niños con cáncer en España puedan beneficiarse de ella.

Unoentrecienmil ha logrado transformar la investigación y el tratamiento de la leucemia infantil en España, consiguiendo avances tangibles que mejoran la calidad de vida y las tasas de supervivencia de los niños afectados. Con una apuesta firme por la innovación y la colaboración con la comunidad científica, la fundación sigue trabajando con el objetivo de que la leucemia infantil pase a ser una enfermedad completamente curable en el futuro. ▲

# BUSINESS PE 'PARLA'





# ***OPLE TAMBIÉN ITALIANO***

## **PODEMOS AYUDARLE A EXPANDIR SU NEGOCIO EN ITALIA**

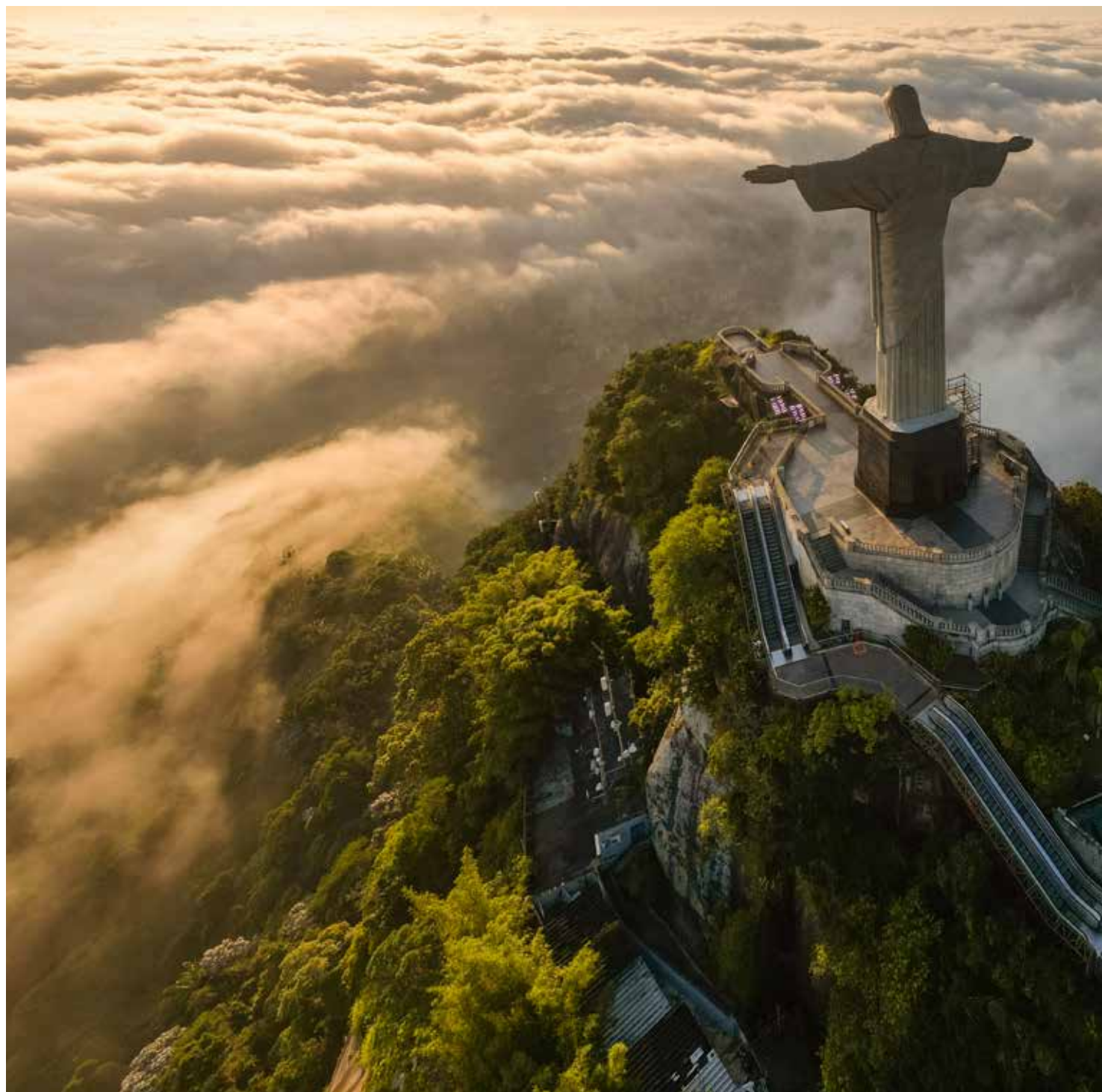
Nuestra revista mensual, presente en España desde hace un año, tiene sus orígenes en Italia, donde, desde hace casi dos décadas, se ha consolidado como un referente clave para directivos y empresarios. Con una propuesta única, funciona como un puente estratégico entre dos mercados, ofreciendo a las empresas españolas una excelente oportunidad de promoción y visibilidad para expandirse hacia el mercado italiano.

### **Contacto**



# Free Time

Literatura que baila samba



**L**a UNESCO ha designado a Río de Janeiro como la Capital Mundial del Libro 2025, destacando la relevancia de su patrimonio literario y su compromiso con la promoción de la lectura y la literatura, especialmente entre los jóvenes. Este nombramiento, que marca un hito histórico al ser la primera ciudad de habla portuguesa en recibir este título, también resalta el plan de acción de la ciudad, que incluye la promoción de la alfabetización, la educación y la lucha contra la pobreza. Las festividades comenzarán el 23 de abril de 2025, coincidiendo con el Día Mundial del Libro, y se extenderán durante todo el año con actividades para fomentar el acceso a los libros en todas las edades. Río de Janeiro se convierte así en la vigésima quinta ciudad en ostentar este título desde su creación en 2001. **Unesco.org**



© Gettyimages

# ¡A CUERPO DE *REY!*



## Los MAJESTUOSOS PALACIOS y CASTILLOS,

QUE ALGUNA VEZ  
FUERON TESTIGOS DE LA  
VIDA ARISTOCRÁTICA Y  
EL PODER NOBILIARIO,  
HAN ENCONTRADO UNA  
SEGUNDA VIDA COMO  
DESTINOS EXCLUSIVOS  
PARA LOS VIAJEROS MÁS  
EXIGENTES. ESTOS SON  
ALGUNOS DE LOS MÁS  
LLAMATIVOS DE LOS QUE  
EXISTEN EN ESPAÑA

Texto de **Cristina Mendoza**

La historia y el lujo convergen en un segmento en auge: los castillos y palacios reconvertidos en hoteles de alta gama. Más allá de su atractivo arquitectónico, estos lugares ofrecen una experiencia única que combina tradición, exclusividad y el máximo confort, atrayendo a un perfil de cliente que busca algo más que una estancia: desea vivir en primera persona la grandeza del pasado con las comodidades del presente.



## Parador de Cardona, BARCELONA

Situado a poco más de una hora de Barcelona, es una de las joyas históricas mejor conservadas dentro de la red de Paradores de España. Este imponente castillo medieval del siglo IX, enclavado en lo alto de una colina, no solo ofrece vistas espectaculares del valle del Cardener, sino que también permite a sus huéspedes sumergirse en la historia de Cataluña. Convertido en un hotel de lujo, el Parador combina el encanto de sus elementos originales, como torres, murallas y la imponente iglesia románica de San Vicente, con todas las comodidades modernas. En junio de 2024 se anunció la inversión de tres millones de euros en obras de mejora, como la reforma integral de las cubiertas, la sustitución de la carpintería exterior, la instalación de dos ascensores nuevos y mejoras de la red wifi y de seguridad. [paradores.es/es/parador-de-cardona](https://paradores.es/es/parador-de-cardona)

Desde fortalezas medievales enclavadas en colinas hasta palacetes renacentistas rodeados de jardines históricos, estos inmuebles no solo revalorizan el patrimonio cultural, sino que también representan una inversión estratégica en el mercado turístico de lujo. En un contexto donde el cliente premium demanda autenticidad y diferenciación, los hoteles en castillos y palacios destacan como un ejemplo perfecto de cómo convertir el legado histórico en un modelo de

negocio altamente rentable.

Si bien rehabilitar un castillo puede requerir una inversión inicial de entre 5 y 20 millones de euros (dependiendo del estado del inmueble y su localización), su encanto puede llevar a cobrar tarifas que superan fácilmente los 1.000 euros por noche en suites exclusivas. Este modelo de negocio no solo conecta historia y modernidad, sino que está redefiniendo la oferta turística de lujo.



## Helguera Palacio Boutique & Antique, CANTABRIA

Es un destacado ejemplo de la reconversión de un palacio histórico en un hotel boutique de lujo. Este palacio, que data del siglo XVIII, ha sido cuidadosamente restaurado para conservar su elegancia clásica, mientras incorpora el confort y la sofisticación modernos. Su arquitectura y su decoración, que incluyen muebles antiguos y detalles de época, permiten a los huéspedes experimentar una estancia única en un entorno lleno de historia y distinción. El palacio

se ha convertido en un refugio exclusivo para quienes buscan escapar del bullicio de la ciudad y disfrutar de la tranquilidad y belleza del norte de España. Además, al estar ubicado en Cantabria, una región de gran atractivo turístico, este hotel no solo contribuye al sector hotelero de lujo, sino que también impulsa la economía local, atrayendo a turistas de alto nivel que buscan experiencias únicas y exclusivas en un entorno natural. [palaciohelguera.com](http://palaciohelguera.com)



## Castillo de Monda, MÁLAGA

Es un impresionante ejemplo de cómo un monumento histórico puede transformarse en un hotel boutique de lujo sin perder su esencia medieval. Con orígenes que se remontan al período árabe, esta fortaleza fue cuidadosamente restaurada para ofrecer una experiencia única que mezcla historia, exclusividad y confort moderno. Su restaurante, Albacar, se especializa en cocina mediterránea con productos locales, atrayendo tanto a turistas como a visitantes de la zona. Además, el Castillo de Monda ha conseguido posicionarse como un destino clave para bodas y eventos exclusivos, contribuyendo significativamente al turismo de lujo en la región de la Costa del Sol. [castillodemonda.com](http://castillodemonda.com)





## CoolRooms Palacio de Villapanés, SEVILLA

Es un impresionante hotel boutique que combina la grandeza de un palacio del siglo XVIII con las comodidades modernas que buscan los viajeros de lujo. Este palacio restaurado con esmero ofrece un ambiente de exclusividad y sofisticación, manteniendo su arquitectura barroca original mientras incorpora un diseño contemporáneo que refuerza su elegancia y estilo. Se ha establecido como un destino predilecto para aquellos que buscan una experiencia única en la histórica capital andaluza. Aunque no se dispone de información pública específica sobre su facturación o inversión, se sabe que el establecimiento ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Por ejemplo, en 2024, la empresa matriz de CoolRooms Hotels, Azcatec, superó los 6 millones de euros en facturación y amplió su plantilla con 15 nuevas incorporaciones. [coolrooms.com/palaciovillapanes](https://coolrooms.com/palaciovillapanes)



## Hotel Castillo del Buen Amor, SALAMANCA

Es un refugio de lujo que ofrece a sus huéspedes la oportunidad de experimentar la majestuosidad de un castillo medieval con todas las comodidades contemporáneas. Esta fortaleza del siglo XV ha sido cuidadosamente restaurada, manteniendo su carácter histórico mientras se adapta a las exigencias de un alojamiento de alto nivel. Rodeado de un entorno natural impresionante, el hotel destaca por sus habitaciones decoradas con un estilo clásico y elegante, perfectas para una estancia única en el corazón de la comarca de los Arribes del Duero. Además de ofrecer una experiencia inolvidable, el hotel ha impulsado el turismo de lujo en la zona, generando un impacto económico positivo para la provincia de Salamanca, al potenciar tanto el sector hotelero como el gastronómico y cultural. [buenamor.net](https://buenamor.net)



## Palacio de los Duques Gran Meliá, MADRID

Es un emblemático hotel de lujo ubicado en el centro de Madrid. Este antiguo palacio del siglo XIX, que fue residencia de la aristocracia madrileña, ha sido cuidadosamente restaurado y transformado en un sofisticado hotel de cinco estrellas, manteniendo su carácter clásico mientras incorpora confort y modernidad. Con 180 elegantes habitaciones, incluidas exclusivas suites y espacios de diseño contemporáneo, el hotel ofrece una experiencia de lujo incomparable. Además destaca por su impresionante restaurante, que fusiona cocina de vanguardia con lo mejor de la tradición española, y su exclusivo spa que proporciona un oasis de bienestar en pleno corazón de Madrid. Meliá Hotels International mejoró un 28,3% su resultado neto hasta septiembre, alcanzando los 139,4 millones de euros. [melia.com](https://melia.com)



## Hotel Castillo el Collado, ÁLAVA

Es un singular y encantador alojamiento ubicado en un antiguo castillo medieval. Este emblemático edificio, que data del siglo XIX y ha logrado aumentar su facturación en un 90% interanual según fuentes consultadas, ha sido cuidadosamente restaurado para preservar su arquitectura histórica y, al mismo tiempo, ofrecer a los huéspedes las comodidades modernas que esperan en un hotel de lujo. Su ubicación privilegiada, rodeada de impresionantes paisajes naturales y en las cercanías de la ciudad de Vitoria, lo convierte en un destino ideal para aquellos que buscan una escapada tranquila y exclusiva. Con un diseño que combina la majestuosidad de un castillo con elementos de elegancia contemporánea, el hotel cuenta con acogedoras habitaciones, suites de lujo y amplios salones para eventos. Además, su restaurante, especializado en la gastronomía local, ofrece una experiencia culinaria que destaca por sus platos de alta calidad elaborados con ingredientes frescos de la región. [castilloelcollado.com](http://castilloelcollado.com)



## Faustino Gran, CIUTADELLA (MENORCA)

Es un hotel de lujo único que combina la elegancia de un palacio histórico con el encanto mediterráneo de la isla. Este hotel boutique se encuentra en un edificio restaurado que data del siglo XVIII, originalmente una casa señorial que ha sido transformada en un refugio exclusivo para aquellos que buscan una experiencia de alojamiento auténtica y sofisticada. El Faustino Gran destaca por su arquitectura clásica menorquina, que se fusiona a la perfección con detalles modernos y servicios de alta gama, ofreciendo una experiencia única de confort y distinción. Con sus habitaciones decoradas con un estilo refinado y su patio central, que invita a la relajación, el hotel logra mantener una atmósfera íntima y relajante. Su cercanía a las playas vírgenes de Menorca, junto con la oferta gastronómica local y su proximidad al casco antiguo de Ciutadella, lo convierten en un destino ideal para los viajeros más exigentes. [faustinogran.com](http://faustinogran.com)







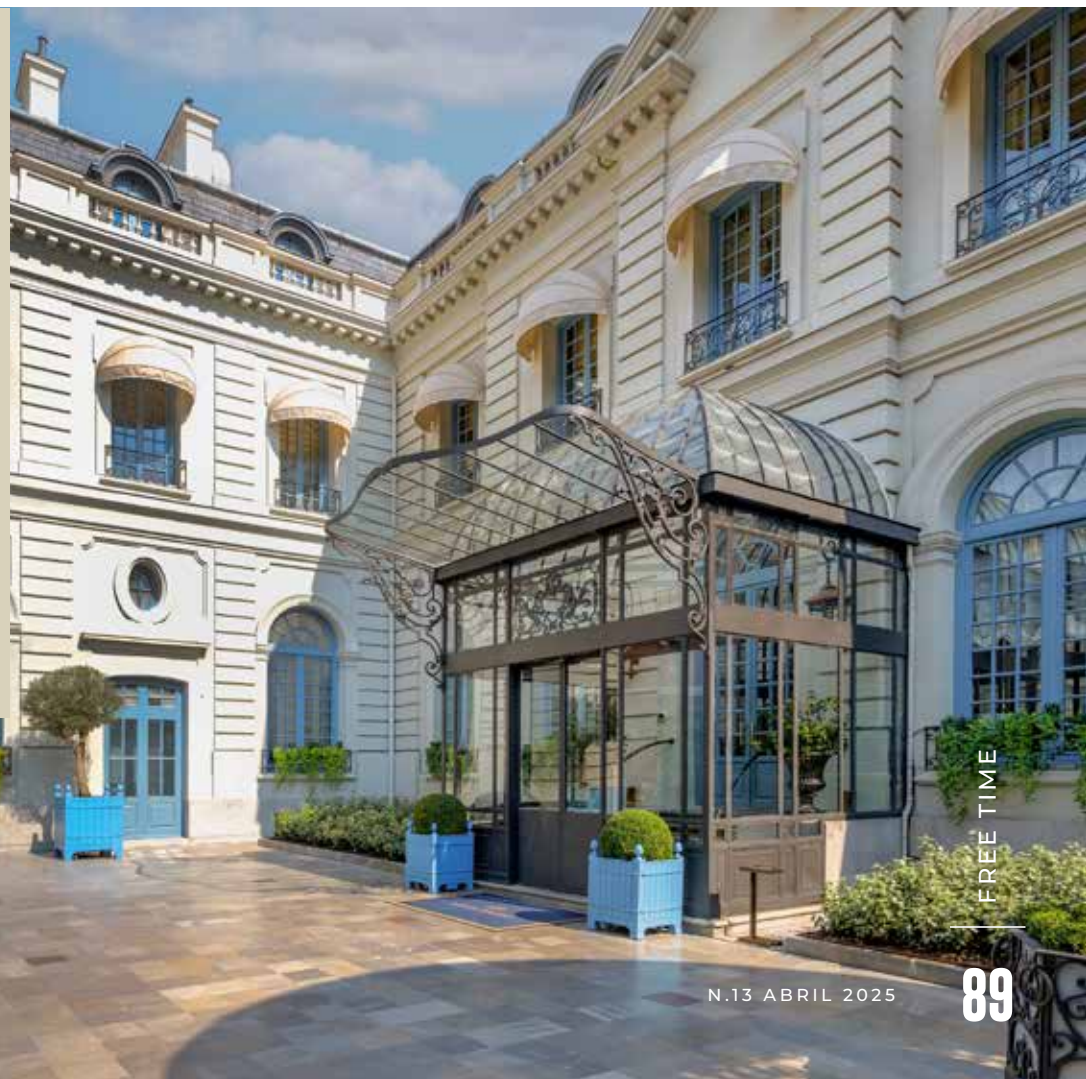
## Parador de Olite, NAVARRA

Es uno de los establecimientos más emblemáticos de la red de Paradores de España. Este majestuoso hotel se encuentra en un antiguo palacio real que data del siglo XV, conocido por su imponente arquitectura medieval y su rica historia, lo que le otorga un carácter único y una atmósfera excepcional. Restaurado cuidadosamente para mantener su esencia, el parador combina elementos históricos con modernas comodidades, ofreciendo a los huéspedes una experiencia inmersiva en el pasado sin renunciar al confort y lujo contemporáneos. La fortaleza que alberga el Parador de Olite se erige en el corazón de la localidad, conocida por su impresionante castillo medieval y sus paisajes vinícolas. En octubre de 2024, Paradores anunció una inversión de 7 millones de euros para una reforma integral del parador, con el objetivo de mejorar la eficiencia energética, el confort de los huéspedes y resaltar la monumentalidad del edificio.

[paradores.es/es/parador-de-olite](https://paradores.es/es/parador-de-olite)

## Santo Mauro, MADRID

Es un lujoso hotel de 5 estrellas situado en el corazón de Madrid, que destaca por su elegante mezcla de historia, sofisticación y modernidad. Este antiguo palacio, que perteneció a la nobleza madrileña, ha sido cuidadosamente restaurado para ofrecer un ambiente exclusivo y refinado. El hotel conserva su arquitectura original de finales del siglo XIX, con detalles que incluyen exuberantes techos altos, magníficas chimeneas y una impresionante fachada de ladrillo. Estas características se combinan con un diseño interior contemporáneo que asegura la máxima comodidad sin perder el encanto histórico. Ubicado en el exclusivo barrio de Chamberí, cerca de los principales atractivos culturales y comerciales de la ciudad, Santo Mauro es el destino ideal para quienes buscan una experiencia de lujo en Madrid. Marriott International reportó unos ingresos de 6.430 millones de dólares en el cuarto trimestre de 2024. [marriott.com](https://marriott.com)



# Motos y microcoches TOMAN EL ASFALTO

En 2025 el mercado español de **motos** se prevé que supere las **250.000**, un volumen récord, pero se resiste a entrar en la **electrificación** pese al protagonismo de algunas marcas españolas en este segmento, quizás por la **falta de ayudas públicas**

Texto de **Ana Montenegro**

**C**on motos y scooters empezaron a moverse los europeos tras la postguerra y, casi un siglo después, está más de moda que nunca. En los últimos años, el crecimiento de ventas de estos vehículos ha sido en España imparable. Los vehículos que técnicamente la DGT agrupa en la Categoría L (incluye también cuadriciclos, triciclos y microcoches, aunque las dos ruedas son el 95%) alcanzaron en 2024 casi las 248.000 matriculaciones, lo que supuso un crecimiento del 10%. La previsión es que este año se superen las 250.000, cifra récord de la última década.

Los avatares del mercado y de la industria en estos lustros no han afectado al protagonismo de la moto en el mercado, ni a su aceptación popular, que cada vez es mayor, impulsada por la congestión en las ciudades, las limitaciones al tráfico y las Zonas de Bajas Emisiones (ZBE). José María Riaño, desde 2008 secretario general de Anesdor, la asociación que defiende los intereses de este sector, destaca que el parque español de motos creció el 16,8% en la última década y roza los seis millones de vehículos. “Su importancia es cada vez mayor y ya es el segundo vehículo más importante, tras

los turismos. En cinco años, su peso sobre el total de las matriculaciones del país ha pasado del 11% al 16,8%”.

Riaño cree que, además de la pasión y la tradición española por las motos, se trata también de “un mayor aprecio por los vehículos ligeros, mucha gente ahora no se compra un segundo coche, sino una moto o un scooter para moverse con menos limitaciones”. Las marcas japonesas siguen controlando el mercado en España. En 2024, Honda fue líder, seguida de Yamaha y la taiwanesa Kymco.

## ELECTRIFICACIÓN EN RETROCESO

Con esta creciente popularidad contrasta la escasa electrificación de estos vehículos. En 2024, sólo 9.572 matriculaciones tenían esa tecnología, un 36% menos que el año anterior, pese a que en los últimos cinco años se ha duplicado la oferta de modelos de 0 emisiones. El 82% eran motos eléctricas, pero el pasado año se vendieron un 40,5% menos que en 2023.

Riaño confiesa que es difícil entender la debilidad del mercado de motos eléctricas, sobre todo en los scooters más urbanos donde hay una amplia oferta, incluso con ba- →

## YAMAHA NMAX 125

Equipada con una nueva carrocería compacta y potentes faros de doble óptica, combina un estilo dinámico con funcionalidad y asequibilidad

## CITROEN AMI

Cuenta con un motor eléctrico de 6 kW (8,2 CV) y una batería de 5,5 kWh que le proporciona una autonomía de hasta 75 kilómetros





Emilio Froján, CEO de la start-up Velca

José Correia Luís y José María Riaño, presidente y secretario general de ANESDOR, respectivamente



terías extraíbles y más fáciles de cargar. “Hasta 2023 fue un mercado en crecimiento, pero desde enero de ese año empezó a retroceder y no ha parado”, comenta.

Hay algunos indicadores que pueden explicar esta tendencia. Las motos eléctricas son las grandes ignoradas por parte de las administraciones públicas, las más perjudicadas en los incentivos a la electrificación. “Las ayudas se reciben tarde, la burocracia es compleja y diferente en cada comunidad autónoma, incluso están más subvencionadas las bicis que los ciclomotores”, pese a que estos últimos son más seguros, llevan matrícula, exigen un permiso de circulación, ITV y casco, aunque las velocidades a las que pueden circular son similares.

Paradójicamente, la debilidad del mercado español de motos eléctricas contrasta con su peso industrial. No sólo hay marcas 100% españolas como Silence, participada por Acciona, o Velva, una start-up dirigida por el emprendedor Emilio Froján, que cuenta con modelos en todos los segmentos y se centra en las ventas a particulares, también hay

emprendedores extranjeros que se han instalado en España. El sueco Anton Wass creó en 2021 Stark Future en Sant Boi (Barcelona) y produce una moto de campo que exporta a todo el mundo.

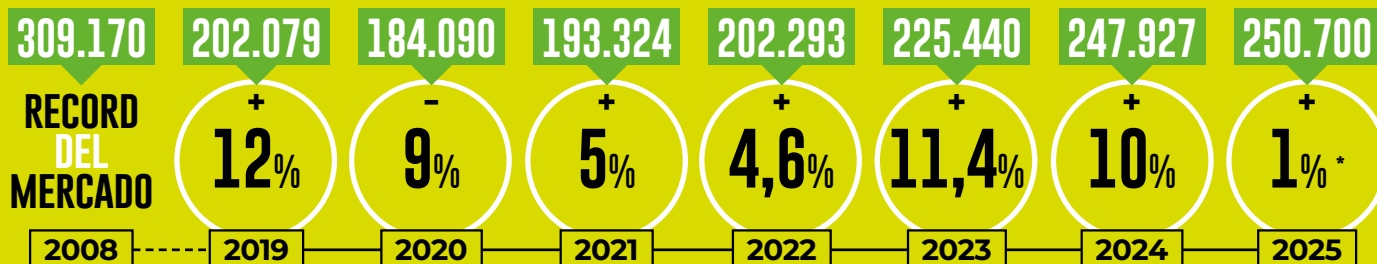
### EL COCHE QUE PARECE DE JUGUETE

Desde hace una década, la Categoría L se ha enriquecido con un nuevo y versátil vehículo que puede usarse para distribuir paquetes, para la movilidad urbana o como primer coche de los jóvenes. Pequeños, simples, con motor sencillo y la velocidad limitada (45 o 90 km/h), los microcoches desembarcaron en España después de triunfar en la campaña francesa, aunque aquí son más urbanos.

Pese al fuerte crecimiento que ha experimentado el mercado de estos vehículos, casi se ha duplicado en una década, pasando de 1.800 unidades en 2015 a 3.580 en 2024. El volumen es aún pequeño y, paradójicamente, está dominado por los motores de combustión. Eso que la oferta de versiones eléctricas es enorme y se adapta a todos los gustos. Más

## CUADROS MOTOS Y MICROCOCHES

MERCADO ESPAÑA CATEGORÍA L (INCLUYE MOTOR, CICLCOMOTORES, CUADRICICLOS Y LIGEROS)



(\*) previsión | Fuente: Anesdor



## MICROLINO

Su motor ofrece 17 caballos de potencia, llegando hasta los 90 km/h y alcanzando los 50 km/h en 4,9 segundos

Los vehículos de la **CATEGORÍA L** rozaron las **248.000** matriculaciones 2024, un **10%** más que el año anterior

parecidos a una moto, con las dos plazas en tándem; tipo coche pequeño o incluso con diseños sofisticados y hasta descapotable como el Microlino, que imita al histórico Iseta, con la puerta en el morro. Hasta los fabricantes de turismos juegan en esta división, como Stellantis con el *Citroën AMI* y el *Fiat Topolino*.

La electrificación también está en retroceso aquí. En 2024 se vendieron 1.242 de cero emisiones, un 5% menos

que el año anterior. Para Riaño esto tiene que ver con la falta de definición legislativa y el caos de las ayudas. “Podrían ser una opción de coche eléctrico urbano a precios muy interesantes, pero las ayudas públicas son ridículas para su precio porque los consideran motos y seguimos sin tener un carnet B1 (que existe en otros países europeos) que permitiría que fuese un primer coche para jóvenes de 16 años”. Habrá que seguir esperando y estar atentos a nuevas modas. ▲



## HONDA PCX 125

Su motor enhanced Smart Power Plus (eSP+) de cuatro válvulas desarrolla 9,2kW de potencia. Permite hacer 47,6km/l con un consumo de 2,1L/100km (modo WMTC)

# Aquí todos estamos locos

Casi 160 años después de que **Lewis Carroll** escribiera **'Alicia en el país de las maravillas'**, **CaixaForum Madrid** será el escenario de una de las exposiciones más fascinantes de la temporada: **'Los mundos de Alicia. Soñar con el país de las maravillas'**.

Una muestra para perseguir a esta rebelde heroína hacia su surrealista universo

Texto de **Ernesto Páez**

“**C**reo que sí, estás demente. Pero te diré un secreto: las mejores personas lo están”. La mítica frase de Lewis Carroll sigue retumbando con fuerza entre los lectores de *Alicia en el país de las maravillas*. CaixaForum Madrid rendirá un tributo a la famosa protagonista a través de la exposición *Los mundos de Alicia. Soñar con el país de las maravillas*, que estará abierta hasta el próximo 3 de agosto.

En colaboración con el Victoria and Albert Museum de Londres, la muestra ofrece una visión única sobre el im-

pacto cultural de la heroína que ha cautivado generaciones durante casi 160 años. A través de 312 objetos y obras de arte, la muestra explora la influencia del personaje de Alicia, protagonista de las novelas *Alicia en el país de las maravillas* (1865) y *Alicia a través del espejo* (1871), y cómo su figura ha perdurado como un símbolo de rebeldía, curiosidad y desafío.

La exposición lleva a los visitantes a un recorrido que abarca diversas disciplinas artísticas, desde la literatura hasta el cine, pasando por la moda, la ciencia, el diseño y →





© Tim Walker Studio cortesía de Prell e C SpA

business-people.es

N.13 ABRIL 2025

FREE TIME

95



Con una museografía que juega con el color, la escala y el espacio, la exposición invita a adentrarse en un viaje entre lo real y lo imaginario

las artes plásticas. El recorrido celebra los casi 160 años de la creación de Alicia, destacando su relevancia en la cultura popular y su capacidad para inspirar la creatividad en distintos campos.

La muestra, comisariada por Kate Bailey y dirigida por Mireia Domingo, plantea una reflexión sobre cómo un personaje nacido en la época victoriana sigue siendo una fuente de inspiración y un espejo para los tiempos modernos. ¿Por qué sigue siendo tan relevante? La exposición no solo aborda el contexto histórico y cultural que dio lugar a la creación de Alicia, sino también la manera en que su legado sigue cuestionando las normas establecidas, alentando a los visitantes a ser más curiosos y creativos.

### RECORRIDO INMERSIVO

La exposición se estructura en cinco secciones temáticas que permiten adentrarse en el universo de Alicia de una manera lúdica e interactiva. Comienza con *La invención de Alicia*, donde los visitantes se sumergen en el contexto histórico y literario en el que Lewis Carroll creó su obra, inspirada en su vida como erudito y fotógrafo en la Universidad de Oxford. Entre los objetos de esta sección se incluyen bocetos originales de Carroll, ilustraciones de John Tenniel y primeras ediciones del libro, como una traducción al catalán de 1927.

El siguiente espacio, *A través de la pantalla*, muestra cómo las adaptaciones cinematográficas de Alicia han contribuido

a consolidar su imagen icónica. Desde la primera adaptación de 1903 hasta la famosa película de Disney de 1951, pasando por la versión surrealista de Tim Burton en 2010, el cine ha jugado un papel fundamental en la difusión del personaje. En este espacio se destaca también la influencia de los cineastas más experimentales, que han ofrecido nuevas lecturas del texto, alejándose de la narrativa original para explorar su potencial como metáfora de la distorsión y la rebelión.

En *Alicia, puerta a otros mundos*, la exposición aborda el impacto en los movimientos culturales del siglo XX, como el surrealismo y la contracultura de los años 60. Artistas como Salvador Dalí y Max Ernst se sintieron atraídos por la ambigüedad de la obra, que juega con la percepción de la realidad y los límites del inconsciente. Las temáticas del país de las maravillas, donde la lógica se ve desafiada y la percepción se distorsiona, encajan perfectamente con las inquietudes de estos movimientos. Además, se presentan obras de artistas contemporáneos que siguen explorando el





© Chris Riddell, 2020, reproducido con permiso de Macmillan International Publishers Ltd.



© Victoria and Albert Museum Londres



© UCO Camera

potencial surrealista de la obra, como Yayoi Kusama y Edward Burra.

La cuarta sección, *Alicia en escena*, demuestra cómo su historia ha sido reinterpretada en el teatro, la danza y otros géneros artísticos. El país de las maravillas ha sido un espacio ideal para la creación de obras que exploran lo absurdo, lo fantástico y lo político. Desde parodias y sátiras hasta representaciones que cuestionan el poder y las estructuras de la sociedad, el concepto de Alicia ha servido para dar voz a nuevas formas de expresión artística. Este ámbito incluye representaciones teatrales y operísticas, como las realizadas en el National Theatre y la Royal Opera House de Londres, y algunas reinterpretaciones visuales contemporáneas que hacen referencia a la situación política global.

Finalmente, *Convertirse en Alicia* se centra en las interpretaciones contemporáneas de la protagonista. En este espacio, Alicia es presentada como una heroína adaptada a los tiempos actuales, una exploradora empoderada que desafía las normas sociales y culturales del siglo XXI. Se incluyen fotografías de moda que reinterpretan los icónicos trajes de Alicia, realizados por diseñadores internacionales, así como representaciones de Alicia en cómics y portadas de discos de bandas de rock y pop. En palabras de la comisaria Kate Bailey, "Alicia es un estado mental y un agente de cambio". La exposición invita a los visitantes a preguntarse si alguna vez se han sentido como Alicia, inmersos en un mundo donde las reglas no siempre tienen sentido. ▲



#### ◀ Classico Chrono, de U-Boat

Nueva revisitación de su clásico cronógrafo *Classico*, en esta ocasión con caja de titanio de grado 2 (de 45 mm) y bisel de tungsteno (indestructible). Automático. Edición limitada a 299 ejemplares nacidos en su manufactura de la Toscana. **Precio:** 4.900 euros

# Revolución DE MATERIALES

De los tradicionales materiales como el oro, el acero y, como un lujo extremo, el platino, los laboratorios de I+D de las firmas de relojería han apostado por aleaciones y minerales más ligeros y mega resistentes:

## la cerámica y el titanio

Texto de Kino Verdú

La misión por la exploración tecnológica anida en los departamentos de Investigación y Desarrollo de las firmas de relojería, siempre a la caza de nuevos materiales y aleaciones químicas que desemboquen en una experiencia relojera más placentera. Ojo, que esto no supone acabar de un plumazo con los clásicos oro, el acero o el platino. Incluso el bronce que, de vez en cuando, asoma su camaleónica pata. Siguen ahí, mejorados en sus cualidades, pero desde hace unos años dos materiales han irrumpido con una fuerza brutal y rara es la marca que no incorpora algún modelo con ellos: la cerámica y el titanio. ¿Qué tienen de especial? Ambos son livianos como la hoja de un árbol. Superan en dureza al acero. Una hercúlea resistencia a la corrosión. Son antimagnéticos. Hipoalergénicos. La cerámica soporta mejor los arañazos, y con el titanio conviene tener cuidado... pero es tan duro y

ligero. La cerámica nació entre probetas, como una mezcla de polvos policristalinos procedentes de varios minerales. El titanio es un metal con nombre y apellido en la tabla periódica, que se encuentra en la naturaleza 'incrustado' en depósitos de óxido como el rutilo o la ilmenita y el más utilizado en la relojería es el de grado 5 y se suele aliñar con aluminio, vanadio, hierro y oxígeno (el mismo que emplea la industria aeronáutica y la automoción). La primera firma que experimentó con la cerámica fue IWC Schaffhausen allá en 1986: el paciente respondía al modelo *Da Vinci Calendario Perpetuo*. Citizen hizo lo propio con el titanio en 1970, que aplicó en el *X-8 Chronometer*. Aunque otros citan al Grand Seiko *Snowflake SBGA211* de 1982 como el primero... Ahí lo dejamos. Dar con las aleaciones correctas, infalibles, ha llevado su tiempo, ya que son dos elementos difíciles de mear y domar. Si la presión o la temperatura se



#### ◀ True Square Skeleton, de Rado

Cerámica de alta tecnología para los mayores expertos en este material (es así). Es la primera vez que se utiliza cerámica de plasma con acabado mate en la colección *True Square*. Movimiento a la vista (es un esqueleto). Caja de 38 mm con diseño monobloque. Automático. **Precio:** 3.150 euros.

tuere un nanosegundo en la manufactura, adiós a ese reloj que apuntaba maneras. Si hay una marca que identificamos con la cerámica es Rado, quien ya en 1986 presentó su cerámica de alta tecnología. De ahí llegó al *Ceramos* (su propia y patentada aleación cerámica) y a una gama de colores con este material de hasta 20. ¿Les podemos regalar un consejo? Si tienen la oportunidad de ir a su manufactura, háganlo; no se parece a ninguna 'convencional'. Es un enorme laboratorio de última generación constelada de micropartículas sólidas de infinitos tonos que se someten a esfuerzos y grados centígrados colosales. Chanel, con su *J12*, marcó un hito, el de ¿una marca tan joyera se marca unos fascinantes relojes en cerámica negra y blanca, hasta los brazaletes? Pues sí. El *Cerachrom* de Rolex también patentado y secreto en su mixología. Novísimos ejemplares de Blancpain, Breitling, Tudor, Louis Vuitton... En cajas, brazaletes y biseles no defrauda, aunque algunos detractores huyen de ese brillo tan rutilante de la cerámica, pero los últimos avances han conseguido atemperarlo con soluciones mates. El titanio anida en cajas, brazaletes, biseles y en infinidad de piezas internas. Mención aparte merecen firmas como Hublot y Richard Mille, reencarnadas en sherlockholmes que husmean con avidez en ámbitos ultra tecnológicos para atrapar innovaciones matéricas que luego implementan en sus relojes. Hublot reeditó en 2020 su *Classic Fusion Original* de 1980 (que rompió los esquemas al crear un material compuesto de oro ¡y caucho!) con versiones en cerámica y titanio. De Richard Mille, sirva como ejemplo el ya icónico *RM 27-04 Tourbillon Rafa Nadal*, que con osadía mezcla en un material único el titanio y el carbono. Y lo que acaba de cometer la alianza de Bvlgari con MB&F al reinterpretar el *Serpenti* con titanio grado 5 supone un viaje extrasensorial. ▲



#### ▲ Bvlgari x MB&F Serpenti Titanio

Acaba de presentarse en sociedad y supone la segunda colaboración de la *maison* italiana con la iconoclasta MB&F. En esta ocasión le han metido mano al *Serpenti*, que han transformado en una escultura en tres dimensiones y es caja que recuerda a la elegante carrocería de un automóvil. De cuerda manual, toda la caja (digamos un caparazón) es de titanio grado 5. Edición limitada a 33 piezas. **Precio:** 140.000 euros.



# Templos madrileños del flamenco y gastronomía

**Cinco tablaos**  
en los que sumergirse  
en el **embujo de ese arte**  
y la **buena cocina**

Texto de **Alfredo García**

**E**l flamenco es tendencia en Madrid. El éxito de negocios como el Centro Cultural Flamenco y sus espectáculos *unplugged* lo demuestran. Y tiene sentido que este arte se reivindique como lo que es: una manifestación cultural tan singular y visceral como vibrante y seductora. Así que cada vez son más los tablaos que surgen en la capital. Muchos de ellos suman a su propuesta de espectáculo opciones de gran cocina, para construir una experiencia integral. Estos son los más destacados:



## Corral de la Morería

Casi 70 años lleva congregando este local a la *crème de la crème* del star system internacional y nacional. Aquí vienen a disfrutar de los mejores espectáculos flamencos de la capital. Y, desde hace unos años, también de la altísima cocina

con estrella Michelin que comanda el vizcaíno David García. Platos creativos, que son pura evocación y que armonizan con la enciclopédica bodega de vinos generosos que desde hace décadas atesora la familia del Rey, propietarios del negocio.

**Corraldelamoreria.com - Menú degustación: 79,95 euros + espectáculo: 50 euros**

## Flamenco de Leones

Detrás de este nuevo templo del flamenco, junto a la Puerta de Alcalá, está el exitoso grupo hostelero Ramsés. Eso es una garantía de saber hacer. Pero, además, Flamenco de Leones es el empeño personal de su propietario, Jorge Llovet, por traer

a la capital la filosofía de los cafés cantantes y de los cabarets europeos. Un concepto complementado por una propuesta gastronómica muy variada, que va del clásico menú de tapas a lo mejor de la cocina española tratada con gran mimo.

**Flamencodeleones.es - Menús: 25 a 80 euros + espectáculo: 50 euros**





## La Carmela

Los responsables de este tablao lo venden como "la cueva de los misterios", dado que ocupa una de las muchas bodegas que horadan el subsuelo de la capital, y también por esa cuidada iluminación que juega con los claroscuros.

En ambiente tan íntimo se asiste a espectáculos de un flamenco de raíz, originario. En cuanto a la gastronomía, apuesta por lo castizo, incluyendo desde el habitual picoteo hasta un menú V.I.P. con suculentas elaboraciones.

**[Tablaolacarmela.com](http://Tablaolacarmela.com) - Menús + espectáculo: desde 52 a 84 euros**



## Tablao de la Villa

Este negocio ocupa el local del que fue uno de los templos legendarios del flamenco en Madrid: el Café de Chinitas, en una casa-palacio del siglo XIX. De ese tablao original se mantiene el gusto por un flamenco puro y “de

raza”. Y, como aportación novedosa, ahora se sirve una cocina más del siglo XXI, muy elaborada, siempre a partir del mejor producto nacional. Mucha atención a la variedad (y calidad) de jereces.

[Tablaodelavilla.com](http://Tablaodelavilla.com) - Menús + espectáculo: desde 82 a 130 euros

## Torres Bermejas

Clásico entre los clásicos del flamenco capitalino, siempre animado y con una concurrencia realmente variopinta. Este tablao con más de 60 años de historia recrea el universo decorativo de La Alhambra de Granada. Un magnífico marco

para espectáculos de corte tradicional, que suele buscar la complicidad con el público. Los menús, correctos y sin demasiadas pretensiones, se han diseñado para complacer a un público tan heterogéneo.

[Flamencotorresbermejas.com](http://Flamencotorresbermejas.com) - Menús + espectáculo: desde 55 a 85 euros



# La Ribera Sacra: VITICULTURA HEROICA

**En el corazón de Galicia**, donde los ríos **Miño y Sil** esculpen paisajes de ensueño, se encuentra la **Ribera Sacra**, una región donde la dedicación de los viticultores ha permitido cultivar vides en terrenos desafiantes y empinados

Texto de **Pilar Hernández Coloma**

**E**nclavada entre montañas y ríos, la Ribera Sacra es un rincón mágico de Galicia. Este paraje no sólo es conocido por su belleza, sino también por su rica herencia vitivinícola. La Ribera Sacra, que se extiende a lo largo de los ríos Miño y Sil, destaca por sus empinadas laderas cubiertas de viñedos en terrazas. Este método de cultivo, conocido como viticultura heroica, es un testimonio del esfuerzo y la dedicación de los viticultores que han trabajado arduamente para cultivar las uvas en terrenos tan desafiantes.

La variedad más emblemática de esta región es la Mencía, una uva tinta que produce vinos elegantes y frescos, con notas frutales que evocan el paisaje y reflejan el carácter del terroir gallego. Los viticultores están cada vez más comprometidos con prácticas sostenibles, buscando equilibrar tradición e innovación para asegurar un futuro próspero para sus viñedos. La diversidad del entorno natural también juega un papel crucial en el perfil de sabor de estos vinos. Las

laderas soleadas y las noches frescas crean condiciones ideales para el desarrollo óptimo de las uvas, dando como resultado vinos con una complejidad y frescura inigualables. Pero no solo la Mencía brilla en esta tierra; también se cultivan otras variedades autóctonas como Godello y Treixadura, que aportan una diversidad única a la oferta vinícola. La historia de la viticultura en la Ribera Sacra se remonta a tiempos antiguos. Se cree que los romanos fueron los primeros en cultivar viñedos en esta región, pero fue durante la Edad Media cuando la viticultura comenzó a florecer gracias a la influencia de los monasterios. A lo largo de los siglos, el cultivo de la vid se ha adaptado a las condiciones específicas del paisaje. Las laderas abruptas y las terrazas construidas a mano son el resultado del arduo trabajo de generaciones enteras.

Las bodegas de la Ribera Sacra son más que simples productores de vino; son guardianes de una tradición milenaria que celebra el esfuerzo humano y el amor por la tierra. La viticultura heroica no solo se trata del cultivo en terrenos difíciles; es un símbolo del espíritu indomable gallego que sigue floreciendo en cada copa. Al visitar esta región mágica, uno no solo descubre vinos excepcionales, sino también historias que resuenan a través del tiempo.

Además del vino, la Ribera Sacra ofrece un paisaje cultural rico. Los monasterios románicos, como el Monasterio de San Esteban de Ribas de Sil o el Monasterio de Santa María de Ferreira de Pantón, son ejemplos del patrimonio histórico que complementa la belleza natural del entorno. Visitar esta región es adentrarse en el corazón de Galicia, donde el amor por la tierra se traduce en vinos excepcionales que esperan ser descubiertos. El turismo vitivinícola está en auge en esta región, donde cada experiencia está diseñada para sumergir al visitante en el mundo del vino gallego y su rica herencia cultural.





# La singularidad de los vinos de la D.O Ribera Sacra



© Getty images (1); Shutterstock (1)

1

## Silius Buccé

Bodega Atrium Vitis.  
Quiroga. Lugo

**Varietades:** Vino blanco con crianza monovarietal de Godello.

**Nota de cata:** Color amarillo pajizo limpio. En nariz es muy interesante, aparece la tipicidad del godello, frutas de hueso, pera de agua, con un fondo floral y algunos recuerdos cítricos sutiles.

**En boca:** presenta buena acidez, es frutal, tiene volumen y es un vino persistente.

**Grado alcohólico:** 13,5%

2

## Sollío

A Teixeira

**Varietades:** 90% Mencía, Brancellao 6% y Souson 4%

**Nota de cata:** Color rojo picota de intensidad alta con ribete morado y buena copa. En nariz es franco y limpio de gran intensidad aromática con predominio de notas frutales y a hollejo características de la variedad Mencía.

**En boca:** Elegante y poderoso, untuoso, con mucho cuerpo y equilibrado.

**Grado alcohólico:** 14%

3

## Vel, Uveyra Godello 2023

Bodega Ronsel do Sil.  
Cañones del Sil

**Varietades:** 85% Godello, 10% Treixadura, 5% Dona Branca

**Nota de cata:** Color pajizo brillante. Nariz profunda, con notas cítricas, frutales y florales. Hierbas silvestres. La entrada en boca untuosa, fresca y glicérica, fruta blanca de hueso persistente. Equilibrado. Al final, frutos secos amargos característicos de la variedad godello.

**Grado alcohólico:** 13%

4

## Rectoral De Amandi

Sober, subzona de Amandi

**Varietades:** Mencía 100%

**Nota de cata:** Color rojo cereza con ribete violáceo de brillante intensidad. En nariz destacan los aromas propios de la uva Mencía, a frambuesas y moras con notas ligeras de regaliz.

En boca: destaca su equilibrio con toques suaves de tanino, aportando un acabado persistente que invita a seguir degustándolo.

**Grado alcohólico:** 13%

# Guerreros del agua

Las calles de **Tailandia** se transforman en un vibrante **'CAMPO DE GUERRA'**, donde millones de personas armadas con pistolas de agua, cubos y mangueras están listas para celebrar el nuevo año budista

**E**l Festival del Agua y el Año Nuevo Tailandés se celebrará del 13 al 15 de abril. El *Songkran*, que marca el inicio del nuevo año según el calendario budista, es conocido por sus vibrantes y divertidas batallas de agua. Sin embargo, esta festividad es mucho más que una fiesta recreativa; tiene

un profundo significado cultural y religioso. Durante el evento, las familias se reúnen para limpiar las estatuas de Buda con agua perfumada, y los jóvenes vierten agua sobre las manos de los ancianos como muestra de respeto y para recibir sus bendiciones. Las ciudades más destacadas para disfrutar del *Songkran* incluyen Bangkok,

Chiang Mai y Phuket, donde las celebraciones pueden extenderse durante toda una semana. En Bangkok, la famosa calle Khao San se convierte en el epicentro de la fiesta, mientras que en Chiang Mai, el casco antiguo se transforma en un gigantesco campo de batalla acuático.

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



## En agenda



### COMIDA

#### Sorn

Ubicado en Bangkok, este restaurante de alta cocina ha logrado reconocimiento internacional por su impecable interpretación de la gastronomía del sur de Tailandia, destacando el uso de ingredientes frescos y locales como langostas de Phuket, calamares del Andamán y gambas del río Tapi. Fundado por el chef autodidacta Supaksorn Jongsiri, ha sido galardonado con tres estrellas Michelin, consolidándose como uno de los mejores restaurantes del mundo. Además, se encuentra en una tradicional casa tailandesa, lo que aporta un toque único y encantador a la experiencia culinaria.

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



© Gettyimages

### CULTURA

#### Gran Palacio

Es uno de los monumentos más emblemáticos y visitados de Tailandia. Construido en 1782, este impresionante complejo de edificios fue la residencia oficial de los reyes de Siam (y más tarde de Tailandia) durante más de 150 años. El palacio alberga algunas de las atracciones más importantes del país. Entre ellas, destaca el Templo del Buda Esmeralda (Wat Phra Kaew), que guarda una estatua de Buda esculpida en un solo bloque de jade. Cada estructura dentro del complejo tiene su propio estilo y función, lo que refleja la evolución arquitectónica y cultural de Tailandia a lo largo de los siglos.

[royalgrandpalace.th](http://royalgrandpalace.th)



### ENTRETENIMIENTO

#### Muay Thai

Una de las experiencias más emocionantes y singulares que puedes vivir en Tailandia es sumergirte en el fascinante mundo del Muay Thai. El Estadio Rajadamnern, uno de los lugares más emblemáticos para disfrutar de este arte marcial tradicional, se considera el primer estadio de deportes de combate del mundo. El Muay Thai, profundamente arraigado en la cultura tailandesa, es un reflejo del rico legado y el indomable espíritu de lucha de la nación. Aquí podrás presenciar peleas intensas y cargadas de adrenalina, protagonizadas por algunos de los mejores luchadores de Tailandia y del mundo.

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

De José Suay

CINE  
EN SALA

ABR

10

# The Chosen: La última cena (Parte 1)

**Director** Dallas Jenkins | **Distribución** A Contracorriente Films | **Reparto** Jonathan Roumie, Shahar Isaac, Catherine Lidstone, Elizabeth Tabish, Paras Patel

**A**terriza en cines la primera parte de esta ambiciosa entrega que se atreve a indagar en los aspectos que llevaron, durante la vida de Jesús de Nazaret, a labrarse los enemigos que terminaron condenándolo a la Cruz. La acción sitúa al espectador en uno de los momentos más icónicos de su vida: la última cena.

La mesa está servida. El pueblo de Israel recibe a Jesús como rey mientras sus discípulos esperan su coronación. Sin embargo, en lugar de enfrentarse a Roma, él da un giro inesperado a la celebración religiosa judía. En vez de seguir el rumbo anticipado, cambia el significado de la festividad, desafiando el sistema establecido. Al percatarse de la amenaza que esto supone para su

poder, los líderes religiosos y políticos del país no dudarán en hacer lo que sea necesario para asegurarse de que esta cena de Pascua sea la última de Jesús. El creciente peligro de que sus enseñanzas alteren el equilibrio de poder llevará a estos líderes a tramar su muerte, convencidos de que deben eliminar esta amenaza antes de que crezca aún más.



© A Contracorriente

ABR

## Los pecadores

16

**Director** Ryan Coogler | **Distribución** Warner Bros. Pictures | **Reparto** Michael B. Jordan, Hailee Steinfeld, Wunmi Mosaku, Jayme Lawson, Omar Benson Miller



CINE EN SALA

El tándem formado por el director Ryan Coogler y el actor Michael B. Jordan vuelve a la acción tras el éxito que supuso para sendas carreras *Creed*. *La leyenda de Rocky* (2015), cinta con la que reiniciaban la emblemática saga del boxeador de Filadelfia y que daba inicio a una trilogía en la que ya continuaría en solitario Jordan interpretando el papel de Adonis Creed. Además, a este dúo creativo le seguirían esperando grandes alegrías con *Black Panther* (2018), la película de Marvel que llegó incluso a ser nominada a Mejor Película en los Oscar de 2019. Y ahora, la dupla vuelve a unir sus caminos, esta vez en una cinta de terror y vampiros. Tratando de dejar atrás sus problemáticas vidas, dos gemelos (Jordan) regresan a su pueblo natal para empezar de nuevo, solo para descubrir que un mal aún mayor les espera para darles la bienvenida.

© WarnerBrosSpain

MAR

## El contable 2

2-25

**Director** Gavin O'Connor | **Distribución** Warner Bros. Pictures | **Reparto** Ben Affleck, Jon Bernthal, J.K. Simons, Cynthia Addai-Robinson, Daniella Pineda, Allison Robertson, Grant Harvey

El mes de abril cerrará con el estreno de la secuela del exitoso thriller *El contable* (2016), en el que Ben Affleck volverá a ponerse en la piel del meticuloso y genio de las matemáticas Christian Wolff para resolver un nuevo entramado criminal. Christian Wolff tiene talento para resolver problemas complejos. Cuando un viejo conocido es asesinado, dejando tras de sí un críptico mensaje para "encontrar al contable", Wolff se ve obligado a resolver el caso. Al darse cuenta de que son necesarias medidas más extremas, Wolff recluta a su hermano Brax, distanciado y muy letal, para que le ayude. En colaboración con Marybeth Medina, subdirectora del Tesoro de Estados Unidos, descubren una conspiración mortal y se convierten en objetivo de una despiadada red de asesinos que no se detendrán ante nada para mantener sus secretos enterrados.



CINE EN SALA

© IMBD

FREE TIME

De José Suay

ABR

11

## Vicios ocultos

Creador Jonathan Tropper | Plataforma Apple TV+



© Apple TV

La plataforma de Apple presenta este mes de abril una nueva serie original con la que sigue llenando su catálogo de propuestas de calidad destinadas a hacerse un hueco entre el público más adulto. Esta vez lo hace con un drama protagonizado por Jon Hamm, el actor que interpretó durante siete temporadas al mítico publicista de Madison Avenue Don Draper en la serie de AMC *Mad Men*, que está considerada como una de las mejores series de televisión de la historia. Tras ser despedido con deshonra, Andrew "Coop" Cooper, un administrador de fondos de cobertura que todavía está lidiando con su reciente divorcio, recurre a robar en las casas de sus vecinos en el muy adinerado barrio de Westmont Village, solo para descubrir que los secretos ocultos dentro de esas mansiones de lujo pueden ser más peligrosos de lo que nunca imaginó.

ABR

30

## Carême, chef de reyes

Creador Ian Kelly y Davide Serino | Plataforma Apple TV+



© Apple TV

Apple TV+ también presenta este mes una serie producida en Francia que hará delicias a los amantes de la cocina y de la historia por igual. *Carême, chef de reyes* nos traslada en sus ocho capítulos a la Francia de Napoleón en el siglo XIX para contarnos la historia de los inicios y del salto al estrellato del que está considerado como el primer chef famoso del mundo. Además, la serie tampoco renunciará a contarnos las intrigas políticas de la época, en las que tuvo que verse inmerso el protagonista debido a sus ansias de reconocimiento. Antonin Carême se elevó desde sus humildes comienzos en París hasta el apogeo del estrellato culinario en la Europa de Napoleón. Si bien sólo sueña con convertirse en el mejor chef, su talento y ambición atraen la atención de reconocidos y poderosos políticos, que lo utilizan como espía para Francia.



### VIDEOJUEGO

## Clair Obscur: Expedition

33 – 24 de abril

Desarrolladora Sandfall Interactive para PlayStation 5, Xbox Series y PC.

La comunidad gamer espera con expectación el lanzamiento de este juego de rol, un RPG con un original sistema de combate por turnos que tiene mecánicas de acción en tiempo real. Además, el juego está ambientado en un mundo de fantasía inspirado en la Francia de la Belle Époque y cuenta con un espectacular apartado gráfico realizado con Unreal Engine 5.



### CONCIERTO

## Lenny Kravitz - Blue Electric Light Tour 2025

6 de abril

Lugar Movistar Arena (Madrid)

El influyente cantante Lenny Kravitz, uno de los artistas más reconocidos del rock contemporáneo, aterriza en Madrid para ofrecer un concierto que se enmarca dentro de su gira mundial *Blue Electric Light Tour*. La cantaora flamenca Estrella Morente acompañará al estadounidense como artista invitada en este concierto como muestra de la admiración que profesa Kravitz hacia la granadina.



### ÓPERA

## La Traviata

del 23 al 27 de abril

Lugar Teatro Amaya (Madrid)

La mítica ópera del italiano Giuseppe Verdi, considerada como una de las piezas más influyentes y representadas de todos los tiempos, llega con una nueva versión a Madrid. Aquellos que no quieran perderse, deben apuntar con atención las fechas, pues tendrá un pase limitado de tan solo cuatro días a finales de este mes, pues se enmarca dentro del 4º Festival de Zarzuela y Ópera de Madrid.

DISCO



ABR

4

## Elton John Who believes in angels?

Discográfico Island EMI Records

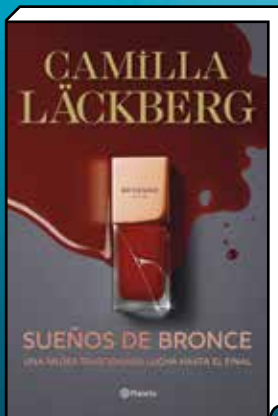
El legendario cantante y compositor británico Elton John, considerado como uno de los artistas musicales más exitosos de todos los tiempos ante la multitud de canciones que han alcanzado la cima del mundo a lo largo de una trayectoria de cinco décadas, lanza en abril *Who believes in angels?*, un álbum de estudio colaborativo con la cantante estadounidense Brandi Carlile. El álbum mezcla canciones lideradas por Elton y otras

por Brandi, lo que da lugar a baladas que coexisten con el rock and roll crudo, las canciones pop y el country americano, que se codean con la psicodelia de los sintetizadores. Además, el disco también incluye *Never too late*, canción nominada al Oscar 2025 (que acabó ganando *El mal*, de la película *Emilia Pérez*), que se creó para el documental sobre la carrera de Elton John para Disney+ del mismo título.

De Cristina Alonso

# ¡Un cierre de muerte!

La autora de novela negra **más importante de Europa** regresa con una nueva historia del **universo Faye** y con su propio **docu-reality** para dar a conocer su ámbito más personal



Camilla Läckberg  
**SUEÑOS DE BRONCE (SERIE FAYE 3)**  
**NARRATIVA** Planeta

**J**ack, el exmarido de Faye, ha muerto y con él muchas de sus preocupaciones, pero ahora su vida se ve amenazada por la única persona en el mundo que puede vencerla: su propio padre. Camilla Läckberg vuelve por todo lo alto, con una obra que no dejará a nadie indiferente y con el estreno de *Los Läckberg*, una producción que sigue a la autora y a toda su familia durante siete meses.

**¿Cómo logras equilibrar la fortaleza de Faye con su vulnerabilidad para que sea tan compleja y humana?**

Me inspiré mucho en mí misma y en las luchas que he pasado durante los años, tratando de combinar ser madre, escritora y empresaria. Porque está claro que las mujeres recibimos muchísima más presión, en la cual tenemos que llegar casi a un estado de perfección, como trabajadoras, amigas, esposas que encima van siempre estupendas. Entonces recogí

todo este estrés y toda esa presión y lo volqué en el personaje de Faye, que es un personaje con el cual muchas mujeres se pueden sentir identificadas.

**El suspenso y la tensión son elementos fundamentales en tu trabajo. ¿Cuáles son tus fuentes de inspiración?**

Tenía libros que me encantaban y que fueron escritos por autores como Sidney Sheldon, Jackie Collins y Judith Krantz. Empecé a pensar qué les pasó y por qué desapareció ese género lleno de mujeres fuertes que creaban imperios y se comían a hombres para desayunar. Así que quería crear algo dentro de ese género, y también he amado desde que era joven el libro de Fay Welton, *Vida y amores de una maligna*, que es sobre la venganza y una mujer fuerte; por eso Faye se llama Faye, así que decidí tomarme un descanso de *Fjallbacka*.

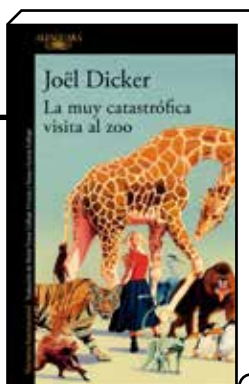
**¿Cómo has vivido el proceso de desprenderse de Faye?**

Bueno, siempre es difícil decir adiós o pausar. No sé, en el futuro podría escribir sobre Faye de nuevo. Pero es difícil, porque nos convertimos en amigas y es un personaje muy fuerte del que se puede aprender mucho. En ese sentido, Legendary, que es la empresa estadounidense que se ocupa de algunas entregas, como *Dune* y *Transformers*, ha comprado los derechos de hacer una serie de televisión de Faye. Así que aún vive conmigo.

**¿En qué punto se encuentra el proyecto de la serie?**

La serie ahora mismo está en el proceso de escritura del guión y contamos con un guionista maravilloso que me tiene muy emocionada. En cuanto a la actriz, tengo varias ideas, pero la primera que me viene a la cabeza es Emily Blunt, aunque es más importante quién va a interpretar a Jack. Me gustaría ser parte del proceso de selección.





Joël Dicker  
**LA MUY CATASTRÓFICA VISITA AL ZOO**

**NARRATIVA** Alfaguara

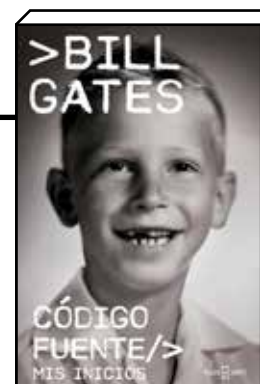
Es víspera de Navidad y la visita de la clase de Joséphine al zoo ha sido una catástrofe. Nadie sabe qué ha pasado exactamente y los padres de la niña están dispuestos a descubrirlo. Mientras la investigación avanza, comprendemos que una catástrofe nunca llega sola, que las apariencias engañan y que los acontecimientos pueden tomar un giro que nadie imagina. Una novela repleta de guiños sobre nuestra sociedad.



Freida McFadden  
**TRAS LA PUERTA**

**THRILLER** Suma

De la autora de *La asistente* llega un thriller sobre secretos y culpa. De niña, Nora Davis ignoraba que su padre asesinaba mujeres en el sótano, hasta que la policía llamó a su puerta. Décadas después, es una cirujana de éxito con un pasado oculto. Pero cuando una paciente aparece asesinada con el mismo método de su padre, alguien intenta incriminarla. ¿Podrá evitar que descubran la verdad?



Bill Gates  
**CÓDIGO FUENTE. MIS INICIOS**

**NO FICCIÓN** Plaza & Janes

La historia de los comienzos de uno de los líderes empresariales y filántropos más transformadores e influyentes del mundo moderno. No se trata de un libro sobre la época dorada de Microsoft ni sobre la creación de la Gates Foundation, tampoco sobre el futuro de la tecnología. Es la historia humana, personal, de cómo Bill Gates se convirtió en quien es hoy, de su infancia y de sus tempranos intereses y proyectos.



José Manuel Villarejo  
**EL ESTADO CONTRA MÍ**

**POLÍTICA** Código Rojo

Un libro que narra las experiencias del comisario Villarejo, un testigo excepcional de los acontecimientos más relevantes de la historia reciente de España. En sus páginas, se desclasifican detalles sorprendentes sobre los atentados que sacudieron al país, como el 11-M, el caso de José María Aznar, el atentado contra Carrero Blanco, los atentados en Las Ramblas y el intento de golpe de estado del 23-F.



Malenka Ramos  
**EL JUEGO DEL LOBO**

**FICCIÓN** Contraluz

Conejos y lobos. Es el momento de salvarse o dejarse cazar. Juguemos una última vez al juego del lobo. ¿Quién eres tú? Cuando aparecen cuatro cuerpos en la iglesia de un pequeño pueblo del norte, el comisario Adam de la Cruz y el inspector Bruno Dávila se trasladan al lugar para ayudar en la investigación. Todo parece indicar que se trata de un suicidio, pero en realidad es hora de jugar al juego del lobo.



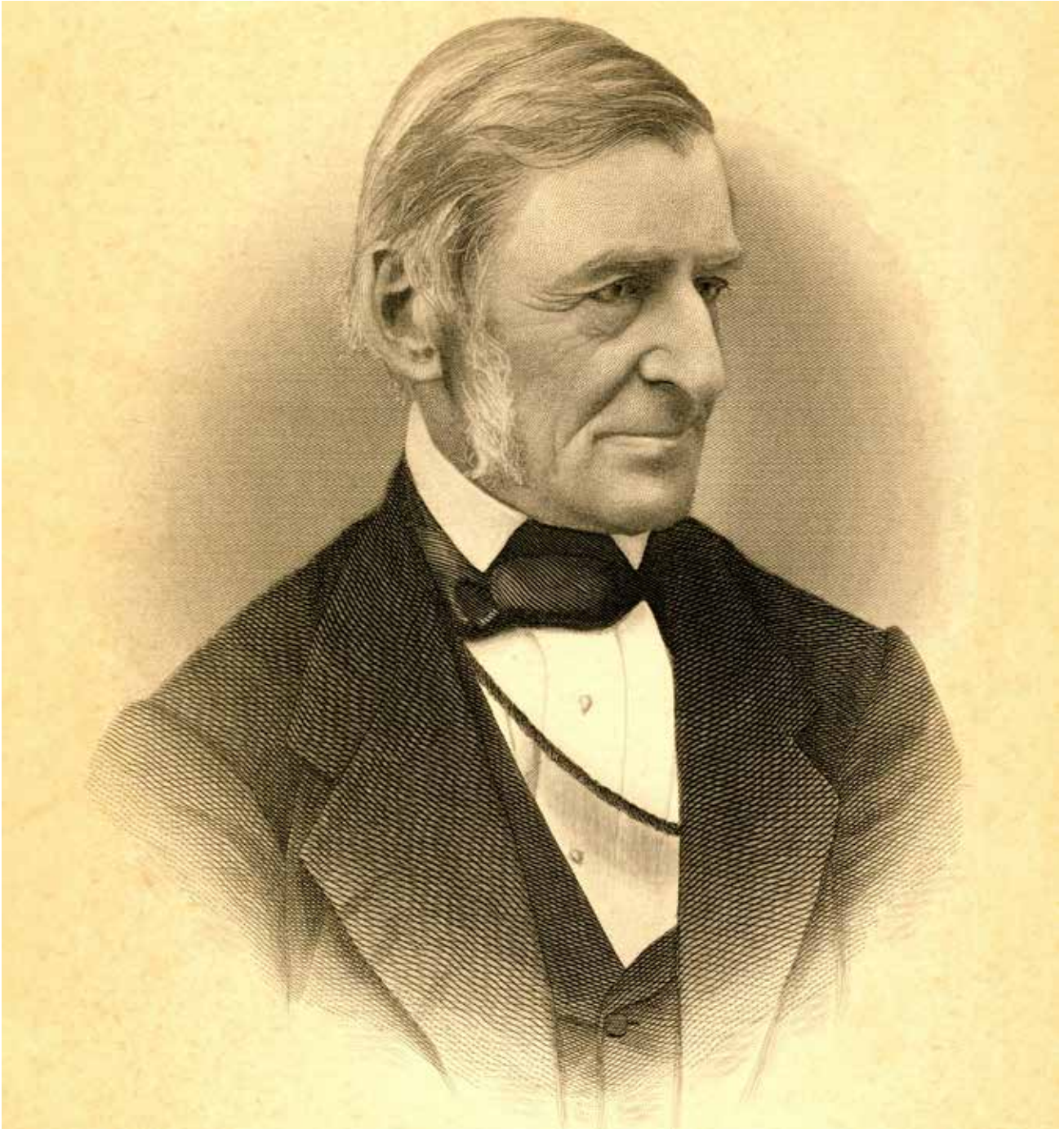
Carlos Molina del Río  
**LAS CINCO MENTIRAS DE SILICON VALLEY**

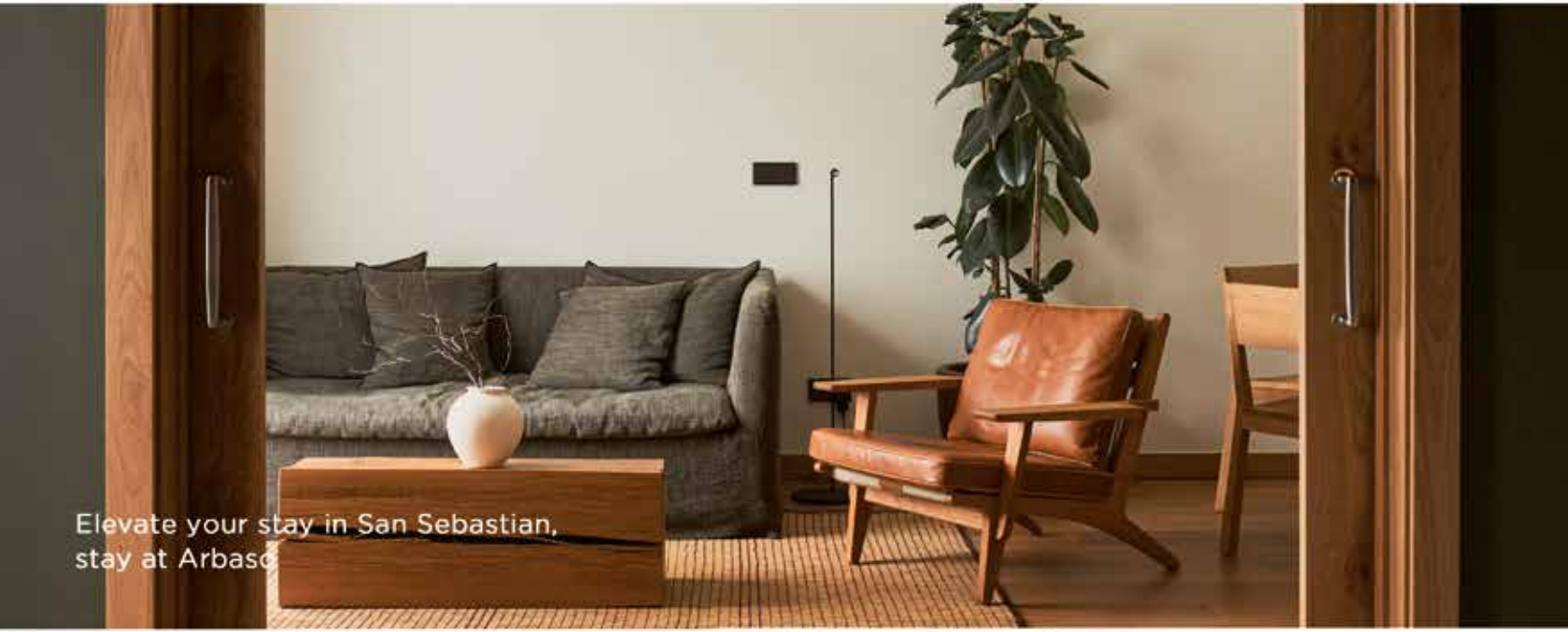
**ECONOMÍA** Deusto

Carlos Molina expone en este libro los falsos mitos que con frecuencia llevan a los emprendedores a sentir frustración y a abocarlos al fracaso. Desde la idea todopoderosa hasta el supuesto éxito rápido, en este libro se desglosan cinco grandes mentiras del mundo startup y se enseña al lector a superarlas. Con una mezcla de crítica y experiencia personal se ofrecen herramientas prácticas.

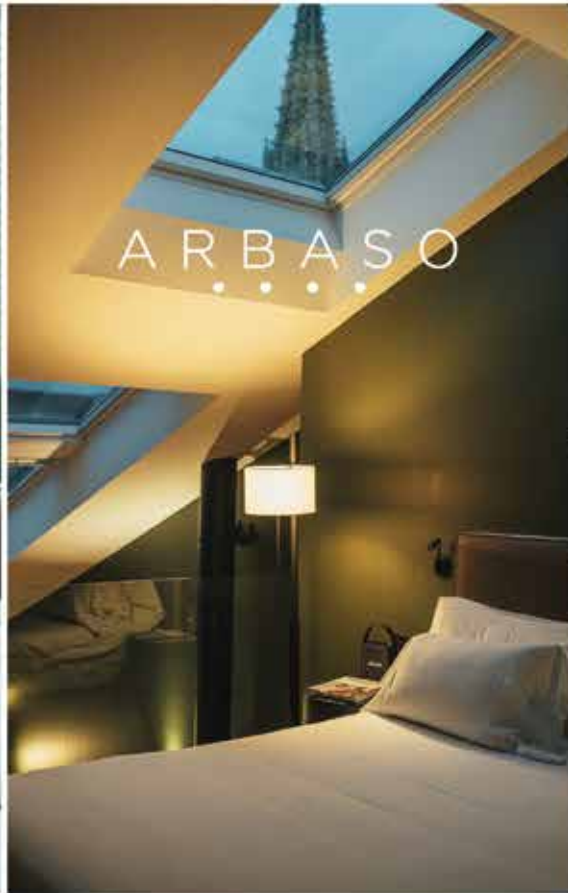
# Ralph Waldo Emerson

“Lo que está delante de ti y lo que está detrás de ti, son cosas pequeñas comparadas con lo que está dentro de ti”.





Elevate your stay in San Sebastian,  
stay at Arbaso



Silent luxury  
never felt so good

**narru**  
RESTAURANT



PATEK PHILIPPE  
GENEVE



INICIE SU PROPIA  
TRADICIÓN



LA COLECCIÓN CUBITUS

NUNCA UN PATEK PHILIPPE ES DEL TODO SUYO.  
SUYO ES EL PLACER DE CUSTODIARLO HASTA LA SIGUIENTE GENERACIÓN.

SUAREZ

Serrano, 62 - 28001 Madrid  
Tel. 682 63 78 99 - [joyeriasuarez.com](http://joyeriasuarez.com)