

3,90€

Business People

business-people.es

La gente que influye

14

Mayo
2025

Incluye
el suplemento
**¿AMOS
O ESCLAVOS DE
la IA?**

PROTAGONISTAS

Borja Hernández de Alba
(MDR)

Maví Zingoni
(GE Vernova)

PARKOUR

Fluir entre edificios

Tic-tac...

¿Burbuja inmobiliaria?

Inversiones al alza

Tiempo de cambios

Directivos a la carta

¿Qué buscan los
headhunters?

Susana Entero
— Kellogg's —

Esto está que cruje

BLAUER K-CODE
SUMMER 2025

blauerusa.com

Blauer



BAMBALINA



Ze

Nueva colección disponible en www.zegarcia.com y en nuestras tiendas.

EUROPA, urge una UNIÓN FISCAL

de Vito Sinopoli



Según un proverbio, no todos los males vienen para hacer daño. Y los aranceles — impuestos por el presidente Donald Trump a las importaciones en EE. UU., tal vez —y subrayo tal vez— podrían tener un efecto positivo... Aunque parcial. El efecto positivo podría ser obligar a la Unión Europea a sentar de una vez por todas las bases de una unión fiscal definitiva y equitativa. Porque, sin una unión fiscal, las economías de los países no sacan mucho provecho de la unión política, como se ha demostrado ampliamente durante estos años. Todos los ciudadanos

europeos, tanto personas como empresas, deben estar sujetos a las mismas normas fiscales, tener los mismos controles y enfrentar las mismas sanciones si no los cumplen.

Además, se debería poner fin a los privilegios. Durante demasiados años, la UE ha permitido y tolerado la competencia fiscal interna en nombre de la “subsidiariedad”. En la práctica, esto ha permitido que Estados miembros como Irlanda, Países Bajos y Luxemburgo actúen como paraísos fiscales de facto, ofreciendo tasas impositivas corporativas muy bajas que distorsionan la competencia, atraen a multinacionales y debilitan

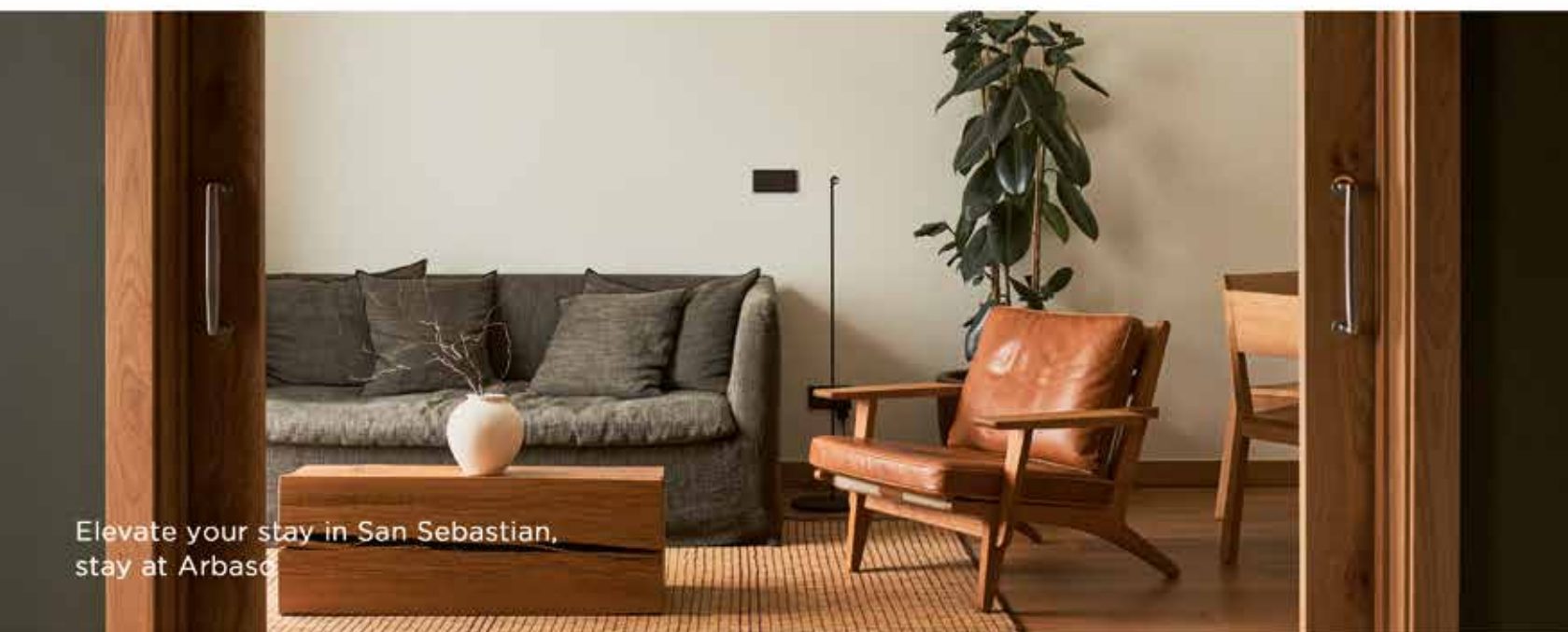
La UE ha permitido y tolerado la competencia fiscal interna en nombre de la “subsidiariedad”

la base imponible de las economías más grandes. Los gigantes digitales estadounidenses —Google, Amazon y Facebook, principalmente— han prosperado gracias a este modelo, estableciendo sus sedes europeas en Dublín y aprovechando las ventajas del mercado único.

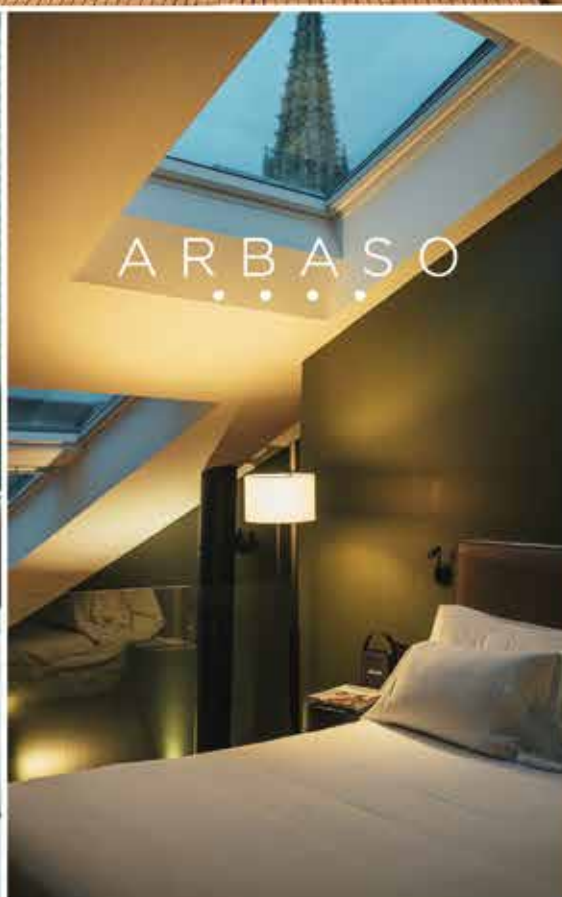
Irónicamente, los aranceles de Trump podrían lograr lo que años de propuestas de la Comisión y cumbres franco-alemanas no han conseguido generar: un sentido de urgencia. Si la Unión realmente se toma en serio la autonomía estratégica y la construcción de un verdadero mercado interno, el alineamiento fiscal no es un lujo: es una necesidad. La UE debe finalmente decidir si se reconoce como un proyecto completo o si sigue siendo una suma de intereses divergentes.

Nadie espera una armonización de las tasas impositivas de la noche a la mañana. Pero sin reglas comunes y un marco para frenar el dumping fiscal interno, la credibilidad de una gobernanza económica europea que hasta ahora ha favorecido a unos sobre otros seguirá siendo frágil. ▲

© Shutterstock



Elevate your stay in San Sebastian,
stay at Arbaso



Silent luxury
never felt so good

narru
RESTAURANT

Hemingway, maestro del liderazgo

de José A. Puglisi

Ernest Hemingway defendía que “el secreto de la sabiduría, del poder y del conocimiento es la humildad”. La frase, como un gancho a la mandíbula, hace perder el equilibrio a quienes se autodenominan gurús y expertos en liderazgo, pero que, usualmente, solo recitan clichés.

¿Quiere realmente aprender sobre liderazgo? Pues lea a Hemingway. Húndase en las páginas de *El viejo y el mar* para inspirarse en Santiago. El anciano pescador logra convertirse en un líder de La Habana por su habilidad para resistir los golpes de la vida, mantenerse firme ante el fracaso y seguir adelante pese a todo. El autor norteamericano insiste, en varias de sus obras, que el liderazgo verdadero no se basa en evitar los fracasos, sino en saber levantarse tras cada uno de ellos y persistir.

Para quienes sienten que llevar las riendas de la empresa se parece más a una misión militar, quizás puedan aprender algo del personaje de Robert Jordan en la obra *Por quién doblan las campanas*. Líder de un pequeño grupo de guerrilleros durante la Guerra Civil Española, opta una y otra vez por tomar decisiones difíciles y asumir las consecuencias de esas decisiones.

El liderazgo, para Hemingway, no



es una cuestión de orden o jerarquía, sino de tomar acción, estar dispuesto a sacrificarlo todo por el bien común. También implica humildad y una conexión genuina con los demás. En muchas de sus historias, los personajes más admirables no son aquellos que buscan el protagonismo o el reconocimiento, sino aquellos que sirven a su comunidad con silencio y dedicación. ¿Quién no seguiría dentro de una empresa a un líder con estas características y que esté, realmente, más interesado en el bien común que en llenar su pecho con ‘medallitas’?

¿Quieren otro ejemplo de liderazgo al estilo Hemingway? Entonces vayamos hasta *Adiós a las armas* para ver cómo el capitán Henry demuestra una capacidad para conectar con los demás no solo como líder militar, sino como ser humano capaz de sentir y compartir los sufrimientos y alegrías de quienes le rodean. Como ya saben, un líder auténtico debe comprender las luchas y los deseos de su equipo y actuar en consecuencia, brindando apoyo y dirección con un sentido genuino de cuidado.

En un mundo que a menudo busca modelos de liderazgo más técnicos o jerárquicos, las lecciones de Hemingway nos recuerdan que el liderazgo, al final, es un acto profundamente humano.

© Shutterstock

El liderazgo no se basa en evitar los fracasos, sino en saber levantarse tras cada uno de ellos

Sumario



26

ESTO ESTÁ QUE CRUJE

Ante la inminente adquisición por parte de **Mars**, **Susana Entero**, directora general de **Kellogg's** Iberia, está lista para jugar en una nueva 'cancha de snacks'; y explorar, con entusiasmo, **“todo lo que podemos lograr juntos”**.

12 Insider



14



18

- 14 Awards
- 16 Anniversary
- 18 Numerology
- 22 Verba
- 23 Wellbeing
- 24 People



23



34 Business is business

36

Tic-tac...

¿Burbuja inmobiliaria?

Los precios del mercado del ladrillo crecen sin tregua. Tras haber registrado un incremento del 12,3% en construcción nueva y del 11,8% en segunda mano durante el primer trimestre del año, la sociedad española debate sobre el problema de acceso a la vivienda, mientras de fondo se escuchan los 'fantasmas' de una nueva crisis en el sector.

42

Inversiones al alza

Más de 11 millones de españoles han apostado por la inversión, una cifra que sigue creciendo a pesar de los vientos de incertidumbre económica y política. Descubre en qué están invirtiendo y las razones detrás de este fenómeno.

48

Directivos a la carta

En un mundo empresarial cada vez más competitivo e incierto, los headhunters buscan un perfil que logre combinar habilidades de liderazgo excepcionales, visión estratégica y una capacidad única para adaptarse a los desafíos del futuro.



56

Energía en transformación

En un mundo donde la transición energética es clave para un futuro sostenible, Mavi Zingoni, CEO del negocio Power de GE Vernova, comparte su visión sobre los retos y las oportunidades de la nueva era, donde las nucleares ganan protagonismo en todo el mundo... menos en España.

60

Sabores del éxito

Las marcas de restauración están degustando el buen momento económico del sector, con un 90% de las firmas confiadas en superar su facturación en 2025. El presidente de su asociación, Borja Hernández de Alba, explica cuáles son las claves detrás de este 'delicioso' logro.

64

Metamorfosis comercial

La entrada de Kiko Milano en El Corte Inglés encabeza una tendencia que trasciende la industria de la belleza y que conquista nuevos espacios.

68 Free time

70

Parkour: fluir entre edificios

La disciplina de superar obstáculos del entorno continúa quemando etapas a velocidad de vértigo con el propósito de estar presente en los próximos Juegos Olímpicos.

76

Intrépidos guerreros

Pese a las incertidumbres del mercado, un puñado de fabricantes resiste la fuerte competencia de las marcas asiáticas con productos atractivos y originales, aunque todavía poco populares.

80

Tesoros del África occidental

La Fundación Barrié permite sumergirse en el arte de los Akan, una cultura originaria de Ghana y Costa de Marfil que destaca por sus exquisitas técnicas orfebres y su pasión por el oro.

84

Se despliega la alfombra roja

La feria ginebrina Watches and Wonders marca el inicio del curso escolar relojero. Las firmas se dejan el alma en presentar sus novedades, entre ellas Patek Philippe, Rolex y Panerai. Omega va por libre, pero también viene cargada de primicias.



86

Piensa en verde y come (muy) sano

Cinco restaurantes de España para fans de "lo veggie".

90

Expresión personal en cada botella

En el vasto universo vinícola, donde la tradición y la innovación a menudo se entrelazan, surge un fenómeno fascinante: los vinos de autor.

92

Entertainment

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

96

Surcar los peligros del océano y la memoria

En su primera novela, Virginia Tangvald reconstruye una epopeya familiar en la que la libertad se enfrenta a la cruda realidad del dolor, la pérdida y el desconcierto de un legado heredado.





Business
People

¡DESCARGA LA APP!

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



Síguenos en



www.business-people.es

Director responsable

Vito Sinopoli

Consultor editorial

Linda Parrinello

Redactor jefe y coordinación editorial

José Antonio Puglisi - jpuglisi@e-duesse.es

Redacción

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

Coordinación gráfica

Alda Pedrazzini

Maquetación

Jangala Media

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

Coordinación técnica

Paola Lorusso - plorusso@e-duesse.es

Publicidad

publicidad@e-duesse.es

Nacho Azcoitia

nazcoitia@e-duesse.es

Roberto Campo

rcampo@e-duesse.es

Publicación mensual - 10 números al año

Precio de la copia 3,90 euros

Preimpresión: Target Color srl, Milano

Impresión: Rotocobri/Walstead

Ronda de Valdecarrizo, 13

28760 Tres Cantos

Madrid

Distribución: SGEL

Avenida de Suiza, 18 - Planta Baja.

28821 Coslada (Madrid)

Depósito Legal: M-30765-2023

ISSN 3020-6618

Todos los derechos reservados.

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

DUESSE COMMUNICATION ESPAÑA SL

C/ Fernando el Católico, 17

28015 Madrid

www.e-duesse.es

Número cerrado en la redacción el 25/04/2025

 **Valsport**



S T A R T

HANDCRAFTED ITALIAN
SINCE 1920

valsport.it

Insider

Arquitectura inteligente



La 19.ª Bienal de Arquitectura de Venecia, que se celebrará del 10 de mayo al 23 de noviembre de 2025, se perfila como la más grande de su historia, reuniendo a más de 750 participantes y 66 pabellones nacionales, con Azerbaiyán, Omán, Qatar y Togo debutando en el evento. Bajo la curaduría de Carlo Ratti y con el lema *Intelligens. Natural. Artificial. Collective*, la Bienal explorará el papel de la arquitectura en un mundo en transformación, abordando temas como el cambio climático, la inteligencia artificial y la sostenibilidad. Distribuida entre los Giardini, el Arsenal y el centro de Venecia, la exposición convertirá la ciudad en un laboratorio vivo de innovación arquitectónica. **Labiennale.org**



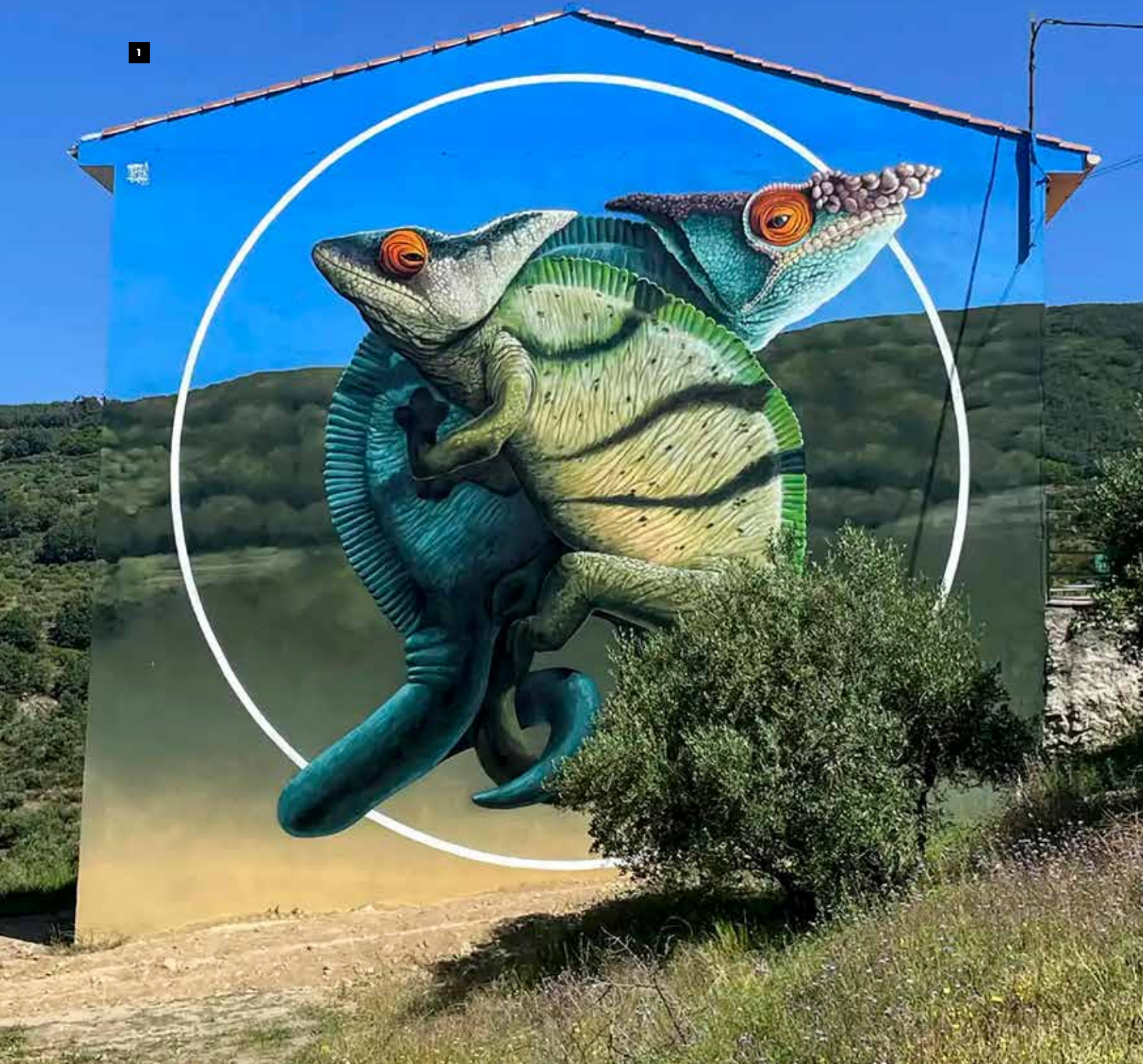
Project title: Living Structure
Participants:
Sekisui House - Kuma Lab, The University of Tokyo
Matsuo - Iwasawa Lab, The University of Tokyo
Ejiri Structural Engineers
Kengo Kuma & Associates

PAREDES QUE CUENTAN HISTORIAS

El arte urbano español sigue destacando a nivel internacional. Así quedó demostrado en los *Street Art Cities Best Of Awards 2024*, donde el mural *Charanguista Andino*, del artista Cristóbal Persona y realizado en el Perla Mural Fest de Fene (España), ha sido reconocido como el *Mejor Mural del Mundo*. Además, la nación tuvo una notable participación con la obra *Amistad*, de Sake

Ink y Sota Pérez, que alcanzó la posición 22, consolidando la fuerte presencia nacional en la escena muralista global. España continúa consolidándose como un epicentro creativo, donde el muralismo no solo embellece los espacios urbanos, sino que también fortalece la identidad cultural y el turismo artístico. [Streetartcities.com](https://streetartcities.com)

1





2



3

1. Camaleones
JM Brea - Street Art Cities

2. Charanguista Andino
Roberto Pulzoni
David Couce-Street Art Cities

3. Atravesar el centro Guido
Palmadessa
Street Art Cities

4. La mensajera Uri KTHR
Street Art Cities

5. Rompe lo establecido
Diego As Street Art Cities

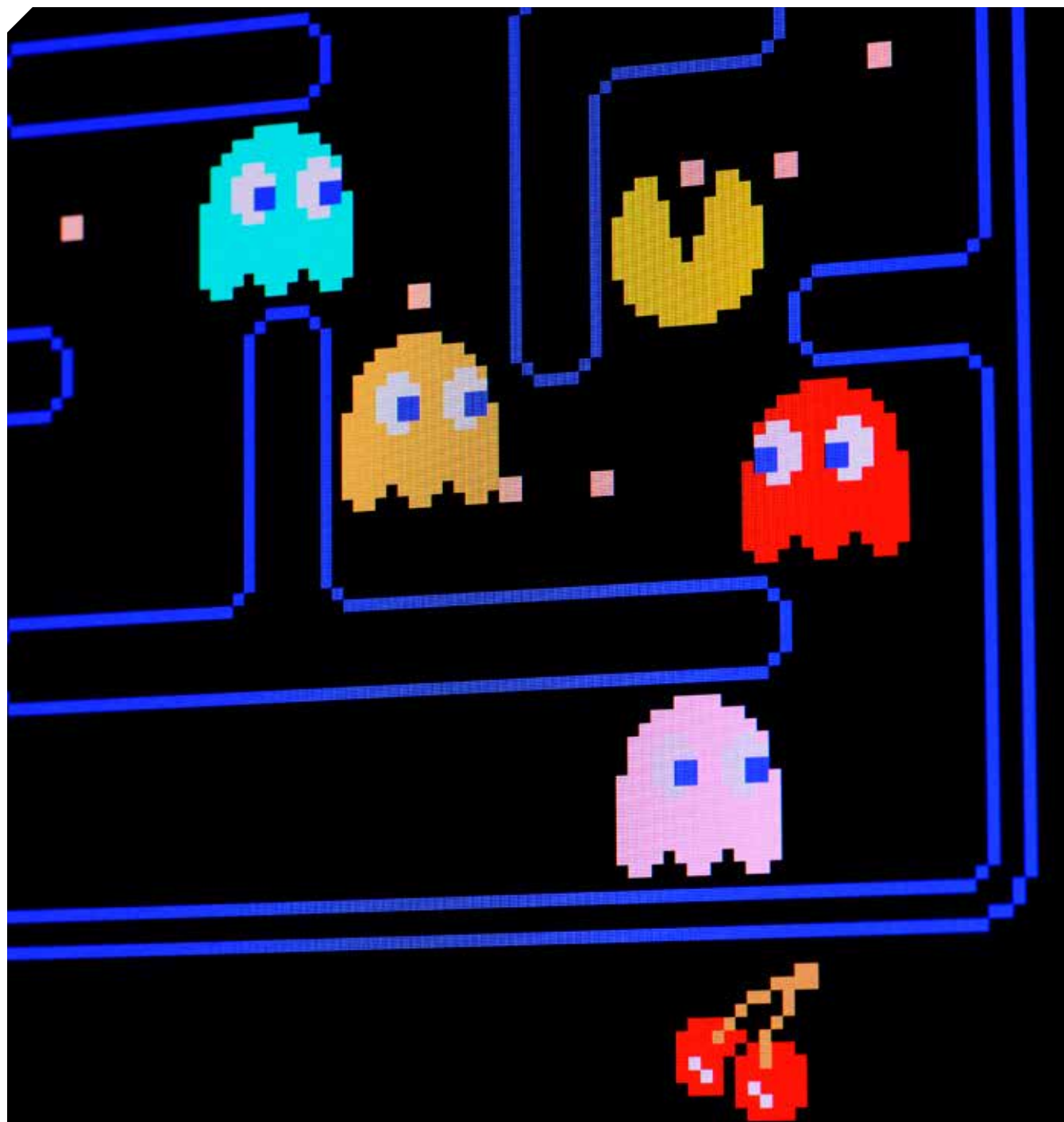


4



5

INSIDER



Apetito voraz

El legendario *comecocos* cumple 45 años y Bandai Namco lo celebra a lo grande con un festín de actividades que se extenderá hasta mayo de 2026. Bajo el lema *45 years of imPACt*, Pac-Man se abre camino entre fantasmas y píxeles para

recordarnos por qué es un icono de la cultura pop y del gaming. Power A se suma a la fiesta con una línea de mandos y accesorios para Xbox y Nintendo Switch que harán que más de uno se los quiera comer con los ojos: diseños retro que recrean los

laberintos clásicos del juego de 1980 y pegatinas que te atraparán como si fueras Blinky. Aunque por ahora solo están anunciados para América, no se descarta que estos productos crucen el charco. Pac-Man no solo sigue en forma, ¡sigue siendo el alma del arcade!



U.S. POLO ASSN.
SINCE 1890



Follow us on
Instagram

@uspoloassneur



México 170 (1.45%) 

Italia 168 (1.43%) 

Brasil 163 (1.39%) 

India 152 (1.30%) 

Polonia 144 (1.23%) 

España 143 (1.22%) 

Hong Kong 122 (1.04%) 

Suiza 120 (1.02%) 

Singapur 99 (0.84%) 

Suecia 95 (0.81%) 

Nueva Zelanda 81 (0.69%) 

Bélgica 79 (0.67%) 

Austria 68 (0.58%) 

Ucrania 58 (0.49%) 

Resto del mundo
1.469 (12.53%)

REYES DE LOS DATOS



Fuente Statista

Los **data centers** son esenciales para el funcionamiento del **MUNDO DIGITAL**, y su distribución geográfica revela un claro liderazgo internacional. **Estados Unidos** se destaca de manera abrumadora, albergando el **45,6%** de todos los data centers a nivel global. Este predominio se debe a las importantes inversiones realizadas por gigantes tecnológicos como **MICROSOFT** y **AMAZON** en infraestructura digital e **INTELIGENCIA ARTIFICIAL**. Por otro lado, **Alemania** y el **Reino Unido** comparten una participación del **4,4%** cada uno. Este panorama ilustra cómo la concentración de infraestructura de data centers en ciertas naciones impacta directamente en el desarrollo tecnológico y el **CONSUMO ENERGÉTICO GLOBAL**.







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

Francisco Román

**Expresidente de Vodafone
y presidente de Lyntia**

"El optimista siempre tiene un proyecto, el pesimista, una excusa".



Roger Federer

Tenista

"Siempre creo que si estás atrapado en un agujero y tal vez las cosas no van bien, saldrás más fuerte. Todo en la vida es así".



Doña Letizia

Reina de España

"Cada cual tiene su concepción del éxito. Lo importante es estar bien con uno mismo, ser honesto".



Denzel Washington

Actor norteamericano

"El éxito no se mide en términos de dinero, poder o posición. El éxito se mide en términos de felicidad y satisfacción".



Marie Forleo

Emprendedora

"Nunca empieces un negocio solo para 'hacer dinero'. Empieza un negocio para hacer una diferencia".



Andrea Bocelli

Cantante y productor musical

"El destino tiene mucho que ver, pero tú también. Hay que perseverar, hay que insistir".

© Getty Images (3); Casa de S.M. El Rey (1); Eric Michael Pearson (1)

Récord de sonrisas

Barcelona ha sido nombrada la ciudad más feliz de España según el último ranking del Institute for Quality of Life, un proyecto integrado en el Happy City Hub Ltd. que analiza la calidad de vida en distintas urbes del mundo. La lista, que evalúa factores

como el bienestar humano en diferentes etapas de la vida, sitúa a Copenhague en el primer puesto a nivel global, seguida por Zúrich, Singapur, Aarhus y Amberes. Barcelona, que ocupa el puesto 22 en el ranking mundial, ha superado a otras ciudades españolas como

Bilbao, Zaragoza, Valencia, Madrid y Vigo, que había liderado ediciones anteriores. En total, el estudio recoge las 200 ciudades más felices del planeta, destacando la diversidad de necesidades entre generaciones como base para su análisis. happy-city-index.com



POTENCIAR ESTRATEGIAS

Previsión Sanitaria Nacional (PSN) designa a Francesc Rabassa Montesinos como director general del grupo. En su nuevo rol, tendrá la responsabilidad de potenciar los proyectos estratégicos para consolidar a la entidad como referencia en el ámbito sanitario.

**EXPANSIÓN INTERNACIONAL**

Iberdrola ficha a David Mesonero como director no ejecutivo de Electricity North West (ENW), el operador de la red de distribución eléctrica del noroeste de Inglaterra, tras adquirir el 88% de la compañía británica a través de su filial ScottishPower.

**Cellnex Telecom****Xavier Pujol****Secretario General**

Cellnex Telecom nombra a Xavier Pujol como secretario general y secretario del Consejo de Administración. Con más de 22 años de experiencia en el ámbito jurídico, Pujol ha trabajado en el sector de fusiones y adquisiciones, mercados de capitales, gobierno corporativo y reestructuraciones. Antes de unirse a Cellnex Telecom, ocupó el cargo de secretario general en Alantra Partners desde septiembre de 2021. Anteriormente, fue secretario general y del Consejo de Administración de PRISA, y ejerció como abogado en Cuatrecasas y Latham & Watkins.

LVMH**Charlotte Coupé****CEO**

Charlotte Coupé es nombrada CEO de Kenzo, sucediendo a Sylvain Blanc. Anteriormente, se desempeñaba como directora de la Unidad de Negocio de Prêt-à-Porter Masculino en Louis Vuitton, donde colaboró estrechamente con diseñadores como Pharrell Williams y Nigo. Su designación es parte de una serie de cambios ejecutivos dentro del conglomerado LVMH, que también nombró a Daniel DiCicco como presidente y CEO de Louis Vuitton para China continental. Estos movimientos reflejan la estrategia de LVMH de promover talento interno.

Hitachi Vantara**Adrián Cagnoni****Director General**

La filial de servicios digitales del grupo japonés Hitachi ficha a Adrián Cagnoni como nuevo director general para España y Portugal. Sucederá a Valentín Pinuaga, quien ha liderado la compañía en la región durante los últimos años. Con más de 25 años de experiencia en el sector tecnológico, Cagnoni desarrolló su carrera en entornos internacionales. Anteriormente, desempeñó distintos puestos de liderazgo en Pure Storage, tanto en EE.UU. como en España, donde fue director de Cuentas Estratégicas Globales para servicios financieros y biotecnología en Europa, Oriente Medio y África.

Boehringer Ingelheim**Román Bartomeo****Director de Corporate Affairs**

Román Bartomeo es nombrado director de Corporate Affairs de Boehringer Ingelheim en España, integrándose al Comité Ejecutivo y reportando directamente a Nicolas Dumoulin, director general de la filial española. Bartomeo cuenta con más de 30 años de trayectoria en comunicación, sostenibilidad y asuntos públicos. Hasta su incorporación en España, lideraba el área de Corporate Affairs en los nueve países de la operación sudamericana de la compañía. Desde su posición, trabajará para fortalecer la relación de Boehringer Ingelheim con sus stakeholders.

NUEVA VOZ

Stellantis Iberia ficha a Rosa Caniego como directora de Comunicación y reportará directamente a Alessandro Nardizzi, responsable de comunicaciones para los países de Europa ampliada y de Pro One Communications.

**NUEVOS OBJETIVOS**

Puma nombra a Arthur Hoeld como su nuevo CEO, tras más de 26 años de experiencia en Adidas, donde ocupó roles clave como vicepresidente senior de estrategia de marca y desarrollo de negocio, así como gerente general de la línea *Originals*.



EFICIENCIA OPERATIVA

Suntory Beverage & Food Spain nombra a Borja Echániz como director comercial para España y Portugal. Liderará una estructura comercial que integra los canales de hostelería y alimentación, con el objetivo de optimizar la eficiencia operativa y la interacción de recursos.



PENSAR EN VERDE

Carrefour España incorpora a su equipo directivo a Elena Aldana como directora de Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad. Reportará a Candela Arias, quien asumió los cargos de secretaria general y directora de Recursos Humanos.



BMW Joachim Post



Jefe de Desarrollo

El consejo de supervisión de BMW AG nombra a Joachim Post como nuevo jefe de desarrollo, en reemplazo de Frank Weber a partir del 1 de junio de 2025, tras la finalización del proyecto *Neue Klasse*. Weber recibe reconocimiento por su destacada labor en este desarrollo clave para el futuro de BMW. Post, en la empresa desde 2002, ocupa actualmente el cargo de responsable de compras y red de proveedores, y ha liderado áreas como estrategia de vehículos. Nicolai Martin lo sucede en ese puesto, dejando la dirección de la línea de productos de lujo de BMW y Rolls-Royce.

Ezentis Anabel López Porta



CEO

La empresa especializada en infraestructuras y servicios tecnológicos nombró a Anabel López Porta como nueva CEO. Este cambio, aprobado por el Consejo de Administración con el informe favorable de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, implica un cambio en su categoría dentro del consejo, pasando de dominical a ejecutiva. López es miembro del Consejo de Administración y de las Comisiones de Auditoría y Nombramientos y Retribuciones de Audax Renovables, así como miembro del Consejo de Administración de Atrys Health.

IKEA Carl Aaby



CEO

Ikea nombra a Carl Aaby nuevo CEO en España, en reemplazo de Nurettin Acar. Aaby, con 18 años en la compañía, ha trabajado en Japón, Países Bajos, Austria y Noruega, donde fue CEO desde 2021. Asumirá funciones el 16 de junio como Country Retail y CSO Manager. En Noruega, lideró expansión, mejoras logísticas y avances en sostenibilidad. En España, buscará reforzar la omnicanalidad, impulsar la innovación y consolidar el liderazgo de Ikea en el mercado nacional. Durante el periodo de transición, Fátima García de Viedma, directora financiera, ha ejercido como directora general interina.

ASUS Adrià Pascual



Country Head

ASUS anuncia el nombramiento de Adrià Pascual como nuevo SYS Country Head para España. Con más de 15 años en el sector tecnológico, sucederá a Dennis Hsieh, quien asumirá el cargo de EC Regional Head en ASUS WEMEA. Anteriormente, como responsable de Consumo, Pascual contribuyó al ascenso de ASUS del cuarto al segundo puesto en el mercado retail en España, logrando un crecimiento de nueve puntos en la cuota de mercado. Además, impulsó el lanzamiento de productos clave como los Chromebook, alcanzando una cuota del 30% en seis meses.

TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA

Moeve anuncia la incorporación de David Liras como Chief Digital and Information Officer para liderar la transformación tecnológica y digital de la compañía. Con más de 15 años de experiencia, ocupó diversas posiciones en las áreas de Digital y Sistemas de Información.



FORTALECER LA CONFIANZA

Grífol designa a Montse Ribas como directora de Comunicación y Reputación. Se enfocará en fortalecer la confianza con los grupos de interés y transmitir la solidez y visión de la compañía. Además, gestionará la comunicación global y la estrategia de reputación.



S

SUSANA ENTERO

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas e Investigación y Técnicas de Mercado, empezó su trayectoria en empresas como Kraft Foods y SC Johnson Wax. Sin embargo, desde hace 22 años forma parte de Kellogg's, donde se desempeña como directora general de Iberia



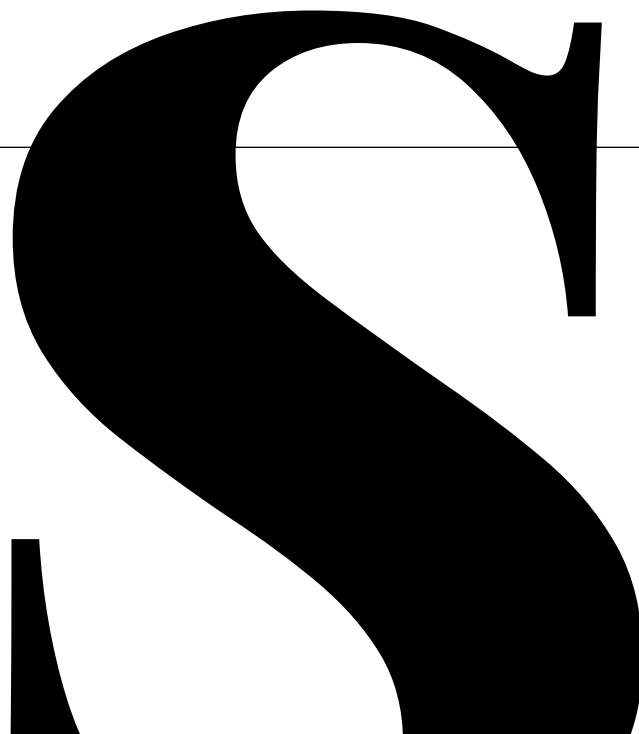
Esto está que cruje

Susana Entero

Kellogg's Iberia

Como un jugador de baloncesto que encesta de forma espectacular con un 'SLAM DUNK', la directora general de Kellogg's ha sacado el lado más 'crunchy' de la empresa, logrando cuatro años consecutivos de crecimiento y un impresionante aumento de doble dígito para Pringles durante la última década

Texto de José A. Puglisi - Fotos de Kellogg's



Susana Entero sabe cómo mantener el ‘juego’ en movimiento. Tras más de dos décadas en Kellogg’s, la actual directora general ha vivido momentos clave como la adquisición de Pringles en 2012 y la transformación de Kellogg’s en Kellanova en 2023. Con la habilidad de un entrenador, ha dirigido al equipo hacia el éxito, haciendo que marcas como Corn Flakes, Special K y Pringles anoten grandes victorias. Ahora, ante la inminente adquisición por Mars (M&M’s, Snickers y Royal Canin), prevista para la primera mitad de 2025, Susana está lista para jugar en una nueva ‘cancha de snacks’ y explorar, con entusiasmo, “todo lo que podemos lograr juntos”.

Comenzó su carrera en Kellogg’s hace más de 20 años. ¿Cómo ha visto la evolución de la compañía en este viaje tan largo?

La verdad es que la empresa a la que me uní hace casi 22 años tiene poco que ver con la de hoy a nivel de negocio, ya que no ha dejado de desplegar nuevas oportunidades que me han permitido aprender mucho y crecer profesionalmente. Eso sí, la cultura y los valores se mantienen, y la esencia del equipo, aunque ha ido variando, sigue siendo la misma, algo que me ha llevado también hacia un crecimiento personal increíble. Ambos aspectos han sido la combinación ideal para desarrollar una carrera de largo recorrido dentro de la compañía. En este viaje siempre me he sentido muy bien rodeada, acompañada y arropada por las personas que a lo largo de estos años han hecho posible estos aprendizajes, este crecimiento, manteniendo nuestra cultura y reforzando nuestros valores.

A nivel de negocio, entré en una empresa que vendía cereales en el canal retail y en este momento vendemos

cereales y barritas de la marca Kellogg’s y snacks de Pringles no sólo en retail, sino en todos los canales dirigidos al consumo dentro y fuera del hogar. Hoy puedes encontrar nuestras marcas desde en un hipermercado hasta en una gasolinera, pasando por cualquier tienda de conveniencia de tu barrio.

Más de dos décadas dan para vivir muchas experiencias, como el nacimiento de Kellanova y ahora el anuncio de la adquisición de Mars. ¿Qué espera personalmente de la nueva etapa?

¡¡¡Pero muchas!!! He vivido la adquisición de Pringles en 2012, la transformación de Kellogg’s en Kellanova en 2023, por no hablar del COVID, etc., y ahora...la posible adquisición por parte de Mars, Incorporated. El día que se anunció, fue una sorpresa para mí y para todos y, una vez digerido, entendí la enorme oportunidad que esta combinación representa para el futuro de los snacks.

Lo que más me entusiasma es la posibilidad de unir nuestras culturas, conocer a las personas de la otra empresa, aprender de ellos, compartir, construir juntos. Ambas compañías valoran la innovación, la calidad y el compromiso con los consumidores.

Esta combinación reúne a dos empresas icónicas con procesos de fabricación, operaciones y portafolios de marcas únicas, diferenciadas y muy queridas que se complementan. El demostrado historial de éxito y capacidad para desarrollar y hacer crecer de forma sostenible las marcas de ambas compañías me hacen ver con entusiasmo todo lo que es posible hacer juntos.

Kellanova es conocida por marcas icónicas como Corn Flakes, Special K, Choco Krispies y Pringles. ¿Cómo están evolucionando estas marcas en el mercado nacional y a qué atribuye su éxito?

Nuestras marcas están construidas sobre un sólido legado. Son marcas reconocidas, valoradas y queridas, que gozan de muy buena reputación. Lo que realmente destaca es que son marcas con propósito. Hemos desarrollado sólidos programas sociales alrededor de ellas, lo que nos permite marcar una diferencia real en la comunidad. Este compromiso con la responsabilidad social, junto con la calidad y la innovación constante, es a lo que atribuyo el éxito continuo de nuestras marcas en el mercado nacional. La evolución de estas es muy positiva. Destacaría Pringles, que ha ido creciendo a doble dígito los últimos 10 años.

La popularidad de esas marcas permitió a Kellogg’s crecer a doble dígito en 2023. ¿Cómo fue el 2024 y qué previsiones hay para 2025?

En 2024 volvimos a crecer, por supuesto gracias a nuestras marcas, pero sobre todo gracias al equipazo en mayúsculas que tenemos, alcanzando cuatro años consecutivos de crecimiento. Esto es algo de lo que todo el equipo de Kellanova Iberia se siente muy orgulloso, especialmente considerando el contexto desafiante en el que nos encontramos. Para 2025, estamos trabajando con la misma energía y dedicación para seguir creciendo. Contamos con un equipo extraordinario, tanto a nivel local como internacional, que busca oportunidades cada día, y tenemos las herramientas necesarias para hacerlo. Estoy convencida de que, con nuestro compromiso y esfuerzo, podemos continuar esta tendencia positiva.

¿Qué productos o estrategias de Iberia han inspirado a otros mercados y cómo se adapta su portafolio a las preferencias locales?

La región de Iberia ha sido un referente estratégico para otros mercados europeos gracias a su expansión en canales fuera del hogar, basada en un profundo conocimiento del mercado y en alianzas eficaces. Iniciativas como la vinculación con el baloncesto, surgida en España, han sido replicadas en varios países como modelo de conexión emocional con el consumidor y promoción de hábitos saludables. En cuanto a productos, destacan clásicos como Corn Flakes, Special K, Choco Krispies y Krave —todos fabricados localmente— que se han integrado en la cultura de consu- →



**“ UN LÍDER QUE
ESCUCHA A SU
EQUIPO PUEDE
ENTENDER MEJOR SUS
PREOCUPACIONES ”**



mo ibérica. Además, marcas como Pringles se adaptan con sabores y formatos específicos para responder a las preferencias locales.

¿Qué papel juegan la tecnología y la investigación en el desarrollo de nuevos productos?

La tecnología y la investigación siempre han sido fundamentales para innovar en nuestros productos. Sin embargo, en este momento, el mayor avance se está dando en el uso de datos para descubrir oportunidades y transformarlas en mayor eficiencia y sostenibilidad, no solo en los productos, sino también en los procesos.

Por ejemplo, en los últimos meses hemos implementado un nuevo procedimiento en colaboración con el Grupo IFA que nos ha permitido innovar para ser más eficientes y sostenibles en la cadena de suministro y logística. Con el desarrollo de Backhauling Kellanova-IFA, al realizar los transportes con cargas completas, generamos valor al ganar en eficiencia y rentabilidad, al mismo tiempo que impulsamos la sostenibilidad. En el primer año de implementación ya hemos logrado una reducción superior al 30% de emisiones de gases de efecto invernadero por unidad entregada.

Kellanova ha experimentado grandes cambios en los últimos años, especialmente con su transición hacia una mayor concentración en los snacks. ¿Cómo ha manejado estos cambios internamente?

Ante cualquier cambio, es crucial invertir en la formación y aprendizaje de los equipos, aprovechando el conocimiento del negocio para identificar oportunidades. Además, se destaca la importancia de colaborar estrechamente con todos los actores de la cadena de valor, asegurando una comunicación transparente. En los últimos años, se ha fortalecido la estructura de ventas en el canal fuera del hogar, especialmente en marketing y estrategia comercial, lo que ha impulsado el crecimiento de la marca Pringles.

En Kellogg's han impulsado varias iniciativas de responsabilidad social, como los programas Todos a Desayunar y Campus Social Basketball. ¿Por qué son tan importantes para usted estos proyectos?

Estos proyectos son muy importantes para mí porque son importantes para las personas; son nuestra esencia y lo que nos diferencia. No hay nada más gratificante que saber que el trabajo que hacemos cada día no sólo facilita nuestro bienestar, sino también el de la sociedad y en especial el de las comunidades locales y también comunidades necesitadas.

Solo en España, cerca de mil menores en situación de vulnerabilidad desayunan cada mañana al llegar al colegio gracias a los programas de desayuno de Kellogg's. Menores que viven en entornos socioeconómicos complejos, para los que un desayuno completo no es sólo garantizar la alimentación que le aporta los nutrientes para rendir en sus horas de aprendizaje, sino que también le proporciona un entorno seguro, ameno, inclusivo y diverso... que se completa

con actividades de baloncesto por las tardes para alcanzar un bienestar físico, emocional y social.

Son programas en los que llevamos más de una década ofreciendo días mejores y un futuro esperanzador a miles de personas, a las que hemos visto crecer y prosperar. Esto es lo que realmente hace que nuestro trabajo tenga un impacto significativo y duradero. Y va totalmente en línea con el propósito de nuestra empresa: "Crear días mejores y un lugar en la mesa para todos a través de nuestras marcas de confianza".

Es muy conocida su pasión por el baloncesto. ¿Cómo influye en su estilo de liderazgo?

Efectivamente, soy una apasionada del baloncesto. El baloncesto es un deporte de equipo muy basado en sólidos valores como el respeto, la deportividad, la responsabilidad o la integridad. Estos valores, junto con el trabajo en equipo y la unión, ayudan a alcanzar objetivos comunes. Esa ha sido mi experiencia en las pistas cuando jugaba y es quizás el mayor aprendizaje que me he llevado a mi vida personal y profesional.

Creo firmemente en una comunicación transparente y honesta, basada en la escucha y el apoyo mutuo. Esto ayuda a progresar juntos en la misma dirección. Añadiría que, como pasa en el juego, cometer errores es la mejor forma de seguir aprendiendo, por lo que intento fomentar a mi alrededor la valentía y la determinación para seguir retán- →

**“ COMO PASA
EN EL JUEGO,
COMETER
ERRORES ES
LA MEJOR FORMA
DE SEGUIR
APRENDIENDO,
POR ESO
FOMENTO
LA VALENTÍA ”**

donos a probar cosas nuevas cada día.

Mi estilo es genuino, es un liderazgo cercano, transparente, donde la comunicación es fundamental, y donde todos remamos en la misma dirección. Más que un equipo, somos una familia donde nos ayudamos y apoyamos los unos a los otros.

En su opinión, ¿cuáles son las cualidades clave que un buen líder debe tener para mantener la motivación y el compromiso de su equipo en tiempos de incertidumbre o transformación empresarial?

En tiempos de incertidumbre o transformación empresarial, la comunicación es fundamental. Un buen líder debe ser capaz de comunicar de manera clara y efectiva, asegurándose de que la información fluya en todos los sentidos. Esto ayuda a reducir la incertidumbre y a construir confianza. La escucha activa es otra cualidad clave. Un líder que escucha a su equipo puede entender mejor sus preocupaciones y necesidades, lo que permite ofrecer el apoyo adecuado y tomar decisiones informadas.

La inteligencia emocional para mí también es esencial en un líder, mientras que la transparencia es esencial para mantener la confianza y el compromiso del equipo. Esto también implica ser honesto sobre los errores y aprender de ellos, lo que fortalece la cultura de la empresa. En este sentido, un buen líder da la cara por su equipo, asume responsabilidades y ofrece soluciones, guía estratégicamente a su equipo y sirve de fuente de inspiración o ejemplo para el resto.

Con haber sido capaz de conseguir algunas de todas estas cualidades, me daría por satisfecha.

El mundo de los snacks está experimentando cambios acelerados, desde la sostenibilidad hasta la digitalización. ¿Dónde ve al sector dentro de 10 años?

En los próximos cinco a diez años, el sector de los snacks continuará evolucionando de manera significativa. La sostenibilidad será un factor clave, con un enfoque creciente en el uso de ingredientes naturales y *plant-based*, así como en la reducción de residuos y el uso de envases sostenibles. Las empresas buscarán maneras de minimizar su impacto ambiental mientras satisfacen las demandas de los consumidores conscientes de la importancia de cuidar el medio ambiente.

La digitalización también jugará un papel crucial. La tecnología permitirá una mayor personalización de los productos, adaptándose a las preferencias individuales de los consumidores. Además, el uso de datos ayudará a identificar



nuevas oportunidades y mejorar la eficiencia en la cadena de suministro. Y no nos olvidemos de la IA: “la IA no acabará con tu trabajo, pero si no sabes usarla, sí”, leía el otro día, y efectivamente, al final todos debemos estar abiertos al cambio y adaptarnos para seguir creciendo y evolucionando personal y profesionalmente.

En este sector, los sabores internacionales asociados a las diferentes culturas y las experiencias multisensoriales serán tendencias importantes. Los consumidores buscarán snacks que no solo sean deliciosos, sino que también ofrezcan una experiencia completa, incluyendo textura y aroma. La innovación en sabores y la incorporación de ingredientes exóticos y saludables serán fundamentales para atraer a los consumidores.

¿Qué cree que podría hacer el Gobierno para impulsar a las empresas del sector?



Snackeando

¿Con qué jugador o entrenador de baloncesto se siente más identificada y por qué?

Con Pablo Laso, habiendo ganado todo con una humildad impresionante. Lo que más admiro es su capacidad para combinar la exigencia y el rigor con un enfoque humano y cercano. Como jugadores, a nuestros embajadores de Kellogg's, Raquel Carrera y Usman Garuba, ejemplo de trabajo, esfuerzo, respeto. Grandes personas.

Como amante de la música, ¿qué canción sería el soundtrack de su vida?

Sin duda, *Don't Stop Me Now* de Queen sería el *soundtrack* de mi vida.

¿Una idea que le aterre y otra que, por el contrario, le conforte?

Una idea que me aterra es la posibilidad de enfrentar complicaciones en la salud que puedan afectar mi bienestar y mi capacidad para disfrutar de la vida, de mi familia, mis hijos y de poder trabajar en lo que me gusta. Por otro lado, una idea que me conforta es saber que siempre puedo contar con el apoyo de mi familia y amigos. Saber que no estoy sola y que tengo un círculo de apoyo sólido me llena de esperanza.

La 'fórmula secreta' para equilibrar un alto cargo directivo con tres hijos pequeños

La verdad es que no hay una fórmula secreta, pero contar con un apoyo sólido marca toda la diferencia. ¡Somos un grandísimo equipo!

Considero que las autoridades deben favorecer el cumplimiento de unas reglas de juego acordadas entre todos, que sean justas y se apliquen con equidad, garantizando un contexto regulatorio en el que todas las partes puedan convivir y prosperar juntas. Como un árbitro en un partido. El impulso y el crecimiento llegan de forma casi natural si se garantiza la competencia leal y se favorece la capacidad de elección de los consumidores, que en definitiva son los que mejor conocen sus necesidades y preferencias.

A lo largo de su carrera, ha logrado muchos éxitos. Pero, mirando hacia el futuro, ¿qué objetivos o proyectos personales o profesionales aún le gustaría alcanzar?

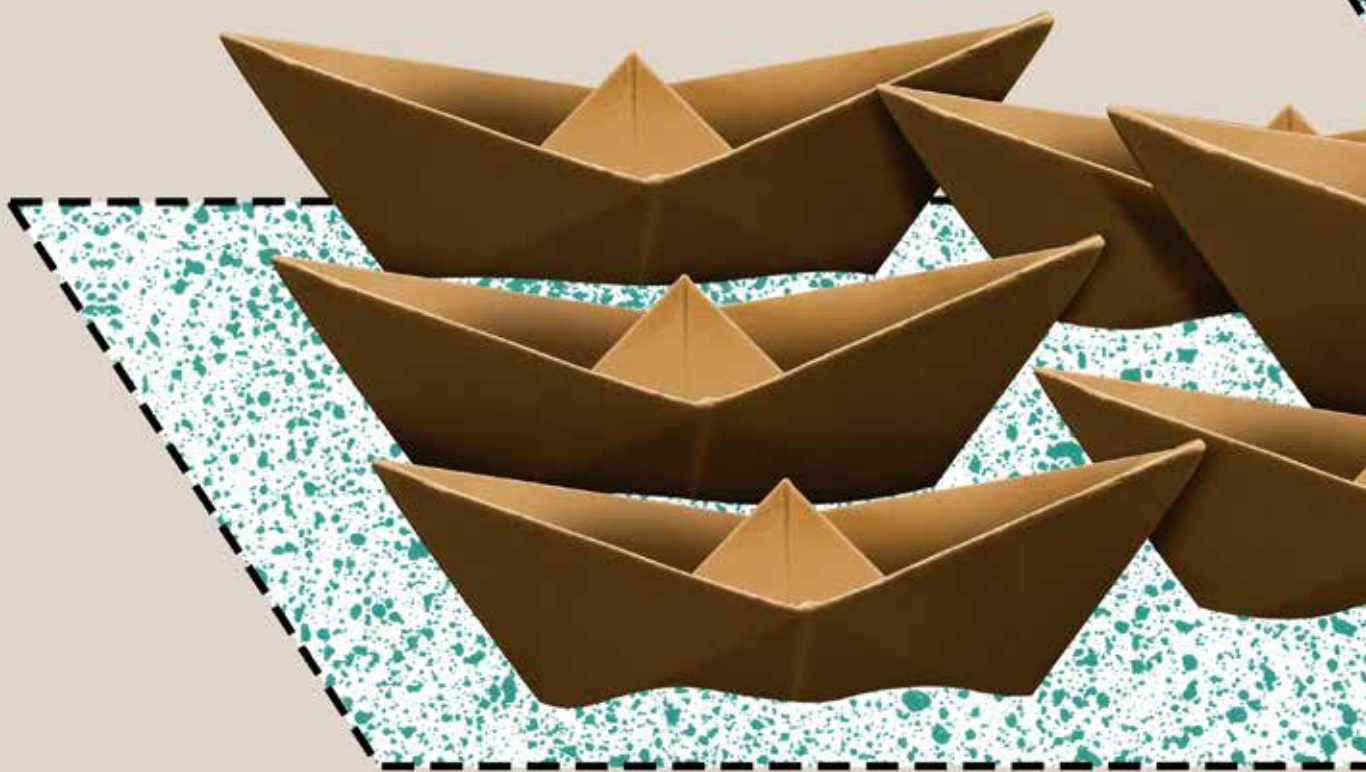
No he logrado, hemos logrado. No considero que ninguno de los éxitos que he podido vivir sea sólo mío; ninguno de ellos hubiera sido posible sin el increíble equipo que

me rodea, sin mi familia, que es el motor de mi vida y sin tantas personas que me aportan cada día. Tengo tres hijos maravillosos. Susi de 18, Javi de 15 y Nico de 10 años, y un marido, Javier, increíble que siempre está cerca para apoyarme en todo y ayudarme a llevar todo mejor. Además, mis padres y amigos verdaderos.

Mirando hacia el futuro, me gustaría seguir progresando personal y profesionalmente. Profesionalmente, me encantaría seguir creciendo, liderando un negocio, proyectos, marcas y personas que es lo que realmente me apasiona. El tema de las personas me fascina. Soy coach ACC por ICF desde hace más de 10 años y, en cuanto puedo, hago mis pinitos; poder ayudar a otros a alcanzar su mejor versión es algo mágico. Y en el ámbito personal me gustaría seguir viendo a mi familia y a mis amigos crecer y ser felices con lo que hacen. ▲

Business *is* business

Líderes 'invisibles'



Las empresas de alto crecimiento (EAC), que representan solo el 0,7% del tejido empresarial español, generan más de 500.000 millones de euros en ingresos, lo que equivale al 35% de la facturación total del país, y emplean a 1,2 millones de personas. Según el informe de South Summit y PwC, estas compañías han crecido a un ritmo superior al 20% anual en los últimos tres años, duplicando su facturación y empleo en ese periodo. Además, tienen un nivel de internacionalización del 35%, siete veces superior a la media empresarial española, y destacan por su inversión en innovación, clave en su capacidad de expansión y competitividad global. ▲



© Gettyimages

TIC-TAC

...

¿Burbuja inmobiliaria?

LOS PRECIOS DEL MERCADO DEL LADRILLO CRECEN SIN TREGUA.

Tras haber registrado un incremento del **12,3%** en construcción nueva y del **11,8%** en segunda mano durante el primer trimestre del año, la sociedad española debate sobre el problema de acceso a la vivienda, mientras de fondo se escuchan los **'fantasmas'** de una nueva crisis en el sector

Texto de M^a Gabriela Sivira





T

ic-tac, tic-tac... con cada minuto que pasa, la tensión en el mercado inmobiliario sube un peldaño más. Los precios de la vivienda marcan máximos históricos, impulsados por una demanda que no afloja. En este escenario, la incertidumbre crece y reaviva los temores de una posible nueva burbuja. Una situación que, inevitablemente, nos lleva a preguntarnos: ¿estamos ante el resurgir de un nuevo boom inmobiliario o simplemente frente a un repunte pasajero?

Las estadísticas parecen predecir que ‘algo’ se está cocinando. Al menos, eso indica la curva que surge al combinar el Producto Interno Bruto (PIB) con el índice del precio de la vivienda. Una combinación que ya alertó de las burbujas registradas en 1990 y 2008 y que, ahora, deja entrever que se están dando los primeros pasos para una nueva crisis. ¿El motivo? Que cada vez que el precio de los pisos en venta crece más rápido que el PIB, se produce una burbuja.

Si bien es cierto que, a partir de 2015, el mercado comenzó una recuperación gradual, en 2024, los precios superaron por primera vez los niveles de la burbuja anterior. Sin embargo, todavía no han llegado a máximos reales, ya que hay que tener en consideración el efecto de la inflación. Esto no quita que, en el primer trimestre de 2025, el mercado →

registró un aumento del 11,3% en el Índice de Precios de Vivienda, destacando los incrementos del 12,3% en la vivienda nueva y del 11,1% en la de segunda mano, según el Instituto Nacional de Estadística (INE).

El economista Daniel Lacalle descarta que la curva estadística sea una señal de peligro. “No debemos confundir el aumento de precios y del PIB con una burbuja, ya que esta requiere que se otorguen créditos muy por encima de la capacidad de repago”, matiza a *Business People*. Y añade: “El crédito inmobiliario que se está concediendo es muy prudente”. De hecho, el 60% de las compras de vivienda en España se realizan sin hipoteca, y el porcentaje de compradores que no necesitan recurrir a un préstamo ha aumentado del 27% en 2022 al 32% en 2023, según datos de Fotocasa.

El reconocido economista resalta que “la mayoría de las hipotecas concedidas solo cubren hasta el 80% del precio del inmueble, lo que establece una situación muy diferente a la de una burbuja de crédito”, donde los préstamos suelen ser mucho más arriesgados. Esto sugiere que, aunque los precios estén subiendo, las condiciones actuales no presentan los mismos riesgos que en anteriores ciclos de burbuja inmobiliaria. A su entender, estos datos reflejan la naturaleza cíclica del mercado inmobiliario y, de ahí, que sea recomendable monitorear indicadores económicos y del sector para anticipar posibles desequilibrios en el futuro.

SIN BURBUJA, PERO CON CRISIS

Aunque el peligro de una burbuja inmobiliaria parece remoto, la existencia de una gran crisis inmobiliaria es innegable. Para hacernos una idea, al cierre del primer trimestre de 2025, el precio de la vivienda registró un aumento interanual en el 90% de las provincias analizadas en el *Índice Inmobiliario* de Fotocasa. Las peores paradas fueron Islas Baleares, con 4.970 €/m², y Madrid, con 4.550 €/m². En el caso del alquiler, la situación tampoco mejora, el precio medio en ciudades como Cáceres se disparó hasta los 783 euros mensuales, lo que supone que muchas familias destinan hasta el 60% de sus ingresos a la renta.

Si nos centramos en la Comunidad de Madrid, vemos que hay un crecimiento poblacional de aproximadamente 120.000 habitantes al año, impulsado en gran parte por su atractivo como destino de inversión. El consejero de Vivienda, Transportes e Infraestructuras, Jorge Rodrigo, destaca a *Business People* que “una de las prioridades ha sido la creación de vivienda en régimen de alquiler asequible, a través del proyecto *Plan Vive*. Gracias a esta iniciativa, se ha llegado ya a 21 municipios, y hasta la fecha, 3.300 familias han recibido su vivienda, mientras se ultiman otras 5.000.



Juan Casares Collado
Presidente de la CONCOVI



60%

Es el porcentaje de viviendas compradas sin hipoteca en España, según datos de Fotocasa



Daniel Lacalle
Doctor en Economía y profesor de Economía Global y Finanzas

El objetivo es alcanzar las 13.000 viviendas durante esta legislatura, lo que permitirá dar respuesta a las necesidades habitacionales de cerca de 50.000 madrileños”.

Así como la Comunidad de Madrid, otras administraciones públicas también han invertido considerables recursos en vivienda protegida a lo largo de las últimas décadas. La Entidad Pública Empresarial de Suelo dependiente del Ministerio de Vivienda (SEPES) lamenta que “hemos permitido que esas viviendas, que tenían un precio máximo de adquisición, perdieran la protección. Si hoy contáramos con todas esas viviendas, estaríamos en la media europea de vivienda asequible”. De ahí que defiendan “la importancia de mantener políticas de protección y regulación para garantizar un acceso más amplio y justo a la vivienda”.

Para SEPES, la solución no pasa por la construcción masiva. “En 2005 se llegaron a otorgar más de 865.000 cédulas de habitabilidad, muy por encima de las necesidades del país. Fue el efecto de convertir la vivienda, por encima de todo, en una política económica, la del ‘todo urbanizable’ y la de facilitar el cambio de tipos fijos a variables, de la que derivó la burbuja inmobiliaria, lo que supuso un incremento del crédito inmobiliario, situando los precios por encima del valor. Esto demostró que más vivienda no garantiza mayor asequibilidad si no se aplican otros mecanismos”, denuncian.

En cuanto a la gestión y el mantenimiento de esta vivienda a largo plazo, la entidad señala que “la gestión de vivienda es menor que el retorno que producen y, por tanto, se obtendrá de unas rentas que no supongan para los inquilinos tener que dedicar un esfuerzo financiero ma- →

yor al 30% de los ingresos de la unidad de convivencia, tal como determina la ley por el derecho a la vivienda”.

FRACASO ‘DEMOLEDOR’

El Gobierno de Pedro Sánchez intentó atajar la situación a través de la Ley de la Vivienda. Un año después de su entrada en vigor, los resultados no fueron los esperados: Los alquileres eran un 11% más caros que el año anterior y dos comunidades aún tenían zonas tensionadas activas. La situación no es mejor en Barcelona (ciudad que apostó con fuerza por la norma), ya que los alquileres se dispararon un 13,7% en el último año, según datos de Idealista.

En el informe *Consenso Económico y Empresarial* de PwC se reconoce que la normativa no ha tenido “el resultado esperado”. Por el contrario, contribuyó a la falta de oferta de viviendas. No son los únicos con esa opinión. La Fundación de Estudios de Economía Aplicada (Fedea) y el Consejo General de Economistas de España (CGE) también tildan la ley de “fracaso anunciado” y lamentan su impacto en la reducción de la oferta del alquiler sin lograr una disminución en los precios.

El consejero de Vivienda, Transportes e Infraestructuras de la Comunidad de Madrid añade que la Ley de Vivienda es una “norma populista con la que pretenden convencer a la opinión pública de que el coste de las rentas no subirá; pero, en realidad, es de un cortoplacismo bastante ingenuo que en ningún caso va a resolver los problemas de los ciudadanos”.

Para Lacalle, “no hay manera de mejorar su efectividad porque es ineficaz por diseño”. Para el economista, el epicentro del problema es que se trata de una normativa que “niega el cálculo económico, el problema de oferta y es puramente ideológica. Se ha reducido la oferta y se empeora la capacidad de atender a la demanda”. De ahí que se muestre tajante: “La Ley de Vivienda no debe modificarse, debe derogarse”.

El experto duda de que las políticas implementadas desde Moncloa puedan revertir la tendencia. “Todas las medidas del Gobierno van encaminadas a intervenir, limitar y empeorar la oferta. Por ello, la accesibilidad y asequibilidad de la vivienda en las grandes ciudades seguirá empeorando”, advierte.

LADRILLO A LADRILLO

EL CONSEJERO DE VIVIENDA, TRANSPORTES E INFRAESTRUCTURAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID, **JORGE RODRIGO**, DESVELA LAS ESTRATEGIAS MADRILEÑAS PARA LUCHAR CONTRA LA CRISIS INMOBILIARIA



La vivienda libre aumentó un 8,4% en 2024, su mayor repunte desde 2007. ¿A qué se debe?

Nos movemos en un escenario con mucha demanda. Sin embargo, la oferta está limitada por múltiples factores que tienen su punto de partida en esa fecha que apunta, cuando se inicia la crisis de crédito inmobiliario. Después, la pandemia, las dificultades logísticas que afectaron a los materiales, la merma en la capacidad adquisitiva de los ciudadanos y la creciente dificultad para acceder a un préstamo han hecho crecer aún más la necesidad de pisos de alquiler. Ese encarecimiento nace de la inseguridad jurídica. Los propietarios prefieren no sacar su vivienda al

mercado porque no se sienten protegidos; creen que, si tienen diferencias con su inquilino, pueden estar años sin recibir un dinero que, en muchas ocasiones, es vital para ellos. La clase media en España ha elegido tener inmuebles en su hucha desde hace muchos años y, si tienes un piso en propiedad, nadie debe decirte qué precio debes ponerle.

¿Cuáles son los principales hitos del Plan de Choque?

Creo que fuimos rápidos y nos anticipamos cuando aprobamos el *Plan de Choque* en el seno del Pacto Regional por la Vivienda, hace más de un año. Tenemos la satisfacción de haber cumplido el 80% de las medidas que incluimos, como las deducciones fiscales para la compra y el alquiler o el cambio

legislativo para que las parcelas destinadas a oficinas pasen a ser hogares. Igualmente, se ha aprobado la línea de ayudas con cargo al Programa de Inversión Regional para levantar inmuebles de obra nueva en municipios de menos de 20.000 habitantes y hemos actualizado los precios máximos de venta y renta para los pisos con protección pública, lo que ha hecho posible que el número de solicitudes se haya duplicado en 2024, pasando de 1.908 a 3.758.

¿Cómo contribuyen el Plan Vive y el Plan Solución Joven a incrementar la oferta de viviendas asequibles?

El *Plan Vive* ha captado la atención internacional por su capacidad de generar 25.000

empleos y movilizar más de 1.000 millones en inversión, sin coste directo para los ciudadanos. En paralelo, el *Plan Solución Joven* se dirige específicamente a personas menores de 35 años, con la construcción de 4.500 viviendas en 11 municipios, como parte del objetivo de alcanzar 13.000 hogares durante la legislatura, lo que permitiría alojar a cerca de 50.000 personas. Además, iniciativas como *Mi Primera Vivienda* buscan facilitar el acceso al crédito bancario para jóvenes que aún no han logrado el ahorro necesario, avalándoles hasta el 100% del valor de tasación de la hipoteca.

NUEVAS LEYES

Para el SEPES, la solución pasaba por la implementación de ciertos cambios legislativos, como la Ley del Suelo y la Ley de Contratos del Sector Público. Con la primera, buscaban “impulsar los desarrollos de suelos para poder construir vivienda y eso significa que no se suspendan completamente procesos que llevan años por una cuestión parcial que haya que corregir”. Con la segunda, la meta era “impulsar la colaboración público-privada mediante la licitación de contratos de concesión de obra”. Sin embargo, las propuestas de la Entidad se encontraron con el ‘no’ del Parlamento.

Más éxito ha tenido la Ley del Suelo promovida por el PP aprobada en el Pleno del Senado el pasado 18 de marzo, lo que permite su tramitación en el Congreso. La ley incluye medidas para simplificar la administración, agilizar los planes urbanísticos y combatir la okupación. Además, reduce los umbrales de vulnerabilidad familiar a 900 euros mensuales, frente a los 1.800 actuales.

El presidente de la Confederación de Cooperativas de Viviendas de España (CONCOVI), Juan Casares Collado, también pone la lupa en la necesidad de impulsar “normas y leyes eficaces para que las cooperativas de vivienda poda-

mos dar respuesta a esta acuciante y dramática situación en la que nos encontramos”. Convencido de que “sin seguridad jurídica no se puede hacer nada”, ha avanzado en una colaboración estratégica con la Dirección General de Autónomos y Emprendimiento de la Comunidad de Madrid para crear “un marco legislativo sólido que brinde seguridad jurídica al sector cooperativo, permitiendo su adaptación a las necesidades habitacionales actuales”.

“La evidente demanda social y problemática para acceder a una vivienda asequible nos exige tener una norma o ley de Cooperativas que tenga la capacidad y agilidad para adaptar su marco jurídico a estas acuciantes necesidades”, detalla Casares Collado.

La crisis de la vivienda en España representa un desafío complejo que exige soluciones estructurales, sostenidas y coordinadas entre administraciones públicas, sector privado y sociedad civil. La creciente demanda, la escasa oferta y los factores económicos y legislativos han configurado un escenario donde acceder a una vivienda digna se convierte en un reto para una parte cada vez mayor de la población. La pregunta ya no es si debemos prepararnos, sino si llegamos a tiempo para evitar que este problema estalle.

© Shutterstock (1); Gettyimages (2)

INVERSIONES AL ALZA

MÁS DE **11 MILLONES** DE ESPAÑOLES HAN APOSTADO POR LA INVERSIÓN, UNA CIFRA QUE SIGUE CRECIENDO A PESAR DE LOS VIENTOS DE INCERTIDUMBRE **ECONÓMICA** Y **POLÍTICA**.

Descubre en qué están invirtiendo y las razones detrás de este fenómeno

Texto de Ernesto Paéz

IN

El fundador de la firma Graham-Newman Partnership, Benjamin Graham, defendía que “sin tener fe en el futuro, nadie invertiría. Para ser inversor, debes creer en un mañana mejor”. Y es que, en un contexto marcado por la incertidumbre económica y geopolítica, son cada vez más quienes buscan garantizarse sus ‘años dorados’ a través del uso inteligente del dinero. La tendencia va en auge y, según el estudio *People & Money* de BlackRock, ya hay 11 millones de inversores en España, un 6% más desde 2022. →





A pesar del auge, el inversor nacional se sigue caracterizando por ser muy conservador. Los datos del informe de BlackRock indican que el 47% apuesta por las acciones y participaciones, seguido de aquellos que prefieren los fondos de inversión (38%), las criptomonedas (29%), bonos (17%), fondos cotizados (13%), cartera de inversión gestionada por una plataforma digital (11%) y el venture capital (5%). Una tendencia que coincide con la presentada por el V Observatorio del ahorro y la inversión en España de Bectinver y el IESE Business School. Según sus datos, el 38% de los españoles optan por la inversión inmobiliaria, frente al 12,7% que prefieren los planes de pensiones o el 10,6% que opta por los fondos de inversión.

Carlos Torres, director en FS Consulting Strategy de KPMG en España, pone énfasis en que, según datos del Banco de España, a 30 de septiembre de 2024 y analizados por la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (Inverco), los activos financieros de las familias españolas se situaron en 3,07 billones de euros, de los que el 16,1% corresponde a instituciones de inversión colectiva (fondos de inversión nacionales o extranjeros y SICAVs), mientras que los fondos de pensiones suponen un

4,3%. “Alcanzar un 16,1% supone un máximo histórico”, precisa, pero reconoce que los depósitos siguen siendo el principal instrumento de las familias españolas, alcanzando un 33,7% seguido de la inversión directa (tanto en renta fija como variable) con un 32,9%.

Arantxa López Chicote, directora de Producto, Inteligencia de Mercado y Digital de Santander Asset Management España, explica que la tendencia se debe a “factores como la seguridad y confianza (depósitos), la diversificación y gestión profesional (fondos de inversión), la planificación para la jubilación con ciertas ventajas fiscales (planes de pensiones) o la posible rentabilidad basada en la elección de aquellas compañías con potencial de desarrollo y la situación de la economía y el mercado (acciones)”.

Sin embargo, para José Luis Manrique, director de estudios del Observatorio Inverco, resulta “paradójico” que, a pesar de que los planes de pensiones son el instrumento favorito de los hogares, “este producto no haya recibido desde la administración los estímulos necesarios para su total desarrollo”. De ahí que mire “con cierta envidia” el auge que tienen estos planes en países de la OCDE, mientras que en España “se han reducido de forma drástica los límites máxi-



APETITO EN CRECIMIENTO

ENTREVISTA A **ARANTXA LÓPEZ CHICOTE**, DIRECTORA DE PRODUCTO, INTELIGENCIA DE MERCADO Y DIGITAL DE SANTANDER ASSET MANAGEMENT ESPAÑA.

¿Qué cambios han observado en las tendencias de inversión en los últimos años?

En los últimos años, las tendencias de inversión en España han experimentado algunos cambios derivados de los factores económicos, tecnológicos y sociales. Por ejemplo, la diversificación hacia activos tecnológicos y de innovación, sectores como la inteligencia artificial, healthcare... También se han ido adaptando criterios

de inversión socialmente responsable. Y, por último, ha cobrado relevancia la inversión en infraestructuras y energías renovables. Todo esto refleja un paso adelante hacia una mayor diversificación de las carteras de inversión.

¿Cuáles son los sectores emergentes que han cobrado relevancia recientemente?

En los últimos años hemos visto cómo sectores como las tecnologías de la información, inteligencia artificial, la ciberseguridad...

han generado nuevas oportunidades de inversión. La digitalización y la implementación de la IA en diversos procesos han convertido a estos sectores en áreas de inversión atractivas. La inversión en biotecnología y el sector farmacéutico se ha consolidado como una tendencia al alza, con empresas destacadas en las carteras de los clientes. También las energías renovables y la sostenibilidad ambiental.

¿Cómo prevén que cambien

las tendencias de inversión en los próximos años?

Se prevé una evolución hacia inversiones más tecnológicas, sostenibles y especializadas, adaptándose a las nuevas oportunidades y desafíos que presenta el mercado. También una mayor utilización de canales digitales, mayor capacidad de análisis a la hora de seleccionar los mercados y activos en los que posicionarnos utilizando nuevas capacidades y herramientas de gestión de información.

mos de aportación a los planes de pensiones individuales”.

Y añade: “Afortunadamente, los Fondos de Inversión, no penalizados por los límites impuestos a los Planes de Pensiones, se han convertido en el instrumento de canalización de excedentes de ahorro más utilizado por las familias. En los últimos trece años, se ha multiplicado por cuatro su patrimonio, y las perspectivas a medio plazo continúan siendo muy positivas, en un entorno de rentabilidades medias muy elevadas y de confianza absoluta en el instrumento por parte del inversor minorista”.

NUEVOS PROTAGONISTAS

Los vehículos de inversión de los españoles están ganando nuevos protagonistas. Saúl Martín, delegado territorial en Canarias de la European Financial Advisor (EFA), prevé que, con la aparición de nuevas oportunidades, es posible que, aunque seguirán siendo componentes esenciales en las carteras diversificadas y en la planificación financiera a largo plazo, “estos instrumentos tradicionales pierdan algo de protagonismo en los próximos años en favor de inversiones alternativas”.

¿Cuáles son? Martín pone la lupa en el in-

cremento en la inversión en sectores tecnológicos, especialmente en inteligencia artificial y automatización. Sin olvidar la inversión sostenible basada en criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), así como las criptomonedas y la tecnología blockchain. López Chicote de Santander AM respalda que “están apareciendo nuevas oportunidades o vehículos de inversión como los fondos cotizados, criptomonedas o capital riesgo”, pero rechaza que estos quiten protagonismo a los activos ‘más tradicionales’.

“La diversificación es la mejor elección a la hora de intentar rentabilizar los ahorros, y hay cabida para nuevos actores. Además, no todos son apropiados para todos los inversores, depende del perfil inversor, los conocimientos, el horizonte temporal y el nivel de riesgo que se está dispuesto a asumir”, puntualiza.

El director de estudios del Observatorio Inverco cree que uno de los motores del cambio en la forma de gestionar los ahorros radica en el aumento del horizonte de inversión. “Hace unos años, el in-



SAÚL MARTÍN

Delegado territorial en Canarias de la European Financial Advisor (EFA)

versor español era muy cortoplacista, pero el aumento de educación financiera en el ahorrador medio está permitiendo elevar poco a poco el plazo medio de sus inversiones. De hecho, en el último estudio del Observatorio Inverco, el plazo medio de inversión para los partícipes en Fondos se sitúa entre los tres y cuatro años”.

SECTORES EN AUGE

Los expertos también observan cómo ciertos sectores económicos están conquistando el interés de los inversores. El delegado territorial de la EFPA considera que durante los últimos años han ganado peso la inteligencia artificial generativa, la tecnología en salud (*healthtech*), la biotecnología (*biotech*) y la tecnología educativa (*edtech*). “Estos sectores están atrayendo inversiones debido a su potencial para transformar industrias y abordar desafíos globales”, explica.

En cuanto a las criptomonedas y la tecnología blockchain, Martín recuerda que “han ganado terreno entre los inversores españoles”. Un claro ejemplo es Galicia, donde se ha superado la media nacional en gasto en criptomonedas, invirtiendo más de 3.500 euros anuales. “Este crecimiento se atribuye a una mayor educación financiera, a la digitalización de la economía y al hecho de que son una opción con la que el ciudadano se ha ido familiarizando”.

Ante la variedad de nuevos vehículos de inversión y de sectores en auge, los inversores nacionales están diversificando sus carteras “incorporando activos de sectores emergentes como la inteligencia artificial, energías renovables y tecnología financiera (*fintech*)”, indica el experto de la EFPA. Y añade: “La inversión en Europa y en mercados emergentes ha aumentado, buscando oportunidades con rendimientos atractivos. La diversificación también incluye activos tradicionales y una mayor consideración por inversiones sostenibles bajo criterios ASG”.

El director en FS Consulting Strategy de KPMG reconoce a *Business People* que “la aparición de nuevos actores de mercado parece estar impactando en las tendencias”. Específicamente, percibe un crecimiento de las inversiones pasivas, impulsadas por una estructura de comisiones más bajas, en donde el mercado estadounidense está experimentando un aumento de las demandas de gestión pasiva. Sin embargo, en Europa, “la gestión activa sigue ocupando una posición importante (en España, principalmente por ventajas fiscales)”.

CARLOS TORRES
Director en FS Consulting Strategy
de KPMG en España



JOSÉ LUIS MANRIQUE
Director de estudios
del Observatorio Inverco



De ahí que prevé que este aumento de demanda de gestión pasiva con comisiones más bajas “puede impulsar el auge en alternativos o mercados privados por parte de las entidades, empujados principalmente por la búsqueda de mayores rendimientos (tanto para inversores como para las propias entidades), así como al creciente apetito de los inversores hacia el capital riesgo, deuda privada e infraestructura”.

EL INVERSOR DEL FUTURO

Si bien no existe una bola mágica que permita adivinar el futuro, los expertos encuentran los





¿CUÁLES SON LOS **ERRORES** MÁS COMUNES QUE SE ESTÁN REALIZANDO AL MOMENTO DE **INVERTIR**?

EFPA

La falta de diversificación adecuada, el seguimiento de tendencias sin un análisis profundo que lleva, por decirlo llanamente, a correr detrás de los mercados, y la subestimación de los riesgos asociados a inversiones en sectores emergentes o volátiles, como las criptomonedas.

Santander AM

La falta de un plan inversor (invertir sin objetivos claros puede conducir a decisiones impulsivas y desorganizadas), no diversificar bien la cartera (concentrar inversiones aumenta el riesgo), tomar decisiones basadas en emociones, desconocer el riesgo asociado a cada inversión o seguir recomendaciones de algunos llamados “expertos” sin verificar.

IVECO

Los dos axiomas a la hora de invertir son: diversificación y largo plazo. Cualquier estrategia que no contemple alguno de los dos, tiene riesgos. Además, siempre conviene adaptar nuestras inversiones a nuestro perfil de riesgo: de esta forma nos encontraremos cómodos incluso cuando el mercado no nos acompañe.

patrones que permiten augurar las tendencias que se consolidarán en España. Por ejemplo, el director de estudios del Observatorio Inverco cree que el Fondo de Inversión se ha instalado en la cultura de ahorro del inversor minorista, “y previsiblemente irá aumentando su importancia en los próximos años”. A partir de ahí, se prevé que las nuevas tecnologías “impondrán cambios en la distribución, en la gestión y en la forma de contratación, pero la esencia del instrumento va a continuar”. A lo que suma que, en un entorno de incertidumbre sobre los ingresos para la jubilación, “convenría tener muy presente el ahorro a largo plazo, y los Fondos de Pensiones son el instrumento óptimo para gestionarlo”.

Por su parte, Martín cree que las tendencias de inversión seguirán orientándose hacia sectores tecnológicos, con un énfasis creciente en la IA, energías renovables y soluciones sostenibles. “La inversión en salud y biotecnología también se espera que aumente, impulsada por avances médicos y una mayor atención a la salud global. Además, la educación tecnológica podría ganar protagonismo, reflejando la transformación digital en el ámbito educativo”, añade. Además, recuerda que “son tiempos en los que la geopolítica tendrá un papel fundamental en el devenir de los mercados a nivel mundial y prueba de ello son los movimientos que estamos viendo en estos momentos”.

© Gettyimages (3); Shutterstock (1)

Directivos a la carta

En un mundo empresarial cada vez más competitivo e incierto, los **HEADHUNTERS** buscan un perfil que logre combinar habilidades de liderazgo excepcionales, visión estratégica y **una capacidad única para adaptarse a los desafíos del futuro**

Texto de Cristina Mendoza

Las empresas están hambrientas de nuevos líderes y están buscando ‘a la carta’ quiénes son los indicados para saciar sus necesidades. Ya no basta con experiencia y títulos. Eso lo saben bien los cazatalentos, quienes perfeccionan sus herramientas, procesos y mecanismos para que la selección sea lo más precisa posible. Los tiempos cambian a una velocidad vertiginosa y la pregunta que retumba entre los directivos y líderes es siempre la misma: ¿cuáles son los ingredientes imprescindibles para convertirse en el candidato perfecto?



PODEROSA VULNERABILIDAD

Russell Reynolds - Pablo Claver, country manager

¿Cuáles son las soft skills más demandadas para un alto cargo actualmente?

Entre las *soft*, hay un elemento que es cada vez más relevante: el *self-awareness*. Es decir, que buscamos líderes capaces de diagnosticarse de forma honesta, donde sean capaces no solo de reconocer sus fortalezas, sino también de reconocer sus debilidades para apoyarse en el equipo. Bajo ese 'paraguas' del *self-awareness* surgen aspectos como la búsqueda de un perfil de líder humilde, desarrollador de equipos y vulnerable; entendiendo este punto como una persona capaz de reconocer el fracaso y pedir ayuda.

¿Y si vamos a las hard skills?

Las *hard skills* más demandadas para un alto cargo incluyen la capacidad de adaptación a escenarios inciertos y la gestión del cambio. Los líderes deben ser proactivos, con planes alternativos listos para cualquier situación inesperada. Además, deben trabajar en colaboración dentro de equipos multidisciplinarios, gestionando proyectos con objetivos claros y contribuciones de diversas áreas. La innovación y la capacidad de desafiar el *status quo* son fundamentales, así como la resiliencia para aprender de los fracasos y mantener el enfoque en el crecimiento.

¿En qué aspectos de la trayectoria ponen la lupa?

Buscamos un perfil directivo

que haya completado ciclos de proyectos, que haya diseñado, ejecutado y transferido iniciativas de manera exitosa. Además, valoramos la capacidad de crecer dentro de una misma organización, ya que esto refleja la confianza y el reconocimiento de la empresa. También es clave la experiencia en

“Los líderes que reconocen sus errores y expresan emociones logran una conexión mucho más fuerte con su equipo”

ecosistemas internacionales, multiculturales y la adaptabilidad a diferentes entornos. Las personas que han trabajado en empresas de renombre, conocidas como “compañías escuela”, son muy valoradas, especialmente en las primeras etapas de su carrera, ya que aportan una disciplina y una metodología estructurada que les acompaña durante toda su trayectoria. Sin pasar por alto que los candidatos hayan tenido responsabilidad directa y *accountability*, especialmente para posiciones de CEO, donde la capacidad de asumir la última línea de defensa es fundamental. Por último, nos atraen perfiles con experiencia en proyectos de cambio, integración



o transformación, ya que esto les permite desarrollar habilidades clave para gestionar la evolución y el cambio en entornos dinámicos.

¿Cuál considera que ha sido el mayor cambio de la última década?

Sin duda, la vulnerabilidad en el liderazgo. Hace una década, se esperaba que los líderes fueran casi robots, mostrando una imagen de fortaleza inquebrantable. Hoy en día, la vulnerabilidad

genera empatía y compromiso. Los líderes que pueden reconocer sus errores, pedir ayuda o expresar emociones logran una conexión mucho más fuerte con su equipo.

¿Qué habilidades prevé que serán fundamentales para los próximos años?

Destacaría tres: la evolución en la capacidad de la adaptabilidad, así como avanzar en los procesos de ecosistemas abiertos y en la reinversión profesional.

IA CONTRA LA BUROCRACIA

LHH Executive Search / Grupo Adecco - Beatriz Calvo, partner



¿Cuáles son las habilidades clave que las empresas valoran en los procesos de selección para puestos de alta dirección?

Se suele buscar una combinación de habilidades técnicas y competencias interpersonales. Algunas de las habilidades fundamentales que suelen ser consideradas incluyen: Pensamiento estratégico; gestión del cambio y adaptabilidad; liderazgo

inspirador; capacidad de tomar decisiones con datos; inteligencia emocional y habilidades interpersonales. Los valores como la integridad, la empatía, la comunicación efectiva y la capacidad de trabajar en equipo son fundamentales para construir una cultura organizacional sólida. Un directivo que actúa con ética y que se preocupa por el bienestar de sus empleados puede generar un ambiente de confianza y colaboración,

lo que a su vez puede mejorar el rendimiento y la satisfacción laboral.

¿Qué diferencias percibe entre las habilidades valoradas en directivos en España y en EE.UU.?

Las diferencias radican principalmente en la actitud frente al cambio y la experiencia. En España, se valora mucho la estabilidad

► **“Usamos IA para identificar tendencias y trayectorias profesionales, y evaluar habilidades mediante análisis de datos”**

y la experiencia dentro de una misma empresa, donde la confianza y la cercanía en las relaciones son claves. Los líderes son percibidos como más tradicionales y estratégicos, con una aversión al riesgo. En cambio, en EE.UU. se busca un liderazgo más dinámico, enfocado en resultados rápidos y la capacidad de reinventarse, con una mayor tolerancia al riesgo y enfoque hacia la innovación. Además, la adaptabilidad y la capacidad para gestionar la incertidumbre han ganado relevancia en ambos contextos, reflejando un entorno de negocios más acelerado y cambiante. La exposición a la tecnología y la transformación digital también es una habilidad clave, independientemente

del país.

¿Existen habilidades que fueran imprescindibles y que actualmente sean secundarias?

Sí, definitivamente. Por ejemplo, la memorización de datos y el conocimiento enciclopédico solían ser esenciales, pero hoy, con la información disponible al alcance de un clic, lo importante es saber interpretarla y aplicarla de manera efectiva. La gestión basada en procesos rígidos, que antes era clave para medir el éxito, ha sido reemplazada por la capacidad de adaptarse rápidamente y reinventarse ante nuevas circunstancias. Además, el liderazgo basado en autoridad, con una figura distante que daba órdenes desde arriba, ha quedado obsoleto.

¿Cómo usan la IA para determinar cuáles son los aspirantes que mejor se adaptan a un cargo?

La inteligencia artificial juega un papel clave en identificar patrones, evaluar habilidades objetivamente y reducir sesgos. Usamos IA para identificar tendencias y trayectorias profesionales, evaluar habilidades mediante análisis de datos y agilizar procesos, evitando que grandes talentos se pierdan en la burocracia. Sin embargo, la decisión final sigue recayendo en la experiencia e intuición humana, ya que la IA no puede captar el factor humano, la capacidad de leer entre líneas y la esencia de lo que hace a un líder realmente excepcional.

REINVENCIÓN CONSTANTE

Page Executive España - Miguel Portillo, director general

¿Cómo influyen los cambios tecnológicos y la digitalización en las habilidades requeridas para los altos directivos?

El candidato ideal es aquel que logra tener éxito en un entorno incierto, complejo y disruptivo, alcanzando un equilibrio entre la ejecución a corto plazo y la transformación del negocio a largo plazo. Además, debe liderar desde el propósito y con una visión humanista, así como ser hábil con el tratamiento e interpretación del dato mediante la adaptación y obtención del máximo beneficio de las herramientas tecnológicas de las que dispone. A los candidatos se les exige que, además de conocer las implicaciones que las nuevas tecnologías tienen para su organización, comprendan aquellas que afectan a las funciones de su rol.

¿Cómo afectan los cambios en el contexto económico global a los criterios de selección de ejecutivos?

Las organizaciones están en la búsqueda de talento que no solo sea capaz de lidiar con un contexto incierto, sino que sea lo

suficientemente ágil y determinado para fortalecer la ventaja competitiva de la organización en entornos BANI. Por esta razón, como expertos en la selección de directivos y consejeros, debemos estar atentos e incluso anticiparnos a las tendencias del mercado para ofrecer el mejor talento a las empresas que confían en nuestros servicios.

¿Qué peso tienen las habilidades emocionales y la resiliencia en la elección de un líder?

En posiciones directivas, las *hard skills*, como la formación, el conocimiento técnico y la experiencia en ciertos roles, suelen ser similares entre los candidatos. Lo que realmente marca la diferencia en su elección hoy en día son las *soft skills*, que tienen un peso determinante. Entre ellas, destacan la capacidad de transformación, la adaptación a entornos inciertos y la orientación a resultados. Además, el liderazgo inspirador y con propósito, combinado con una visión estratégica, es esencial para implementar cambios a través de los equipos y procesos.

¿Cómo se pueden identificar habilidades de liderazgo emergentes en candidatos con poca experiencia en alta dirección?

Una herramienta que proponemos a nuestros clientes en todo proceso de selección y que es muy útil para poder evaluar las habilidades y competencias actuales de un directivo y

poder proyectar la evolución de estas en el futuro es el *Assessment Center*. Se trata de un proceso de evaluación profundo y a medida de las necesidades del cliente a través de entrevistas personales, *business cases* y utilización de ciertas herramientas (test psicotécnicos), determinando una evaluación muy certera de las competencias y habilidades, identificando aquellas que hoy se encuentran en un desarrollo óptimo y aquellas que necesitan refuerzo y formación para su evolución y crecimiento.

¿Cómo equilibran las

empresas la necesidad de innovación con la búsqueda de perfiles con experiencia consolidada?

Un buen candidato debe estar en proceso de formación constante para mantenerse actualizado y responder eficazmente a los desafíos cotidianos. Esta actitud no solo mejora su desempeño actual, sino que también incrementa su empleabilidad futura. Un desafío cada vez más presente en las compañías es la convivencia generacional, que integre profesionales jóvenes de alto potencial con individuos maduros y altamente experimentados.

“Un buen candidato debe estar en proceso de formación constante para mantenerse actualizado”



LIDERAZGO AUTÉNTICO

Hays España - Oscar Vitales, executive search & consulting senior associate

¿Qué papel juegan la inteligencia emocional y la resiliencia en la elección de ejecutivos de alto nivel?

Las empresas buscan líderes capaces de canalizar la inteligencia emocional para ilusionar, para persuadir, para convencer, para reconocer y recompensar bajo una conducta de honestidad. El líder no puede ir en contra de sus emociones, pues lo hará parecer artificial; debe ser real y aprender a registrar sus emociones para que no sean contraproducentes. En definitiva, la autenticidad. La gestión del cambio seguirá siendo clave, más aún en la próxima

década con cambios tan importantes que ocurrirán, por ejemplo, en las relaciones tecnológicas, y para liberarla será necesario que los líderes sean sin duda resilientes.

¿Cuáles son las principales expectativas que los ejecutivos actuales tienen al evaluar una nueva oportunidad de liderazgo?

El líder quiere alinearse con el propósito de las compañías. Si no se siente parte de su cultura, será difícil que la persona marque la diferencia necesaria en el liderazgo. Por eso, buscará proyectos viables, sostenibles y socialmente responsables, con desafíos

de media duración y nada de "necesitamos esto en seis meses". Los ejecutivos tienen clara la disponibilidad y exigencia que se les requerirá, por eso la compensación retributiva y la compensación de descanso tendrán necesariamente que cumplir las expectativas.

¿Cómo evoluciona el equilibrio entre habilidades técnicas e interpersonales?

Hace ya tiempo que nos enfrentamos a un debate superado respecto a *hard* y *soft skills*, en el que ha quedado sobradamente demostrado que, en un mercado tan cambiante, no disponer de las *soft skills* necesarias impedirá al directivo tener el liderazgo necesario para afrontar los retos de sus organizaciones. No es cambiar unas habilidades por otras, es que unas sin las otras no tienen utilidad en el modelo de liderazgo actual.

El próximo debate respecto a habilidades ya no lo marcará el mercado, lo marcarán las personas y lo que van a exigir de su líder. Ahora ya hablamos de la necesidad de líderes que son buenas personas, que con su ejemplo marcan el camino a seguir, que transmiten y convencen para hacer propósitos compartidos y que se convierten en maestros a la hora de desarrollar y trasladar sus mejores competencias a sus equipos.

¿En qué sectores observa una mayor transformación en los perfiles de liderazgo debido a los cambios

tecnológicos y económicos?

En todos los sectores hay un cambio de experiencia de cliente, así que todos los sectores, incluso el público por estático que nos pueda parecer, pero sobre todo en los sectores retail y gran consumo. Punto diferencial del sector Educación, por la transformación que está viviendo.

¿Qué tecnologías emergentes están influyendo en la selección de los líderes empresariales?

"Las empresas buscan líderes capaces de canalizar la inteligencia emocional para ilusionar, persuadir y recompensar"

Para estas posiciones, la IA no va a tener un peso específico, será muy residual, pues la gestión de estos procesos necesitará, como hasta ahora, profesionales que conozcan tanto el mercado como los candidatos que están en cada una de las verticales.

¿Cuáles serán las tres habilidades más críticas para los CEOs y altos ejecutivos en la próxima década?

La visión estratégica y transformadora, así como el liderazgo, sin duda. Para mí, particularmente, la capacidad de colectivizar la conciencia de equipo.



COLABORAR O EXTINGUIRSE

Randstad Professional - Miguel Mercado, director nacional

¿Cómo evolucionaron las habilidades que las empresas consideran fundamentales en los procesos de selección para cargos de alta dirección?

En la última década, la selección de altos directivos ha pasado de centrarse en la experiencia técnica a valorar la capacidad de adaptación, la visión estratégica y la gestión del cambio. La digitalización, la sostenibilidad y la diversidad son ahora factores clave en el liderazgo empresarial. En cuanto a *hard skills*, además del conocimiento financiero y de gestión, se prioriza el dominio de datos, tecnología e innovación para afrontar entornos dinámicos. Las *soft skills* han cobrado más importancia, destacando el liderazgo inspirador, la comunicación efectiva y la resiliencia. La capacidad de motivar equipos diversos y gestionar relaciones estratégicas es esencial en un contexto de cambio constante.

¿Qué habilidades han ido perdiendo relevancia en los procesos selectivos?

Algunas habilidades antes esenciales han perdido relevancia en favor de un liderazgo más adaptable y estratégico. La experiencia sectorial ya no es determinante, pues se valora más la capacidad de aprendizaje continuo. También ha cambiado el modelo de liderazgo, pasando de una gestión jerárquica a un enfoque colaborativo y ágil. Además, las habilidades técnicas sin

visión global han quedado en segundo plano frente a la innovación y la competencia digital.

¿Qué diferencias hay entre las habilidades valoradas en directivos en España y en EE.UU.?

En EE.UU., las empresas suelen valorar más la capacidad de innovación, el pensamiento disruptivo y la rapidez en la toma de decisiones, priorizando directivos con mentalidad emprendedora y orientación a resultados. La adaptabilidad al cambio y el dominio de la tecnología también son esenciales, dado el dinamismo del mercado. En España, aunque estas habilidades también son importantes, se pone más énfasis en la gestión de equipos, la negociación y las relaciones interpersonales. El liderazgo se percibe de forma más colaborativa y la estabilidad en la toma de decisiones suele ser más valorada que la rapidez.

¿Están implementando la IA para determinar cuáles son los aspirantes que mejor se adaptan a un cargo?

Sí, la IA y otras tecnologías ya se están utilizando en los procesos de selección para puestos de alta dirección, aunque con un enfoque complementario. Algoritmos de IA ayudan a filtrar candidatos analizando currículums o trayectorias profesionales. A pesar de todo ello, en posiciones de alta dirección, el componente humano sigue siendo clave, por lo que la IA se emplea solo como apoyo.



“Los líderes necesitarán adaptabilidad, gestión del cambio y toma de decisiones basada en datos e inteligencia artificial”

¿Cuáles creen que serán las habilidades más críticas para los líderes en la próxima década?

Los líderes necesitarán adaptabilidad, gestión del cambio y toma de decisiones basada en datos e IA. El liderazgo empático

y la sostenibilidad también serán clave en un entorno cada vez más global y diverso. En cambio, la gestión jerárquica tradicional y la especialización rígida perderán peso frente a modelos más colaborativos y versátiles.

© Shutterstock (2)

BUSINESS IS BUSINESS

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

Tras 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

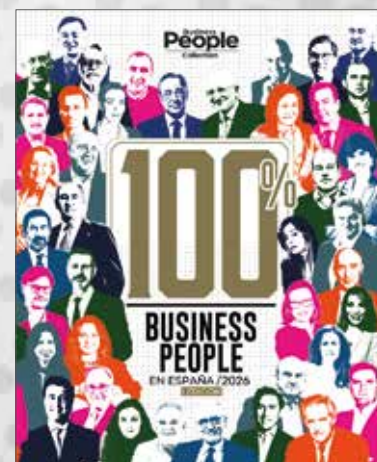
OBJETIVO FORMACIÓN



TOP 10 MARKETERS EN ESPAÑA



100% BUSINESS PEOPLE EN ESPAÑA 2026





ENERGÍA EN TRANSFORMACIÓN

En un mundo donde la transición energética es clave para un futuro sostenible, **Maví Zingoni**, CEO del negocio Power, comparte su visión sobre los retos y las oportunidades de la nueva era, donde las nucleares ganan protagonismo en todo el mundo... **menos en España**

Texto de José A. Puglisi

E

El francés Antoine-Laurent Lavoisier rompió paradigmas al descubrir que “la energía no se crea ni se destruye, solo se transforma”. Y es que, actualmente, los procesos energéticos están justamente evolucionando mundialmente para poder hacer frente a los retos como la IA o los data centers. Maví Zingoni, CEO del negocio Power de GE Vernova, aborda los desafíos de la transición energética, el papel clave de las energías renovables y el creciente interés por la nuclear, una tecnología que, según explica, es esencial para lograr la descarbonización.

Tras dos años y medio desde su nombramiento, ¿cuál considera que ha sido su principal reto?

El principal reto del equipo directivo fue definir el rumbo de la compañía durante el 2023, un año de preparación. A pesar de ser parte del grupo General Electric, tuvimos la oportunidad de replantear cómo queríamos trabajar y decidimos convertirnos en una startup de 130 años de trayectoria. Es decir, contar con la mentalidad ágil de startup, pero aprovechando el legado de GE. En 2024, tras el spin-off, aceleramos nuestra transformación, enfocándonos en la electrificación y descarbonización, con la flexibilidad de trabajar con todas las tecnologías necesarias. Estos dos años y medio

han sido un periodo increíblemente dinámico y valioso.

¿Qué representa España para GE Vernova?

Esta compañía opera en más de 100 países y tiene más de 75.000 empleados a nivel mundial. De ese total, 2.700 empleados están en España, lo que convierte al país en un hub importante para nosotros. Aunque hay países con mayor peso, desde el inicio, mi rol global me ha llevado a valorar la importancia de España, no solo por su capacidad de manufactura y la variedad de tecnologías que manejamos, sino también por ser un punto neurálgico, por el ecosistema de clientes, proveedores, centros productivos y talentos que potencian nuestras posibilidades de crecer globalmente.

A lo largo de su carrera, ha liderado equipos en diferentes áreas, desde energías renovables hasta gas y energía nuclear. ¿Cuál es la clave a la hora de gestionar un sector en constante cambio?

Desde el inicio de mi carrera en la Patagonia argentina, he aprendido que rodearse de personas con grandes capacidades técnicas es clave. Siempre trato de tener un equipo mucho mejor que yo. Con una estrategia clara y una comunicación fluida, el líder debe ser un facilitador, dispuesto a servir a su equipo. Creo en el modelo de líder invertido, donde el líder está al servicio de los equipos, ayudando cuando es necesario. Además, es fundamental pasar tiempo tanto dentro como fuera de la compañía, interactuando con distintos *stakeholders*.

El comisario europeo de Energía, Dan Jorgensen, invitó a España a reflexionar sobre su calendario de cierre nuclear. ¿Cómo valora esta política del Gobierno?

Somos muy respetuosos con las decisiones de las →

administraciones. Dicho esto, España tiene una gran oportunidad debido a sus recursos renovables y a la gran penetración de estas energías. Sin embargo, con esa penetración, se requieren tecnologías de *backup*. Y la nuclear es una de esas opciones con un factor de utilización alto y sin emisiones de CO₂, y que ha demostrado ser muy segura, lo que la hace clave para la transición energética. En la COP28 de Dubái, varios países firmaron un acuerdo para triplicar la capacidad nuclear para alcanzar el net zero, y estamos viendo un renacimiento de la energía nuclear a nivel global.

Nosotros, por ejemplo, estamos trabajando en el diseño del Small Modular Reactor, con tres socios internacionales: OPG en Canadá, TVA en EE.UU. y Orlen-Synthos en Polonia, lo que demuestra el interés por esta tecnología.

El hidrógeno verde es un área de creciente interés en España. ¿Qué oportunidades ve en el desarrollo de esta tecnología en el país y qué papel jugará en el futuro energético?

El hidrógeno será un pilar clave para descarbonizar sectores industriales difíciles de electrificar, aunque todavía enfrentamos desafíos importantes en manejo, seguridad, logística y costes. En GE Vernova nos hemos comprometido a que, para 2030, toda nuestra tecnología que hoy funciona con gas pueda operar también con hidrógeno al 100%. Ya estamos llevando a cabo proyectos piloto en varios países, y en el corto y medio plazo, esperamos ver una mayor integración progresiva a través de soluciones híbridas (*blending*) de gas e hidrógeno. Cada región avanza a un ritmo distinto,

THE ENERGY TO CHANGE THE WORLD

pero Europa, y en especial España, tiene grandes ventajas y debe seguir trabajando de manera conjunta para mantener su liderazgo en la transición energética, buscando siempre un equilibrio entre sostenibilidad, seguridad y competitividad: los tres pilares del trilema energético.

Desde Bruselas también muestran su preocupación por el incremento en la compra de gas ruso desde 2022. ¿Cómo valora la evolución de España?

Esta decisión depende de nuestros clientes, no nos corresponde valorar cómo se abastecen. Sin embargo, es importante señalar que los ciclos combinados en España han tenido una baja utilización en los últimos años, alrededor del 20-25%, con un 15% el año pasado. En el primer trimestre de este año, hemos visto un aumento en su uso. Pero, en

definitiva, es responsabilidad de nuestros clientes definir su estrategia de abastecimiento.

De los proyectos que están desarrollando, ¿cuáles son los que más le entusiasman?

Estoy entusiasmada con todos los proyectos, pero hay algunos que realmente pueden marcar un antes y un después. Uno de ellos es el primer Small Modular Reactor en Canadá, que será el primero de esta nueva tecnología en un país del G20. Otro es el proyecto Net Zero Teesside en el Reino Unido, que consiste en un ciclo combinado con tecnología de captura de carbono conectada. Este sistema incorpora nuestra tecnología de recirculación de gas al final de la turbina para aumentar la concentración de CO₂ y hacer la captura mucho más eficiente.

Usted ha sido un referente femenino en la industria, ¿qué aprendizaje les daría a otras mujeres que aspiran a posiciones de liderazgo en sectores técnicos?

Mi mensaje es simple: seguir los sueños y hacer lo que apasiona. Creo en el talento en su sentido más amplio, en la importancia de ser excelentes en lo que hacemos, aprovechar oportunidades y fortalecer el networking, algo que las mujeres debemos seguir potenciando. ▲

GE VERNOVA invierte
1.000 MILLONES
DE DÓLARES
al año en investigación
y desarrollo (I+D)



Con operaciones en más de
100 PAÍSES,
la firma cuenta con
78.000 EMPLEADOS, **2.700**
de ellos en España

MDR

SABORES DEL ÉXITO

Las marcas de restauración están degustando el buen momento económico del sector, con un **90% de las firmas confiadas** en superar su facturación en 2025. El presidente de su asociación, **Borja Hernández de Alba**, explica cuáles son las claves detrás de este 'delicioso' logro

Texto de **José A. Puglisi**

P

Preparen sus paladares para degustar de los sabores del éxito empresarial. El presidente de la asociación Marcas de Restauración (MDR), Borja Hernández de Alba, explica cómo el sector está viviendo una época dorada y aprovechando su cuota de mercado del 30% para convertirse en uno de los grandes motores económicos nacionales. Un 'plato fuerte' que se sazonará, en los próximos años, con el impulso de las nuevas tecnologías.

¿Cuáles son sus principales prioridades como presidente de MDR para este año?

Nuestra prioridad este año es consolidar los avances de nuestro plan estratégico y asegurarnos de que cada una de nuestras acciones tenga un impacto real y medible. Es un momento determinante para reforzar nuestra representación institucional, elevar la reputación del sector y garantizar que las decisiones que afectan a nuestros asociados se tomen con una visión informada. Trabajaremos en tres frentes: fortalecer nuestra posición como interlocutor clave ante las administraciones públicas, siendo para ellos una

herramienta fundamental de información e implementación; impulsando iniciativas que protejan y fomenten el crecimiento del sector y seguir generando valor para nuestros asociados a través de información, apoyo y representación efectiva.

Su último observatorio indica que la Restauración de Marca sigue siendo un motor de crecimiento con más de un 30% de cuota de mercado. ¿Cómo se está gestionando esta expansión en un contexto económico desafiante?

La Restauración de Marca no solo crece, sino que lidera y ha demostrado ser un pilar importante en nuestra economía. En este contexto complejo, nuestro enfoque es claro: consolidar ese crecimiento de manera sostenible, para que el sector tenga la estabilidad que necesita y asegurar que siga generando fuerte impacto en economía, empleo e innovación y desarrollo, un valor añadido para todo el país. Los retos son muchos, pero el futuro no se espera, se construye. Por eso, gestionamos este crecimiento con un sólido plan estratégico para consolidar el crecimiento y seguir fortaleciendo el sector de la restauración de marca, para afrontar cualquier desafío y transformar cada reto en oportunidad.

¿Qué tendencias ve claves para el futuro del sector de la restauración en España?

Basándonos en el Observatorio de la Restauración de Marca, las tendencias que extraemos de su análisis se centran en la adaptación a un consumidor más exigente y →



Borja Hernández de Alba es director general de Restaurant Brands Iberia, el grupo que integra los derechos de explotación de Burger King, Tim Hortons y Popeyes



 **MDR**
RCAS DE RESTAURACIÓN

consciente. A lo que se suma la optimización del valor percibido y que emergen como pilares la fidelización y la personalización. Los programas de fidelización, potenciados por la IA generativa, permitirán crear experiencias únicas y revolucionar la experiencia del cliente, explorando además nuevas vías de interacción como el social commerce.

También es un activo estratégico e indispensable en las compañías, las personas y el talento. Finalmente, la sostenibilidad es un imperativo. La reducción del desperdicio alimentario y la adopción de prácticas circulares no solo responden a la creciente conciencia medioambiental del consumidor, sino que también fortalecen la imagen de marca y aseguran un futuro responsable para toda la cadena de valor.

¿Qué iniciativas están tomando las marcas para mejorar la captación y retención de talento en este contexto de alta rotación y escasez de mano de obra?

Un hito importante ha sido la firma del Convenio Colectivo Estatal de Restauración Colectiva pactado con los sindicatos mayoritarios, que ha introducido mejoras significativas en las condiciones laborales como incremento salarial, avances en igualdad y conciliación o en horarios de turnos o descanso, por ejemplo.

Hemos actuado con el empleo joven y realizado acciones como el *Speed Job Dating* de la mano de la Comunidad de Madrid. Estamos desarrollando un nanogrado específico con la CEOE y la Fundación Telefónica, así como otras colaboraciones con AECOC, CEOE y Hostelería de España, Hostelería Madrid. Y continuaremos impulsando la colaboración público-privada en Personas y Talento o en otras áreas que incidan directamente en el crecimiento sostenible de nuestro sector, lo que redundará en el desarrollo económico de España.

¿Qué estrategias se están adoptando para optimizar la experiencia del cliente en estos canales de delivery y take away?

El establecimiento sigue siendo el epicentro del sector, pero el consumo fuera del local sigue creciendo de manera moderada y tienes que evitar, por un lado, no tener fricciones en sala y, por el otro, conseguir que la experiencia que

80% de los empresarios planea un ritmo de aperturas en 2025 igual o superior al actual

61% de los directivos de las **MARCAS DE RESTAURACIÓN** prevén que las redes sociales se consolidarán como un canal de venta

sale a domicilio o recogen sea lo más satisfactoria y/o parecida a lo que puedan experimentar en sala. No verlos como apéndices, sino como extensiones de tu sala. Eso hace que sea necesaria una tecnología omnicanal para evitar colapsos en cocina, una logística inteligente que te permita optimizar rutas de reparto o entregas programadas, por ejemplo, la posibilidad de tener una calidad adaptativa, es decir, rediseño de envases que separen productos para que lleguen en su óptimo estado, o menús exclusivos para esos canales. La sinergia entre tus canales es el verdadero motor de crecimiento.

¿Qué impacto prevén que tendrán la IA y otras nuevas tecnologías dentro del sector?

La digitalización es una transformación estratégica, es un catalizador. Además de suponer palancas de eficiencia y pilar de tu competitividad con toda la optimización de procesos, es un aspecto valorado muy positivamente por los consumidores, por toda la redefinición operativa con la interacción con el cliente que permite hasta anticiparte a sus demandas. Como dato relevante, el 61% de los directivos entrevistados en el Observatorio consideran que las redes sociales se consolidarán como un canal de venta clave en un futuro muy cercano, y para eso hay que estar preparado.

El observatorio menciona que el 90% de las empresas prevé aumentar su facturación en 2025. ¿Qué áreas de expansión o innovación se están priorizando para alcanzar este crecimiento?

Sí, los dirigentes de los grupos de restauración de marca tienen una visión optimista de este año. Además, el 80% planea un ritmo de aperturas igual o superior al actual. Estos datos anunciarían que nuestro sector seguirá su ritmo de crecimiento. Las áreas que hay que tener en cuenta para mantenerse competitivo son muchas: tener una perfecta ecuación de calidad-precio, dinámicas para atraer talento, proteger los márgenes con búsqueda de eficiencias, fidelizar al cliente, conseguir que la sala y los pedidos fuera del local convivan sin fricciones, foco en el desperdicio u ofrecer menús más diversos.

© MDR

METAMORFOSIS COMERCIAL

La entrada de **Kiko Milano** en **El Corte Inglés** encabeza una tendencia que trasciende la industria de la belleza y que conquista nuevos espacios a un ritmo acelerado

Texto de **Cristina Mendoza**

En noviembre de 2024, Kiko Milano, reconocida por sus productos accesibles y de calidad, dio un paso decisivo al incorporarse a El Corte Inglés. Este movimiento, que implica abandonar el tradicional modelo monomarca —donde la marca controla íntegramente la experiencia en sus propias tiendas— para integrarse en un entorno multimarca, refleja un cambio de paradigma en el comercio minorista.

La decisión de Kiko no es un caso aislado. La transformación digital y la evolución de los hábitos de consumo han impulsado a muchas empresas a replantear su estrategia de distribución. En un entorno donde el consumidor valora la posibilidad de comparar productos y disfrutar de una experiencia de compra integrada, las marcas se están moviendo

hacia espacios compartidos que favorecen la diversidad y la competencia directa.

El sector automotriz, por ejemplo, ha experimentado una evolución similar. Marcas como Hyundai y Kia han optado por distribuirse a través de concesionarios multimarca, permitiendo a los clientes comparar distintos modelos y marcas en un mismo lugar. Esta estrategia no solo potencia la competitividad, sino que también responde a la creciente demanda de información y transparencia por parte del consumidor.

En el ámbito tecnológico y de electrónica, empresas como Sony y Bose han abandonado en parte el modelo de tiendas propias para integrarse en grandes minoristas especializados, como Best Buy. Esta integración permite una ma-



yor exposición y facilita la comparación de productos, lo que beneficia a un público cada vez más informado y exigente.

El sector de la alimentación y bebidas premium tampoco es ajeno a esta tendencia. Marcas que históricamente se vendían en boutiques exclusivas han comenzado a aparecer en espacios multimarca dentro de grandes almacenes, buscando ampliar su base de clientes sin renunciar a su identidad de calidad y exclusividad.

La transición hacia el modelo multimarca no solo implica una estrategia comercial renovada, sino también importantes repercusiones económicas. Según estudios recientes, el segmento de belleza multimarca en España ha experimentado un crecimiento anual de alrededor del 4% en los últimos años, alcanzando ingresos superiores a 1.800 millones de euros en 2023. En el ámbito europeo, se proyecta que el mercado global de cosmética podría superar los 40.000 mi-

llones de euros para 2025, impulsado por la diversificación de canales y el auge de la omnicanalidad. Esta tendencia también se refleja en otros sectores: en la industria automotriz, la integración de marcas en concesionarios multimarca ha incrementado la afluencia de clientes en aproximadamente un 7%, mientras que en el sector de la electrónica, la presencia en grandes minoristas ha contribuido a un crecimiento del 10% en ventas. Estos datos evidencian cómo la convergencia de modelos comerciales está remodelando el panorama económico y ofreciendo nuevas oportunidades de expansión en mercados tradicionales y emergentes.

MANTENER LA IDENTIDAD

La migración del modelo monomarca a la estrategia multimarca conlleva importantes retos. Al compartir espacio con otras marcas, se diluye en cierta medida el control sobre la experiencia del cliente, lo que obliga a las empresas a esforzarse en mantener una identidad clara y diferenciada. Sin embargo, la oportunidad de llegar a nuevos públicos y la sinergia generada en entornos de venta compartidos resultan atractivas en un mercado cada vez más competitivo y digitalizado.

El caso de Kiko Milano en El Corte Inglés es un claro ejemplo de cómo la innovación en la distribución puede abrir nuevas puertas. Al integrarse en un entorno multimarca, la firma italiana refuerza, además, su capacidad para adaptarse a las nuevas demandas del consumidor.

En un contexto global en el que la omnicanalidad y la flexibilidad son clave, el paso de lo monomarca a lo multimarca se erige como una estrategia indispensable para quienes buscan evolucionar y mantenerse relevantes en un mercado en constante transformación. ▲

La transición hacia el modelo multimarca no solo implica una estrategia comercial renovada, sino también repercusiones económicas



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



DUESSE MEDIA NETWORK
WE ARE PUBLISHERS

Free Time

Jardines dignos de la realeza



El *RHS Chelsea Flower Show 2025*, que se celebrará del 20 al 24 de mayo en Londres, promete ser un evento espectacular que atrae a entusiastas de la jardinería de todo el mundo, incluida la realeza británica. Entre los destacados de este año se encuentra el jardín *Tackle HIV Challenging Stigma*, diseñado por Manoj Malde y Gareth Thomas, que busca crear conciencia sobre el estigma del VIH a través de la horticultura. Con su impresionante variedad de jardines, exhibiciones y actividades, el Chelsea Flower Show continúa siendo una celebración emblemática de la jardinería y el diseño paisajístico que conquista el corazón de los británicos cada año. **Rhs.org.uk**



© RHS

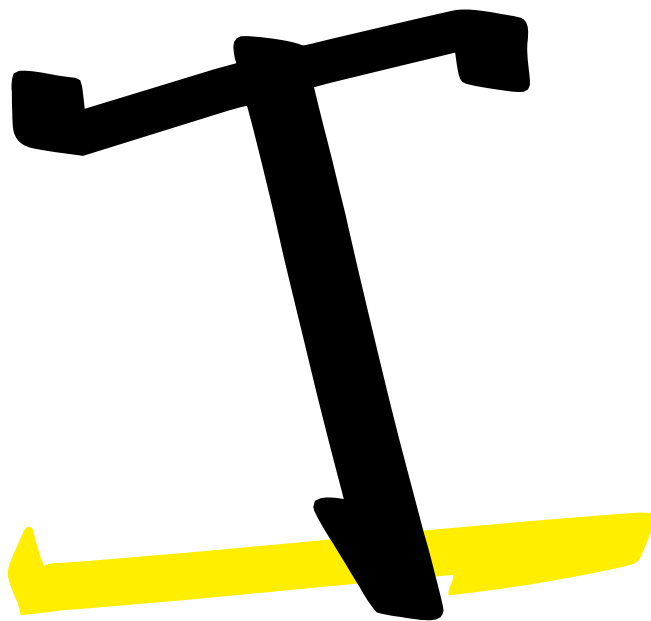
PARKOUR



FLUIR ENTRE EDIFICIOS

La disciplina de superar obstáculos del entorno continúa quemando etapas a velocidad de vértigo con el propósito de estar presente en los próximos **Juegos Olímpicos**

Texto de **Damián Henríquez Perdomo**



Todos nos hemos imaginado alguna vez trepando los edificios de nuestra ciudad y desafiando la gravedad del entorno urbano al más puro estilo *Spider-Man*. A finales de la década de los 80, un grupo de amigos hizo de este sueño una disciplina real, que ha crecido a pasos agigantados hasta consolidarse en lo que es hoy en día: todo un fenómeno global.

Para quienes no lo conocen, el parkour es una disciplina física y mental que consiste en desplazarse de un punto a otro de la manera más eficiente y creativa posible. Generalmente, se desarrolla al aire libre y en entornos urbanos, combinando movimientos acrobáticos como saltos, escaladas, volteretas o balanceos de la forma más fluida posible y solamente utilizando las capacidades del cuerpo.

Nació en Francia a finales de 1980 de la mano de David Belle y su grupo de amigos autodenominado Yamakasi. En total, fueron nueve los jóvenes que se atrevieron a poner a prueba este deporte por primera vez en la ciudad francesa de Lisieux.

David es un reconocido coreógrafo, actor y doble de riesgo francés, que decidió romper con lo establecido y desarrollar una nueva disciplina. Lo cierto es que para ello realmente se inspiró en su padre, Raymond Belle, soldado francés de origen vietnamita.

Para su entrenamiento, el padre de David utilizaba diversos obstáculos siguiendo el modelo *parcours du combattant*, clásicas carreras de obstáculos que deben superarse lo más rápido posible y que solían emplearse como preparación militar. De esta forma, el propio nombre de este deporte deriva de la palabra *parcours*, que en francés significa 'recorrido'.

Muy pronto, este fenómeno comenzó a romper todas



las barreras, llevando la práctica deportiva, que por aquel entonces se reducía a entornos como recintos deportivos o estadios, a la propia calle. A comienzos de los 2000, el grupo Yamakasi comenzó a popularizar la disciplina por todo el mundo a través de películas, reportajes y anuncios televisivos. En 2017, la Federación Internacional de Gimnasia incorporó el parkour como nuevo deporte dentro del ámbito de la gimnasia internacional. Un trámite que también seguiría a su vez la Real Federación Española de Gimnasia.

Las competiciones siguen dos modalidades: *Parkour Speed* y *Parkour Freestyle*. Tal y como indica su nombre, la primera de ellas consiste en completar el recorrido en el menor tiempo posible, mientras que en el estilo libre no se tiene en cuenta la velocidad, sino que se valoran otros aspectos como la originalidad, la habilidad y la creatividad. En este último, se necesitan jueces que evalúen la dificultad de los movimientos de cada traceur, que es el nombre que reciben los participantes.

Actualmente, alrededor de 100.000 traceurs practican este deporte en todo el mundo, según datos de la Asociación Mundial de Parkour. No obstante, se cree que son muchos más los que ponen a prueba un deporte que ya es todo un fenómeno global. En España, las cifras se mueven en torno a los 1.000 practicantes, datos muy similares a México. Como es lógico, el país que lo vio nacer es donde más se practica esta disciplina, Francia, con unos 3.000 traceurs. Inglaterra (2.500) y Estados Unidos (2.000) no se quedan atrás, y cierran el podio como los países donde el parkour está dejando mayor huella.

UN MERCADO AL ALZA

En los últimos años, el parkour ha evolucionado a una velocidad de vértigo, y hace mucho tiempo que ha dejado de ser una simple disciplina urbana. Hoy en día, se ha convertido en todo un fenómeno global y en una oportunidad de mercado emergente.

El interés en el parkour continúa creciendo exponencialmente, lo que ha dado lugar a diferentes oportunidades de negocio en todo el mundo. De hecho, el mercado de los deportes de acción, entre los que se incluye el parkour, registra una tasa de crecimiento anual del 6,5%.

Las oportunidades de negocio que ha generado este deporte van desde la creación de academias y gimnasios adaptados hasta la venta de ropa y accesorios especializados para su práctica. Estados Unidos ya ha comenzado a sacar provecho a este nicho, y diversas marcas deportivas ya han co-

A man with blonde hair, wearing a black and white checkered short-sleeved shirt and black shorts, is captured in mid-air while performing a parkour move. He is jumping over a white wall, with his right leg extended forward and his left leg bent. His arms are outstretched, and he is looking upwards. The background shows green trees and a clear blue sky. A yellow arrow points from the left towards the text, and a black arrow points from the text towards the right.

**ALREDEDOR DE
100.000
TRACEURS PRACTICAN
ESTE DEPORTE
EN TODO EL MUNDO**

menzado a diseñar líneas específicas de parkour, incluyendo accesorios como guantes de entrenamiento, protectores de muñeca, rodilleras o coderas. Al ser un deporte tan estético y visual, muchos influencers y creadores han comenzado a subir contenido enfocado al parkour, y muchas plataformas están promoviendo cursos y tutoriales para principiantes.

Por otro lado, la práctica del parkour ha contribuido al rediseño de los entornos urbanos para una práctica segura, lo que está incentivando cada vez más a invertir en las infraestructuras adecuadas.

No obstante, uno de los puntos que juega en contra a la hora de invertir en este deporte es su alto coste inicial. Montar un centro de entrenamiento de parkour no es barato, ya que requiere unas instalaciones, equipo y medidas de seguridad muy concretas. Según diferentes informes de la industria americana, montar un gimnasio de estas características en Estados Unidos conlleva unos costes desde 100.000 hasta 500.000 dólares, dependiendo de las dimensiones, la ubicación y los servicios que quieras ofrecer. De la misma forma, la rentabilidad de un centro de parkour también puede variar significativamente en función de varios factores (ubicación, número de miembros, fuentes de ingresos adicionales y gestión general del negocio). Pese a ello, este mis- →

El mercado de los deportes de acción, entre los que se incluye el parkour, registra una tasa de crecimiento anual del 6,5%

EL GRAN SALTO

Nació en Bogotá, pero a los 4 años se mudó a España. A esa misma edad comenzó a practicar gimnasia, pero sin saberlo, su destino estaba ligado al parkour. Sin lugar a dudas, **Stefanny Navarro** es una de las máximas exponentes de este deporte en nuestro país y en todo el mundo.

Comenzaste muy joven practicando gimnasia. ¿Cómo surgió tu pasión por el parkour?

Yo me dediqué a la gimnasia durante 8 años, pero luego me vi obligada a parar. Después de un tiempo lo retomé, pero ya nada era igual. A mí siempre me ha apasionado la actividad física, y en ese momento estaba buscando qué hacer. Fue cuando volví a España cuando vi por primera vez a un grupo de amigos saltando, y descubrí lo que era el parkour. Un buen día

me animé a probarlo, y la adrenalina de los saltos me enganchó desde el primer momento hasta el día de hoy.

¿Crees que el auge de este deporte puede llevar a que cada vez más gimnastas sigan tus pasos y acaben compitiendo en parkour?

Seguramente sí. La gran mayoría de gimnastas comienzan desde muy jóvenes, pero a su vez también suelen dejarlo a edades muy tempranas, en torno a los 20. La gimnasia es una disciplina muy dura, así

que una vez la dejas, siempre puede quedarte la sensación de querer seguir practicando un deporte exigente. Los gimnastas tienen una base acrobática muy completa, que les permite comenzar con ventaja en otros deportes con características similares como atletismo, baile o parkour. A la hora de aprender saltos en la calle, ya dominan el espacio visual, algo que es fundamental para saber en todo momento dónde estás en el aire.

¿Qué habilidades se necesitan para dar el salto?

Realmente, la habilidad número uno es la paciencia. Como en todo deporte, la paciencia y la constancia son esenciales para avanzar. Más allá de eso, considero que es muy importante tu capacidad para superar los miedos. A nivel físico, también requiere mucho entrenamiento de piernas, abdomen, hombros y espalda, pero todo eso lo vas ejercitando a medida que vas aprendiendo.

En 2022 ganaste la medalla de plata en la modalidad de velocidad de los Campeonatos del Mundo de Parkour. ¿Cuál es tu próxima meta profesional?
Ahora estoy centrada en los Juegos Mundiales que se celebran este verano en China. La clasificatoria fue el año pasado en Japón, y logré clasificarme en la modalidad de estilo libre.

¿Crees que el parkour ha experimentado un crecimiento notorio en España desde tus comienzos hasta la actualidad?

Sí, muchísimo. Creo que los influencers y las redes sociales han ayudado a que este deporte sea mucho más

conocido y ha permitido a las competiciones tener mayor alcance. El parkour guarda una relación muy estrecha con el mundo artístico, es muy visual y eso favorece a que el contenido se comparta y llegue a todo el mundo.

España ha sido, especialmente, uno de los países donde más ha crecido el parkour, porque hay personas muy influyentes tanto en Andalucía como en Madrid o en Barcelona que no han dejado de grabarse ni de hacer vídeos desde que eran pequeños, y ha hecho que el parkour tenga mayor auge en el público joven y adolescente. Aunque parezca una tontería, el clima también ha sido una de las causas por las que este crecimiento ha sido más notorio en España, ya que es perfecto para desarrollar deportes al aire libre. Esto ha hecho que llegue mucha gente de fuera a practicarlo, ya no solo por las buenas infraestructuras que tenemos, sino porque no llueve tanto como en otros países vecinos.

Se trabaja muy duro para que el parkour pueda ser deporte olímpico. ¿Confías en que pueda lograrse?

Sinceramente, yo siento que el parkour sí puede llegar a unos Juegos Olímpicos. He podido coincidir en varios eventos con gente que trabaja en la Federación Internacional de Gimnasia, se está trabajando mucho para conseguirlo y todos creemos que hay potencial para ello. Eso sí, es un trabajo que requiere de muchos años para formar una buena estructura y, hasta que eso no se logre, no podremos comprobar si puede llegar.





MONTAR UN GIMNASIO DE PARKOUR EN ESTADOS UNIDOS CONLLEVA UNOS COSTES DESDE 100.000 A 500.000 DÓLARES

mo informe refleja que, según los últimos datos, el ingreso anual promedio de un propietario de gimnasio de parkour en EE. UU. Se mueve en torno a unas cifras de aproximadamente 40.000 a 80.000 dólares.

Si estás pensando en abrir tu propio centro de entrenamiento de parkour, debes tener en cuenta que las zonas urbanas tienen mayor éxito y generan más beneficios que las zonas rurales. Esto se debe principalmente a una mayor densidad de población y a un mayor interés en disciplinas de este tipo.

¿RUMBO A LOS ÁNGELES 2028?

Tal y como expresa su esencia, el parkour quiere seguir superando todo tipo de obstáculos que se crucen en el camino. El fulgurante crecimiento de este movimiento ha hecho que se marque un claro objetivo para los años venideros: llegar a convertirse en deporte olímpico.

Actualmente, el parkour es una disciplina integrada dentro de la Federación de Gimnasia. En los Juegos Olímpicos, los tres cupos de la gimnasia ya están ocupados por las modalidades artística, rítmica y trampolín. La normativa olímpica impide adoptar más de tres modalidades de una misma federación, lo que supone un gran impedimento en la carrera del parkour por estar en el mayor evento multideportivo internacional.

La Federación Internacional de Gimnasia no ha dejado de luchar en ningún momento, intentando incluir sin éxito esta disciplina en Tokio y París. No obstante, su candidatura parece cobrar mucha más fuerza en esta próxima cita olímpica. El parkour podría aparecer por primera vez en unos Juegos Olímpicos en Los Ángeles 2028, eso sí, solamente se estudia incluirlo como deporte de exhibición. Esto quiere decir que, sin tener la etiqueta de disciplina oficial, podría mostrarse al mundo entero para futuras citas olímpicas.

BENEFICIOS FÍSICOS Y MENTALES

Más allá de ser solamente un deporte acrobático, el parkour se considera un modo de expresión personal y un estilo de vida activo. Uno de los objetivos más importantes de esta disciplina es la superación personal, romper con las barreras y los límites. Por ello, es muy recomendable tanto para niños como para adultos.

Por si fuera poco, también nos ayuda mentalmente. Principalmente, estimula nuestra capacidad creativa, fundamental a la hora de sortear obstáculos. Muchos estudios reflejan que también colabora a nuestro enfoque y concentración en el día a día, pero sin duda, la más importante es el desarrollo de la autoconfianza. Superar barreras y vencer miedos constantes fortalece la confianza personal y aumenta nuestra autoestima. ¿Te vas a animar a probarlo? ▲

INTRÉPIDOS

Hablar de electromovilidad popular es un poco excéntrico. A la falta de una información totalmente clara sobre la nueva tecnología se suman los altos precios, la complejidad de los procesos de recarga y la falta de incentivos eficaces. Estos tiempos del coche eléctrico se parecen al arranque de la telefonía móvil, que sólo se generalizó cuando aportó algo nuevo, cómodo y práctico al consumidor y, para animar el mercado, los teléfonos los regalaban los operadores. El resultado es que ahora abuelos y nietos comparten la dependencia del smartphone.

La transición de la combustión a la electrificación está siguiendo un proceso más lento de lo que esperaban algunos. Pero, sobre todo, el cambio sigue siendo caro y tiene pocos incentivos, lo que se nota en el poco entusiasmo del mercado. Y no solo no está previsto que te regalen el coche de pilas, sino que incluso están desapareciendo los incentivos a las ventas. En →



GUERREROS

**PESE A LAS INCERTIDUMBRES DEL MERCADO,
UN PUÑADO DE FABRICANTES RESISTE LA FUERTE
COMPETENCIA DE LAS MARCAS ASIÁTICAS
CON PRODUCTOS ATRACTIVOS Y ORIGINALES,
AUNQUE TODAVÍA POCO POPULARES**

Texto de Ana Montenegro



AUDI
El Audi Q8 e-tron puede cargarse del 10% al 80% en 31 minutos

España, al cierre de esta edición, seguía sin recuperarse el *plan Moves*.

En 2024 en la UE, las ventas de modelos 100% eléctricos bajaron un 5,9% (en total 1,4 millones de unidades) y la cuota de estos vehículos sobre el total del mercado fue del 13,6%, según los datos de ACEA (Asociación de fabricantes europeos de automóviles). En los dos primeros meses de 2025 se ha producido una ligera recuperación; han pasado a representar el 15,2% del mercado total, frente a un 11,5% en enero y febrero de 2024. En España, la debilidad es aún mayor. En 2024 se matricularon 65.478 coches 100% eléctricos, un 4,2% más que en 2023, pero sólo fueron el 5,3% del mercado total, que superó el millón de unidades y creció un 7,1%. En enero y febrero de 2025, las ventas acumuladas llegaron a los 11.124 vehículos, un 33% más, con una penetración del 6,8%.

En este incierto y débil segmento de mercado, con fuertes vaivenes, un puñado de marcas occidentales hacen frente a la amenaza asiática con modelos 100% eléctricos, tecnológicamente avanzados y con diseños muy sofisticados.

Tesla, la empresa de automóviles del ahora asesor de

la Casa Blanca, Elon Musk, es la única de cierto volumen nacida en Estados Unidos para fabricar exclusivamente coches eléctricos. Creada en 2003, empezó a cotizar en Wall Street en 2010, y los primeros años fueron explosivos. Nació ya enfocada a la movilidad eléctrica y desplegó una potente red de recarga, simultáneamente al desarrollo de los vehículos, para facilitar la experiencia. Los Tesla son posiblemente los coches eléctricos más "sensatos" y sin complicaciones para moverse en cualquier situación. En ellos la recarga y la planificación son sencillas porque se conectan directamente con los cargadores y no hay ni que pagar. Con un diseño muy digital y pocos botones, la marca ha tenido grandes adeptos, pero el papel que está jugando Musk en la administración Trump ha desatado el odio contra Tesla de California a Berlín. La gama actual en España la forman los más asequibles: Model 3 (desde 26.000 euros) y Model Y (desde 44.900) y los sofisticados Model S (100.000) y Model X (115.000).

Polestar podría ser la Tesla sueca. Nacida a la sombra de Volvo y propiedad de la china Geely, es una marca muy joven; sólo tiene ocho años, pero ya está presente en 27 mercados mundiales. Este año contará con su

POLESTAR

Presentación del Plug & Charge junto al Polestar 3, que se puede usar en más de 9.500 puntos de carga High Power Charging





CUPRA

El CUPRA Born ofrece una aceleración instantánea de 0 a 50 km/h en solo 2,9 s

cuarto modelo de una gama con nombres que no dejan lugar a la imaginación: Polestar 2, 3, 4 y el 5 en 2025. Con fábricas en China y Estados Unidos, se plantea también fabricar en Corea del Sur y Europa para esquivar los aranceles. Con un inconfundible diseño minimalista sueco, la gama de precios va de los 48.000 a los 81.900 euros.

La alemana BMW hizo desde 2013 una clara apuesta por la electrificación. Su primer modelo 100% eléctrico fue el BMW i3 y, desde entonces, la “i” por delante del número indica que es una versión de 0 emisiones. Hasta mediados del pasado año, BMW había vendido más de un millón de eléctricos en todo el mundo, 12.700 en España. En 2024, las ventas de eléctricos de BMW Group en España aumentaron un 50% hasta las 6.190 unidades (incluida la marca Mini). Con versiones 100% eléctricas en prácticamente toda su gama de berlinas y todoterrenos (siete modelos de entre 49.000 y 115.000 euros), este año lanza una nueva y revolucionaria familia eléctrica, la Neue Klass. El primero se producirá en la planta de Debrecen (Hungría) y llegará al mercado a finales de este año. Se caracteriza por su mayor autonomía y velocidad de carga. La nueva familia se producirá en plantas de todo el mundo.

La también alemana Audi ha combinado en sus más de ocho versiones e-tron, las de 0 emisiones, la alta tecnología con la sofisticación. Estas versiones se han instalado incluso en sus SUV 4x4 más grandes, como los Q8 o Q6, pero también en las berlinas más deportivas A6 o el GT. El primer eléctrico e-tron de Audi se lanzó en 2018 y rompió esquemas al ser el primer turismo que eliminaba los retrovisores laterales y los sustituía por cámaras exteriores y monitores dentro. Desde entonces la familia ha crecido mucho, con precios que oscilan entre 67.000 y 160.000 euros.

Cupra, la marca deportiva nacida de Seat que es la que más rápido crece en Europa, se lanzó a la electrificación total en 2021 con el Born, un compacto pequeño que hace honor al barrio de Barcelona que le prestó el nombre y que se puede adquirir desde 39.000 euros. Su política ha sido diferente a la de otras marcas multinérgicas; no ha electrificado un modelo existente, sino que lanza otros exclusivamente eléctricos. Tras el Born llegó el Tavaskan el pasado año, un SUV coupé, desde 50.800 euros. Este año lanza el Raval, que vuelve a tomar el nombre de un barrio de Barcelona, y que va a ser un auténtico *made in Spain* porque se va a producir en la fábrica de Martorell.

Tesoros del África occidental

La **Fundación Barrié** permite sumergirse en el arte de los **Akan**, una cultura originaria de Ghana y Costa de Marfil que destaca por sus **exquisitas técnicas orfebres y su pasión por el oro**

Texto de **Cristina Mendoza**

La exposición *El oro de los Akan. Tesoros reales del África occidental* permite observar de cerca a obras de arte que parecen sacadas de una película de Indiana Jones. La excepcional muestra de la Fundación Barrié, organizada junto al Museo Liaunig de Austria, sumerge al vi-

sitante en el esplendor y la grandeza de una de las culturas más refinadas y enigmáticas de África occidental.

Abierta hasta el 13 de julio, la exposición constituye una oportunidad única para adentrarse en la historia y el simbolismo del oro en la sociedad →



Emblema de una espada - león

Ashanti, República de Ghana, 1915

Cortesía del Museo Liaunig y de la Fundación Barrié



Emblema de una espada - retrato
Ashanti, República de Ghana, 1896
Cortesía del Museo Liaunig
y de la Fundación Barrié

Akan, un pueblo originario de la República de Ghana y Costa de Marfil cuya riqueza cultural y sofisticación estética se reflejan en cada una de las más de 300 piezas expuestas.

La exposición reúne piezas de una belleza hipnótica y de una relevancia histórica incalculable. Procedentes de la colección privada de Herbert Liaunig (1945-2023), estas obras han sido cuidadosamente seleccionadas para ilustrar la diversidad de formas y usos del oro dentro de la cultura Akan. Desde coronas ricamente ornamentadas hasta amuletos protectores, pasando por imponentes bastones de mando, cada pieza nos habla de una sociedad donde el oro no sólo simbolizaba poder, sino también conexión espiritual y linaje dinástico.

Entre las piezas más impresionantes se encuentran los *pectorales de oro*, cuyas intrincadas filigranas revelan un nivel de sofisticación técnica que rivaliza con las mejores obras de la orfebrería rena-

centista europea. Además, los espectadores podrán contemplar delicadas figuras de animales y seres mitológicos, como el *sasabonsam*, una criatura legendaria que recuerda a los vampiros de la tradición occidental.

TRASCENDER EL TIEMPO

El oro Akan no solo refleja la grandeza de los antiguos reinos africanos, sino que también nos conecta con una cultura viva y en constante evolución. Algunas de las piezas contemporáneas expuestas incluyen representaciones de aviones y armas de fuego, una muestra de cómo la orfebrería Akan ha sabido adaptarse a los tiempos modernos sin perder su esencia. Este diálogo entre lo ancestral y lo contemporáneo refuerza la idea de que el arte es un puente entre el pasado y el presente, entre tradición e innovación.

La exposición también destaca la importancia del oro en los rituales políticos y religiosos. Muchas

Corona

Ashanti, República de Ghana

Láminas de oro, madera y terciopelo

Cortesía del Museo Liaunig y de la Fundación Barrié





Corona
Ashanti, República de Ghana
Cortesía del Museo Liaunig y de la Fundación Barrié



Disco decorativo con rana
Cortesía del Museo Liaunig y de la Fundación Barrié

El oro Akan no solo refleja la grandeza de los antiguos reinos africanos, sino que también nos conecta con una cultura viva y en constante evolución

de las piezas exhibidas eran utilizadas en ceremonias de investidura, funerales y eventos diplomáticos. Los Akan creían que el oro tenía un vínculo especial con lo divino, y su uso en objetos de culto refuerza la idea de que, más allá de su valor material, era un símbolo de conexión con los dioses y los ancestros.

La llegada de esta exposición a España no es solo un hito en la difusión del arte Akan, sino también una oportunidad para el encuentro entre culturas. En palabras de Carmen Arias Romero, "La colección de Liaunig se distingue no solo por su calidad y belleza, sino también por la profunda relación de respeto y colaboración que la sustenta". Por su parte, Peter Liaunig destacó el valor de esta muestra como un espacio de diálogo: "Es un honor traer esta colección a España y permitir que un público nuevo descubra el arte Akan en todo su esplendor".

LA CUNA DEL ORO

La muestra es complementada por una serie de actividades organizadas por la Fundación Barrié para fomentar el conocimiento de las culturas africanas. Se han programado talleres y visitas guiadas que permitirán a los visitantes profundizar en la historia y el legado de los Akan. Además, la exposición contará con material didáctico especialmente diseñado para escolares, con el objetivo de acercar a las nuevas generaciones la riqueza del arte y la historia de África occidental.

Esta exposición es una invitación a redescubrir el oro como un elemento cargado de significado más allá de su valor económico. Un recorrido por sus salas es, en definitiva, un viaje en el tiempo y el espacio, un acercamiento a una tradición que sigue viva y que nos recuerda que el arte, en todas sus formas, es un testimonio imperecedero de la grandeza humana. ▲

SE DESPLIEGA la alfombra roja

La feria ginebrina **Watches and Wonders** marca el inicio del curso escolar relojero. Las firmas se dejan el alma en presentar sus novedades, entre ellas **Patek Philippe**, **Rolex** y **Panerai**. **Omega** va por libre, pero también viene cargada de primicias

Texto de **Kino Verdú**



Acaba de terminar la última edición del W&W y es el momento propicio para descubrir las propuestas de cuatro grandes manufacturas. Patek Philippe ha presentado 15 nuevas piezas, fiel a su tradición de 'abrumar' con deleite el comienzo de la temporada. Su genio (por genial) en grandes complicaciones se paladea en el 5308G (así lo bautizan, a mí no me miren), una repetición de minutos, cronógrafo ratrapante y calendario perpetuo instantáneo: una virguería con esfera en azul glaciar que, si no es la estrella, poco le falta. Un calendario perpetuo retrógrado (6159G) con esfera negra y oro blanco envuelto en una audaz estética contemporánea para las costumbres de Patek Philippe. El 8 días de reserva de marcha con día y fecha instantáneos (5328G) incorpora un nuevo calibre de cuerda manual y se expresa en una esfera azul texturizada. Se ha esforzado en desarrollar complicaciones para su línea femenina *Twenty-4*: calendario perpetuo sobre esfera plateada o verde. Derivaciones de *Cubitus*, la familia que presentó el pasado año; un cronógrafo ratrapante en oro rosa con esfera de esmalte Grand Feu marrón (magnético); o los refrescantes aires inoculados a su icónica línea *Calatrava* en modo *Pilot Travel Time* (juvenil) o una sorprendente variante en platino con esfera opalina dorada de oro rosa. Y una de esas rutilantes rarezas que, de vez en cuando, iluminan la feria: el 27000M, léase un reloj de mesa con complicaciones y alta artesanía inspirado en uno que se vendió a James Ward Packard en 1923. Cómo nos atraen estas historias... De Rolex destaca con orgullo el *Land-Dweller*, un Oyster Perpetual de caja reformulada con el que inicia una nueva aventura,



5308G, de Patek Philippe. Cuádruple complicación con repetición de minutos con sonería sobre dos timbres clásicos, cronógrafo ratapante y calendario perpetuo instantáneo. Calibre de cuerda automática con minirrotor de platino. Caja de oro blanco de 42 mm, esfera azul glaciar con fases de Luna. **Precio:** 1.237.160 euros

una nueva saga, dotado del brazalete inédito Flat Jubilee, bisel estriado y esfera blanca con motivo 'nido de abeja'. Engrandece la familia *Perpetual 1908* (o simplemente 1908) con un hermano arropado en oro amarillo de 18 quilates en todo su cuerpo, tanto en la caja como en un brazalete de siete eslabones por línea al que han llamado *Settimo*. Otro debut para Rolex: su primera esfera de cerámica (verde) en el *Oyster Perpetual GMT-Master II*, en una modalidad en oro blanco de 18 quilates. Es poderoso. Músculo. A esto sumen un *Datejust 31* con esfera roja sombreada; tres primaverales tonos pastel en otros tantos *Oyster Perpetual*; y tres atrevidas nuevas esferas para el *Cosmograph Daytona*, el *GMT-Master II* y el *Sky-Dweller*. A Panerai le gusta desvelar guiños a lo largo de todo el año, pero para el W&W se ha guardado un arsenal contundente. Comienza con el *Luminor Perpetual Calendar GMT Platinumtech*, con esa caja de 44 mm de, sí, platino, y unas complicaciones que anhelábamos en la marca de espíritu italiano y corazón suizo. Le siguen una pléyade de retoques y ajustes anti edad a gran parte de su linaje *Luminor Marina*, que si ahora se sumergen hasta los 500 metros, que si proporciones más estilizadas... Y un artefacto muy especial, una instalación-reloj planetario de 110 kilos y 75 x 86 cm de alto apodado *Jupiterium* (que ya dio nombre a un modelo de pulsera nacido en 2010 por el 400 aniversario de las primeras observaciones celestes de Galileo Galilei). El Sol, la Tierra y Júpiter danzan bajo los diseños de un movimiento de calendario perpetuo de cuerda manual que no requiere ajustes hasta el 2099 y del que se han fabricado, por ahora, dos unidades (a 2 millones de euros la pieza). Finalizamos la ronda con

Omega y cuatro de sus más cercanos lanzamientos, o cómo apostar todo a cuatro fogonazos del *Seamaster*. El hipnótico y vibrante *Diver 300M Bronze Gold Burgundy*, con ese contraste entre el tono del oro bronce, el borgoña y el señorial brazalete de malla tan apetecible. Un *Aqua Terra* con esfera turquesa. El *Milano Cortina 2026* (caja de 37 mm), con el que Omega ya anticipa la apertura de los Juegos Olímpicos de Invierno Milán-Cortina d'Ampezzo 2026 como cronometrador oficial de la madre de todas las competiciones deportivas. El más ambicioso es el *Planet Ocean Worldtimer*, con el mapa topográfico terrestre visto desde el Polo Norte sublimando la esfera.



Oyster Perpetual Land-Dweller 40, de Rolex.

De acero Oystersteel y oro blanco, con caja de 40 mm, bisel de oro blanco estriado y hermético hasta 100 metros. Movimiento mecánico de cuerda automática bidireccional, con masa oscilante en oro amarillo. Funciones de horas, minutos, segundos y fecha instantánea a las 3 h. Esfera blanca mate con acabado satinado fino y motivo 'nido de abeja'. Brazalete Flat Jubilee. **Precio:** 15.450 euros.

Piensa en verde y come (muy) sano

Cinco restaurantes de España para fans de

“lo veggie”

Texto de **Alfredo García**



Hace tiempo que lo veggie pasó de ser una tendencia culinaria para convertirse en una necesidad de futuro para el planeta. Lo dice la OMS, lo dicen buena parte de los nutricionistas y lo corrobora la lógica: una dieta basada en productos vegetales, combinada con otros buenos hábitos como la actividad física

y el descanso, es la mejor receta para una larga y saludable vida. Por eso, cada vez hay más restaurantes vegetarianos y veganos, con propuestas para “practicantes” y también para quien, no siéndolo, quiera experimentar con el amplio universo de sabores “verdes”. Estos son algunos de los mejores del país.



El Invernadero – Madrid

El mérito del chef Rodrigo de la Calle ha sido alzar el gran muestrario vegetal al Olimpo de la alta cocina. Y, aunque aquí no renuncian a la proteína de origen animal en ciertos platos, éstos también se pueden adaptar a las exigencias

de los comensales vegetarianos y veganos puros. Para ellos, los menús Vegetalia y Vegetalia Experience suponen un sorprendente universo de sensaciones en torno al producto de temporada y proximidad.

elinvernaderorestaurante.com - Menús degustación: 158-228 euros

Copenhagen – Valencia

Este veterano negocio (abrió sus puertas en 2011) es todo un referente. Desde el principio, en su concepto de negocio ha jugado un papel muy importante la divulgación, procurando seducir a todo tipo de comensales. Por ejemplo, con platos

como las croquetas de boletus y avellanas tostadas, la degustación de quesos veganos, las hamburguesas de proteína de guisante o el curry verde de heura. Todo en un local de inconfundible diseño nórdico en pleno centro de la ciudad.

restaurantecopenhagen.es - Menú degustación (con dos bebidas): 33 euros





Mudrá – Madrid

La cocina de este atractivo restaurante se basa en exclusiva en el uso de hortalizas, frutas, flores, frutos secos, cereales, legumbres, todo tipo de setas y hongos, además de raíces. Todos ellos cultivados de forma ecológica, sostenible y con

gran mimo. Así que los platos, con variadas influencias internacionales, responden plenamente a la filosofía *plant-based*. Y, además, tienen un atractivo gusto estético, además de mucho, mucho sabor.

mudramadrid.com - Menú degustación: 57 euros + bebidas



La Camelia Vegan Bar – Bilbao

Más que un restaurante, es la unión de dos conceptos: bar y veganismo. Una fórmula que, en una ciudad como Bilbao, tan asociada a la cultura del pintxo y las relaciones sociales, es sinónimo de éxito. Las dimensiones del local no

permiten grandes despliegues culinarios, pero, a cambio, la calidad de lo que se sirve seduce con propuestas como el empedrat de garbanzos, la selección de sushis y makis, las hamburguesas o los dumplings vegetales.

lacameliaveganbar.com - Precio medio: 15-20 euros

The Green Spot – Barcelona

En pleno Port Vell de la Ciudad Condal, esta es la apuesta puramente vegetal del conocido grupo de restauración Tragaluz, cuyos restaurantes presumen de diseño y decoración. En éste, el chef Leandro Ortega derrocha una brillante creatividad en platos cambiantes,

no solo en función de la temporada, sino del momento del día en que se venga. Entre ellos, destacan los tagliatelle con salsa de macadamia y trufa negra, la tempura de cogollos marinados en kimchi o el katsu sando (sándwich japonés) de portobello.

grupotragaluz.com - Precio medio: 35-40 euros



EXPRESIÓN PERSONAL EN CADA BOTELLA

En el vasto universo vinícola, donde la tradición y la innovación a menudo se entrelazan, surge un fenómeno fascinante: **los vinos de autor**

Texto de **Pilar Hernández Coloma**

Los vinos de autor, elaborados con una visión personal y una historia única detrás de cada botella, han capturado la atención de amantes del vino aficionados y expertos por igual. Pero, ¿qué define realmente a un vino de autor y qué lo distingue en un mercado tan competitivo?

Los vinos de autor son el resultado del trabajo de enólogos o viticultores que buscan expresar su propia personalidad, filosofía y pasión a través de sus creaciones. A diferencia de las grandes bodegas que producen en masa, los productores de vino de autor suelen ser pequeños y están profundamente comprometidos con la calidad y la singularidad. Cada decisión, desde la elección de las variedades de uva hasta el método de vinificación, se basa en una visión artística personal. Este enfoque permite a los enólogos experimentar con técnicas poco convencionales, explorar microterroirs y trabajar con variedades autóctonas que pueden no ser po-

pulares en el mercado. De este modo, cada vino cuenta no solo la historia del lugar donde se cultivan las uvas, sino también la historia del propio productor.

“La enología es como pintar un cuadro, una combinación de creatividad, precisión y sentimiento”. Así lo expresa Víctor Fernández a *Business People*, enólogo y alma mater de Bucrana, la nueva bodega del grupo vitivinícola Bornos & Licores, vinos que nacen en la D.O. Toro, una denominación con carácter, fuerza y valentía.

LA IMPORTANCIA DEL TERROIR

El concepto de “terroir” es fundamental en el mundo del vino. Se refiere a la interacción entre el suelo, el clima y las prácticas vitivinícolas que dan lugar a características únicas en cada vino. Los productores de vinos de autor suelen prestar especial atención a esta relación. Al elegir parcelas específicas para cultivar sus uvas y aplicar técnicas sostenibles, logran resaltar las particularidades del terreno. Por ejemplo, un viñedo situado en una ladera soleada puede producir uvas con un perfil aromático diferente al de otro viñedo cercano ubicado en una zona más fresca y húmeda. Esta diversidad geográfica permite a los enólogos crear vinos que reflejan auténticamente su origen.

Uno de los aspectos más atractivos de los vinos de autor es la conexión emocional que establecen con los consumidores. Al comprar una botella, no solo se adquiere un producto; se accede a una historia, a experiencias vividas por el productor y a un viaje sensorial único. Muchos productores están dispuestos a compartir su proceso creativo y sus motivaciones personales, lo que añade un valor adicional al vino. Además, suelen estar elaborados en cantidades limitadas, lo que aumenta su exclusividad. Para muchos amantes del vino, tener una botella de autor es como poseer una obra maestra; cada sorbo es una celebración del esfuerzo y la dedicación invertidos en su creación.



Capturar el alma del viñedo



1

XOCAS

Bodega Joaquín Rebolledo.
D.O. Valdeorras.

Variedad: 100% Godello.

Vino de parcela, viticultura tradicional y baja producción. Finca de terreno granítico arenoso con un marco de plantación estrecho y orientación Norte.

Enología: Catalina Maroto / Álvaro Bueno

CATA

Color: Amarillo pajizo con reflejos oliváceos. Límpido y brillante.

Nariz: Franca, intensa y compleja. Recuerdos minerales, cuarzo y pólvora, tras los que aparecen las notas elegantes de Crianza, brioche, pan tostado, humo.

Boca: Grande, con un equilibrio entre potencia y frescura y un elegante amargor. Final profundo de larga mineralidad.

P.V.P: 50€



2

Bucrana Tau 2019

Bornos bodegas y licores.
D.O. Toro

Variedad: 100% Tinta Toro.

Enología: Víctor Fernández

Crianza de 15 meses en barrica nueva de roble francés.

CATA

Color: Rojo picota con ribete rubí y una capa alta que anticipa su riqueza y complejidad.

Nariz: ofrece una experiencia sensorial expresiva, fresca y elegante. Sus aromas destacan por su franqueza, evocando notas de ciruelas y moras, acompañadas por un suave fondo tostado y especiado.

Boca: se presenta estructurado y voluminoso, con textura sedosa y aterciopelada que lo hace sumamente agradable. Su post-gusto largo recuerda los aromas percibidos en la nariz.

P.V.P: 37€



3

Finca El Foro 2022

Bodegas Arizcuren. Rioja
D.O. Ca

Variedad: 60% Garnacha, 35% Mazuelo, 5% Viura, garnacha gris, Miguel de Arco.

Enología: Javier Arizcuren

Crianza de 18 meses en barrica de roble francés de 500 y 225 litros.

CATA

Color: Rojo intenso, posiblemente con matices violáceos debido a la presencia de la Garnacha, que suele aportar tonalidades brillantes y frescas.

Nariz: Amplia y profunda, concentrada y plena, con intensidad terrosa, acidez vivaz y capas de ciruela negra, ciruela roja, regaliz y fresas silvestres.

Boca: Tanino sedoso y elegante final.

P.V.P: 54,20€



4

Lleiroso 2017

Colección Familia Miró.
Bodegas Lleiroso. D.O. Ribera del Duero.

Variedad: 100% Tempranillo

Enología: Víctor Fernández

Crianza: 15 meses en barrica de roble francés.

CATA

Color: Rojo picota con matices granates, capa media/alta. Brillante y luminoso.

Nariz: Complejidad aromática alta. Balance perfecto de fruta y madera. Tostados con notas minerales y lácteas, con un suave fondo varietal de fruta madura.

Boca: Sabroso, noble, redondo y muy persistente.

P.V.P: 47,30€

A medida que avanza la industria vinícola, surgen nuevas tendencias dentro del ámbito de los vinos de autor. La sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental para muchos productores. La agricultura ecológica y biodinámica está ganando popularidad entre aquellos que buscan minimizar su huella ambiental mientras maximizan la calidad del vino. Asimismo, hay un creciente interés por las variedades olvidadas o menos conocidas. En lugar de centrarse únicamente en las variedades clásicas, muchos productores están redescubriendo uvas autóctonas que aportan frescura

e innovación al panorama vinícola.

El mundo de los vinos de autor es vasto y diverso. Cada botella representa no solo un terroir específico, sino también una visión única del productor. Para quienes buscan algo más que una simple bebida alcohólica, los vinos de autor ofrecen una experiencia rica en matices y significados. Así que la próxima vez que estés en una tienda buscando ese vino especial, considera explorar las opciones de vinos de autor. Te invitarán a embarcarte en un viaje sensorial lleno de historias apasionantes y sabores únicos. ¡Salud!

© Gettyimages

FREE TIME

De José Suay

CINE
EN SALA

MAY

23

Misión imposible: Sentencia final

Director Christopher McQuarrie | **Distribución** Paramount Pictures | **Reparto** Tom Cruise, Hayley Atwell, Ving Rhames, Simon Pegg, Vanessa Kirby, Esai Morales, Pom Klementieff

Los amantes del mejor cine de acción deben tener marcado en rojo en el calendario la fecha de estreno de la octava y última entrega de la icónica saga de *Misión Imposible*. Casi 30 años después de que viéramos por primera vez a Tom Cruise ponerse en la piel del agente Ethan Hunt en la película que inauguró la franquicia en 1996, el actor

norteamericano se despide del papel al que ha entregado su cuerpo y alma durante todo este tiempo. Y es que Cruise también actúa como productor de las películas hasta el punto de tener un gran control creativo de las mismas. La película arrancará justo después de los hechos que vimos en *Misión Imposible – Sentencia mortal* (2023). En esta cinta, el agente Hunt se enfrentaba a

La Entidad, una especie de IA abstracta y omnipresente, y esta última entrega nos deparará el fin de esta compleja e inédita lucha. Al mismo tiempo, Hunt deberá localizar, antes de que caiga en las manos equivocadas, una nueva y terrorífica arma en una carrera mortal alrededor del mundo en la que está en juego el control del futuro y el destino del planeta.

MAY

Lilo y Stitch

23

Director Dean Fleischer-Camp | **Distribución** Disney España | **Reparto** Maia Kealoha, Sydney Agudong, Zach Galifianakis, Billy Magnussen, Courtney B. Vance, Hannah Waddingham

CINE
EN SALA

Los adultos podrán disfrutar este mes de mayo del mejor cine con sus pequeños gracias a un nuevo estreno que prepara Disney de sus clásicos en Live Action. En este caso, el turno le llega a *Lilo y Stich* con un remake en el que podremos volver a ver a la solitaria niña hawaiana y a su querido amigo extraterrestre, quien le ayuda a recomponer su familia rota.

La nueva cinta trasladará la misma historia a la gran pantalla, pero con actores de carne y hueso. En ella, Lilo decide adoptar un “perro” muy feo al que llama Stitch, que podría ser la compañía perfecta si no fuera en realidad el fruto de un experimento genético que se ha escapado de un planeta alienígena y que ha aterrizado en la tierra por casualidad. Con su amor y su inquebrantable fe en el “ohana” (el concepto hawaiano de la familia), Lilo termina conquistando el corazón de Stitch y le ofrece algo que el original perro nunca pensó tener: un hogar.

MAY

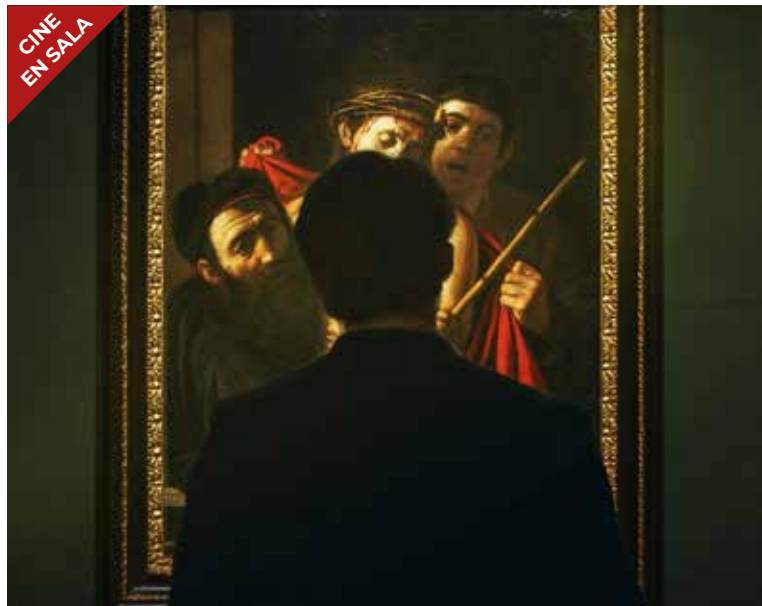
The Sleeper. El Caravaggio perdido

13

Director Álvaro Longoria | **Distribución** Elástica Films | **Reparto** Jorge Coll

España e Italia se embarcan en una ambiciosa producción conjunta para contarnos una muy curiosa historia relacionada con el gran maestro del claroscuro, el pintor italiano Michelangelo Merisi da Caravaggio.

El documental trata sobre la trepidante carrera para hacerse con un cuadro perdido de Caravaggio, un llamado *sleeper*. El cuadro, titulado *Ecce Homo*, durante años estuvo colgado en el salón de una familia madrileña que, sin saber que era del genio italiano y podría llegar a valer 300 millones de euros, lo puso en 2021 a subasta por 1.500 euros. Tras ser reconocido por expertos y marchantes de arte, se desató una intensa y alocada carrera por intentar adquirirlo, una competición en la que un marchante de arte llegó a ofrecer 20 millones de euros por un cuadro que solo había visto en fotos de WhatsApp. Finalmente, alguien de quien se ignora su identidad lo adquirió, cediendo su exhibición al Museo del Prado durante unos meses en 2024. Se desconoce dónde se exhibirá finalmente.

CINE
EN SALA

© Festival de Málaga

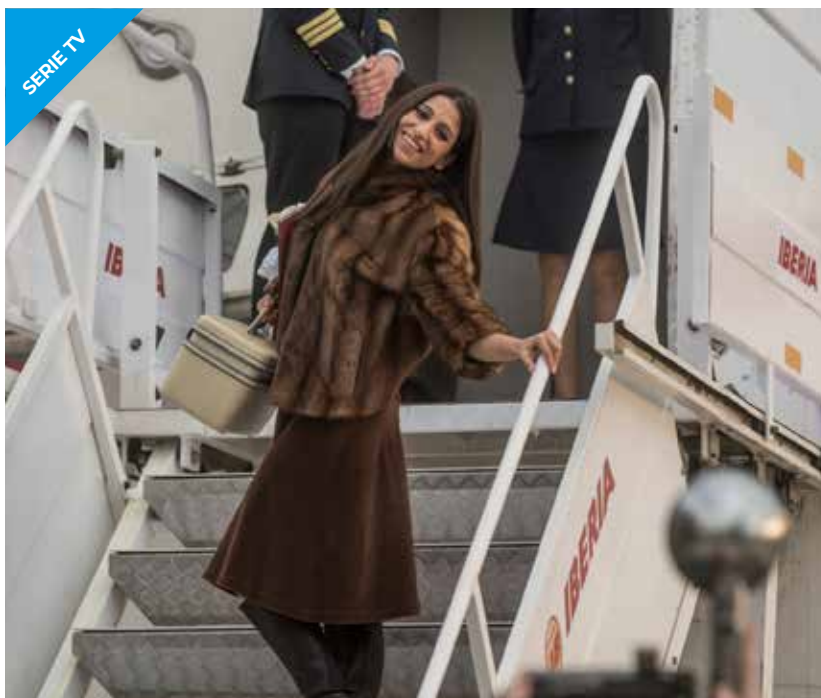
De José Suay

MAY

08

La canción

Creador Pepe Coira y Fran Araújo | **Plataforma** Movistar Plus+



© Movistar Plus+

Los responsables de *Hierro* y *Rapa* vuelven a trabajar para Movistar Plus+ en una nueva miniserie de 3 episodios que cuenta la historia detrás del primer triunfo de España en Eurovisión. Esteban Guerra, un joven ejecutivo de RTVE, descubre que desde muy arriba ha llegado una orden clara: España tiene que ganar el festival de Eurovisión. Sin experiencia musical, pero ansioso por ascender, Esteban toma las riendas del proyecto y convence de unirse a la aventura al peculiar Artur Kaps, responsable detrás de los grandes espectáculos televisivos de la época. Juntos emprenden la "Operación Eurovisión", un plan para encontrar la canción y el intérprete ideales que proyecten en Europa la imagen de un país moderno y abierto, tal como desea el gobierno. Tras meses de sortear obstáculos, el éxito es rotundo: Massiel se alza como vencedora del festival cantando *La, la, la*. Un triunfo cimentado en un estribillo pegadizo, una cantante carismática y una increíble sucesión de accidentes.

MAY

09

Nonnas

Director Stephen Chbosky | **Plataforma** Netflix

PELÍCULA

Netflix hará delicias de los paladares esta primavera con el estreno de *Nonnas*, una película original de la plataforma que nos cuenta la bonita historia maternofilial que envuelve la apertura de un restaurante italiano. Todo un festín para nuestros sentidos que viene

acompañado de un lujoso elenco liderado por nombres como Vince Vaughn (*Jurassic Park*) Susan Sarandon, Lorraine Bracco (*Uno de los nuestros*, *Los Soprano*) y Talia Shire (*Rocky*, *El padrino*), quienes contribuirán a despertar el apetito de muchos espectadores. Tras la muerte de su madre, Joe

Scaravella se da cuenta de que ha perdido el tiempo en un trabajo sin salida y anhela una segunda oportunidad, por lo que decide honrarla abriendo un restaurante italiano donde contrata a un grupo de abuelas como chefs. Una película, por tanto, que apunta a ser un manjar en sí misma.



© Netflix



VIDEOJUEGO

Dune: Awakening

20 de mayo

Desarrolladora Funcom para PlayStation 5, Xbox Series y PC

El universo de *Dune*, la obra maestra de ciencia ficción de Frank Herbert publicada en 1965, sigue estando a la moda gracias a la nueva franquicia cinematográfica a cargo de Denis Villeneuve. Otra prueba de ello es esta nueva adaptación a los videojuegos, en esta ocasión con la forma de una aventura de acción y supervivencia en mundo abierto que transcurre en el planeta Arrakis.



TEATRO

Casa de muñecas

del 16 de mayo al 22 de junio

Lugar Sala Guirau (Madrid)

La primera y más famosa obra dramática del maestro Henrik Ibsen contará con una moderna adaptación en España a manos del dramaturgo Eduardo Galán. Trasladarla a los nuevos tiempos supondrá todo un reto, pues está considerada por muchos como la primera obra teatral verdaderamente feminista, causando en su día gran controversia por su fuerte crítica las normas matrimoniales del siglo XIX.



NOVELA GRÁFICA

Hereje

28 de mayo

Editorial Planeta Comic

Charlie Adlard, el mítico dibujante de *The Walking Dead*, nos trae una nueva y oscura historia en la que una macabra serie de asesinatos conmociona la ciudad de Amberes. En este contexto, la todopoderosa Inquisición obliga a que el caballero, médico, abogado y reputado nigromante Cornelius Agrippa investigue para ellos y se vea envuelto en una vorágine de asesinatos, locura y magia.

CONCIERTO

MAY

19

Sabina - Hola y adiós

Lugar Movistar Arena (Madrid)

HOLA Y ADIÓS

Sabina

Joaquín Sabina, el gran cantautor por antonomasia de la música española, dice adiós a una legendaria trayectoria de más de 40 años con una última gira en *Hola y Adiós*. Después de múltiples problemas médicos, incluyendo una caída en el escenario durante su gira de 2020 *No hay dos sin tres*, que le mantuvo

hospitalizado, y un regreso en 2023 contra todo pronóstico, el ubetense se despedirá de forma definitiva en una gira que arrancó el pasado mes de febrero en América y que recorrerá varias ciudades de nuestro país, con paradas entre medias en Londres y París.

Así, la cita con Madrid tendrá su

primer capítulo el 19 de mayo, pero no será la única, ya que el cantante tiene previsto regresar a la capital en julio y octubre, hasta ofrecer el que será el último concierto de toda su carrera en el Movistar Arena el próximo 30 de noviembre. Por supuesto, las entradas para este histórico acontecimiento ya están agotadas.

De Cristina Alonso

Surcar los peligros del océano y la memoria

En su primera novela, **Virginia Tangvald** reconstruye una epopeya familiar en la que la libertad se enfrenta a la cruda realidad del dolor, **la pérdida y el desconcierto de un legado heredado**



Virginia Tangvald
LOS NIÑOS DE ALTAMAR
NARRATIVA Lumen

La obra se desarrolla a través de la búsqueda de la autora por descubrir la verdadera identidad de su padre, Peter Tangvald, un legendario aventurero noruego que vivió y navegó a bordo del velero que él mismo construyó.

En su obra aborda un legado familiar y complejo. ¿Qué le inspiró a plasmar sus vivencias en el papel?

Crecí admirando a mi padre y sus historias, queriendo seguir sus pasos. Pero al ver a mi hermano destrozado por esa misma aventura, comprendí que también me había afectado. Decidí tomar las riendas de mi vida, aunque sentía una tensión interna. Finalmente, entendí que la única forma de liberarme era enfrentando y contando la historia.

Sus palabras navegan entre la libertad y la muerte...

La vida es valiosa y extraordinaria cuando estamos completos. No hace falta vivir grandes aventuras para que tenga significado y emoción. Tal vez, lo verdaderamente hermoso es decir 'sí' a nuestra propia aventura de vivir.

Su padre aparece como un personaje complejo: un aventurero admirado, pero también marcado por tragedias. ¿Cómo logra equilibrar su figura?

No intenté equilibrarlo, solo ser justa. Al principio, admiraba a mi padre y quería seguir sus pasos, pero con el tiempo comencé a cuestionarlo y a ver su lado oscuro. No quise derribarlo ni convertirlo en un héroe, solo retratarlo como lo percibí. Mi objetivo no es juzgarlo, sino comprenderlo, explorar su esencia más profunda en lugar de condenarlo.

¿Este libro fue una especie de terapia para ti?

Sí, definitivamente.





Isabel Allende
MI NOMBRE ES EMILIA DEL VALLE

NARRATIVA Plaza&janés

Una cautivadora historia de amor y de guerra, de descubrimiento y redención, protagonizada por una mujer que, enfrentada a los mayores desafíos, sobrevive y se reinventa. Emilia del Valle es un personaje inolvidable del universo más fértil de Isabel Allende, la saga Del Valle, que empezó con su obra maestra *La casa de los espíritus* y continuó con *Hija de la fortuna* y *Retrato en sepia*.



Freida McFadden
LA BODA DE LA ASISTENTA

THRILLER Suma

Un trepidante relato que completa la serie *La asistente*. Para los lectores que se quedaron con ganas de saber más sobre la historia de Millie y Enzo, llega una emocionante sorpresa...Estoy prometida con el hombre de mis sueños y, en unas pocas horas, un juez nos declarará marido y mujer. Solo hay un problema. Ahí fuera hay alguien que no quiere que viva lo suficiente para dar el "sí, quiero". Y, si no tengo cuidado, podría salirse con la suya.



Stephen Jay Gould
EL PULGAR DEL PANDA

NO FICCIÓN Crítica

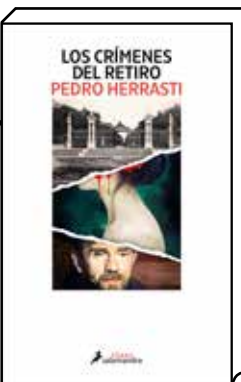
El célebre paleontólogo estadounidense, Stephen Jay Gould, demuestra cómo el conocimiento de los secretos de la naturaleza y del entorno nos permite deducir un mensaje para nuestras vidas y responder a preguntas de gran relevancia, como ¿qué relación hay entre la evolución que el Mickey Mouse de Walt Disney experimentó con los años y la búsqueda de la eterna juventud? o ¿cabríamos dentro de la célula de una esponja?



Ernesto Tenenbaum
MILEI: UNA HISTORIA DEL PRESENTE

POLÍTICA Península

Uno de los periodistas más respetados de Argentina pasó un año reconstruyendo el camino que llevó a un desconocido Javier Milei a convertirse en una figura política de alcance mundial. En este proceso, se topó con historias traumáticas de su infancia, confesiones íntimas, encendidos debates sobre economía, perros que se harían muy famosos y una personalidad arrolladora.



Pedro Herrasti
LOS CRÍMENES DEL RETIRO

NARRATIVA Salamandra

Perfecto conocedor del Madrid de las primeras décadas del siglo XX, Pedro Herrasti nos ofrece un original *thriller* histórico y criminal, atmosférico y ameno, que destaca por su ambientación, giros y golpes de efecto, firme pulso narrativo y un Pío Baroja en labores de detective como protagonista de excepción. Todo empieza cuando una joven aparece asesinada en las Injurias, un barrio desfavorecido de la capital.



Jesús Madurga
MÉTODO BILLIONAIRE

ECONOMÍA Deusto

El éxito financiero empieza con un cambio de mentalidad y las estrategias correctas. Echando mano de su experiencia personal, la obra revela un plan práctico que combina el desarrollo de una mentalidad ganadora con estrategias de marketing digital, ventas y creación de marca personal. Esta guía es ideal para quienes buscan mejorar sus hábitos financieros, escalar negocios y cumplir sus metas económicas.

Elizabeth Jean Carroll

“Si Juana de Arco pudo cambiar el rumbo de toda una guerra antes de cumplir los dieciocho años, tú seguramente puedes levantarte de la cama”.



© Getty Images



GORGONIA®
BEACH RESORT
★★★★★

gorgoniabeach.com





PATEK PHILIPPE
GENEVE



CALENDARIO ANUAL REF. 4947/1A

INICIE SU PROPIA TRADICIÓN

uniónsuiza

1840

Diagonal 482 · Barcelona · Tel. 93 416 11 11
www.unionsuiza.com