



Business
People
Collection

100%

**BUSINESS PEOPLE
EN ESPAÑA**

2026

II EDICIÓN



Business
People

Collection

Nacho Abia, Grifols
Esther Alcocer Koplowitz, FCC
Isabel Almeida, Kiko Milano
Alfonso Álvarez, Cellnex
Cristina Álvarez, El Corte Inglés
María José Álvarez, Grupo Eulen
Luis Amodio, OHLA
Ernesto Antolín Grupo, Antolín
Juan Alonso de Lomas, L'Oréal
María Benjumea, Infoempleo y Spain Startup
Alejandro Bernabé, Four Seasons Hotel Madrid
Pablo Bernal, Vanguard
Ramón Biarnés, Cinesa
José Damián Bogas Gálvez, Endesa
Ana Botín, Banco Santander
Nadía Calviño, Banco Europeo de Inversiones
Irene Cano, Meta
Nicola Caracino, Mondelēz International
Demetrio Carceller Arce, Damm y DISA
María Carceller, Grupo Rodilla
José María Capitán, Grupo Restalia
Lino Cattaruzzi, Google
Rodrigo Cipriani, Alibaba Group
Ismael Clemente, Merlin Properties
Luis Comas, AmRest
Alberto de Aza, BYD
Gonzalo de Cevallos, The Swatch Group
Ruth Díaz, Amazon
Antón Díez Tubet, N26
Javier Dueñas, Campofrío
Rafael del Pino Calvo-Sotelo, Ferrovial
Manel del Río, FC Barcelona
José Vicente de los Mozos, Indra e IFEMA
Jesús Encinar, Idealista
Carlos Escudero Segura, Generali
Daniel Ervér, H&M
Sabina Fluxà, Iberostar
Antonio Garamendi, CEOE
Belén Garijo, Merck
Ignacio Garralda, Grupo Mutua Madrileña
Carlos Gallardo Piqué, Almirall
José Miguel García, Vodafone
Enrique García Martín, P&G
Mario Giménez, Patek Philippe
César González-Bueno, Banco Sabadell
Marta González-Mesones, Unilever
Gonzalo Gortázar, CaixaBank
Macarena Gutiérrez, Atlantic Copper
Markus Haupt, Seat y Cupra
Carolina Herrera, CH Carolina Herrera

Diego Hidalgo, Kimberly-Clark Iberia
Antonio Huertas, Mapfre
Josu Jon Imaz, Repsol
Alicia Koplowitz, Omega Capital
François Lacombe, Danone
Teba Lorenzo, TikTok
Jordi Llach, Nestlé
Ismael López, Thales Alenia Space
Víctor López-Barrantes, NTT Data
Albert Magrans, Roca Group
Jaime Malet, Telam
Ignacio Mariscal Carnicero, Reale Seguros
Luis Maroto, Amadeus
Luis Megías, BlackRock
Jaume Miquel, Grupo Tendam
Fernando Moraga, PepsiCo
Olvido Moraleda, BP
Mercedes Oblanca, Accenture
Tomas Olivo López, General de Galerías Comerciales
Sofía Osborne, Grupo Osborne
Amancio Ortega, Inditex
Carlos Ortega Arias-Paz, Acerinox
Gloria Ortiz Portero, Bankinter
Adrien Palumbo, Polestar
Florentino Pérez, Real Madrid / ACS
Enrique Polo de Lara, Salesforce
Marc Puig, Puig
Luis Quintiliano, McDonald's
Cristina Rey, WPP Media
Francisco Reynés Massanet, Naturgy
Ana Requena, Randstad
Ignacio Rivera Quintana, Corporación Hijos de Rivera
Juan Roig, Mercadona
Alberto Rodríguez-Toquero, Mahou San Miguel
David Ruiz de Andrés, Grenergy
Ángel Sáenz de Cenozo, LinkedIn
Francisco Salcedo, Microsoft
Gonzalo Sánchez, PwC
Ignacio Sánchez Galán, Iberdrola
Marco Sansavini, Iberia
José Miguel Seijo, Lacoste
Sandro Silva, Grupo Paraguas
Antonella Sottero, Ferrero
Meinrad Spenger, MasOrange
Etienne Strijp, Heineken
José Armando Tellado, Capsa Food
Federica Tremolada, Spotify
Pablo Torralba, Edmond de Rothschild
Juan Pablo Vivas, Mastercard
Maarten Wetselaar, Moeve

EL TOP 100% de 2026

A través de la segunda edición del *100% Business People* en España, analizamos y retratamos un ecosistema directivo y empresarial que continúa avanzando pese a un contexto macroeconómico complejo. Las empresas españolas se enfrentan a mercados volátiles, presiones crecientes sobre los márgenes y un entorno competitivo cada vez más exigente, circunstancias que hacen imprescindible un enfoque pragmático en la gestión y el desarrollo del negocio. En el corto y medio plazo, según los planes previstos hasta 2026, las prioridades son claras: fortalecer la solidez financiera, invertir en innovación con retornos medibles y avanzar hacia la sostenibilidad de los procesos productivos. La inteligencia artificial se consolida como una herramienta clave para apoyar decisiones más rápidas y fundamentadas, mientras que la sostenibilidad pasa a integrarse de forma operativa en la estrategia industrial. En este escenario, el liderazgo deja de ser un concepto retórico para convertirse en la capacidad real de asignar recursos, establecer prioridades y guiar a la organización a través de cambios estructurales con coherencia y continuidad.

Vito Sinopoli

Nacho Abia

CEO

Grifols logró avances muy significativos en su plan estratégico. Durante los primeros nueve meses de 2025, la empresa reportó un beneficio neto de 304 millones de euros, más que triplicando los resultados del mismo periodo de 2024, y su EBITDA ajustado alcanzó los 1.358 millones con un margen del 24,5%. Gracias a una disciplina financiera rigurosa, redujo su apalancamiento desde las 5,1 veces hasta 4,2 veces y mejoró su liquidez, logrando un flujo de caja libre acumulado de 188 millones. Además, Abia impulsó un plan estratégico ambicioso a medio plazo (2025–2029) basado en la innovación, la mejora operativa y la reducción de deuda: la compañía proyecta ingresos de 7.700 millones para 2025 y una visión de crecimiento significativa hacia 2029 y 2034.



Esther Alcocer Koplowitz

Presidenta



Gracias a la presidenta, FCC reafirmó su apuesta por la diversificación y la solidez financiera como base de su crecimiento, especialmente tras la escisión de su negocio de cemento e inmobiliario (Inmocemento). Durante los primeros nueve meses del año, los ingresos del grupo crecieron un 7,7%, mientras que el EBITDA se situó en 1.058,6 millones, un aumento del 7,5%. No obstante, el beneficio neto en ese periodo cayó a 156,9 millones, debido en parte a provisiones contables y al efecto de la escisión. En paralelo, FCC vendió el 25% de su filial medioambiental, FCC Enviro, por 1.000 millones a CPP Investments, una operación clave para reforzar su posición en la economía circular. Además, Koplowitz fue reconocida internacionalmente: recibió el *Premio de Oro Eduardo Barrachina 2025* por parte de la Cámara de Comercio Española en Reino Unido, destacando el papel de FCC en ese mercado.

Isabel Almeida

General manager, Iberia



La firma italiana impulsó una significativa expansión de la marca en el mercado nacional y fortaleció su estrategia omnicanal y de crecimiento sostenible durante 2025. Un proceso que responde a la estrategia de su General Manager en Iberia. Almeida ha defendido la apuesta por el canal online y la estrategia omnicanal como palancas clave de crecimiento para el grupo en España. Además, tras la adquisición de la marca por L Catterton, la sociedad de capital riesgo respaldada por LVMH, siguió liderando proyectos estratégicos (como su alianza con El Corte Inglés) que han contribuido al aumento de presencia comercial, generación de empleo y mejora de la experiencia de cliente tanto en el mercado nacional como en Latinoamérica.

Alfonso Álvarez

CEO en España



La compañía avanzó en su estrategia financiera con un plan de retribución al accionista de 1.000 millones de euros hasta 2026, redujo pérdidas y cerró la venta de activos como TowerLink France. Al mismo tiempo, reforzó su papel en el sector con un contrato de servicios con MasOrange hasta 2048 y un hito tecnológico mundial junto a CAF al validar señalización ferroviaria sobre una red privada 5G. Alfonso Álvarez destacó que España está “muy por delante en talento tecnológico” y defendió que la consolidación de operadores beneficia al sector, consolidándose como una figura clave en las telecomunicaciones españolas. En su apuesta por la implementación de las nuevas tecnologías, cuenta con una alianza con Cisco para desarrollar un proyecto piloto estratégico de automatización de servicios de red mediante inteligencia artificial (IA) aplicada a las Operaciones (AIOps).

Cristina Álvarez

Presidenta



Cristina Álvarez asumió la presidencia de El Corte Inglés para liderar un momento de transición y consolidación para la compañía. La designación se produce tras seis años de liderazgo de su hermana Marta Álvarez, quien continuará vinculada al grupo como consejera y presidenta de la Fundación Ramón Areces, principal accionista de ECI con el 37,4% del capital. En sus manos está el implementar el ambicioso Plan Estratégico 2025-2030 que incluye inversiones por 3.000 millones de euros para remodelar tiendas, expandir negocios y reforzar su logística y capacidades tecnológicas. Cristina, quien ya había asumido mayor protagonismo en la Comisión de Seguimiento, afronta ahora el desafío de consolidar el crecimiento del grupo, optimizar la gestión operativa y liderar la reforma del centro de Nuevos Ministerios en Madrid, el más importante de la cadena.

María José Álvarez

Presidenta

Durante 2025, María José Álvarez logró centralizar el control accionario del Grupo Eulen tras poner fin a años de conflicto familiar, situándose como máxima accionista y fortaleciendo la capacidad de la empresa para tomar decisiones estratégicas en un mercado competitivo. Este hito ha aportado estabilidad a una de las mayores compañías de servicios del país, consolidando su liderazgo en sectores esenciales y reforzando su capacidad de inversión y empleo. En el timón de una organización con más de 74.000 empleados y presencia en múltiples sectores como seguridad, limpieza, mantenimiento y servicios sociosanitarios, la directiva busca avanzar en su proceso de expansión y adaptación empresarial. Uno de los mercados donde seguirá poniendo el foco es en el turismo, donde cerró el año 2025 con una facturación que rebasa los 53 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 17% frente al año anterior.



Luis Amodio

Presidente ejecutivo



Durante 2025 fue reelegido en el cargo, consolidando su liderazgo. OHLA viene reforzando su hoja de ruta para 2025-2029, centrada en eficiencia, desinversión de activos no estratégicos y consolidación financiera. Un plan que permitió registrar una reducción de las pérdidas y una mejora operativa con un aumento del 30% en Ebitda durante los primeros nueve meses del año. La constructora alcanzó su mejor marca en sostenibilidad, con 99 sobre 100 en el ranking GRESB, reflejando su compromiso con la construcción sostenible y responsable. Amodio también recibió reconocimientos personales, como el *Premio a la Iniciativa Empresarial* en los galardones Madrid de CEAPI, destacando su impulso estratégico y social. Sin olvidar que *Engineering News-Record* ha distinguido al proyecto Fyrspåret Lund-Arlöv, desarrollado por la UTE OHLA-NCC para Trafikverket, como una de las mejores infraestructuras ferroviarias del mundo en 2025.

Ernesto Antolín

Presidente



La multinacional burgalesa de componentes de automoción atraviesa un profundo proceso de reestructuración para hacer frente a la atonía del mercado automovilístico europeo y de la producción de automóviles. Durante 2025, el grupo avanzó en su plan de desinversiones, habiendo vendido activos no estratégicos por 21,5 millones y con estimaciones de llegar a los 150 millones en desinversiones. Entre los cierres recientes destacan plantas en Navarra, Alemania y Sudáfrica, así como la venta de oficinas y negocios secundarios en varios países. En paralelo, Grupo Antolín celebró su 75.º aniversario con la visita del Rey Felipe VI a su sede en Burgos, donde Ernesto Antolín presentó el prototipo sostenible *Simplicity*, un coche urbano fabricado con materiales reciclados. Además, el grupo exploró nuevas oportunidades en el sector de defensa, estudiando el ensamblaje de piezas para vehículos militares.

Juan Alonso de Lomas

Director General de España y Portugal



El grupo tiene un papel clave en el posicionamiento económico y social de la industria de la belleza en la península. Durante la celebración del 75.º aniversario de L'Oréal en España, la firma defendió que la cosmética debe ser considerada una “palanca de progreso”, ya que se trata de un mercado que contribuyó con 19.000 millones de euros al PIB nacional y generó más de 350.000 empleos directos e indirectos, según el informe *La Esencialidad de la Belleza*. Además, impulsó la estrategia de innovación digital de L'Oréal: su fábrica de Burgos, que produce más de 330 millones de unidades al año, es también un hub sostenible, y Madrid se ha convertido en un centro tecnológico para operaciones de comercio electrónico, CRM y servicios compartidos para toda Europa. En términos de responsabilidad social, Alonso de Lomas también ha liderado iniciativas como el *Citizen Day* para promover la transformación social.

María Benjumea

Fundadora

Reforzó su papel como líder del ecosistema emprendedor español.

Bajo su dirección, la XIV edición del South Summit movilizó un impacto económico estimado de 39 millones de euros (lo que representa un retorno positivo de 3,9 euros por cada euro invertido), así como la creación de más de 3.443 puestos de trabajo (un 41,78% más que en la edición anterior). El evento contó con 400 ponentes, 140 inversores y 17 unicornios internacionales, consolidando a Madrid como un centro global de innovación. Benjumea, que fue reconocida como *Personalidad Referente del Ecosistema Emprendedor* por AJE Madrid, subrayó la necesidad de promover un crecimiento más ambicioso del ecosistema, pidiendo una mejora de la Ley de Startups para permitir que las nuevas empresas escalen con más facilidad.



Alejandro Bernabé

Director general y Vicepresidente regional



El Four Seasons Hotel Madrid celebró en septiembre del año pasado su 5.º aniversario, un hito que reafirma su papel como icono de la hospitalidad de lujo en España. Un evento que coincidió con su ascenso en el prestigioso ranking *The World's 50 Best Hotels 2025*, donde fue incluido entre los mejores del mundo, siendo uno de los dos únicos hoteles españoles en la lista. Un reconocimiento que se suma a los 18 galardones nacionales e internacionales que había recibido desde su apertura en 2020. Sin pasar por alto la apuesta del Four Seasons Hotel Madrid por la gastronomía y por el arte. Su director general ha guiado el proceso para redefinir el concepto de lujo urbano contemporáneo y ha fortalecido la posición de la capital española en el mapa mundial del turismo de alta gama.

Pablo Bernal

Country head en España



El directivo encarna la apuesta del gigante de la gestión de inversiones Vanguard por abrir el mercado español. En marzo de 2025 fue nombrado Country Head de Vanguard para España, siendo el encargado de dirigir la entrada oficial de la gestora en el país desde su sede europea en Londres, reportando al responsable del sur de Europa. Su nombramiento vino acompañado de un reconocimiento explícito de que España —uno de los mayores mercados de inversión en Europa— tiene una baja penetración histórica de fondos indexados y ETFs; y Vanguard considera que sus productos de gestión pasiva de bajo coste pueden cambiar ese paradigma. Gracias a su liderazgo, Vanguard comenzó a crear un equipo local en Madrid (con incorporaciones como ejecutivos comerciales y de comunicación), y planea consolidar su presencia física y operativa en 2026.

Ramón Biarnés

Director general para el Sur y Norte de Europa



Reforzó en 2025 su compromiso con la sostenibilidad y la innovación en la exhibición cinematográfica. Cinesa firmó un acuerdo con Iberdrola para operar con electricidad 100% renovable en sus 35 salas, lo cual evitará la emisión de más de 10.000 toneladas de CO₂ en tres años. Al mismo tiempo, la cadena redujo su consumo energético y planeó instalar nueve proyectores láser durante 2025 para mejorar la eficiencia. Biarnés también promovió experiencias de cliente más creativas, como la iniciativa de *películas sorpresa*, y la exitosa *Unlimited Card*, su modelo de suscripción que ha fidelizado a quienes van al cine con frecuencia. Además, defendió una apuesta cultural más amplia mediante la Temporada Clásica de ópera y ballet, reflejando su visión de que el cine puede combinar entretenimiento con sostenibilidad y cultura.

José Damián Bogas Gálvez

CEO y Country manager del Grupo Enel

Durante el último año jugó un papel clave como figura clave en el sector energético español, especialmente en un contexto de tensión regulatoria y retos de suministro. Durante la Junta General de Accionistas del 29 de abril, Bogas defendió la seguridad y competitividad del sistema eléctrico tras un apagón en la Península Ibérica, subrayando la necesidad de inversiones más sólidas. Tras los resultados de Endesa en los primeros nueve meses del año, con un beneficio neto de 1.711 millones de euros (+22 %) y previsiones de alcanzar cerca de 2.000 millones en 2025, Bogas criticó la propuesta de retribución de la CNMC, argumentando que dificultará el cumplimiento del ambicioso plan inversor en redes. Además, pidió prolongar la vida útil de las centrales nucleares junto a otras eléctricas (Iberdrola y Naturgy), defendiendo que su cierre prematuro comprometería la estabilidad del sistema.



Ana Botín

Presidenta



En 2025, reafirmó su liderazgo al frente del Banco Santander en un momento de fortaleza excepcional: la entidad alcanzó un beneficio neto atribuido de 10.337 millones de euros en los nueve primeros meses de 2025, un 11% más que en el mismo periodo del año anterior, un récord histórico para ese periodo. Además, bajo su dirección, la entidad lanzó un ambicioso plan de recompra de acciones por 10.000 millones de euros para 2025-2026 e impulsó una expansión internacional clave: en julio de 2025, Santander anunció la adquisición de TSB (filial británica de Sabadell) por 2.650 millones de libras, lo que fortalecería su presencia en Reino Unido y convertiría a Santander UK en el tercer banco del país por cuentas corrientes. La entidad ha demostrado no solo un rendimiento financiero excepcional, sino una visión de largo plazo basada en la innovación, la expansión internacional y la creación de valor para sus accionistas.

Nadia Calviño

Presidenta

Lideró al Banco Europeo de Inversiones (BEI) con una agenda marcada por inversiones estratégicas que buscan reforzar la competitividad, sostenibilidad y cohesión del continente. Entre sus principales hitos de 2025 destaca el fortalecimiento de la financiación de infraestructuras clave, como la interconexión eléctrica del Golfo de Vizcaya entre España y Francia con 1.600 millones de euros, impulsando la autonomía energética europea —un elemento central para la estabilidad a largo plazo de la UE— y movilizando capital hacia energías renovables y redes inteligentes. A lo que se suma el aumento significativo de crédito para proyectos de defensa y seguridad. En el ámbito social y empresarial, ha recibido el Premio de Honor en los Women Startup Awards 2025 por su impacto en innovación y emprendimiento en España y Europa, destacando su papel en apoyar el ecosistema de startups como palanca de crecimiento.



Irene Cano

Country manager de España y Portugal



Meta reforzó su papel como actor clave en la transformación digital y en el debate sobre el impacto de la inteligencia artificial en la sociedad española. Durante este año, la compañía intensificó su presencia en España y Portugal con iniciativas centradas en la IA generativa, la realidad aumentada y el metaverso, consolidando su posición como líder en innovación tecnológica. Cano, directora general de Meta en la región desde 2012, fue reconocida como una de las ejecutivas más influyentes de España, destacando por su defensa de un uso responsable de la tecnología (habiendo celebrado un evento en Madrid en el que ha reunido a expertas en educación digital para presentar un decálogo con las claves que ayuden a las familias a acompañar a los adolescentes en su vida online) y por impulsar programas de apoyo a pymes y emprendedores en su transición digital.

Nicola Caracino

Director general en Iberia



Dirige una de las mayores compañías de alimentación y snacking del país, con un papel clave en la gestión de marcas globales como Oreo, Fontaneda o Milka y en la presencia industrial de la multinacional en España. Caracino, que asumió la dirección general desde enero de 2022 tras más de dos décadas de experiencia en la compañía, aporta un profundo conocimiento estratégico del mercado ibérico y europeo. Lideró las operaciones de Mondelēz en un contexto económico complejo en 2025, incluyendo acompañar iniciativas de producción local como el 50.º aniversario de la planta de Philadelphia en Hospital de Órbigo, León, donde representó a la compañía en actos institucionales que subrayan la importancia de la industria alimentaria para la economía regional y nacional. Además, su implicación en compromisos corporativos como la Alianza *#CEOPorLaDiversidad* refuerza su perfil como directivo comprometido con la inclusión y la competitividad del talento en España.

Demetrio Carceller Arce

Presidente ejecutivo y Presidente de DISA

El año pasado estuvo marcado por la expansión internacional, el reconocimiento empresarial y la consolidación de su liderazgo en el sector cervecero. La compañía inauguró en octubre su primera fábrica fuera de la península ibérica, en Bedford (Reino Unido), tras una inversión de más de 80 millones de euros. Esta planta, llamada *The Damm Eagle Brewery*, refuerza el posicionamiento de Reino Unido como su principal mercado exterior y supone un hito en la estrategia de internacionalización de la empresa. En paralelo, la compañía impulsó proyectos de sostenibilidad agrícola, como el cultivo de cebada más resistente al cambio climático, y ha reforzado su compromiso con la cultura y el deporte a través de iniciativas en la Antiga Fàbrica Estrella Damm. En cuanto a DISA, el Ministerio de Igualdad le ha concedido el distintivo *Igualdad en la Empresa*, reconociendo su firme compromiso con la equidad laboral desde Canarias.



Rodilla

María Carceller

CEO



Su liderazgo ha guiado al Grupo Rodilla a través de su estrategia de crecimiento que combina expansión, internacionalización y responsabilidad social. Además, el grupo dio pasos decisivos: en mayo, Rodilla adquirió el 100% de A Padaria Portuguesa —una de las principales cadenas de panadería y pastelería de Portugal—, marcando la primera gran operación del grupo en Europa tras su entrada en Miami en 2019. Sin olvidar que inauguró múltiples nuevos restaurantes en España. Carceller ha demostrado su compromiso con la sostenibilidad social al impulsar proyectos de inclusión laboral, por ejemplo con la colaboración de Grupo Rodilla y Fundación A LA PAR, desarrollando franquicias gestionadas por personas con discapacidad intelectual, lo que le mereció junto al grupo el reconocimiento de los *Premios SERES 2025*.

José María Capitán

Presidente y Fundador



El 2025 fue un año importante por la celebración del 25.º aniversario del grupo, consolidándose como la mayor multinacional española de restauración organizada, con más de 700 locales y un plan de expansión que incluye una inversión de 200 millones de euros en cinco años. La compañía, propietaria de marcas como 100 Montaditos, La Sureña y The Good Burger, registró ventas por 220 millones de euros de facturación en los primeros ocho meses a través de sus locales franquiciados, batió récord de consumo al cierre de 2025 (con un crecimiento del 12% de la cifra de negocio) y reforzó su internacionalización con nuevas aperturas en EE.UU. Además, Capitán dirigió el proceso de renovación de La Sureña y presentó KUBO, un centro de innovación en Madrid destinado a diseñar la restauración del futuro, consolidando así a Restalia como referente de emprendimiento e innovación en el sector HORECA.

Lino Cattaruzzi

Director general de España y Portugal



Destacó por su impulso a la inteligencia artificial, la expansión de YouTube y su papel en el debate regulatorio europeo. Gracias a su estrategia, la multinacional ha reforzado su presencia en España y Portugal con proyectos estratégicos centrados en la IA generativa y la automatización inteligente (incluyendo el lanzamiento de Gemini 3 Flash en el mercado nacional), destacando su potencial para mejorar la competitividad y el crecimiento económico del país. En paralelo, Google ha impulsado la evolución de YouTube como epicentro del entretenimiento digital, con un enfoque en el crecimiento del contenido deportivo, la televisión conectada y el apoyo a los creadores. Cattaruzzi destacó que la plataforma se está consolidando como una nueva forma de ver televisión y como motor cultural en España.

Rodrigo Cipriani

Director general en el Sur de Europa

Bajo sus riendas, Alibaba reafirmó su apuesta por España como mercado clave: el país sigue considerado “el centro de la estrategia en Europa” del grupo. Cipriani impulsó la expansión de los servicios del grupo: tanto el comercio B2C (a través de plataformas como AliExpress, Tmall o Miravia) como el B2B (por medio de Alibaba.com), fomentando la internacionalización de las pymes españolas. Además, en un contexto global marcado por un fuerte impulso del grupo hacia la tecnología, la multinacional anunció la expansión de su modelo de Alibaba Cloud y el lanzamiento de Qwen, la nueva versión de su *chatbot* de inteligencia artificial con la que buscará impulsar su posicionamiento en dicho mercado.



Ismael Clemente

CEO



Se consolidó como una de las figuras más importantes del panorama empresarial español por su liderazgo al frente de Merlin Properties, que reportó hasta septiembre unas ganancias netas atribuidas de 583,1 millones de euros, más del doble que el año anterior, con ingresos que crecieron un 7,7% y una ocupación de activos del 95,5 %. La compañía no solo ha reforzado su negocio tradicional de oficinas, comercio y logística, sino que también impulsó la reconversión hacia centros de datos, anticipando que esta división podría representar hasta el 50% de los ingresos. Además, Merlin Properties está detrás de uno de los rascacielos más relevantes del norte de Madrid, en la zona de Las Tablas dentro del desarrollo *Madrid Nuevo Norte*, una torre de oficinas de 100 metros de altura y 25.000 m² de superficie alquilable, consolidándose como un hito en el *skyline* madrileño.

Luis Comas

CEO



Bajo su mando, AmRest —que engloba marcas como KFC, Pizza Hut, Starbucks, La Tagliatella o Sushi Shop— mantuvo un crecimiento sostenido: en el tercer trimestre de 2025 registró ventas de 620,5 millones de euros, un 4,7% interanual más, con un aumento del margen EBITDA en España hasta el 21,5%. Una tendencia que se consolidó durante el resto del año y, para el tercer trimestre, el grupo obtuvo unos ingresos récord de 660,5 millones. Además, bajo su liderazgo, AmRest continuó su expansión internacional. La red cuenta con unos 2.100 restaurantes repartidos por 22 países, consolidando su peso en Europa del Este y Central, mercados clave del grupo. Esa combinación de crecimiento sostenido, adaptación del modelo (digitalización, aperturas, eficiencia operativa) y liderazgo en la recuperación del sector convierte a Comas en una de las figuras clave de la economía nacional.

Alberto de Aza

Country manager Iberia



Destaca por su papel clave en la transición hacia la movilidad eléctrica. Durante 2025, BYD Auto (subsidiaria de BYD Company, fabricante chino de baterías) ha experimentado un crecimiento excepcional en el mercado español: la compañía estima haber superado las 25.000 unidades vendidas, una cifra que multiplica por cinco las matriculaciones de 2024. Además, De Aza ha impulsado una expansión de la red comercial que roza los 100 concesionarios, con el objetivo de acercar la oferta de vehículos eléctricos enchufables al público en zonas donde antes no tenía presencia. Para 2026, BYD tiene como objetivo vender setenta mil unidades en España y situarse entre las marcas más vendidas en el mercado nacional.

Gonzalo de Cevallos

Director general en España

Está liderando una transformación estratégica basada en la adaptación constante al mercado, especialmente aprovechando la creciente demanda de relojes femeninos y la conexión con generaciones más jóvenes a través de colaboraciones como la MoonSwatch. Además, bajo su liderazgo, Swatch Group España ha reforzado su presencia física en el mercado nacional: en febrero de 2025 abrió una nueva tienda en San Sebastián (un espacio de más de 70 metros cuadrados con un estilo marcado por el arte y el diseño), la novena boutique propia en el país (junto a las que tiene en Barcelona, Madrid, Valencia, Sevilla, Puerto Banús y Bilbao), que comercializa sus líneas Bioceramic MoonSwatch, Scuba y otros modelos.



Ruth Díaz

Directora general en España

En sus manos está la sólida apuesta de Amazon por el mercado nacional. Durante el Congreso AECOC de Gran Consumo admitió que nuestro país es un “mercado estratégico” donde la multinacional prevé invertir casi 16.000 millones de euros adicionales en los próximos años, tras haber destinado ya más de 20.000 millones. También destacó que más del 60% de las ventas en Amazon España provienen de pymes, con más de 17.000 pequeñas y medianas empresas españolas vendiendo a través de la plataforma. Sin embargo, la filial española no está exenta del plan de recorte global de 14.000 puestos, por lo que en octubre se anunció un ERE que afectará hasta 920 empleados en sus oficinas corporativas de Madrid y Barcelona. Un ajuste busca simplificar estructuras y reorientar recursos hacia áreas estratégicas.



Antón Díez Tubet

Director general en España y Portugal



Su llegada supuso un movimiento estratégico al proceder directamente de Trade Republic, uno de los principales competidores de N26 en el mercado digital europeo, y puso fin a un proceso de selección de casi diez meses. Desde su incorporación al cargo, lidera la expansión del banco en su segundo mercado más dinámico tras Alemania, impulsando el lanzamiento de nuevos productos como los préstamos personales y reforzando el objetivo de convertir a N26 en la cuenta principal de sus clientes en España, donde cuenta con más de 400 profesionales entre Madrid y Barcelona. Con una trayectoria previa en banca de inversión y fintech internacionales y al frente de una filial que ya supera el millón de clientes activos, Díez Tubet es una de las figuras claves en el auge de los neobancos en el mercado nacional.

Javier Dueñas Gil

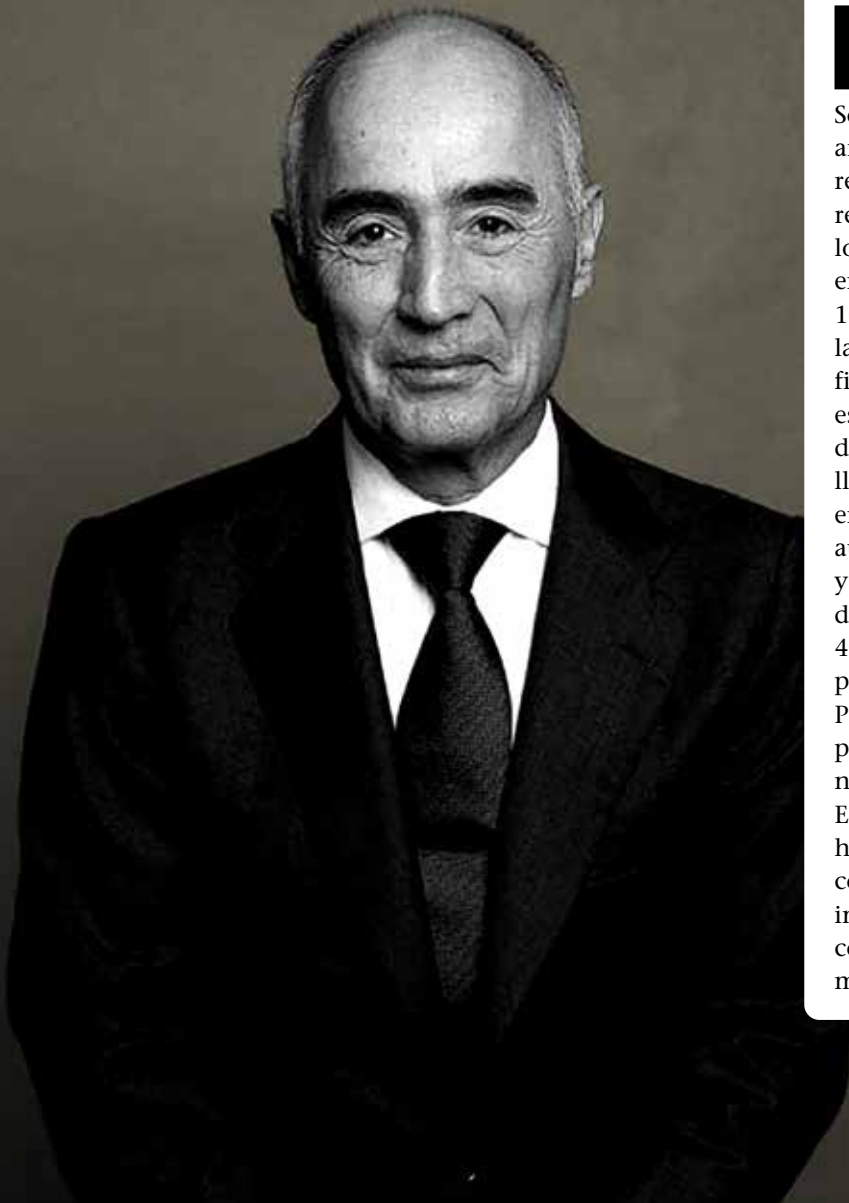
CEO



Su liderazgo fue determinante al frente de Campofrío en un año clave de recuperación e inversión estratégica. Campofrío puso en marcha un ambicioso plan industrial que contempla una inversión de 157 millones de euros; de ellos, 134 millones se destinan a la construcción de una nueva planta de elaborados cárnicos en Utiel (Valencia), para sustituir la fábrica de Torrent destruida por la DANA, y 23 millones a ampliar líneas de producción en la planta de La Bureba (Burgos), generando con ello numerosos puestos de trabajo. Ese esfuerzo contribuyó a que Campofrío logre su mejor posición histórica en el *Merco 2025*: 18.º en el ranking general y consolida la segunda posición en el sector de Alimentación, reforzando su reputación corporativa en un entorno económico complicado. Además, su labor fue reconocida personalmente: en mayo de 2025 fue galardonado con el premio *Mejor Directivo del Año 2025* por la Confederación de Asociaciones Empresariales de Burgos (FAE).

Rafael del Pino Calvo-Sotelo

Presidente



En 2025, Ferrovial y su presidente Rafael del Pino Calvo-Sotelo protagonizaron un año de fuerte crecimiento, reestructuración estratégica y relevancia social. La compañía logró un hito histórico al entrar en el índice Nasdaq 100, convirtiéndose en una de las 100 mayores empresas no financieras del índice bursátil estadounidense tras 19 meses de su debut en EE.UU. Además, llevó a cabo una reorganización empresarial centrada en autopistas, aeropuertos, energía y agua, y lanzó una emisión de bonos convertibles por 400 millones de euros. En el plano institucional, Rafael del Pino celebró 25 años como presidente de Ferrovial, tras su nombramiento en el año 2000. Este cuarto de siglo de liderazgo ha consolidado a Ferrovial como un referente global en infraestructuras y a Del Pino como uno de los empresarios más influyentes de España.

Manel del Río

CEO



Su llegada supone un paso importante en la reestructuración institucional del club. Tras tres años sin director general desde la dimisión de Ferran Reverter, el presidente Joan Laporta nombró en septiembre de 2025 a Manel del Río como nuevo director general del FC Barcelona, después de haber ejercido como director financiero y corporativo. Su designación busca descargar de tareas al presidente y aportar estabilidad organizativa, en un momento clave para el club. En paralelo, el Barça celebró uno de los hitos más esperados: el regreso al Spotify Camp Nou en noviembre de 2025, tras más de dos años de obras de remodelación. El estadio reabrió con un aforo inicial de más de 45.000 espectadores, marcando el inicio de una nueva etapa para la entidad, donde es clave el acuerdo que firmaron con Uber por 12 millones hasta 2027.

José Vicente de los Mozos

CEO y Presidente ejecutivo de IFEMA

Reforzó su papel como figura clave en la transformación estratégica de la compañía hacia la defensa y la tecnología industrial europea. La empresa trabaja ya en una nueva estrategia más ambiciosa para después de 2026, con el objetivo de alcanzar ingresos de 10.000 millones de euros antes de 2030. De los Mozos también impulsó la integración espacial de la compañía tras la compra de Hispasat, con previsiones de sinergias de hasta 30 millones de euros en 2026, lo que refuerza el papel de Indra en el sector aeroespacial. En lo que respecta a IFEMA Madrid, 2025 fue un año clave de preparación para la llegada de la Fórmula 1, que generará unos ingresos de 450 millones anuales, con la llegada de entre 60.000 y 80.000 turistas para cada evento y la creación de hasta 8.200 puestos de trabajo.



Jesús Encinar

Fundador y CEO

Protagonizó un año clave marcado por la reestructuración societaria impulsada por Cinven, que creó una nueva matriz en Luxemburgo con Encinar como presidente y consejero delegado, consolidando su liderazgo estratégico; además, el portal se situó en el centro del debate regulatorio sobre algoritmos inmobiliarios en el Congreso, en un contexto de fuerte tensión en el mercado de la vivienda con subidas de precios en ciudades como Málaga y Burgos, lo que consolidó a Idealista como referente del sector y a su fundador como una de las voces más influyentes en la transformación digital del mercado inmobiliario español. Sin olvidar que Idealista completó la adquisición del total de Certicalia, la plataforma especializada en la obtención de certificados y documentos técnico-administrativos para propiedades y terrenos en España.



Carlos Escudero Segura

CEO en España

Destacó gracias a su liderazgo en la completa integración de la mayor operación de fusiones y adquisiciones de la aseguradora en la última década —la compra e integración de Liberty Seguros en Generali España—, que reforzó significativamente la posición de la compañía en el mercado español y europeo e impulsó su crecimiento sostenible y operativo. Generali logró avances notables en resultados financieros, expansión de primas y multicanalidad de distribución, así como un fuerte compromiso con la mejora del entorno laboral, siendo reconocida como la mejor empresa para trabajar en España en 2025 por *Top Employers*, reflejo de su enfoque en talento, diversidad y bienestar organizacional. Asimismo, Escudero promovió iniciativas de impacto social y sostenibilidad —como los *Premios SME EnterPRIZE* para pymes sostenibles y la *Carrera por la Inclusión en Madrid*— que reforzaron el compromiso de la aseguradora con la sociedad española y con iniciativas de inclusión y desarrollo local.



Daniel Ervér

CEO



Ervér dirigió una estrategia de transformación orientada hacia la rentabilidad, la modernización de la red comercial (con importantes inversiones en Madrid y Barcelona) y un enfoque renovado en producto, calidad y rapidez en la cadena de suministro. Al mismo tiempo, Ervér impulsó una renovación integral de la marca, priorizando productos más atractivos, modernización de tiendas y un marketing dirigido a un público más joven, en un intento de recuperar cuota frente a rivales como Zara o los gigantes chinos de la moda online. En el contexto europeo, la firma regresó a la Semana de la Moda de Londres, mientras que su CEO ha sido una voz destacada en el debate sobre regulación del sector: pidió políticas más justas frente a competidores que, según su análisis, disfrutaban de condiciones fiscales y laborales más laxas, desequilibrando la competencia.

Sabina Fluxà

Vicepresidenta y CEO



El 2025 fue un año clave para el Grupo, cerrando el ejercicio con unos ingresos gestionados de más de 5.100 millones de euros, un crecimiento del 14 % respecto a 2024, consolidando un modelo de crecimiento rentable y sostenible en un contexto turístico global competitivo. Sin olvidar que impulsó el dinamismo de la división hotelera con aperturas y mercados en crecimiento, así como el impulso hacia nuevas oportunidades internacionales, como el interés expresado en explorar mercados adicionales fuera de los tradicionales, incluyendo anuncios de futura expansión en regiones como el Sudeste Asiático. Con la vista en el futuro, anunció un plan de inversiones de 1.000 millones de euros hasta 2028 para expansión y transformación de activos, reforzando el papel del grupo como motor estratégico del turismo responsable y la calidad de la experiencia del cliente.

Antonio Garamendi

Presidente

Se consolidó como una de las figuras más influyentes del empresariado español gracias a su liderazgo en debates clave sobre política laboral, energética y social. Durante este año criticó la propuesta de reducir la jornada laboral a 37,5 horas semanales y alertó sobre el impacto del absentismo laboral (de aproximadamente 32.000 millones de euros anuales), al tiempo que defendió la energía nuclear como parte de la transición energética y promovió la formación laboral de menores inmigrantes ante la escasez de mano de obra cualificada. Además, la celebración del 40.º aniversario de Fundación CEOE permitió visibilizar la labor social y educativa de la patronal, reforzando su papel como motor económico y referente en la interlocución con el Gobierno y la sociedad.



Belén Garijo

CEO y Presidenta del consejo ejecutivo



La compañía registró un crecimiento sólido, con un beneficio neto atribuido de 2.289 millones de euros en los primeros nueve meses del año, un 8,5% más que en el mismo periodo del año pasado, gracias al buen resultado en el tercer trimestre y pese a los efectos negativos de los tipos de cambio. En España, la farmacéutica anunció una inversión de cinco millones de euros en su planta biotecnológica de Tres Cantos. Garijo participó activamente en debates internacionales, desde el Foro de Davos hasta encuentros sobre diversidad e inclusión, defendiendo políticas DEI incluso frente a líderes como Donald Trump y abogando por la flexibilización regulatoria en la UE para favorecer la innovación. Su trayectoria se reconoce también por su posición histórica como la única mujer CEO de una empresa cotizada en el DAX, y su salida programada para el 1 de mayo de 2026 marca el fin de una etapa destacada que la ha consolidado como una de las figuras más influyentes de la economía española y alemana.

Ignacio Garralda

Presidente



El directivo fue renovado por tres años más en la Junta General de mutualistas, asegurando su continuidad al frente de la compañía hasta cumplir dos décadas de liderazgo. Además, recibió el *Premio Empresario del Año 2025* en la gala organizada por Banco Sabadell y *El Periódico de España*, reconocimiento a su trayectoria y a la solidez de Mutua Madrileña. A finales de 2025 asumió un rol protagonista en el debate sobre el Sistema Público de Pensiones, donde ha solicitado “una reforma profunda y de consenso”. El grupo asegurador reportó un consolidado crecimiento en primas de seguros No Vida durante 2025 y reforzó su estrategia de diversificación con la creación del Mutuafondo Vivienda Premium, un fondo de inversión residencial que compite con la hipoteca inversa y que gestionará junto a Azora.

Carlos Gallardo Piqué

Presidente y Consejero ejecutivo

Durante el último año consolidó su estrategia centrada en la dermatología médica con un fuerte impulso financiero. Un esfuerzo que llevó a conseguir la segunda posición en el ranking de las compañías farmacéuticas con mejor reputación en dermatología médico-quirúrgica y venereología en España, según los resultados de la undécima edición de *MERCO Salud 2025*. En el ámbito económico, la gestión de Gallardo Piqué permitió que la empresa registrase un beneficio neto hasta septiembre de 39,1 millones de euros, unas ganancias que contrastan con los 7,2 millones que perdió en el mismo periodo del año pasado. El presidente ha apuntado que su visión de futuro se apoya en una I+D reforzada para desarrollar tratamientos innovadores de alto impacto.



José Miguel García

CEO en España



Ha sido una figura clave durante la etapa de transición tras la adquisición de la operadora por el fondo británico Zegona. García ha liderado un agresivo plan de eficiencia: entre 2024 y 2025, Vodafone puso en marcha unas 700 iniciativas para recortar costes, lo que incluye un acuerdo revisado con Telefónica para reducir sus gastos mayoristas un 25% en tres años. Además, Vodafone completó en 2025 la toma de control del operador Finetwork, operación clave para fortalecer su posición en el mercado y avanzar en su objetivo de seguir mejorando la experiencia de sus clientes. Sin olvidar que también vendió el 40% de su empresa de fibra conjunta con Telefónica, FiberPass, a AXA IM, una operación que busca la entrada de capital para acometer nuevas inversiones en un negocio que se antoja indispensable en el sector de las telecomunicaciones.

Enrique García Martín

Vicepresidente ejecutivo y Director general para España y Portugal



Tras más de 25 años de trayectoria dentro de la compañía, García asumió la dirección general de Procter & Gamble España y Portugal el 1 de enero de 2025. Su nombramiento marcó una nueva etapa para P&G Iberia, donde ha impulsado una estrategia centrada en el crecimiento sostenible, la innovación en categorías clave del gran consumo y el refuerzo de las relaciones con el retail. García Martín llegó al puesto tras sustituir a Vanessa Prats y aportó una amplia experiencia en áreas comerciales y de desarrollo de negocio, consolidando la posición de la compañía en un mercado altamente competitivo. Durante su primer año al frente de la región, ha puesto el foco en fortalecer las marcas del portafolio, acelerar la transformación digital y reforzar la presencia de P&G en España y Portugal.

Mario Giménez

Director general en España

En 2025 mantuvo su papel al frente de la filial española de la prestigiosa firma suiza de relojería, centrado en la consolidación de la marca y la atención a su clientela exclusiva. Este año destacó por la presentación en Mallorca de la colección *Cubitus*, así como por la introducción de importantes novedades técnicas en el catálogo global, como el *Calatrava* con reserva de marcha de 8 días (ref. 5328G) y la referencia 5308G-001 de complicación cuádruple, que reforzaron la reputación de la marca en el segmento de alta relojería. Aunque no se registraron anuncios de expansión de boutiques ni resultados financieros específicos en España, Giménez continuó supervisando la estrategia de producto y la relación con distribuidores y clientes, consolidando a Patek Philippe como referente del lujo y la excelencia relojera en el país.



César González-Bueno

CEO



Uno de los grandes protagonistas del año por su aportación al fracaso de la OPA hostil de BBVA, que permitió al banco reafirmar su independencia y que la entidad ‘celebró’ con un beneficio neto récord de 1.390 millones de euros hasta septiembre, al mismo tiempo que reforzó su negocio de pymes y banca privada, y anunció un ambicioso plan de retribución al accionista de 6.450 millones de euros en el marco de su nuevo *Plan Estratégico 2025-2027*. González-Bueno subrayó que Sabadell está preparado para crecer más y ser más rentable, consolidando su liderazgo en un año de resultados históricos y confianza renovada. Su plan apuesta por cuatro áreas específicas para los próximos años: estar centrados en España, orientación al crecimiento del negocio ligeramente por encima de los competidores con un avance “prudente” de la cuota de mercado; una sólida trayectoria de ejecución y una “fuerte” generación de capital que permita “una atractiva retribución al accionista”.

Marta González-Mesones

Directora general en España

Avanzó en la consolidación de su liderazgo en la compañía de gran consumo, impulsando una estrategia clara de sostenibilidad y valor de marca. Bajo su dirección, Unilever reafirmó su compromiso con prioridades como la reducción del uso de plástico virgen, la regeneración natural y la transición climática. Además, impulsó la presencia de Unilever en el fútbol femenino, patrocinando la Eurocopa Femenina y con Alexia Putellas como embajadora. En el ámbito global, Unilever avanzó en un proceso de transformación y optimización de su equipo, cuyo impacto también se notó en España, adaptando la organización a los nuevos retos de mercado. Bajo su dirección, la empresa combinó innovación de producto, responsabilidad ambiental y visibilidad social, consolidando su posición en el mercado y su reputación corporativa en 2025.



Gonzalo Gortázar

CEO

CaixaBank puso en marcha, en febrero de 2025, el *plan Cosmos*, su hoja de ruta en procesos y tecnología enmarcada en el *Plan Estratégico 2025-2027*, que contará con una inversión global de 5.000 millones de euros en tecnología y el uso de inteligencia artificial generativa para modernizar sus canales. Una apuesta por el futuro que acompaña con unos positivos resultados económicos: un beneficio neto de 4.397 millones de euros entre enero y septiembre de 2025, tras crecer un 3,5% en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior, gracias a la positiva evolución del negocio. Además, Gortázar ha defendido públicamente la necesidad de una regulación más clara para las criptomonedas, reclamando mayor protección para los clientes, además de alertar sobre posibles riesgos en el mercado inmobiliario. Sin olvidar que, en marzo de 2025, fue nombrado presidente no ejecutivo de VidaCaixa, reforzando su peso en el grupo financiero.



Macarena Gutiérrez

CEO

En marzo de 2025 se convirtió en la primera mujer en ocupar el cargo de CEO en la historia de la compañía. Tras casi 30 años de trayectoria en el mayor grupo de fundición de cobre de España, su hoja de ruta pasa por un modelo estratégico basado en la innovación, la diversificación hacia la economía circular multimetal y la incorporación de tecnologías avanzadas como la automatización y la inteligencia artificial para reforzar su competitividad global. Gutiérrez también ha dirigido la empresa frente a desafíos internacionales, como la defensa de los intereses europeos ante posibles aranceles al cobre. Para 2026, prepara la entrada en operación del proyecto *CirCular*, destinado a tratar hasta 80.000 toneladas anuales de residuos electrónicos y recuperar metales estratégicos, consolidando a Huelva y a España como referentes en sostenibilidad industrial y autonomía estratégica europea.



Markus Haupt

CEO

Se consolidó como una de las figuras más relevantes del sector gracias a su nombramiento como consejero delegado de SEAT y CUPRA. Durante 2025, el grupo no solo celebró el 75 aniversario de SEAT o el 50 aniversario de su Centro Técnico, SEAT S.A., sino que también dio importantes pasos en la transición hacia la electromovilidad: inauguró su nueva planta de ensamblaje de baterías en Martorell (con una superficie de 64.000 metros cuadrados y una inversión de 300 millones de euros) y, desde el grupo Volkswagen (del cual forman parte CUPRA y SEAT), se puso en marcha el proyecto *Electric Urban Car family*, cuyo primer fruto será el modelo *CUPRA Raval* (de 4,72 metros de largo), previsto para marzo de 2026. La llegada del nuevo modelo supone la entrada en el segmento de los coches urbanos eléctricos y es la gran apuesta del grupo, según admite el propio Haupt: “Ese coche es clave en nuestro futuro inmediato y abre la puerta a un desarrollo para todo el grupo”.



CH
Carolina Herrera

Carolina Herrera

Fundadora



© Gettyimages

Consolidó su relevancia en España y en la moda global al decidir presentar por primera vez en más de cuatro décadas su desfile principal de primavera-verano fuera de Nueva York, eligiendo la Plaza Mayor de Madrid como escenario emblemático para su colección Primavera-Verano 2026, un acontecimiento que reunió a más de 800 invitados internacionales y bajo el que se fusionaron elementos culturales, artísticos e históricos de la capital española, marcando un hito en la relación entre la firma y España gracias también a la pertenencia de la marca al grupo español Puig y a su constante presencia en eventos culturales y de moda en el país. Sin olvidar que, en septiembre, CH Carolina Herrera presentó su nuevo perfume La Bomba, que promete convivir con el bestseller de la casa (Good Girl, uno de los perfumes más vendidos del mundo).

Diego Hidalgo Enríquez

Country Manager Iberia



La filial española de la multinacional estadounidense detrás de productos de higiene y cuidado personal tan conocidos como Huggies, Kleenex y Scottex registró un “buen año” con ganancia de cuota de mercado, mayor penetración entre consumidores y expansión en nuevos canales, además de impulsar un relanzamiento estratégico y campañas de marca (como la renovación de Scottex) que reforzaron su posición competitiva. También promovió proyectos de inversión en la planta productiva de Salamanca, orientados a mejorar la eficiencia, sostenibilidad y calidad de producción, consolidando el papel de la multinacional en España. Una evolución enmarcada en un contexto global en el que Kimberly-Clark cerró la adquisición de Kenvue —dueña de marcas como Neutrogena y Listerine por unos 48.700 millones de dólares— para crear un gigante mundial de salud y productos de consumo.

Antonio Huertas

Presidente y CEO

Lideró a la aseguradora en un momento clave de consolidación y crecimiento. Bajo su rienda, Mapfre elevó su objetivo de rentabilidad (ROE) para 2025-2026 al 11-12%, y se comprometió a mejorar su eficiencia técnica reduciendo el ratio combinado al 94-95%, en el marco de su plan estratégico. Durante los primeros nueve meses del año, la compañía alcanzó un beneficio neto de 829 millones, un aumento del 26,8% con respecto al mismo periodo anterior, especialmente impulsado por el ramo de No Vida. Además, Mapfre se mantuvo firme en su apuesta por la sostenibilidad: en marzo de 2025 confirmó su participación activa en la COP30 para reforzar su compromiso con la economía baja en carbono. Huertas también defendió una expansión física en España, anunciando la apertura de 300 nuevas oficinas hasta 2028, lo que demuestra su apuesta por la proximidad al cliente pese a la era digital.



Josu Jon Imaz

CEO



A lo largo de 2025 estuvo al frente de una etapa clave de transformación en la petrolera, combinando su apuesta por la transición energética con una fuerte retribución al accionista. Ha garantizado un dividendo mínimo de 0,975 €/acción, con un plan que prevé destinar entre el 30% y el 35% del flujo de caja operativo a los accionistas. Repsol reforzó su estrategia digital, extendiendo su colaboración con Accenture para implantar agentes de IA generativa que mejoren la eficiencia operativa. Simultáneamente, Imaz defendió una transición energética “inteligente”: considera necesaria la continuidad de la energía nuclear en España para asegurar una base estable de suministro. Por último, impulsó inversiones transformadoras en España, como los 800 millones de euros destinados a la Ecoplanta de Tarragona, un proyecto pionero para convertir residuos urbanos en combustibles renovables y productos circulares, reforzando el compromiso de Repsol con la economía circular y la descarbonización.

Alicia Koplowitz

Fundadora y Presidenta

En 2025, reforzó su relevancia como inversora estratégica en España. A través de su firma, alcanzó el 100% de Hospes Hotels, tras adquirir el 50% que aún pertenecía a Gaw Capital, consolidando una inversión patrimonial significativa en el sector hotelero boutique de lujo. Esta operación pone de manifiesto su apuesta a largo plazo por activos históricos con valor cultural y económico, especialmente en un año en el que el grupo hotelero tenía previsto finalizar un plan de inversiones cercano a los 16 millones de euros. Además, decidió realizar un cambio significativo en su cartera financiera: su sicav Morinvest vendió todos sus títulos en Berkshire Hathaway, deshaciéndose de su histórica posición en la compañía de Warren Buffett. Sin olvidar que el BBVA comercializará a través de su web y 'app' la Sicav de Alicia Koplowitz, en un movimiento de la empresaria para dar acceso a su cartera a pequeños inversores de forma masiva.



François Lacombe

Director general en Iberia

En el último año, reforzó la apuesta de la compañía por la innovación científica, la sostenibilidad y la economía circular. Danone invirtió más de 60 millones de euros en su hub de innovación de Aldaia (Valencia), instalando allí uno de sus centros más avanzados en Europa, capaz de generar unos 180 proyectos de innovación al año y producir más de la mitad de su volumen destinado también a exportación. Lacombe defendió una estrategia dual: por un lado, potenciar categorías “básicas” con promociones agresivas; por otro, impulsar productos de alto valor añadido, como yogures enriquecidos en proteína o fórmulas dirigidas a la salud. Además, en espacios de debate como el *Foro CREO 2025*, subrayó su compromiso con una cadena de valor más respetuosa con el planeta, anunciando inversiones anuales de 120 millones de euros en I+D en España y metas ambiciosas para reducir sus emisiones.



Teba Lorenzo

Sales country manager para España y Portugal



TikTok apostó en 2025 por hacerse un hueco en el sector turístico, uno de los más potentes de la economía nacional, a través de su herramienta *Travel Ads*. Una solución basada en IA, para conectar a marcas turísticas con su gran comunidad y aprovechando el crecimiento del contenido de viajes en español (que ha crecido un 52% respecto al año anterior). Lorenzo ha destacado públicamente (por ejemplo, en el congreso *The Wave*) la apuesta de la empresa por la innovación, la seguridad y el uso de inteligencia artificial. Además, ha defendido que TikTok está “democratizando la creatividad” para empresas grandes y pequeñas, en una clara apuesta por las pymes nacionales. Como parte de su estrategia, también ha dirigido iniciativas como los *TikTok Ad Awards 2025*, enfatizando la creatividad, el impacto social y la creatividad de marca sobre la mera comunicación unidireccional.

Jordi Llach

CEO en Iberia



En pleno proceso de reorganización interna de la multinacional, Llach dio importantes pasos dentro del mercado nacional, destacando las inversiones verdes realizadas por el grupo, como el proyecto para instalar una segunda caldera de biomasa en la planta de café de Girona (una inversión de 22 millones que permitirá reutilizar los posos de café y avanzar hacia la economía circular). Además, promovió la agricultura regenerativa, destinando alrededor de 12 millones de euros desde 2021 a trabajar con unos 500 agricultores y ganaderos españoles para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en su cadena de suministro. Llach fue nombrado vicepresidente de Competitividad y Sostenibilidad del Consejo de Dirección de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (Fiab) en septiembre de 2025, mientras que la plantilla en España está a la espera de conocer cómo les afectará el anuncio de la reducción de 16.000 empleos en plantilla global durante los próximos dos años.

Ismael López

CEO en España

A lo largo de 2025, López se consolidó como una figura clave del sector espacial español. El proyecto de Thales Alenia Space *GEO QKD* permitirá a España liderar la primera misión de comunicaciones cuánticas desde órbita geostacionaria, un hito tecnológico de alcance internacional. Además, López ha participado activamente en el debate público para solicitar mayor inversión en el sector aeroespacial español, destacando la necesidad de un plan nacional que fortalezca la competitividad de la industria. En paralelo, Thales Alenia Space España ha trabajado junto a Leonardo y Airbus para lanzar un consorcio espacial europeo con filial en España, situando a nuestro país como un actor estratégico capaz de competir con gigantes como SpaceX, liderando programas de satélites de comunicaciones y colaborando en proyectos europeos de observación y defensa.



Víctor López-Barrantes

Country manager en Iberia

En el último año jugó un papel clave en la estrategia de innovación y crecimiento de la compañía en España. Un ejemplo es la inauguración en Barcelona del *NTT DATA Living Lab*, un centro dedicado a la co-creación con clientes y socios para desarrollar soluciones tecnológicas reales, en especial en identidad digital (como la cartera digital europea) e inteligencia artificial. Además, López-Barrantes defendió públicamente que la innovación es la base del progreso en un momento global muy incierto y ha apostado por anticiparse a los retos del mercado con propuestas tecnológicas. También reforzó el compromiso de la empresa con la sostenibilidad: NTT DATA Iberia forma parte del Consejo Empresarial Español para el Desarrollo Sostenible, priorizando la IA responsable, la inclusión y la lucha contra el cambio climático.



Roca

Albert Magrans

CEO



Durante todo el 2025 se centró en la estrategia de expansión global, sostenibilidad e innovación que ha fortalecido la presencia internacional de la compañía. Por ejemplo, el grupo invirtió 70 millones de euros para construir un centro de producción en Kazajistán, reforzando la distribución en Asia Central. Sin pasar por alto la compra de la australiana Phoenix para reforzar su división de grifería o la adquisición de la firma italiana de alta gama Antonio Lupi Design para posicionar al grupo en el segmento premium mundial. Asimismo, la empresa obtuvo la *Medalla de Platino de EcoVadis* y anunció proyectos urbanísticos y de regeneración urbana en torno a sus instalaciones de Gavà y Viladecans con inversiones que movilizan cientos de millones de euros, evidenciando un impacto estratégico tanto económico como social en España.

Jaime Malet

CEO y Presidente de AmChamSpain

Lideró la estrategia de la Cámara en un contexto de fuerte tensión geoeconómica global. AmChamSpain promovió una propuesta para convertir a España en un hub industrial, energético y tecnológico. Además, ante la imposición de nuevos aranceles por parte de Estados Unidos, Malet defendió la necesidad de mantener canales abiertos de diálogo y cooperación transatlántica. En el marco de su 108 aniversario, destacó que las empresas estadounidenses socias de la Cámara acumulan más de 130.000 millones de euros de inversión instalada en España. De cara a 2026, avanzó que la Cámara seguirá trabajando en propuestas de reformas para impulsar la competitividad de España, reforzar la atracción de inversión tecnológica e industrial y profundizar en una agenda de autonomía estratégica abierta, basada en alianzas con democracias avanzadas.



Ignacio Mariscal Carnicero

CEO



Durante el año pasado, Reale Seguros avanzó en su posicionamiento dentro del mercado con operaciones estratégicas, como la adquisición del 8,49% de Depencare, convirtiéndose en su segundo mayor accionista de la empresa especializada en el cuidado de personas mayores y dependientes. Asimismo, mantiene su estrategia de cercanía con el cliente a través de 54 sucursales, más de 350 agencias y 3.500 colaboradores. Sin pasar por alto otras iniciativas como el acuerdo para ser el patrocinador oficial del Real Madrid Baloncesto durante las próximas tres campañas: 2025/2026, 2026/2027 y 2027/2028. Además, Reale Seguros busca seguir impulsando su expansión internacional, explorando adquisiciones en Portugal, Centroeuropa y Latinoamérica, con el objetivo de consolidar la presencia global del grupo.

Luis Maroto

Presidente y CEO

Maroto consolidó a la compañía como líder tecnológico global en el sector de los viajes, impulsando su crecimiento financiero y estratégico. Amadeus cerró los primeros nueve meses de 2025 con ingresos de 4.895 millones de euros, un 6,4% más que en 2024, y un beneficio neto superior a los 1.088 millones, con un crecimiento del 10%. Además, la empresa realizó una inversión superior a los 1.000 millones en inteligencia artificial y cloud, reforzando su papel como motor de innovación en la industria turística. Maroto fue reelegido por los accionistas en 2025 como consejero ejecutivo, lo que refleja la confianza en su liderazgo y visión estratégica. A pesar de la desaceleración del turismo global, Amadeus ha mantenido márgenes sólidos y ha distribuido más de 1.600 millones entre dividendos y recompras de acciones, consolidando su atractivo para inversores.



Luis Megías

Responsable para Iberia



Lideró la estrategia de la mayor gestora de activos del mundo en un mercado clave como el ibérico, reforzando la presencia de la firma en España, Portugal y Andorra y posicionándola como actor decisivo en la inversión institucional y en la innovación financiera. En 2025, BlackRock incrementó sus inversiones en España un 18% hasta alcanzar los 83.000 millones de euros, con una fuerte presencia en el IBEX 35 (47.000 millones), en deuda pública (20.000 millones) y en renta fija privada y compañías no cotizadas (16.000 millones en conjunto). Este impulso ha dejado un balance positivo de 30.000 millones de euros en la economía nacional, reforzando la financiación de empresas estratégicas y del Estado. Además, Megías orientó la estrategia hacia las megatendencias globales —inteligencia artificial, sostenibilidad, envejecimiento poblacional y criptomonedas—, consolidando a España como un polo de atracción de capital internacional.

Jaume Miquel

Presidente y CEO



En 2025, impulsó una nueva era para la compañía tras la entrada del fondo Multiply Group (de Abu Dabi), que adquirió el 67,9% del capital y afirmó que esta operación marca un punto de inflexión estratégico y proyecta un crecimiento “a doble dígito” en los próximos cinco años, apoyándose tanto en expansión orgánica como en adquisiciones, digitalización e internacionalización. Además, en el *III Foro Económico Español* celebrado en Ceuta, destacó la importancia de la tienda física en su modelo: asegura que “la tienda física genera el 28% de las ventas online” y que más del 50% de las entregas online se recogen directamente en tienda. Miquel también ha señalado que Tendam baraja nuevas adquisiciones en los próximos 24-36 meses y que están analizando recomprar franquicias para convertirlas en tiendas propias. El grupo textil aspira a consolidar su expansión internacional, con México, Oriente Medio y otros mercados como prioridades.

Fernando Moraga

Director general para España y Portugal



Tras su llegada al cargo en octubre de 2024, sus buenos resultados llevaron a que, en 2025, ampliase sus responsabilidades para asumir también la dirección general de Portugal, consolidando la unidad de negocio de Iberia. La apuesta por el mercado nacional se evidencia en la inversión de 21 millones que realizará el grupo en su planta de Etxabarri-Ibiña, para la instalación de una nueva línea de producción. Es importante recordar que se trata de la primera planta de la multinacional en el mundo que ha reducido a cero sus emisiones netas, un hito que refleja el avance de la compañía en su estrategia *PepsiCo Positive*. En el otro lado de la balanza, la empresa está implementando un ERE de hasta 250 empleados para optimizar su estructura y busca sinergias entre los negocios de snacks y bebidas.

Olvido Moraleda

Presidenta y Vicepresidenta en España

BP España impulsó una transformación profunda hacia un modelo de “energía integrada”, conjugando inversiones en petróleo y gas con un ambicioso plan de descarbonización. En 2025, la refinería de BP en Castellón —dirigida bajo su visión— aumentó su capacidad de coprocesamiento de biocombustibles de 210.000 a 330.000 toneladas al año. Además, su estrategia incluye transformar esa refinería en un hub energético que integre la producción de combustibles renovables e hidrógeno verde. Por otra parte, la planta de hidrógeno que BP e Iberdrola lanzaron en Castellón —la mayor de España actualmente en construcción— está llamada a producir 2.800 toneladas anuales de hidrógeno renovable, con lo que se evitarían unas 23.000 toneladas de CO2 al año y se impulsaría la descarbonización de sectores industriales y de transporte pesado. En los últimos 12 meses, también ha tenido un destacado protagonismo como presidenta de la Asociación de la Industria del Combustible de España.



Mercedes Oblanca

Presidenta y CEO en España y Portugal



Accenture celebró sus 60 años en España, con más de 18.000 profesionales en plantilla y una cifra de negocio que ronda los 1.800 millones de euros. Oblanca ha impulsado con fuerza la apuesta por la inteligencia artificial generativa, promoviendo plataformas propias (*Agentic AI*) para automatizar y transformar procesos internos y de clientes. Además, lideró adquisiciones estratégicas: por ejemplo, la compra de Axis Corporate, consultora especializada en finanzas, para reforzar la oferta de negocio en ese sector. También dio un impulso a la sostenibilidad, con operaciones como la adquisición de Boslan para optimizar infraestructuras de energía y contribuir a la transición hacia emisiones neutras. Finalmente, Oblanca defendió un modelo de “reinventar los negocios” mediante la combinación de talento, tecnología y propósito, intentando hacer de Accenture un socio estratégico no solo en crecimiento económico, sino también en impacto social.

Tomas Olivo López

Presidente y Consejero delegado



Durante 2025, su patrimonio escaló hasta los 4.600 millones de euros y su compañía registró ingresos récord y un beneficio neto notable. Además, Olivo reforzó la expansión territorial de su imperio comercial: en agosto de 2025, GGC adquirió el proyecto *Infinity* en Valencia —valorado en unos 60 millones de euros—, planeando un macrocentro comercial de decenas de miles de metros cuadrados que aspira a convertirse en uno de los grandes centros de ocio y comercio de España. Por si fuera poco, en octubre anunció también la compra de Serrallo Plaza (Granada), con un plan de inversión de unos 40 millones de euros para su reforma y reconversión —una jugada estratégica que consolida su liderazgo en el mapa comercial de Andalucía. Sin pasar por alto que Olivo está detrás del Valdebebas Shopping, el futuro centro comercial más grande de todo Madrid abrirá sus puertas a finales de 2027.

Sofía Osborne

Presidenta

Como la primera mujer en ocupar este cargo en los más de 250 años de historia de la empresa familiar, la presidenta continuó apostando por la internacionalización, la sostenibilidad y la modernización de sus marcas más icónicas (como Cinco Jotas, Anís del Mono o Nordés), además de diversificar su portafolio con adquisiciones estratégicas. Una labor que fue reconocida con el *CaixaBank Premio Empresaria 2025* por su trayectoria, su visión estratégica y su compromiso social. También destaca por su condición de accionista del 10% de la compañía, así como su firme impulso a la Fundación Osborne, desde donde se desarrollan programas de formación para jóvenes enfocados en la empleabilidad, el emprendimiento y la innovación. Además, en 2025 mantuvo su rol en el Foro de Marcas Renombradas Españolas, reforzando la proyección global de las marcas españolas y el posicionamiento internacional del grupo.



Amancio Ortega

Fundador



Se consolidó como una de las figuras más influyentes de la economía española. Inditex cerró los nueve primeros meses de su ejercicio fiscal 2025-2026 (entre el 1 de febrero y el 31 de octubre), con un aumento del beneficio neto del 3,9%, hasta 4.622 millones de euros. El grupo invirtió 1.800 millones en 2025 para optimizar su red física, fortalecer su plataforma digital y ampliar su capacidad logística. Paralelamente, Ortega siguió reforzando su imperio inmobiliario a través de Pontegadea, con una cartera de más de 120 activos en 13 países valorada en más de 20.000 millones de euros, incluyendo compras destacadas como la sede de Planeta en Barcelona (240 millones), un hotel en París (97 millones) y un edificio en Dublín (70 millones), además del 49% de la empresa portuaria británica PD Ports. Parte de su expansión global incluye Miami, donde adquirió el Sabadell Financial Center (236 millones), el centro comercial Atlas Plaza (89 millones) y mantiene almacenes logísticos estratégicos, reforzando su presencia en el mercado estadounidense.

Carlos Ortega Arias-Paz

Presidente



Destacó gracias a su gestión en un año decisivo para la industria del acero. Acerinox mostró una notable resiliencia en un entorno global volátil: Su facturación en los primeros nueve meses de 2025 fue de 4.473 millones de euros, un 9% más que el año anterior, aunque la empresa ha visto caer sus beneficios netos debido a un entorno de mercado incierto y débil demanda, con importantes inversiones en el plan estratégico y mejoras en la generación de caja. Además, su sólida presencia industrial en Estados Unidos —un mercado del que proviene cerca del 70% del beneficio del grupo (impulsado por la integración de Haynes International)— permitió que Acerinox se viera favorecida por el aumento de aranceles al acero anunciado en 2025. Ortega reforzó su compromiso con la compañía mediante la compra de 11.111 acciones, gesto que subrayó su confianza en el proyecto industrial.

Gloria Ortiz Portero

CEO



El banco obtuvo un beneficio neto de 811,5 millones de euros en los nueve primeros meses del año, lo que supone un 11% más que al cierre del tercer trimestre del año anterior. Además, Ortiz mostró una postura crítica hacia el “impuesto a la banca”, calificándolo de “injusto y discriminatorio” y defendiendo que Bankinter recurrirá la medida a través de la Asociación Española de Banca (AEB). Además, abogó por una gestión conservadora, pero ambiciosa, con el objetivo de lograr 1.000 millones de euros de beneficio, apuntando además a una transición generacional en el banco y una estrategia basada en la digitalización. Finalmente, recordar que Bankinter se convirtió en el primer banco en España en usar RCS (*Rich Communication Services*) para confirmar transferencias y pagos.

Adrien Palumbo

Managing director para Iberia

Desde su llegada al cargo, a inicios de 2025, lideró la expansión comercial y de red de la compañía en la Península Ibérica. Con más de 20 años de trayectoria en la automoción, con experiencia en Audi, Volvo y Polestar, ha liderado el notable crecimiento de la marca en el mercado nacional, ampliando su red de *Polestar Spaces* con aperturas en ciudades clave como Zaragoza, Oviedo, Málaga, Canarias o Asturias, y ha conseguido un incremento de ventas en 2025 de alrededor del 15% en España y un crecimiento conjunto de casi el 30% en la Península Ibérica. De cara a 2026, el grupo se prepara para un fuerte impulso comercial con nuevos modelos como el *Polestar 5*, así como para abrir nuevos *Polestar Spaces* en Salamanca, Murcia y el sur de Madrid, con el objetivo de contar con diez puntos de venta operativos antes de junio.



Florentino Pérez

Presidente y Presidente ejecutivo



Consolidó en 2025 su influencia tanto en el deporte como en la industria y la infraestructura. Al frente del club, llevó la remodelación del Santiago Bernabéu a su fase final, con inversiones superiores a 1.300 millones de euros, incluyendo mejoras en zonas VIP, restauración, tour del estadio, espacios de ocio y adaptación para eventos internacionales como partidos de la NFL, además de promover la reurbanización del entorno con mayor espacio peatonal, más de 300 árboles y modernización de accesos. Paralelamente, en ACS supervisó la expansión de proyectos estratégicos, incluyendo la alianza con Global Infrastructure Partners para desarrollar una plataforma global de centros de datos de 1,7 GW, mientras la empresa diversifica sus actividades hacia energía, minerales críticos e infraestructuras digitales. Un año que le ratifica como un directivo capaz de unir impacto económico, cultural y tecnológico.

Enrique Polo de Lara

Director general en España y Portugal



Su estrategia lidera a la filial ibérica en un momento clave de transformación digital impulsada por la nube y la inteligencia artificial agéntica. Con Polo de Lara como su ‘capitán’, Salesforce Iberia avanzó en la consolidación de *Agentforce*, su plataforma de trabajo digital para incorporar agentes autónomos y de confianza a los procesos empresariales (entre sus clientes destacan empresas como CaixaBank, Helvetia Seguros, Grupo Dia, Iberia, Mahou San Miguel y Grupo Osborne). Desde el grupo confían en el impacto que tendrán las nuevas tecnologías en el mercado nacional y, según el informe de *IDC Voice of the CEO on Digital Labor*, patrocinado por Salesforce, estiman que el impacto acumulado del “trabajo digital” en España, entre 2026 y 2030, equivaldrá al 8% del PIB español; así como que la IA, como productividad personal y aumentada por los agentes, podría ahorrar un 40% del trabajo repetitivo o de bajo valor.

Puig

Marc Puig

Chairman y CEO



En 2025, su importancia ha crecido notablemente porque lideró con éxito la presencia de Puig en bolsa, un paso estratégico para abrir el capital y profesionalizar la estructura familiar. No en vano, en su primer año tras la salida a bolsa, la firma registró unos ingresos de 3.596,2 millones hasta septiembre, lo que supone un incremento del 4,9% en comparación con las cifras del mismo periodo del año pasado. El epicentro de los resultados recae sobre Fragancias y moda, que generó unas ventas netas de 2.617 millones durante los nueve primeros meses, lo que supone un incremento del 4,1% que lleva a la línea a aportar un 73% de la facturación de Puig en el periodo. El directivo también se mostró a favor del Corredor Mediterráneo, donde recordó que “el 30% de la población, un tercio del PIB, el 50% de las exportaciones y el 50% del turismo está en el Mediterráneo”.

Luis Quintiliano

Presidente en España

Con el timón en sus manos, la cadena reafirmó en 2025 su apuesta por un crecimiento sostenible, socialmente responsable y con un fuerte impacto económico en el país. En su último Informe de Impacto, McDonald's anunció que movilizará 500 millones de euros para expandir su presencia en España, con un plan para abrir más de 200 nuevos restaurantes y generar 10.000 empleos en los próximos cuatro años. Además, la empresa se ha convertido en la primera empresa del sector restauración en recibir la certificación AENOR de *Gestión de la Diversidad e Inclusión*, basada en la norma ISO 30415. Este reconocimiento refuerza el compromiso de la empresa con la igualdad (a través de su *III Plan de Igualdad y su Plan LGTBIQ+*), así como con una cultura inclusiva en su red de franquiciados, proveedores y empleados.



Cristina Rey

CEO en España

Es una de las figuras más importantes del sector de los medios y la publicidad en España por su nombramiento como CEO de WPP Media España. Con más de 25 años de trayectoria liderando grandes agencias como UM España, Carat, Zenith, Optimedia y Maxus CICM, Rey aporta una combinación de visión estratégica, liderazgo operativo, innovación tecnológica y gestión del talento, atributos que la convierten en una pieza central para impulsar el crecimiento sostenible, la digitalización y la integración de datos, creatividad y tecnología en WPP Media España. Su ascenso a la cima de una de las filiales más influyentes del mercado publicitario español evidencia su papel como líder capaz de guiar a la industria en un entorno dominado por la inteligencia artificial, el cambio organizativo y las nuevas demandas del mercado.



Francisco Reynés Massanet

Presidente ejecutivo y CEO



Se consolidó en 2025 como una figura clave en España por liderar un crecimiento sólido y estratégico de la compañía. Bajo su dirección, Naturgy ha ejecutado inversiones de 6.400 millones de euros hasta 2027, con foco en redes de distribución y energías renovables. En los primeros nueve meses del año, Naturgy obtuvo un beneficio neto de 1.668 millones de euros, lo que supone un incremento del 5,6% interanual, confirmando la solidez de su *Plan Estratégico 2025-2027*. Reynés impulsa además la transición energética, apostando por biometano y reducción de contratos de gas antiguos. Sin olvidar que ha sido un actor clave en la prórroga de la vida útil de la central nuclear de Almaraz hasta 2030, asegurando el suministro energético mientras se planifica una transición responsable hacia un mix más limpio.

Ana Requena

CEO y Presidenta de la Fundación Randstad en España

Randstad Iberia reportó una facturación de 522 millones de euros, un 7% orgánico más que en el tercer trimestre del año anterior, gracias a España, donde el incremento de los ingresos en estos últimos tres meses sube hasta el 8%, mientras que Randstad Portugal logró estabilizar sus ingresos. Estos resultados ponen a nuestro país como uno de los mercados más fuertes dentro del grupo internacional, reflejando resiliencia incluso en un entorno macroeconómico complejo. Además, Requena impulsó una estrategia centrada en el talento (*Partner for Talent*), lo que ha permitido ofrecer servicios más especializados y mejorar la rentabilidad. Por otro lado, ejerce un papel muy activo en la Fundación Randstad, que promueve la inclusión laboral de personas con discapacidad y cuyo compromiso se ve también en eventos recientes, como su participación en la jornada Innovation Day de inclusión, donde defendió que la innovación social debe transformar el empleo para personas con discapacidad.



Ignacio Rivera Quintana

Presidente ejecutivo



Está jugando un papel decisivo al frente de la Corporación Hijos de Rivera. El grupo, en junio de 2025, inauguró una nueva fábrica en Morás (Arteixo, A Coruña), la mayor de España y entre las más avanzadas de Europa, con lo que refuerza su capacidad productiva y su compromiso con su tierra de origen. Sin olvidar que también adquirieron la fábrica de ginebra Vánagandr, fundada en 2014 en Cambre (A Coruña). Rivera también preside el Instituto de la Empresa Familiar (IEF) desde 2024, donde ha reivindicado el papel de la empresa familiar como motor de la economía española y ha apelado a un clima político estable que favorezca el crecimiento. Por último, en 2025 ha asumido la presidencia de otro grupo inversor, Grupo Élite, reforzando su influencia en distintos ámbitos económicos, lo que subraya su papel como un actor polifacético en el tejido empresarial español.

Juan Roig

Fundador y Presidente



En 2025, dio un paso más allá de su rol como líder de Mercadona al combinar su éxito empresarial con un compromiso social muy activo: ha destinado 108 millones de euros (junto con su familia y la empresa) para apoyar la reconstrucción tras la DANA, con ayudas directas a trabajadores, pequeños comercios y municipios afectados. También amplió el período de vacaciones en una semana más para los 110.000 trabajadores de la cadena valenciana de distribución (pasando de 30 a 37 días al año). Además, impulsó el Roig Arena, un ambicioso recinto multiusos en Valencia con una inversión de 400 millones de euros a través de su patrimonio, que espera atraer a más de un millón de visitantes en su primer año y generar unos 500 empleos. Paralelamente, reforzó su apuesta por el emprendimiento al aumentar su inversión en startups nacionales: su vehículo inversor, ligado al ecosistema Marina de Empresas, ha incrementado su apuesta por compañías como Wilbe, que desarrolla IA para gestión empresarial.

Alberto Rodríguez-Toquero

Director general

Mahou San Miguel, con una contribución estimada de 8.529 millones de euros en la economía nacional y un impacto económico de más de 330 millones de euros, anunció grandes proyectos como su incursión en el mundo del café, con la creación de la marca Café 170 y la subsidiaria Barista & Finca, enfocadas en la hostelería. A lo que se suma la apertura de la innovadora Plaza Mahou en el Estadio Santiago Bernabéu, una microfábrica y espacio gastronómico que produce Mahou Cinco Estrellas Sin Filtrar y recibe alrededor de 400.000 visitantes al año, combinando tradición cervecera con experiencia de ocio. Su estrategia integra crecimiento, diversificación de productos, expansión internacional, sostenibilidad y eficiencia logística, consolidándose como un actor emblemático y transformador de la economía española.



David Ruiz de Andrés

Fundador y CEO

Durante el año pasado se posicionó como una de las figuras más influyentes de España por su liderazgo en la transición energética y su visión estratégica al frente de Greenergy. Bajo su dirección, la compañía celebra 10 años en bolsa y se convierte en la que más ha crecido en la última década, con un beneficio neto de 45 millones de euros en los nueve primeros meses del año, lo que supone multiplicar por siete el beneficio del mismo periodo del año anterior, impulsado por la estrategia de rotación de activos. Por su parte, los ingresos obtenidos fueron de 687 millones de euros, un 147% más que el año anterior. Además, Ruiz de Andrés ha protagonizado movimientos estratégicos clave, como la venta de la cuarta fase del proyecto Oasis de Atacama y la definición de un plan de inversión 2025-2027 de 3.500 millones, consolidando su influencia empresarial.



Ángel Sáenz de Cenzano

Country manager para España y Portugal



Con una visión estratégica sobre el impacto de la inteligencia artificial en el empleo, ha defendido que la IA “no va a destruir empleos netos, sino transformar funciones”, abogando por el *reskilling* y el aprendizaje continuo para adaptarse al nuevo mercado laboral. En julio, asumió la presidencia rotatoria de Nodo Talento, una alianza público-privada entre CEOE, Fundación Telefónica, KPMG, Microsoft, Universia y LinkedIn, con el objetivo de escalar acciones formativas relacionadas con sostenibilidad, tecnología y empleos del futuro. Desde que asumió el cargo en 2019, ha liderado la misión de LinkedIn de “crear oportunidades económicas para cada miembro de la fuerza de trabajo”, impulsando tanto la captación de talento como el desarrollo de habilidades clave.

Francisco Salcedo

Presidente en España y Portugal

Durante su primer año en el cargo, impulsó la inteligencia artificial como motor de productividad y competitividad, liderando acuerdos con la Administración Pública para ofrecer servicios y programas de capacitación en IA. Bajo sus riendas, Microsoft proyecta que su ecosistema 'cloud' aporte 10.000 millones de euros al PIB español y ha intensificado la expansión de infraestructura de nube y centros de datos. Además, promovió alianzas estratégicas, como la firmada con Aranzadi LA LEY para llevar soluciones de IA al sector legal, consolidando su influencia en la transformación digital y en el desarrollo del talento tecnológico en España. En el ámbito de la sostenibilidad, la multinacional se unió al proyecto *Smart Green Seas* de LG para impulsar y escalar la restauración de praderas de posidonia oceánica en el Mediterráneo en colaboración con la Asociación Vellmarí.



Gonzalo Sánchez

Presidente en España



Lideró el lanzamiento de la nueva imagen de la firma, tras 15 años, y consolidó su posición como líder del sector, incorporando a grandes empresas del IBEX 35 como Ferrovial, junto a Santander, Telefónica y Repsol, en su cartera de auditoría. PwC reforzó su compromiso con el talento y la formación, destacando programas como PwC Work Academy, y cerró el año con 1.300 nuevas contrataciones, integrando perfiles con experiencia y recién titulados en todas sus líneas de negocio. Además, dinamizó la labor social de la Fundación PwC, centrada en inclusión, emprendimiento y acción social, y ha impulsado áreas estratégicas como sostenibilidad, ciberseguridad, IA generativa y soluciones cloud, consolidando a Sánchez como un referente clave en la modernización y competitividad del sector profesional español.

Ignacio Sánchez Galán

Presidente

Ejerce un liderazgo fundamental para el crecimiento de la empresa que, en los nueve primeros meses de 2025, ganó 5.307 millones de euros y proyecta unas ganancias y un dividendo récord. Además, Iberdrola anunció un *Plan Estratégico 2025–2028* con 58.000 millones de euros de inversión centrados en redes eléctricas y electrificación, sumándose a los 47.000 millones comprometidos entre 2023 y 2025 en transición energética, de los cuales 27.000 millones se destinaron a redes y 17.000 millones a renovables. Galán fue reconocido con el *Premio Internacional de Energía Al-Attiyah 2025* por su trayectoria en energías renovables. Jugó además un papel clave en el debate sobre las centrales nucleares, defendiendo la continuidad de Almaraz hasta 2030 como la opción más segura y económica para garantizar la estabilidad eléctrica, y ha criticado públicamente la propuesta de la CNMC para retribución de redes (6,46%) por considerarla insuficiente para incentivar la inversión.



Marco Sansavini

Presidente y CEO



Lideró la aerolínea en su transformación estratégica con el *Plan de Vuelo 2030*, que contempla una inversión de 6.000 millones de euros para ampliar la flota de largo radio de 45 a 70 aviones y reforzar a Madrid-Barajas como hub europeo de conectividad. Bajo su liderazgo, Iberia aumentó la capacidad hacia Estados Unidos en un 14% para el verano de 2025, programando más de 5,5 millones de asientos hacia Latinoamérica y proyecta crecimiento sostenido en mercados clave. También firmó una alianza con China Southern que permitirá a la firma española reforzar su conectividad en Asia, mientras que la aerolínea china podrá ofrecer a sus viajeros el salto a Latinoamérica en aviones de Iberia. Sus decisiones permitieron resultados económicos positivos, mientras participa activamente en el debate sobre el precio de los vuelos y la necesidad de consolidar la aerolínea frente a competidores europeos.

Jose Miguel Seijo

CEO



Tras más de cinco años como CEO de Lacoste Ibérica, Seijo lidera la apuesta de la firma de moda por el mercado español, integrando su distribución wholesale. Durante 2025, la firma francesa del cocodrilo reforzó su presencia en el mercado español, donde destacan algunas iniciativas como la apertura de un nuevo espacio efímero en el número 46 de la Gran Vía madrileña o la introducción del concepto de tienda resort a través de un establecimiento en Marbella (que hasta la fecha solo se había presentado en su sofisticado espacio de Villa La Coste en Aix-en-Provence, en la costa sur de Francia). El crecimiento en el mercado español fue de la mano de su expansión internacional, ya que la marca abrió su primer concept store de Latinoamérica en la ciudad de Medellín (Colombia).

Sandro Silva

Fundador y Chef

Convirtió su empresa en un referente de la alta restauración española con proyección internacional. En 2025 el grupo sigue creciendo con ambiciosos proyectos: su marca Amazónico desembarca en Miami y Riad, tras haber abierto ya en Montecarlo. Además, han lanzado *The Library*, un espacio para amantes del vino en Madrid que combina boutique, bar gastronómico y club privado con más de 3.500 referencias, reforzando su apuesta por experiencias exclusivas. Silva también lidera la transformación de su sede en Madrid: en 2025 se espera la apertura del Club Metrópolis en enero de 2026, un proyecto hotelero y cultural en el emblemático edificio de la Gran Vía, que contará con siete espacios gastronómicos y un hotel boutique de 19 habitaciones. Gracias a su visión y trayectoria, Silva impulsa no solo la cocina de alta gama, sino la expansión global de la hostelería española.



Antonella Sottero

Managing Director

Lidera la filial española y portuguesa con una visión de innovación y sostenibilidad que refuerza la presencia de Ferrero en el mercado local. Bajo su mandato, la compañía impulsó lanzamientos relevantes como el helado de Nutella, ampliando su portfolio y logrando desestacionalizar la oferta. Además, Sottero defendió una renovación de marca para Kinder, explicando que su nueva identidad visual está alineada con las nuevas generaciones y sus valores. En 2025, su liderazgo es especialmente relevante en el contexto de la fuerte apuesta de las empresas italianas por España. Asimismo, su trayectoria internacional en ventas, I+D, marketing y responsabilidad social, junto con su compromiso con la marca familiar de Ferrero, la convierte en una figura estratégica para el crecimiento y la consolidación de la empresa en el mercado ibérico.



Meinrad Spenger

CEO



En 2025 se consolidó como una de las figuras clave del panorama empresarial español gracias a su liderazgo en la integración del mayor operador de telecomunicaciones del país. MasOrange facturó 5.664 millones de euros en los nueve primeros meses del ejercicio, un 3,7% más en comparación con los obtenidos el mismo periodo del curso anterior, y mejoró un 8% en términos interanuales su resultado bruto de explotación (ebitda) ajustado, que cerró septiembre en 2.195 millones de euros. Además, Spenger impulsa una estrategia de innovación ambiciosa: MasOrange ha iniciado el despliegue en 2025 de una red 5.5G pionera en España, orientada a posicionar a la compañía como una tech-co —no solo una operadora— con servicios avanzados de datos, redes, conectividad e inteligencia artificial. Al mismo tiempo, Spenger lidera proyectos estructurales como la creación de una *joint venture* de fibra óptica con Vodafone España, con la que aspira a desplegar una de las mayores redes de fibra de Europa, contribuyendo decisivamente a la modernización de las infraestructuras digitales en España.

Heineken

Etienne Strijp

Presidente en España



Dirige una cervecera clave para la economía nacional, con un impacto superior a los 5.000 millones de euros al PIB español y más de 85.000 empleos generados. Heineken ha invertido más de 850 millones de euros desde 2020 para apoyar la hostelería y acelerar su agenda de sostenibilidad, con el objetivo de que sus fábricas funcionen con energía 100% renovable. Además, la empresa ha reducido un 26% su huella de carbono desde 2018 y planea alcanzar un 30%, implementando soluciones como logística eléctrica, ingredientes sostenibles y sistemas de refrigeración ecológicos para bares. España se consolida como un mercado “estratégico y clave” para Heineken dentro de su nueva hoja de ruta *Evergreen 2030*, con la que la cervecera busca impulsar su crecimiento global en los próximos años.

José Armando Tellado

CEO



Destacó como una figura clave en el sector lácteo español gracias a una gestión estratégica que combina estabilidad cooperativa, innovación y expansión. CAPSA reforzó su presencia internacional —el grupo opera ya en 57 países— y aumentó su control sobre el fabricante gallego Innolact (Quescrem), al elevar su participación al 60%, lo que potencia su negocio de quesos y valor añadido. En su modelo de negocio también destaca el apoyo a los ganaderos, donde el Grupo Central Lechera Asturiana presentó una innovadora herramienta digital que permitirá a sus socios ganaderos medir, reportar y mejorar su huella de carbono. Esta iniciativa forma parte del compromiso de la compañía de reducir sus emisiones totales en un 30% antes de 2030, en línea con los objetivos europeos de descarbonización.

Federica Tremolada

Directora general para Europa



Spotify no solo ha mantenido su impulso en cuanto a crecimiento de usuarios e ingresos, sino que ha profundizado su apuesta por democratizar el acceso global al audio: música, podcasts, audiolibros y otros formatos. Además, Tremolada ha defendido públicamente —y con datos— la expansión de Spotify en mercados europeos diversos, promoviendo la diversidad musical, cultural y lingüística, lo que ha permitido que muchos artistas independientes y de habla no inglesa alcancen visibilidad e ingresos significativos. En un contexto en que la industria musical atraviesa transformaciones profundas —digitalización, competencia por contenidos, auge del podcast—, su gestión al frente de Spotify Europa lo sitúa como un actor esencial para entender hacia dónde va la música, el audio y la cultura.

Pablo Torralba

CEO en España

En sus manos estuvo el proceso de expansión estratégica de esta prestigiosa firma de banca privada en el país. En el último año, el banco suizo independiente ha reforzado su compromiso con el mercado local mediante la creación de un Consejo Asesor en España con destacados líderes del ecosistema empresarial para profundizar el apoyo a clientes sofisticados y conectar con sectores clave de la economía real como la innovación, el lujo y la filantropía, lo que potencia la presencia y el conocimiento del grupo en España. Una estrategia que refuerza la posición competitiva de Edmond de Rothschild en un mercado cada vez más dinámico y que coloca a Torralba como una voz influyente en la evolución de la banca privada en España, en un momento en que la especialización, la comprensión del entorno local y la vinculación con agentes relevantes son claves para atraer y retener patrimonios sofisticados.



Juan Pablo Vivas

Director general en España



Tras su nombramiento en septiembre de 2024, Vivas lidera una etapa de fuerte transformación de la empresa, con una consolidada apuesta por tecnologías clave como la IA y la tokenización. Sus metas son ambiciosas: por ejemplo, tokenizar el 100% de los pagos electrónicos en Europa para 2030, habiendo alcanzado ya el 50%. Además, participa activamente en iniciativas destinadas a colaborar con fintechs, reforzar la ciberseguridad y modernizar el ecosistema de pagos, como ha demostrado en foros como el *South Summit 2025*. En eventos públicos también ha subrayado el papel de Mastercard como “sistema operativo de la economía digital” y la importancia de experiencias personalizadas para consumidores a través de su programa *Priceless*. De cara al próximo año, McLaren Racing anunció que Mastercard será el Socio Oficial de Nombre del Equipo McLaren de Fórmula 1 a partir de la temporada 2026.

Maarten Wetselaar

CEO



Está liderando una transformación estratégica radical: bajo su plan Positive Motion 2030, la compañía busca que más del 50% de sus beneficios provengan de actividades sostenibles para finales de la década. En 2025 celebró avances clave, como la concesión de 303 millones de euros para su proyecto del Valle Andaluz del Hidrógeno Verde en Huelva, que contempla una planta de 400 MW de electrólisis y podría generar 10.000 empleos. Defendió la necesidad de escalar el hidrógeno verde con “urgencia y pragmatismo” para competir en costes y consolidar Europa como líder energético. Además, Moeve se ha adherido a la First Movers Coalition, convirtiéndose en la primera energética de su sector en España en sumarse, con la meta de que más del 50 % de sus beneficios sean verdes antes de 2030. En su informe del primer trimestre de 2025, destaca el progreso en su estrategia: expansión de puntos de recarga ultrarrápidos y despliegue de biocombustibles 2G.

Business
People
Collection

SUPLEMENTO DE BUSINESS PEOPLE
N.22/23 – ENERO-FEBRERO 2026

Director responsable
Vito Sinopoli

Consultor editorial
Linda Parrinello

Redactor jefe y coordinación editorial
José Antonio Puglisi

Redacción
M^a Gabriela Sivira

Colaboradores
Ernesto Páez y Cristina Mendoza

Coordinación gráfica
Alda Pedrazzini

Maquetación
Jangala Media

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

Preimpresión: Target Color srl, Milano
Impresión: IMPRESSIONS ROTATIVES OFFSET S.A
C/Pla De L'estany S/N Pol Ind. Casanova
17181 Aiguaviva

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





**LAS 100 PERSONAS
MÁS IMPORTANTES DE LA
ECONOMÍA ESPAÑOLA**