



II PREMIOS

CEO

DEL AÑO

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



Los premiados se hicieron sendas fotos de familia al final de cada una de las partes en las que se dividió la gala de premios

La sede de LA RAZÓN en Madrid sirvió de escenario para acoger la gala de entrega de la segunda edición de los Premios CEO del Año. Unos galardones que, en esta ocasión, fueron celebrados en un formato especial y que reconocieron la trayectoria y el trabajo al frente de sus respectivas empresas de treinta y ocho altos directivos.

Los premiados y sus invitados acudieron puntualmente a la cita y, tras el protocolario paso por el photocall instalado en los exteriores del salón de actos, tomaron asiento, impacientes por que la presentadora Marina Castaño diera inicio a la entrega de premios.

El acto estuvo presidido por Eugenia Carballido, la hasta la víspera presidenta de la Asamblea de Madrid, además de Andrés Navarro, consejero delegado de LA RAZÓN, y Francisco Marhuenda, director del periódico.

Tras las palabras de bienvenida de Marina Castaño, tomó la palabra Francisco Marhuenda. El director quiso desglosar una defini-

Premios CEO del Año, «talento, voluntad y ánimo de progreso»

La sede de LA RAZÓN acogió la **segunda edición** de unos galardones que reconocieron el trabajo y la trayectoria de **38 altos directivos** de empresas de todos los sectores

ción de lo que es un CEO en la actualidad y las virtudes que, en su opinión, debe reunir. Aludió a que la figura del CEO es de las más antiguas de la humanidad, pues «desde siempre han existido líderes que dirigen a los equipos humanos», y su papel es hacerlo bien, conociendo y aprovechando las virtudes de cada empleado.

En su intervención, Francisco Marhuenda quiso también poner el acento en la gran importancia

que suponen las personas que forman los diferentes equipos y departamentos de las empresas. «Ustedes, los premiados, representan a compañías cuyo éxito se basa en las personas», destacó el director. «Se puede ser el CEO más brillante pero, si no se sabe gestionar al equipo, no se va a ningún sitio», explicó. En esta gala, continuó, «premiamos a las personas que saben gestionar a personas».

Tras la intervención de Mar-

huenda, Castaño tomó de nuevo la palabra y, tras invitar al y a Eugenia Carballido a subir al escenario para entregar los galardones, comenzó el paseo de premiados de una de las galas más concurridas que se recuerdan. Como afirmó la presentadora, «es difícil poner el límite de unos premios cuando tantísimas personas son merecedoras de ellos».

Comenzó entonces la esperada entrega de premios, que se desa-

rollaría en dos partes, en sesiones de mañana y tarde, entre las cuales se pudo disfrutar de un ameno cóctel al aire libre, en el que los profesionales cocteleros de Barrel Bartenders deleitaron a premiados e invitados con una selección de refrescantes bebidas. Durante el cóctel se sucedieron numerosos corrillos donde, animadamente, los asistentes conversaban y se felicitaban unos a otros por los logros profesionales y premios obtenidos. Eventos multidisciplinarios como este son a menudo un trampolín para establecer relaciones profesionales y de networking.

Segunda parte

Tras este animado y distendido descanso, los asistentes ocuparon de nuevo sus asientos en el salón de actos para comenzar la segunda parte de la gala de entrega de premios.

En el ambiente se respiraba un clima de respeto y admiración entre todos los premiados, pues prácticamente todos los galardonados de la primera parte de la jornada quisieron estar presentes en la segunda, igualmente dirigida por Marina Castaño. Cuando todos los galardones estuvieron en

FOTOS: JESÚS G. FERIA/GONZALO PÉREZ



Premiados

- ▶ **Fernando Santiago:** Sarot Target Group GA, S.L.P.
- ▶ **Rubén García:** Columbia Threadneedle Investments
- ▶ **Joao Miguel Oliveira:** ACO
- ▶ **Luis Santiago Fernández del Valle:** Akkodis
- ▶ **José García:** ANOVO
- ▶ **Basilio Ramírez:** Arnaut Fiscal & Legal
- ▶ **Macario Fernández:** Asturiana de Laminados
- ▶ **Roger Checa:** Belender
- ▶ **Andrés Contreras:** Betseller
- ▶ **Flor Zafra:** Bauclock
- ▶ **Iria Rodríguez:** Cafés La Mexicana
- ▶ **Sonia Luna:** Formación Carpe Diem
- ▶ **Alberto Anaya:** CGI
- ▶ **Meriyeny del Carmen:** D'Elle Capital
- ▶ **Nicolás Barilari:** Finaer
- ▶ **Jesús Gómez:** Foodiverse
- ▶ **Dhiraj Chhabria:** Fund Grube
- ▶ **Juan González Herrero:** Herrero Brigantina
- ▶ **Mario Alayo:** Inkolan
- ▶ **Manuel López:** Inmark
- ▶ **Guillermo García:** Jata
- ▶ **Félix Muñoz:** Entelgy Innotec Security
- ▶ **Emilio Rousaud:** Factorenergía
- ▶ **Pascual Ibáñez:** Inscá
- ▶ **Ángel María Gil:** Iparlat
- ▶ **Jorge Justicia:** Jokerbet
- ▶ **Gillherme Cury:** JTI
- ▶ **Mariano de Leonardo:** Kosmos Group
- ▶ **Álvaro Cabrera:** MioGroup
- ▶ **Luis Miguel García de Andrés:** Nueva Cocina Mediterránea
- ▶ **Fernando Cánovas:** Pádel Courts Deluxe
- ▶ **Antonio Beltrán:** Walki Plasbel
- ▶ **Enrique Galván:** Qaracter
- ▶ **Marco Rodríguez:** Quesos El Pastor
- ▶ **Juan Carlos López:** Rosellimac
- ▶ **Cayetano López:** Vegenat Healthcare
- ▶ **Marta Juanmiquel:** You Cosmetics
- ▶ **Miguel Peñalver:** Zilotech



Eugenia Carballido clausuró la gala de premios



Francisco Marhuenda, durante su intervención

manos de sus dueños, Castaño procedió a la clausura del acto, que corrió a cargo de Eugenia Carballido. La hasta la víspera presidenta de la Asamblea de Madrid comenzó su intervención agradeciendo a LA RAZÓN la invitación a presidir esta gala. «Ha sido un día enormemente enriquecedor, porque a la excelencia de las personas premiadas se une, sobre todo, la integridad de los proyectos que encabezan», decla-

ró Carballido. La actualidad política no pasó desapercibida en la jornada, pues durante la gala, Carballido recibió la noticia de que había sido designada como número 4 de la lista por Madrid del Partido Popular en las elecciones generales del 23 de julio.

Tras recibir una fuerte ovación de todo el auditorio por este nombramiento, Carballido continuó su intervención, en la que quiso alentar a todos los empresarios y

emprendedores que acuden a la Comunidad de Madrid y se asientan en ella, pues «queremos reconocer a la empresa y al autónomo como el motor de la sociedad».

Ese afán de superación y progreso, unido a la vitalidad de los emprendedores, es un factor importantísimo para la economía y para la sociedad, pues «alientan a otras personas que también se animan a emprender», continuó Carballido.

A partir de ahí, y en su papel de agente político, Eugenia Carballido abogó por la colaboración entre empresas e instituciones públicas y recordó que es tarea de la Administración «cuidar y encauzar ese vigor y ese entusiasmo por el trabajo». Al mismo tiempo enfatizó la necesidad de promover políticas y actuaciones que «liberen a las empresas de las grandes y numerosas trabas burocráticas actuales, favoreciendo la creación de un entorno fiscal amable», empeño, dijo, que ha distinguido siempre al gobierno de Isabel Díaz Ayuso en la comunidad madrileña.

Eugenia Carballido concluyó su intervención declarando que entre los asistentes a estos II Premios CEO del Año LA RAZÓN «se respira talento, voluntad y ánimo de progreso», unas cualidades que animó a seguir ejercitando y aumentando. Tras agradecer de nuevo la invitación, y después de felicitar una vez más a los premiados, Eugenia Carballido terminó su intervención, tras la que se pidió a los premiados en esta segunda parte de la gala que volvieran al escenario para inmortalizar el momento con la foto de familia con la que se clausuraba esta segunda edición de los premios.

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



Ignacio Herraiz, Mariano de Leonardo, Julio Dacal y José María Badía



Alberto Anaya, Laura Morales, Raquel Ochoa y Óscar Martínez



Silvia Martínez, Miguel Rovira, Natalia Atencia y Yolanda Ipa



Marta Joanmiquel y Pol Caparrós



Teresa Alonso, Mario Alayo y Lucía Alonso



Enrique Domínguez y Félix Muñoz



Flor Zafra



Rubén Galán, Diana Rotarescu, Alfonso Ovejo, Fernando Santiago, Juan Iranzo, Manuel Herranz y Jesús García



Iván Mickevicius y Nicolás Barilari



Susana Navarro, Iria Rodríguez y Miriam Illescas



Fernando Cánovas y Guillermo Lloumar



Pilar Montón, Lola Rodríguez, Luis Santiago Fernández, Cristina Reglero y Cristina Mayor



Kamal Parwani, Dhiraj Chhabria, Manmohan Chhabria y Carlos Cantera

PREMIOS CEO DEL AÑO < ESPECIAL



Amparo Cassinello, Antonio Beltrán, Josefa García y Francisco Beltrán



Almudena Gómez, María Luisa López, Sonia Luna y Cristina Costa



Merian Herrero, Meriyeny del Carmen y Alberto Cabello



Lourdes García, Ángel Mª Gil e Ianko Goirigolzarri



Ignacio Quintanilla, Ana Delia Revilla, Manuel López, Raquel Carnicero y Miguel Ángel García



Adolfo Astillero, Laura Martínez, Luis Miguel García, Marta García y Óscar Sánchez



David Rodríguez, Alicia García, Sofía Rodríguez y Marco Rodríguez



Berta Berdiel y Roger Checa



Fernando Vas, Jesús Gómez y Joaquín Ballester



Úrsula Salinas y Guillermo García



Xavier Farriols, Emilio Rousaud y Francisco Gómez



Los asistentes pudieron disfrutar de un agradable cóctel

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



Deogracias Manrique, Silvia Ledro, José García y Nicolás Ruiz



Andrés Navarro, Eugenia Carballedo y Francisco Marhuenda



Katia Robe, Macario Fernández Sr. y Macario Fernández Jr.



Ángel Jiménez, Jorge Justicia, Francisco José Hernández y Juan Rovas



Miguel Ángel Rayo, Lorena Maqueda, Miguel López y Heitor Dacosta



Laia Tirado, Pascual Ibáñez y Lorena Rodríguez



Luis Gastón, representando a Gillherme Cury



Álvaro Cabrera y Miguel Durán



Begoña Ramiro, Cayetano López Serrano, Mª Dolores Serrano y Cayetano López



Andrés Contreras



Gloria Moya, Enrique Galván y Lucía Galván



Emilia Martínez, Juan Carlos López, Alejandro López y José Joaquín Aguilera



María Garrido, Marisol Henao, Basilio Ramírez, Ana María Ramírez y María Ángeles Martínez



Fernando Santiago Ollero posa con el premio, junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

Fernando Santiago Ollero Liderazgo como servicio a la organización

Premio CEO del Año en Mediana Empresa, por su trayectoria profesional y su excelente gestión al frente de Sarot Target Group GA, S.L.P.

Fernando Jesús Santiago Ollero es conocido en muchos ámbitos profesionales y empresariales. Es presidente del Ilustre Colegio Oficial de Gestores Administrativos de Madrid (ICOGAM), presidente del Consejo General de los Colegios de Gestores Administrativos, presidente de SIGA98, empresa tecnológica del Consejo General y, además, también es fundador y CEO de Sarot Target Group GA, S.L.P.

Sin embargo, ante todo y por encima de cargos, Fernando Santiago Ollero es un líder nato. «Las organizaciones son entes sin alma. Somos las personas que formamos esas organizaciones las que, con nuestro esfuerzo y tesón diarios, aportamos humanidad y cariño en el trabajo, como en la familia», destaca Santiago Ollero.

Con esta carta de presentación, Fernando Santiago Ollero recibió el Premio CEO del Año en Mediana Empresa en la gala de entrega de los II Premios CEO del Año LA RAZÓN. Para el premiado, «el buen CEO sabe rodearse de un buen equipo, transmitiéndole su modelo de gestión, aportando y facilitando el espacio necesario para la toma de decisiones y estando ahí para lo que necesite», explica Fernando Santiago.

En un sector tan importante como el de los gestores administrativos, la persona cobra una fuerza aún mayor, tanto en el equipo humano que gestiona un buen líder como en la relación con los clientes, pues el contacto directo y sincero con unos y otros tiene un valor incalculable. Así lo destaca Santiago Ollero: «El personal quiere cariño. Si no hay cariño, aunque te remuneren bien, la relación se

va deteriorando. Y ocurre lo mismo con los clientes, a los que estás prestando un servicio. Si no se sienten respetados y queridos, acabarán yéndose. Esto no va de precio, el cliente que se va por precio no va a ser fiel nunca. Estará siempre buscando un proveedor más barato. Pero si el cliente busca

buen trato, cariño, y se lo das, estará fidelizado para siempre».

En este sentido, Fernando Santiago Ollero valora el trabajo de un líder como una habilidad, más que como un cargo. «Ser líder se puede entender como un servicio a tu organización. Pero yo lo veo como una manera de trabajar. Puedes

¿Qué aporta un buen CEO a su equipo?

► «Lo primero, es que he conseguido un grupo de trabajo que se lleva bien, que colaboran entre ellos, que se complementa a la perfección y donde no hay malos rollos. Tener la habilidad de seleccionar bien a las personas creo que es una buena aportación. Hay que tener en cuenta

que cuando llegas a una organización no eliges, ya han elegido por ti... Y que te encuentres cómodo es importante. Esa probablemente sea mi mejor aportación. Y lo segundo es dejarles trabajar, eso sí, estando siempre pendiente por si hay que ayudar», explica Santiago Ollero.

trabajar bien o mal, puedes ser más o menos duro, pero también puedes colaborar. Y el líder colabora», unacolaboración que, en el sector donde ha desarrollado su carrera profesional Santiago Ollero es muy importante, sobre todo la colaboración público-privada, una de las grandes demandas de la sociedad actual, y que Fernando Santiago está decidido a sacar adelante a través de las empresas y organizaciones en las que está activamente presente.

Liderar un equipo convencido

Fernando Santiago se considera más líder que jefe. «He conseguido contar con un equipo preparado, pero que tiene en cuenta mi opinión. Creo que creen en mí y

«Las organizaciones las formamos las personas, y debemos actuar en el trabajo como con la familia»

«Los clientes buscan recibir un buen servicio y un buen trato, y si se lo das, estarán fidelizados para siempre»

en mi opinión, no porque sea el dueño, sino por que les he convencido. Si alguien propone hacer algo de una manera concreta, primero pienso si tiene razón. Si es así, adelante; si no, procuro convencerle, pero nunca esperar que haga lo que digo por temor».

Así, Fernando Santiago ha logrado un equilibrio perfecto entre las clásicas cualidades de *potestas* y *auctoritas* de los líderes de la antigua Roma, donde la primera reconoce el liderazgo por cargo, y la segunda se basa en la autoridad intangible, ligada a la reputación. «Creo que lo bueno sería no tener nada de *potestas*, que los galones no tuvieran que salir a la palestra. Siempre que sea la excepción, está bien. Por tanto, la habilidad es saber cuándo y cómo hay que utilizar esa versión del liderazgo», explicó Fernando Santiago tras recibir el galardón.

En opinión de Fernando Santiago Ollero, un buen CEO «debe liderar con transparencia, con honradez y ética, respetando a las personas y al entorno, siendo cercano, pero, sobre todo, sabiendo anteponer el bien común en los momentos adecuados», concluye.

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



Rubén García Páez posa con el premio

Columbia Threadneedle Investments es una gestora de activos líder a nivel mundial que ofrece una amplia gama de fondos y estrategias de gestión activa en renta variable, renta fija, multiactivos y alternativos, así como capacidades especializadas de inversión responsable y un conjunto completo de soluciones a nivel global.

La compañía cuenta con más de 2.500 empleados a nivel global, entre ellos más de 650 profesionales de la inversión, de los cuales 200 son analistas basados en Norteamérica, EMEA y Asia-Pacífico. «Nuestro proceso de investigación fundamental es colaborativo, el equipo de analistas convierte la información y los datos en perspectivas de futuro que pueden añadir un valor real a las decisiones de inversión, mejorando la capacidad para obtener los resultados financieros y no financieros deseados por nuestros clientes», explica Rubén García Páez, director general en Iberia y Latinoamérica de Columbia Threadneedle Investments. Y añade: «Somos una gestora centrada en el cliente y, en el entorno actual, las relaciones con ellos son lo más importante. Nuestro objetivo principal es dar soluciones de inversión ade-

Rubén García Páez

Transparencia y cercanía

Premio CEO del Año en Gestión de Activos al director general en Iberia de Columbia Threadneedle

cuadas a las necesidades de nuestros clientes. Nuestra propuesta de inversión debe cumplir las expectativas de rentabilidad de las inversiones, pero también debe ofrecerse con mayores niveles de servicio, como transparencia en la información».

Para conseguir estos objetivos, García Páez opina que el éxito reside asimismo en la fortaleza del equipo con el que uno trabaja. «Es importante tener un conocimiento detallado del cliente y sus nece-

sidades, pero también es clave formar un buen grupo de profesionales de máximo nivel que trabajen en equipo y con un enfoque hacia el cliente. Por ello es fundamental saber delegar y optimizar el rendimiento de dicho equipo». Y remarca que «rodearse de los mejores profesionales y lograr que trabajen en equipo es determinante para lograr los objetivos marcados. Mi labor y reto es lograr optimizar lo mejor de cada profesional, porque el equipo y el am-

biente de trabajo es lo que marca la diferencia».

Y si el éxito de una empresa se basa en esta labor, el éxito de la labor desencadena, para Rubén García Páez, el haber obtenido el premio CEO del Año en Gestión de Activos. «Es un orgullo para la compañía y para todo el equipo, además de para mí personalmente, ya que confirma nuestra dedicación y esfuerzo en el mercado español desde hace 16 años, cuando lanzamos este negocio en España», aseguraba el CEO en la gala.

«Mi labor es lograr optimizar lo mejor de cada profesional, porque el equipo marca la diferencia»

«La inversión responsable puede reducir los riesgos y mejorar los resultados a largo plazo»

Columbia Threadneedle Investments abarca el mercado español, cubriendo todas las entidades financieras. De cara al futuro, persiguen el objetivo de seguir dando servicio a estas entidades y crecer en el área de inversión sostenible, inversión alternativa y de soluciones al cliente para mantenerse liderando el mercado en productos y soluciones de inversión gracias a su apuesta por ser una gestora que busca las mejores ideas de inversión a largo plazo, como en el área de inversiones sostenibles y en los fondos alternativos.

«Pretendemos ayudar a los inversores a planificar sus inversiones y su futuro aportándole una mayor confianza. En el área de las inversiones sostenibles, estamos convencidos de que la aplicación de principios de inversión responsable puede reducir el riesgo y mejorar los resultados a largo plazo de muchas empresas», afirma García Páez.

Un buen ejemplo de innovación y producto diferencial en el área de soluciones a clientes es su Servicio REO™ (Responsible Investment Overlay), que ofrece a los inversores institucionales acceso a servicios de participación, delegando el voto para poder obtener mejoras concretas y reales en el comportamiento, dirección y funcionamiento de las empresas en las que invierten.

Autorretrato

► «Me licencié en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE) y, posteriormente, hice un Máster en Marketing del ESC de Lyon. Mi carrera profesional se ha desarrollado siempre dentro del sector financiero en gestoras de fondos de inversión, todas ellas en el ámbito internacional. Comencé mi carrera como analista en Argentario (actualmente BBVA), donde permanecí dos años. Tras varios empleos, en 2006 me incorporé como director de Iberia y Latinoamérica en Columbia Threadneedle Investments, siendo responsable de liderar la instauración y el desarrollo del negocio en estos países. Además, también inicié en el año 2008 el desarrollo del negocio en el mercado italiano».

El agua, un bien tan escaso como necesario del que hasta la última gota cuenta. Pero no basta con cerrar el grifo o intentar no desperdiciarla, también se tiene que cuidar. Y este es precisamente el objetivo de la compañía ACO. Tal como reza su eslogan internacional: «ACO. we care for water». «Esta frase es la que nos define en cuanto al qué. El agua es un recurso vital para las personas y para nuestro planeta, y en ACO trabajamos para gestionarla de manera eficiente y devolverla limpia al medioambiente. Todo ello para que pueda volver nuevamente a nosotros y cerrar, así, todo el ciclo hidrológico natural. Este es el objetivo principal, por el que luchamos cada día: cuidar el agua para cuidar a las personas».

Quien nos habla es João Miguel Oliveira Antunes Rovira, CEO de ACO Iberia & South America. Aun siendo unos objetivos más que am-

João Miguel Oliveira

Empatía por encima de todo

Premio CEO del Año por su Trayectoria y Liderazgo en Soluciones Tecnológicas Avanzadas para el Tratamiento y la Gestión del Agua

biciosos y trascendentes para todos los que vivimos en el planeta Tierra, lo dice con la tranquilidad de alguien que se caracteriza por su pragmatismo y su pensamiento positivo, que le permiten perseguir estrategias diseñadas y consensuadas. Aunque no le gusta definirse, pues asegura que debería hacerlo su equipo y la gente de su alrededor, afirma que su filosofía de gestión pasa siempre por «el pragmatismo a la hora de ejecutar, la visión global a la hora de definir y la comunicación a la hora de involucrar».

También opina que la gestión de un CEO, y la suya propia, por supuesto, tiene que pasar inevitablemente por la empatía hacia toda persona que se relaciona con la empresa para poder detectar sus necesidades y poderse poner en su lugar para buscar soluciones efectivas. Pero, a la vez, esta empatía sirve para prepararse para una época revuelta como la que nos ha tocado vivir. «Siempre busco ayudar a mi equipo

a estar preparado al máximo para los retos de estos tiempos tan inciertos, pero, a la vez, tan interesantes», confirma el CEO.

Premio por la gestión del agua
Por todo ello, además de por los logros que ha provocado en su incansable labor al frente de la compañía, João Miguel Oliveira Antunes Rovira recibió el Premio CEO del Año por su Trayectoria y Liderazgo en Soluciones Tecnológicas Avanzadas para el Tratamiento y la Gestión del Agua, que se le hizo entrega en la gala CEO del Año 2023. En su discurso de agradecimiento, remarcó que «para mí y para mi equipo, este galardón representa un gran reconocimiento al trabajo bien hecho. Pero también por la apuesta que hicimos para buscar una nueva visión de la cultura empresarial, que es lo que nos permite mejorar cada día».

Y así, sin dejar el camino trazado, el CEO opina que el futuro de ACO

«Mi gestión pasa por el pragmatismo al ejecutar, la visión global al definir y la comunicación al involucrar»

«Este galardón reconoce el trabajo bien hecho y la apuesta de buscar una nueva visión de la cultura empresarial»

debe seguir hacia donde la están conduciendo, es decir, a ser una marca referente en la gestión del ciclo del agua. Todo para que cultivos, ciudades, industrias, hogares y personas sigamos disponiendo de este bien imprescindible que es el agua. «Eso solo se consigue con un profundo conocimiento del sector y talento como el que tenemos en ACO», afirma.

Más allá de los objetivos de ACO como empresa, en lo que se refiere a la índole más personal y profesional, João Miguel Oliveira Antunes Rovira quiere «seguir liderando lo mejor que pueda este fantástico equipo. En lo profesional, tal como dice nuestro eslogan: pasar de player a referente en algunos de los segmentos estratégicos que definimos, sobre todo, la reutilización del agua. Son campos nuevos, lo que te obliga a ser aún más atrevido y valiente», concluye el recién galardonado CEO de ACO.



João Miguel Oliveira, CEO de ACO Iberia & South America, con el galardón

Autorretrato

► «Soy ingeniero civil y empecé en ACO en 1999 como técnico comercial en la zona centro de Portugal. A partir de ahí, fue una trayectoria interesante con mucho aprendizaje que me permitió asumir la posición de director comercial de Iberia en 2013 y, un año

después, la de CEO de ACO Iberia, una vez fusionadas las empresas de España y Portugal. Después, se me otorgó la responsabilidad de Subgroup Manager con Sudamérica por nuestra proximidad cultural con esa región con tanto potencial».

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

«Como Country Manager de Akkodis en España, mis objetivos se centran en asentar y consolidar Akkodis como una de las empresas punteras en el mercado de la Smart Industry. En términos cuantitativos queremos doblar el tamaño de la empresa en los próximos cuatro años, lo que implica crecer en más de mil empleados y alcanzar más de 130 millones de facturación. Y ello implica necesariamente asegurar que Akkodis sea una de las empresas más atractivas en las que trabajar para el talento tecnológico, algo por lo que actualmente se nos reconoce en el sector». Estos son los objetivos del flamante Premio CEO del Año Líder en Smart Industry e Innovación Tecnológica, Luis Santiago Fernández del Valle, Country Manager de Akkodis España. «Para mí es un reconocimiento que no lo tomo como personal, sino colectivo para todo mi equipo. 2022 ha sido muy especial para todos nosotros: hemos vivido la integración de las dos empresas que están en la base de Akkodis (Akka Technologies y Modis) y el posterior rebranding y lanzamiento de la nueva marca. Y todo esto con un crecimiento orgánico de más del 20%. Claramente este reconocimiento no puede ser sino un éxito colectivo, algo que tenemos que disfrutar todos como resultado de un gran trabajo de equipo», declara.

Es por ello que una de las áreas en las que pone más atención es en la atracción del talento para asegurarse de que la empresa cuenta con el mejor equipo: «las herramientas y los procesos son muy importantes para asegurar la eficiencia y la eficacia, pero lo que realmente garantiza la confianza de nuestros clientes y el éxito de los proyectos es la calidad profesional y humana de la gente a la que subes al barco».

Akkodis es una empresa de consultoría tecnológica e ingeniería global líder de la Smart Industry que busca ayudar a sus clientes en su proceso de innovación tecnológica y transformación digital. Para ello, utilizan la tecnología, el conocimiento y la experiencia del equipo para transformar industrias y ofrecer soluciones para afrontar los más complejos retos globales que ahora se plantean.

Pero el éxito de Akkodis no es solo por el equipo y la tecnología. Luis Santiago insiste en que el éxito pasa por integrar la excelencia tecnológica con cualidades profundamente humanas: combinando eficacia con empatía. «Lohago con



Luis Santiago Fernández del Valle posa junto al director de LA RAZÓN y Eugenia Carballedo

Luis Santiago Fernández Debemos combinar la excelencia tecnológica con la empatía

Premio CEO del Año Líder en Smart Industry e Innovación Tecnológica al CEO de Akkodis España

todos mis interlocutores, ya sean clientes, colaboradores o accionistas, y eso ayuda a la hora de conseguir resultados. Y empatizar implica ponerse siempre en el lado del otro, y los temas que trato, las soluciones que propongo y los acuerdos a los que llego son siempre aquellos que yo también adoptaría

«Claramente todo esto no puede ser sino un éxito colectivo, algo que tenemos que disfrutar todos»

desde el otro lado. Eso facilita mucho la toma de decisiones y el llegar a acuerdos, porque buscas siempre el beneficio para todas las partes implicadas», declara.

El Country Manager de Akkodis España quiere convertir la compañía en un líder de la Smart Industry en España, entendiendo Smart Industry como concepto que aúna la innovación tecnológica en disciplinas de ingeniería e IT. «El crecimiento es importante, no solo como objetivo final, sino también como estrategia de consolidación de nuestra marca. Ahora mismo Akkodis es una empresa muy reconocida en el mercado nacional

e internacional, con más de 50.000 empleados, de los cuales más de 1.200 están en España. A pesar de todo, todavía hay empresas que no nos conocen, y tenemos por delante el gran reto de posicionarnos como partner tecnológico en esos mercados en los que no hemos tenido la oportunidad, hasta ahora, de darnos a conocer», dice.

«Tenemos el gran reto de posicionarnos como partner tecnológico en mercados desconocidos»

Autorretrato

► «Con formación de Ingeniero Superior Aeronáutico, al acabar la carrera empecé a trabajar en el Centro de Operaciones de la Agencia Espacial Europea en Alemania. Allí es donde empieza mi andadura en el sector aeroespacial, que continué al regresar a España. Estos primeros años trabajando en un sector de alta tecnología supusieron para mí una formación intensa que de manera natural me preparó para saltar a la consultoría de Ingeniería y R&D que arrancaba a finales de los años 90. Ya en este sector, hago una carrera como manager, donde evoluciono y conozco bien los diferentes mercados y sectores, entendiendo no solo desde un punto de vista técnico, sino también de negocio».



Francisco Marhuenda, José García con el galardón y Eugenia Carballedo

José García: el aprendizaje continuo

El CEO de ANOVO recogió el Premio CEO del Año en Economía Circular del Sector Tecnológico

ANOVO, con una trayectoria de más de 20 años superando los 1.300 profesionales de 30 nacionalidades distintas, es la empresa que lidera la circularidad de los productos tecnológicos en España y gestiona más de cinco millones de dispositivos cada año.

El objetivo de ANOVO es ofrecer soluciones innovadoras para maximizar la vida útil de los productos tecnológicos o sus componentes, minimizando los residuos

que generan, y optimizando así la eficiencia de procesos de sus clientes. «Trabajamos para que ANOVO sea una empresa más comprometida, audaz y competitiva. Somos conscientes de nuestra responsabilidad como agentes de cambio hacia un mundo más sostenible. Y sabemos que para contribuir al cambio tenemos que ser pioneros e intentar lo que nadie ha intentado para, además, fortalecer también el negocio de nuestros clientes», asegura José García, CEO de ANOVO. Por ello,

recalca, «otro de mis objetivos es el de conseguir más reconocimiento para las personas que trabajan en ANOVO y la propia compañía por el impacto positivo que generamos en el medioambiente y la sociedad».

Conocer y emprender

De carácter emprendedor tanto dentro como fuera de la multinacional, José García consigue un enriquecimiento personal y de alto impacto en la sociedad y en el medioambiente ayudando a otros emprendedores a llevar a cabo sus sueños. Así, ha participado en proyectos como Ingeniería Inversa de Operaciones, Voltio movilidad electrificante, Solintia, Acadohnia, DondeReparo.com, Love2Recycle...

Humildad, aprendizaje y formación continua; naturalidad y cercanía; flexibilidad y resiliencia; transparencia y credibilidad; orientación al cliente; circularidad; rentabilidad... son palabras que pueden definir a la perfección a este CEO que opina que las principales cualidades que le caracterizan y han potenciado su trayectoria son el conocimiento de la empresa y del sector, y la visión e

innovación para ir diseñando nuevos campos, servicios y sectores. «Trato de fomentar el equilibrio entre lo estratégico-económico, lo político-social y lo ético-moral para poder enriquecernos y guiar al equipo para la consecución de los objetivos y metas marcadas. Y trato de aportar mi granito de arena para la mejora de la vida de las personas. Para ello me esfuerzo en conseguir armonía entre los "stakeholders", dedicar un tiempo para reunirme conmigo mismo

«Hay que distanciarse del negocio para verlo con más objetividad y tener capacidad de adaptación»

«Este premio es parte de las personas que formamos ANOVO y que nos esforzamos en alcanzar la excelencia»

Autorretrato

►«Empecé muy joven, aún sin finalizar la Ingeniería de Telecomunicaciones, a trabajar en ANOVO en el año 2001 como técnico de reparación en la sede de Málaga. Al poco tiempo, y debido a mi inquietud y personalidad emprendedora, comencé a diseñar métodos y tiempos de trabajo más productivos. En 2003 me trasladé a Madrid con la misión de mejorar e industrializar el centro de reparación de la capital. De manera exponencial, y tras muchos éxitos individuales y de mis equipos, fui ascendiendo por toda la cadena de responsabilidades que se dan en una empresa multinacional e industrial: desde responsable de área hasta director general. El nombramiento como CEO de la compañía y miembro del COMEX internacional me llegó en el 2012».

para procesar la información que los demás comparto conmigo, y ponerme todos los días retos a los que enfrentarme (antes de acabar uno, debe empezar otro). También es, en mi opinión, muy importante distanciarse a veces del negocio para verlo con mayor objetividad y contar con capacidad de adaptación inmediata», comenta el galardonado.

Son muchas características en una sola persona, pero cuando se unen, el resultado es el Premio CEO del Año en Economía Circular del Sector Tecnológico. «A nivel personal, es un honor para mí recibir este galardón porque supone un reconocimiento a mi trayectoria profesional en algo que llevamos trabajando mucho tiempo pero que parece que es nuevo de hace unos años. Me enorgullece y satisface conseguirlo por todos los sacrificios en tiempo, dinero y familia que el trabajo, la formación y los viajes implican. Sin duda este premio es parte también de todas las personas que formamos ANOVO y que nos esforzamos a diario en alcanzar la excelencia en nuestros servicios y que, gracias a ello, la empresa sea líder en su sector», agradeció José García.

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

ARNAUT Fiscal & Legal es una compañía con más de 33 años de experiencia que se enfoca al ámbito fiscal y tributario en la empresa familiar. Especialistas en los territorios forales y su legislación específica, trabajan asimismo con todo el tejido empresarial: industria, agricultura, construcción, alimentación y bodegas, automóvil y servicios.

Fundada en La Rioja en 1990 por Basilio Vicente Ramírez Pascual (actual CEO), esta sociedad ha prestado sus servicios desarrollando el despacho origen en La Rioja, Navarra y País Vasco. «En realidad, estoy estrenando la dirección ejecutiva en solitario este año, ya que anteriormente compartía codirección y eso coartaba muchas decisiones que me gustaría haber tomado. Estoy, por tanto, estrenando CEO después de 33 años. Mi objetivo es liderar y conformar un equipo de profesionales capacitados en la optimización de la fiscalidad de las empresas familiares que contribuya eficazmente a hacerlas más rentables y resolver problemas como la sucesión, la

Basilio Vicente Ramírez Pascual

Ir siempre por delante

Premio CEO del Año como Referente Legal en Derecho Tributario al fundador de ARNAUT Fiscal y Tributario

venta o las crisis en general», explica Basilio Ramírez.

Actualmente, la firma ha sabido extenderse a todo el territorio (también están presentes en Marbella, Madrid y Valencia), con una propuesta de servicios sólida, basada en el modelo ARNAUT EFO (Estructuras Fiscales Óptimas) con el

que busca proteger el esfuerzo del empresario familiar para la continuidad del negocio y de la propia sociedad. «Tengo mucha curiosidad siempre, y dirijo un grupo de profesionales excelentes que son imprescindibles para crear un producto único y de valor añadido. Esto hace que nuestra organiza-

ción ARNAUT y nuestro producto EFO, sean únicos. La medición de la satisfacción de los clientes y los colaboradores es el indicativo que más utilizo. Quiero una organización feliz, cordial, responsable y eficiente, y creo que lo hemos conseguido», explica el CEO.

Conscientes de la complejidad empresarial actual, han creado una cartera de servicios que atiende a la empresa familiar desde una correcta planificación de la fiscalidad, pendientes también de la creación de empresas, reinversiones, ventas, constitución de grupos y sucesiones.

«Seguimos investigando y aportando valor al sistema del que somos creadores, ARNAUT EFO. Pero es muy importante la comunicación, por ello, todos los miembros del despacho seguiremos escribiendo trabajos. Personalmente, acabo de lanzar la segunda edición de Estructuras fiscales óptimas en la empresa familiar, y ya estamos trabajando, todo el equipo, en una actualización de la segunda edición de Ley General Tributaria, análisis de su reforma en el ámbito estatal y foral Navarro. También utilizamos mi blog

(www.basilioramirez.es) para difundir noticias, comentarios y artículos, principalmente sobre fiscalidad y economía».

Premio a un referente

Basilio Ramírez fue galardonado con el premio CEO del Año como Referente Legal en Derecho Tributario por su visión empresarial y la capacidad de actualización, dos características que le han llevado a entender la necesidad de estructuras óptimas en las empresas actuales, sobre todo las familiares. «Estas capacidades me han permitido escribir más de 14 libros y numerosos artículos, que reúnen toda la experiencia acumulada en estos 33 años, siempre un paso por delante».

Otro factor decisivo que ha hecho a Basilio Ramírez valedor del galardón es apostar por la formación permanente del equipo y el plan de crecimiento profesional de todos y cada una de las personas que forman ARNAUT. «Estamos permanentemente en formación todos nosotros. En estos momentos, yo estoy haciendo un curso en ESADE de Inteligencia Artificial en los Negocios, que des-



Basilio Ramírez posa con el galardón

«Estamos llevando a la práctica los primeros proyectos de IA en nuestro despacho, como el control de EFO»

«Tengo mucha curiosidad y dirijo un grupo de profesionales excelentes que son imprescindibles»

pués comparto con todo el equipo llevando a la práctica los primeros proyectos de IA en nuestro despacho, como es el seguimiento y control de EFO a través de IA».

Sobre el premio, Ramírez asegura que «me hace una ilusión especial, ya que es la primera vez que dirijo en solitario y estoy disfrutando mucho. Pero es una recompensa que por primera vez comparto con algunos de mis compañeros (aspecto en el que antes no me ponía de acuerdo y, ahora, en este nuevo estilo de dirección, lo compartimos todo), y los premios hacen ilusión siempre. Hoy celebramos todos juntos los logros, antes solamente lo hacía en solitario. Es un factor cambiante que también está en mi guía de dirección».

Autorretrato

►«Constituí ARNAUT Fiscal y Legal en el mes de diciembre de 1990. Soy doctor en Economía, Máster en Dirección de Fiscalidad Internacional, Derecho Tributario y Asesoría Fiscal, y Experto en Contabilidad Financiera y de Sociedades por las Universidades San Pablo CEU y Universidad

de Alcalá. Además de técnico en Prevención del Blanqueo de Capitales, Experto Contable (ECA) registrado por AECA y AECE y soy una de las primeras personas certificadas en España como Responsable de Control y Gestión del Riesgo Fiscal por ENAC».

Macario Fernández

Trabajo, trabajo y más trabajo

Premio CEO del Año en el Sector del Zinc y el Aluminio, entregado por LA RAZÓN al director de la empresa Latem y elZinc

El premio CEO del Año en el Sector del Zinc y el Aluminio fue para una persona que basa en el trabajo duro su fuerza diaria. De esta forma, fundó LatemAluminium (LATEM), dedicada al aluminio reciclado, y Asturiana de Laminados (elZinc), centrada en el zinc. Estamos hablando de Macario Fernández Fernández, que está al frente de estas dos empresas.

«Mi objetivo número uno es hacer crecer las empresas, y especialmente a LATEM Aluminium, ya que solo ha salido al mercado una pequeña parte del negocio. Durante el primer trimestre 2024 está previsto que laminemos nuestras primeras bobinas de aluminio con una plantilla inicial de unos 220 trabajadores, tras invertir 120 millones de euros en nuestra nueva planta zamorana», destaca el premiado.

Así, Macario Fernández Fernández prevé que «a esa inversión inicial, le seguirá otra cantidad similar en los siguientes años con la previsión de alcanzar, en el horizonte del año 2030, una inversión de 240 millones y la previsión de crear para entonces 550 puestos de trabajo directos en esa factoría».

Para llegar a estos propósitos, igual que pasa con todo en la vida, opina el CEO que lo primero es «tener claro a dónde quieres llegar, rodearte de un equipo que te ayude a hacer posible el alcanzar ese sitio y trabajar sin descanso para conseguir los objetivos marcados, sin olvidarse de toda la plantilla. El reto es satisfacer las necesidades de accionistas, empleados, clientes, colaboradores y demás entidades». Pero eso no se logra trabajando ocho horas y desconectando las 16 restantes. Es más un estilo de vida que un trabajo en sí, al menos para Macario Fernández. «Me levanto todas las mañanas pensando en cómo hacer más rentables las compañías. Pienso en cómo alcanzar los objetivos que me he marcado y llegar a tener empresas referentes en los sectores en los que me muevo basándome siempre en la tecnología, la energía verde y, por supuesto, en la circularidad de nuestros productos».

Un premio circular

En relación con el Premio CEO del Año en el Sector del Zinc y el Aluminio que se le concedió a Macario Fernández durante la gala de los Premios CEO del Año, el dirigente aseguró que «se trata de un reconocimiento a las empresas



Macario Fernández Fernández con el premio de LA RAZÓN

que dirijo y a todo su personal, desde el primero hasta el último. Y, por supuesto, un compromiso más que me empuja a seguir luchando como en estos 50 últimos años».

«Hay que tener claro dónde quieres llegar, rodearte de un equipo que te ayude y trabajar sin descanso»

LATEM nació con el objetivo de convertirse en un referente nacional e internacional en la oferta de aleaciones de aluminio reciclado y laminado de alta calidad, utilizando como materia prima chatarra de aluminio. El proyecto, con una inversión total prevista de 240 millones de euros, se asienta en la economía circular y en la utilización de las más modernas tecnologías para producir productos de aluminio de calidad destinados a varios sectores industriales como la construcción y la edificación, el embalaje y el automóvil, fundamentalmente.

Por su lado, elZinc lleva casi 15 años en el mercado del zinc para la construcción. Hoy en día, son uno de los principales fabricantes de zinc laminado en el mundo (el primero por calidad y por gama)

«Este premio es un reconocimiento a las empresas que dirijo y a todo su personal, del primero al último»

y están presentes en más de 50 países.

«Desde el primer día, nuestro propósito ha sido ser la referencia mundial en el sector del zinc laminado para aplicaciones arquitectónicas con la calidad y la sostenibilidad en el centro de la ecuación», apunta el CEO. Y añade para finalizar que «mi objetivo es seguir al frente de los compromisos mientras la salud lo permita, y organizar un equipo listo para tomar las riendas de las empresas para poder irme un mes de vacaciones».

Autorretrato

► «Tras el cierre de las minas en Asturias, quise empezar con un nuevo negocio en el sector de la construcción. Me lancé a la fabricación de productos metálicos para la evacuación de aguas pluviales y el revestimiento de cubiertas y fachadas. Así fundé tanto LATEM como elZinc y los consejos de administración de ambas compañías me nombraron consejero delegado. Creo que soy diferente y arriesgado. Sé reconocer las necesidades del mercado con antelación, y cuando las detecto, me dedico en cuerpo y alma al negocio, a pesar de las trabas. Además, valoro mucho al cliente: si hay que tomar decisiones importantes o duras siempre lo hago pensando en el cliente. ¿Mi filosofía? Trabajo, trabajo y más trabajo»

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

Belender es la primera herramienta que permite, en un minuto, obtener todos los datos económicos de una persona o empresa directamente de los portales de la Administración pública. «Con un simple consentimiento digital, obtenemos la renta, vida laboral, cotizaciones, deudas, censo... Todos los datos necesarios para optimizar una solicitud de financiación. A este servicio lo acabamos de bautizar como Open Admin», explica Roger Checa Olivares, CEO de Belender. Todo ello, con el objetivo de mejorar la financiación. «Imagínate que te quieres comprar una casa y no sabes si te darán la hipoteca. Dentro de poco tiempo, con Belender, tu banco podrá decirte sí o no en un minuto, antes de salir de la inmobiliaria», añade Checa Olivares.

De este modo, y gracias a la rompedora tecnología de Open Admin que ha creado Belender, mejora la experiencia de usuario, y el banco disminuye los costes y el fraude, con lo que se consigue una finan-

«Espero que Belender me permita ver si mis valores para la gestión de equipos funcionan en una gran empresa»

ciación más justa y transparente para todos.

Open Admin es un producto, es un servicio, es un nombre... ¿Pero por qué? ¿De dónde sale? «Llevamos dos años con un servicio nuevo en el mercado, siendo pioneros, y es un servicio que no tenía un nombre propio, así que decidimos etiquetarlo. Por ejemplo, cuando salieron herramientas que obtenían los datos de nuestras cuentas bancarias, las bautizaron como Open Banking o Bank Reading. Nosotros abrimos los datos de la Administración pública, obteniéndolos de forma automática y entregándolos al financiador. De ahí Open Admin», desvela el CEO.

¿Por qué Open Admin?

Belender busca ser referente en el sector financiero de este servicio que han inventado: Open Admin. «Tenemos una oportunidad inmensa, un equipo brillante y un proyecto apasionante, así que mi objetivo es aprovechar todos estos ingredientes para hacer de Belender algo muy grande», afirma el CEO, que creó la empresa durante



Roger Checa recibió el premio de manos de Francisco Marhuenda y Eugenia Carballido

Roger Checa: libertad, confianza y ejemplo

El líder de Belender recogió el galardón como **CEO del Año** en el Sector de las Fintech

la pandemia de la COVID-19 después de verse obligado a cerrar su negocio. Pocos años después, ha sido galardonado con el premio CEO del Año en el Sector de las Fintech. «Para mí, este premio ha sido una sorpresa. Aún no hemos hecho

ni demostrado nada, está todo por hacer, así que lo tomo como una palmadita en la espalda que me dice que vas por el buen camino. Para Belender, permite cierta visibilidad de nuestro proyecto, y también dar un soplo de energía al

equipo, que de este modo ve reconocimiento en lo que hacemos», aseguró Roger Checa Olivares en la gala de entrega de los Premios CEO del Año. Y siguiendo con la sorpresa que representó la nominación al galardón, Checa admite que «yo no sé si soy un buen CEO o no. Todavía gestiono un equipo pequeño, por lo que solo sé que soy bueno liderando un proyecto en su fase inicial. Espero que Belender me permita ver si mis valores para optimizar la gestión de equipos funcionan en una organización muy grande», y lo acompaña una sonrisa que lo dice todo.

Y para lograr conocer sus habilidades en grandes equipos, el destino que se han marcado con Belender es el de ser referente en Europa del servicio Open Admin. «Por ahora estamos en España, pero queremos ser el primer conector que permite a un financiador europeo obtener datos conectándonos a las administraciones públicas de cualquier país en Europa», concluye Roger Checa Olivares, CEO de Belender.

Autorretrato

►«Belender es una pequeña empresa que fundé durante la pandemia, porque esta se llevó por delante mi negocio. El mismo día que decretaban el confinamiento me vi obligado a cerrar el negocio anterior y reinventarme. Ahí nació Belender, gracias a la ayuda de business angels que confiaron en una gran idea liderada por un completo desconocido como yo.

En lo que se refiere a mi labor gestionando equipos, la baso en tres pilares fundamentales: libertad, confianza y ejemplo. Libertad para teletrabajar y para tener un horario flexible. Si el empleado tiene grados de libertad para adecuar su vida personal a la profesional, se siente más feliz y puede aportar más al proyecto. Por ello, en Belender no hay horarios ni oficinas. Confianza. Si no confías en alguien, simplemente, no debe estar en tu equipo. Por ello, a pesar de tener tanta libertad, no usamos ningún tipo de sistema de control remoto de la actividad de los empleados. Ejemplo, es decir, liderar desde el ejemplo. Soy el primero que se arremanga para solventar cualquier obstáculo. En el reparto de tareas, yo siempre «bailo con la más fea», por lo que, si asigno un trabajo a otra persona, ¿cómo va a negarse si el CEO está haciendo algo mucho más pesado?».

BESTSELLER es una empresa de moda familiar, y hoy internacional, fundada por la familia Holch Povlsen en Dinamarca en el año 1975, que dispone de una gama de más de 20 marcas, entre las que se encuentran desde las enfocadas a un estilo más casual, como Jack&Jones, JXXu Only; de carácter más afrancesado como Vila, Objetct o JDY; marcas que se centran en un público juvenil como Pieces, Nois May o Kids Only; o de alcance infantil como Name It o Lil' Atelier, entre otras. «Vendemos ropa y accesorios para todas las edades, géneros y ocasiones. Nuestras colecciones se basan en productos de moda y de calidad a precios razonables», expone Andrés Contreras, CEO de Bestseller para España, Portugal y Latinoamérica.

Actualmente, sus productos se venden en más de 9.000 tiendas en 80 países de Europa, Asia, América del Norte, América del Sur, Oceanía y Oriente Medio, y su negocio «wholesale» vende los productos a más de 17.000 tiendas multimarca y departamentales en todo el mundo. «Si hablamos de tiendas minoristas BESTSELLER, hay aproximadamente 3.000 en 32 países en todo el mundo. Somos dueños de aproximadamente 2.400 de estas tiendas, mientras que las otras son operadas por socios», explica el CEO. Además,

Andrés Contreras Experiencia multinacional

Premio CEO del Año por su Modelo de Gestión en el Sector de la Moda

el negocio cuenta con más de 6.000 tiendas en China y franquicias en los cinco continentes.

Un equipo de 18.000 personas

Detrás de esto, hay un equipo de 18.000 personas que trabajan en diseño, logística, ventas, tecnología y otras funciones. Personas comprometidas y ambiciosas con una mentalidad positiva. «Mi principal objetivo es el desarrollo de la compañía, apoyando a los diferentes equipos para que gestionen la empresa de manera autónoma con libertad y responsabilidad. Pero también con un enfoque muy importante en la sostenibilidad y en la creación de empleo», afirmaba Andrés Con-

treras en la entrevista que nos concedió en la gala en la que se le hizo entrega del galardón CEO del año por su Modelo de Gestión en el Sector de la Moda.

Un premio que agradeció en la gala celebrada en LA RAZÓN, pero que, una vez más, reconoció la labor de las personas que trabajan en BESTSELLER para su consecución. «Es un gran reconocimiento a todos los equipos que forman parte de BESTSELLER, por su increíble compromiso y dedicación a lo largo de los últimos 25 años en España».

De estos 25 años a los que hizo referencia el CEO, son 22 los que lleva él en la compañía, desempeñando distintos cargos y en distin-

Autorretrato

►«En mi familia siempre hemos tenido negocios relacionados con el textil, y fuimos el primer cliente de la compañía en España en el año 1997. Así conocí la empresa donde empecé a trabajar hace 22 años. En este tiempo, he desarrollado diferentes posiciones. He vivido en China, Dinamarca y Uruguay, desde dirección de compras y de retail, a posiciones de dirección general, hasta llegar a la actual: CEO de España, Portugal y Latinoamérica. He tenido la oportunidad de expandir la compañía en nuevos mercados, algunos con desafíos importantes y complejos. Este recorrido me ha proporcionado gran experiencia a nivel operacional y comercial. El haber vivido en cuatro continentes me ha ayudado a tener un especial entendimiento de las diferentes culturas, y una visión global de lo que significa una multinacional».

tos países, hasta que llegó a dirigir la compañía para España, Portugal y Latinoamérica. Su gestión al frente de la BESTSELLER se basa en la filosofía de dar responsabilidad a los equipos y apoyarlos cuando surgen desafíos. «Que sientan seguridad y tengan poder de decisión para poder desarrollar sus funciones y alcanzar de manera eficaz los objetivos. Hoy en día, un CEO tiene que ser bueno en la estrategia y excelente en la ejecución. Hay que tener claro lo que hay que hacer, pero es más importante saber hacerlo», aseguró Contreras.

Seguir creciendo

Tras estos 25 años, tras el premio que recibió, y haciendo referencia a esta estrategia que hay que tener clara también en el cómo, Andrés Contreras ve que el camino de BESTSELLER es seguir expandiendo todas las marcas en España, Portugal y en todos los países de Latinoamérica, y así poder seguir creando empleo de calidad y haciendo de la compañía «un increíble lugar para trabajar».

Ejemplo de esto es que en BESTSELLER «ayudamos y acompañamos a nuestros clientes durante todo el ciclo de compra, el cual puede hacerse online o de forma presencial, ya que tenemos más de siete showrooms repartidos por toda España. Y esto es porque queremos crecer con ellos, nos alegramos de sus éxitos y les ayudamos

«El CEO ha de ser bueno en la estrategia y excelente en la ejecución. Tener claro lo que hacer y saber hacerlo»

«Es un reconocimiento a los equipos que forman BESTSELLER, por su compromiso y dedicación en estos 25 años»

a seguir adelante con sus proyectos durante momentos de dificultad».

Así, para terminar, el CEO de BESTSELLER, Andrés Contreras, añadió tras bajar del escenario que su compañía «tiene un modelo de negocio diversificado y flexible para hacer frente a los cambios del sector, de este modo, BESTSELLER va camino de posicionarse en el top 3 del ranking mundial de la distribución de moda».



Andrés Contreras, CEO de BESTSELLER, posa con el premio de LA RAZÓN

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



Flor Zafra, con el premio, junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

Flor Zafra: hacer antes de contar

La CEO de Baublock se alzó con el Premio CEO del Año a la Innovación y Construcción Sostenible en Hormigón Celular

«**S**oy una persona positiva, resolutive y tenaz. Y creo que como eso es lo que soy, también se ve en mi función como directiva. Y un pequeño detalle, que no es menor: soy mujer». Así resume sus cualidades Flor Zafra, CEO de Baublock. Y añade: «primero, hacer, hacer y hacer. Y después, solo después, difundir. Debemos construir la empresa como queremos que sean las construcciones que proponemos: sólidas, desde la base, con buenos cimientos y con procesos ágiles para la toma de decisiones y, sobre todo, para implementar esas decisiones en resultados».

Y así es como Flor Zafra dirige Baublock, la empresa andaluza (que ha sido capaz de concitar inversión internacional) que quiere proporcionar al mercado de la construcción en España una solución competitiva y avanzada con la utilización de un material poco

usado en nuestro país hasta el momento: el Hormigón Celular Curado en Autoclave (HCCA).

«Queremos convertirlo en referencia constructiva en el mercado español porque aúna las tres características que lo convierten en un instrumento extraordinario: es sostenible ambientalmente, es innovador industrialmente y es muy competitivo económicamente. Sin duda, Baublock es el futuro de la construcción, y la eficiencia en todos sus ámbitos es su mayor propósito. Seremos una referencia en el sector español de la construcción con seguridad. Las características del material y su producción en España por primera vez en la historia lo harán extremadamente competitivo. La oportunidad que tenemos en el mercado es espectacular y, para consolidar estas expectativas, queremos insistir en las características del HCCA vinculadas a la sostenibilidad y eficiencia, y para ello reforzaremos nuestra inversión en I+D+i, que es una seña

Autorretrato

►«Llegué hasta Baublock en el desarrollo normal de la que ha sido mi ocupación habitual, que es la de abogada, lo que he sido siempre. La empresa me contrató de forma externa cuando aún el proyecto era totalmente definido. Supongo que el desarrollo del negocio, y mi involucración personal y profesional en el mismo, hicieron ver a los socios de la empresa la conveniencia de profesionalizar de manera estable y con una visión estratégica la dirección, y pensaron que

podía ser la persona idónea. Eso unido a que ya contaba con experiencia en el sector de las energías renovables en funciones directivas, compaginándolas con mi trabajo como abogada, hizo que aceptase la apuesta que la empresa formuló. Y aquí estoy, dirigiendo con mucha ilusión y orgullo uno de los mayores desarrollos industriales de nuestro país en la actualidad. La verdad que ha sido un cambio radical en mi carrera profesional, pero, sin duda y hasta la fecha, apasionante y estimulante».

de identidad de la compañía. Es un reto apasionante que vamos a convertir en una realidad que mejorará el ciclo completo del mercado: fabricar mejor, construir mejor y, especialmente, vivir mejor», dice.

Caminante no hay camino...

Así, por su labor al frente de la compañía, Flor Zafra recogió el Premio que la acredita como CEO del Año a la Innovación y Construcción Sostenible en Hormigón Celular. «Para mí -añade- es una grata sorpresa y confieso que me abruma. Pero está claro que aporta aún más sentido a las horas de dedicación infinitas y al esfuerzo incansable. Yo no tengo ninguna certeza absoluta de estar haciéndolo bien, siempre camino hacia delante, pero no veo la meta, y siempre cabe de la duda de si estará o no al final del camino elegido». Y es que Zafra

«Mejoramos el ciclo completo del mercado constructivo: fabricar mejor, construir mejor y, sobre todo, vivir mejor»

«Recibo agradecida este premio en nombre de todo el equipo, porque sin su trabajo sería imposible merecerlo»

dice que no conoce las características que hacen a una persona buena CEO. «Supongo que lo voy aprendiendo cada día, o eso intento». Pero tiene claro que es indispensable rodearse de un buen equipo y que es necesario identificar las mejores capacidades de cada componente del equipo y facilitar su desarrollo. Pero asegura que el premio es como un peregrino que te cruzas por esa vía y te confirma que la meta SÍ que está allí, al final.

«Te da aliento, te da esperanza, te reconforta para seguir trabajando hasta llegar. Además, este premio me da la oportunidad de agradecer el trabajo de todo el equipo de Baublock: ellos me siguen en la travesía y confían en que no voy perdida. Soy perfectamente consciente de que este reconocimiento no puede personalizarse en mí solamente. Lo recibo, agradecida, pero lo hago en representación de todo el equipo de la empresa, porque sin su trabajo y dedicación sería imposible merecerlo», declara.

Cafés La Mexicana es una compañía cafetera familiar establecida en Madrid en 1890. Importan y tuestan sólo los mejores cafés del mundo y los venden frescos y recién tostados en sus tiendas especializadas, online a nivel nacional (con entrega 24/48 horas) e internacional, a sus canales profesionales de HORECA y OCS y en Fanático, su concepto de cafetería de especialidad. En La Mexicana lo tienen claro: «La satisfacción del cliente, tanto en nuestras tiendas físicas como en la experiencia digital, es clave para nosotros; así como lo es la sostenibilidad (con prácticas cada vez más respetuosas con nuestro entorno) y mantenernos en constante evolución, explorando nuevos cafés, formatos, métodos y procesos», afirma Iria Rodríguez Cimarra, CEO de CLM.

Pero para la CEO, también es clave el legado de esta empresa con más de 130 años de historia. Para

Iria Rodríguez Cimarra Visión en el largo plazo

Premio CEO del Año por su Modelo de Gestión y Compromiso con la Calidad en el Sector del Café

ello, destaca la importancia de tener una excelente visión a largo plazo. «Es un aspecto clave para la continuidad de la empresa familiar, sin olvidar el compromiso absoluto con la misma. Asimismo, es importante generar confianza, confiar en tu equipo, y ser capaz de tomar decisiones rápidas. La visión estratégica y la empatía son aspectos que considero igualmente fundamentales», declara.

Un premio con aromas

De este modo, no es de extrañar que haya sido nombrada CEO del Año por su Modelo de Gestión y Compromiso con la Calidad en el Sector del Café. Este premio pone aún más en valor la calidad de los productos de La Mexicana. Pero para ella, personalmente, tiene algo más. «Para mí cobra especial importancia por el contexto en el que llega: venimos de dos años de pandemia, crisis logística, crisis de materias primas... y porque estos años turbulentos han coincidido

con el momento en que he sido madre pasados los 40 (en 2020 y en 2022). Lo que ha hecho que sea bastante duro, tanto física como mentalmente, mantener el nivel de exigencia necesaria. No habría podido hacerlo sin el comprometido equipo que tengo la suerte de tener, del que estoy orgullosa y con quien comparto este premio». Y añade que «la Mexicana es mucho más que un negocio, es un modo de vida. Todavía tengo mucho que aprender y aportar en proyectos a medio y largo plazo. Los buenos resultados me avalan, y mientras siga aportando de manera positiva, seguiré al frente de la empresa».

Uno de estos planes de futuro pasa, como hemos comentado, por la mejora de la sostenibilidad. «Hace años que eliminamos por completo el plástico en nuestros envíos online; nuestro packaging es 100% reciclable, y en breve verán la luz nuevos cambios enfocados a seguir cuidando nuestro

«La Mexicana es más que un negocio, es un modo de vida. Aún tengo mucho que aprender y aportar a largo plazo»

«La Mexicana y Fanático son marcas preparadas para seguir creciendo y siendo un referente en el sector del café»

entorno». Pero no se queda aquí, ya que Cafés La Mexicana busca continuar creciendo de manera sostenida, adaptándose a los diferentes momentos y formatos: cafetería de especialidad, Office Coffee Service, experiencia digital... Para ello, lanzarán próximamente un nuevo canal en el que llevan tiempo trabajando y que «no quiero desvelar aún, pero, eso sí, mantendrá intacta nuestra alma cafetera y nuestra apuesta por la calidad», asegura Iria Rodríguez. «Tanto La Mexicana como Fanático son marcas que están legitimadas y preparadas para seguir creciendo y siendo un referente en el sector del café, tanto por nuestra calidad como por la autenticidad. Llevamos más de 130 años viviendo café, y seguiremos trabajando para hacer que nuestro café fresco y recién tostado siga siendo un lujo accesible».



Iria Rodríguez, con Francisco Marhuenda y Eugenia Carballido, tras recoger el premio

Auorretrato

► «Mi vida siempre ha estado ligada a La Mexicana. Es más que un negocio: en casa vivimos el buen café con pasión, y se puede decir que el café corre por nuestras venas. Tras una licenciatura en derecho en ICADE (E-1) y formación en Organisation and Strategic Management en la London School of Economics, estuve diez años trabajando en otros sectores. En un momento en el que se aproximaba el relevo generacional y las ofertas de compra de la empresa tomaban peso, se pusieron sobre la mesa a nivel familiar las opciones de vender o

continuar. Fuimos mi hermano Álvaro y yo los que apostamos por continuar. Él ya estaba en el negocio, yo venía de fuera con una visión diferente y los ojos puestos en el futuro. Mi formación y determinación fueron claves para asumir el reto de liderar la empresa. Seguí formándome, cursé un MBA mientras me empapaba de las diferentes áreas de la empresa y, en dos años, estaba al frente. De esto hace ya 11 años y, desde entonces, no hemos parado de implementar mejoras, lanzar proyectos y de adaptarnos al mercado para crecer de una manera sostenida».

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

«Aunque Formación Carpe Diem es una empresa mayor de edad, todos los días es un reto adaptarse a las exigencias de la sociedad, siendo estas muy dispares y cambiantes. El 90% de nuestras opiniones son positivas, pero mi reto es que el 10% restante también lo sea. Nos encantan nuestros alumnos, nos apasiona la formación y cuando el cariño y profesionalidad están presentes, creo que todo es conquistable», comenta Sonia Luna.

Estas afirmaciones solo pueden venir de alguien que siente auténtica pasión y amor por su trabajo. Y así lo confirma Sonia Luna, CEO de Formación Carpe Diem. «Me encanta formar, me encanta ser transparente, íntegra y responsable socialmente, contando todas mis acciones con el apoyo de un maravilloso equipo de profesionales. Carpe Diem es fruto de mi forma de ser y podría decir que reflejo total de mi forma de ver la vida».

Formación Carpe Diem es una empresa dedicada a la impartición de cursos online con la finalidad de aportar conocimientos y capacitación profesional a través de cada una de las actividades que organiza, siendo estas cómodas de realizar y manteniendo un precio totalmente asequible. Además, posee el valor añadido de tener cursos online acreditados y reconocidos por múltiples organiza-

Sonia Luna En el detalle está la diferencia

Premio CEO del Año en el Sector de la Formación a la CEO de Formación Carpe Diem

ciones y universidades de primer nivel. A esto, se le suma la cercanía al alumno a través del acompañamiento docente a lo largo de todo su proceso formativo.

Sociedades formadas

Y es que, más allá del beneficio personal para los alumnos, en palabras de Sonia Luna, su objetivo

es «seguir aportando valores a esta sociedad a través de una formación de fácil adquisición para el público, y que las especializaciones no supongan un hándicap económico o de accesibilidad. Pienso que el bienestar de una sociedad se consigue con una sociedad muy formada. Y por supuesto todo esto debo seguir alimentán-

dolo con niveles muy altos de ilusión y pasión en el desempeño de mis funciones: soy afortunada porque he creado un puesto totalmente adaptado a mis necesidades y donde mi zona de confort la voy dilatando continuamente».

Ilusión y pasión. Una receta de la que debe salir un plato digno de las mejores mesas, ya que ha he-

cho que Sonia Luna sea reconocida con el Premio CEO del Año en el Sector de la Formación. «Agradezco mucho que LA RAZÓN me haya tenido en cuenta como candidata a este premio. No soy nada vanidosa, pero recordaré este premio cuando esté atravesando momentos duros, para que fortalezca mi espíritu otros 21 años más», afirma la galardonada.

Aun después de este premio, y quizás sea otro de sus secretos, Sonia Luna afirma que le falta mucho por aprender y que, de hecho, cada día aprende cosas nuevas. «Escucho al alumno y al equipo que me rodea, e intento tomar decisiones equilibradas y con equidad. Pero sobre todo hay que tener mucha constancia, paciencia, empatía y no tomarse los ataques de forma personal», asegura.

Y estas decisiones que toma pasan por añadir nuevas tecnologías y procesos de acercamiento a ellas a través de la Inteligencia Artificial aplicada a la educación. «Además, aunque ya tenemos muchos alumnos internacionales, quiero expandir esta área con acciones más específicas y dirigidas a una mayor internacionalización», apunta la CEO. Y añade: «puse una frase en la pared del Centro para que nadie la olvidase: «En el detalle está la diferencia». Porque hay muchas formas de hacer las cosas, pero los detalles y la calidez marcan la diferencia. Mimamos cada curso que impartimos, cada rela-

Autorretrato

«Los inicios de Formación Carpe Diem fueron muy rápidos, en el año 2002. Justo al licenciarme en Psicología comencé a dar cursos presenciales por asociaciones con temarios propios porque me inquietaba transmitir esos conocimientos a nivel general, ya que eran temas de alta sensibilidad comunitaria, como la intervención en drogodependencias, violencia de género o cómo gestionar la ansiedad. Esos cursos se repitieron durante todo el verano con mucha

aceptación y me propuse difundirlos a mayor escala. Con apoyo familiar me lancé a montar una empresa de formación originalmente dedicada a cursos relacionados con mi rama: la Psicología, y de preparación de psicotécnicos a cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado. Posteriormente, vino la ampliación al ir incorporándose otros profesionales. Actualmente nos dirigimos a más de 60 categorías profesionales».

«No soy nada vanidosa, pero recordaré este premio cuando esté atravesando momentos duros»

«Mimamos cada curso que impartimos y la relación que establecemos con el alumno»

ción que establecemos con el alumno, e intentamos que se sientan apoyados en su formación. Somos diferentes y eso es algo que puede palpase en nuestras redes sociales, en las que estamos muy presentes y nos mostramos de forma muy natural. Porque naturalidad y profesionalidad deben ir de la mano para establecer una comunicación efectiva y satisfactoria con el alumno», sentencia Sonia Luna.



Sonia Luna posa con el premio



Alberto Anaya posa con el premio

Alberto Anaya Reig Inspirar antes que mandar

Premio CEO del Año por sus Proyectos y Estrategias Innovadoras en el Sector de las Tecnologías de la Información al director general de CGI España, Italia y Latinoamérica

CGI ha sido reconocida por «Forbes» como una de las mejores empresas de consultoría de gestión del mundo. Y Alberto Anaya Reig, en los Premios CEO de LA RAZÓN, fue galardonado con el Premio CEO del Año por sus Proyectos y Estrategias Innovadoras en el Sector de las Tecnologías de la Información. Anaya quiso ampliar este reconocimiento a todo el equipo por su gran labor y a los clientes por la confianza depositada en CGI, pero también tuvo un recuerdo más personal. «Me siento muy halagado por recibirlo, es fruto del trabajo, esfuerzo y superación constante después de todos estos años. Pero también es un

reconocimiento a mis padres y a la educación que me dieron y, por supuesto, un reconocimiento a todas aquellas personas que, desde el principio, creyeron y apostaron por mí para darme esta gran responsabilidad», declaró.

CGI es una empresa de origen canadiense, fundada en 1976, que se encuentra entre las compañías de servicios TI y de Consultoría de Negocio más grandes del mundo. Cuentan con más de 91.000 profesionales a nivel mundial y presencia en más de 40 países. En España son más de 1.600 «members», lo que la sitúa como la compañía canadiense con mayor número de empleados en nuestro país. «Queremos crecer a doble dígito de la mano de nuestros más de 400

clientes (muchos de ellos del IBEX 35), y hacerlo de la mano de nuestro ecosistema de partners tecnológicos (Oracle, SAP, Microsoft, AWS, Google...). También trabajamos por cuidar y desarrollar nuestro mayor activo, el talento de nuestros «members». Y todo ello, debemos hacerlo desde nuestro compromiso con la sostenibilidad, donde CGI ha recibido el reconocimiento platino de EcoVadis», explica el máximo responsable de CGI para España, Italia y Latinoamérica.

Fuerza en todos los eslabones

Y esta visión que tiene para la empresa es de alguien que vive con el convencimiento de que todo se puede mejorar. «Donde otros ven

Autorretrato

► «Soy el resultado de la educación y los valores que me transmitieron mis padres. Entiendo la vida como un esfuerzo diario por mejorar, por aprender más cosas, por el trabajo arduo y en equipo, y sobre todo con la total concienciación de dejar un mundo mejor a nuestros hijos. Llevo trabajando más de 25 años en el sector de Consultoría Estratégica y IT Services en varias multinacionales, hasta que llegué a CGI como fruto de una fusión en España. Primero responsabilizándome de Italia, México y una parte de España, y actualmente como director general y BU Leader de CGI para España, Italia y Latinoamérica».

un problema, yo veo una oportunidad de mejora». Una persona que cree en la cultura del esfuerzo, la comunicación, en hacer partícipe a los equipos de los retos, en escucharlos y en saber delegar. «Cada día es una oportunidad para poder aprender: de tu equipo, de tus clientes... Porque al final, en la cadena, todos los elementos son importantes, y eso no debemos olvidarlo, cada eslabón es siempre el más importante», advierte. Para ello, opina el directivo, «es imprescindible tener un alto sentido de la responsabilidad, llevar intrínseca la cultura del esfuerzo, saber motivar, ser fiable, hacer sentir a cada «member» que es una parte importante del proyecto».

Por supuesto, añade, tener visión de futuro, templanza y entender que «los clientes son el centro de nuestro trabajo, de nuestro día a día, sin ellos no podríamos desarrollarnos». Y Anaya habla de futuro mientras nos encontramos en un contexto de inestabilidad mundial, saliendo de la pandemia, con inflación, los problemas energéticos, la inestabilidad geopolítica... Que han proporcionado «un escenario complejo y lleno de retos, pero también un mundo lleno de oportunidades. CGI solo puede avanzar hacia el liderazgo».

«Todos los elementos son importantes, y eso no debemos olvidarlo, cada eslabón es el más importante»

«Es imprescindible tener sentido de la responsabilidad, de la cultura del esfuerzo, y saber motivar»

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

Meriyeny del Carmen: resiliencia, adaptabilidad y decisiones

El Premio CEO del Año al Emprendimiento fue para la CEO de Grabalfa, líder en Gestión Integral de la cadena gráfica



Meriyeny del Carmen, junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballado, tras recibir el premio

Hay personas que se sienten incómodas a la hora de describirse, pero este no es el caso de la ganadora del Premio CEO del Año al Emprendimiento, Meriyeny del Carmen, CEO de Grabalfa. «Siempre me he sentido identificada con ejercer un liderazgo horizontal y participativo, centrado en fomentar espacios donde las personas se involucren y se sientan parte de los procesos de transformación y crecimiento de la empresa. Uno de los grandes retos que se asumen en el ámbito del emprendimiento por adquisición consiste en saber gestionar un período de transición en una empresa que, por lo general, tiene una cultura y unos valores muy arraigados de la gestión precedente. Es por ello que me he sentido comprometida con poner a las personas en el centro, potenciando la

formación, el desarrollo de talento y la consolidación de liderazgos internos. Asimismo, los resultados obtenidos en este periodo de gestión se deben también a mi firme apuesta por la innovación y la digitalización, aspectos que han logrado fortalecer nuestra competitividad empresarial y liderazgo en el sector», asegura.

Y con el premio en sus manos que la laureaba como CEO del Año, Meriyeny del Carmen aseguraba con humildad que «he crecido en un entorno humilde donde es muy difícil salir adelante, quizás es por ello que suelo ser muy reservada con este tipo de reconocimientos o porque, quizás, de alguna forma no me creo del todo merecedora de ello, habiendo tantas personas con muchísimo talento y sin acceso a oportunidades. Además, creo firmemente en el poder del trabajo en equipo y la colaboración colectiva. Pero en

esta ocasión, una amiga cercana me hizo ser consciente de que este premio representa mucho más que un reconocimiento a una trayectoria profesional o una meta alcanzada, representa un ejemplo para muchas personas y sobre todo para muchas mujeres jóvenes

«Este premio es un ejemplo para muchas mujeres que no han podido acceder a mis mismas oportunidades»

«Estoy orgullosa de liderar una empresa que es motor de cambio en el sector y un ejemplo de éxito»

nes que no han podido acceder a mis mismas oportunidades. Yo crecí con pocos referentes femeninos, a excepción de mi madre, y me gustaría pensar que este premio pueda ser un ejemplo y amplificar la voz, abrir nuevas puertas y generar un cambio positivo en la percepción del papel de la mujer en el mundo empresarial».

Filosofía de gestión

Grabalfa es la empresa líder en Gestión Integral de Proyectos de Packaging, que convierte en realidad los diseños de packaging de los propietarios de marca, gestionando sus proyectos desde el diseño creativo hasta la producción industrial y entrega del producto final, asegurando la consistencia de marca.

En un mundo empresarial en constante evolución, es fundamental contar con una filosofía de gestión que guíe las organizaciones hacia el éxito sostenible. Como CEO de Grabalfa, la innovación y la gestión centrada en las personas se han convertido en los pilares fundamentales de Meriyeny del Carmen para liderar con éxito en este nuevo contexto. «Nuestra filosofía se basa en la innovación y la gestión centrada en las personas, que ha llevado a Grabalfa a destacarse en el panorama empresarial actual. El enfoque en la transformación, la satisfacción del cliente, la responsabilidad social y la colaboración demuestran que una gestión orientada por valores puede impulsar el éxito empresarial de manera sostenible. Nuestro objetivo es armonizar la innovación empresarial con el bienestar de las personas y el impacto positivo en la sociedad», comenta la CEO. Y añade: «estoy orgullosa de liderar una empresa que se esfuerza por ser un motor de cambio y un ejemplo de éxito empresarial. Estoy convencida de que el emprendimiento es una fuerza poderosa que impulsa la innovación y el progreso, y estoy emocionada de formar parte de este viaje transformador».

Autorretrato

«Soy la hermana mayor de una familia humilde de Santo Domingo, República Dominicana. Crecí en un barrio conflictivo y mi madre hizo lo posible por sacarnos de ese entorno y ofrecernos una educación. Ella siempre ha estado vinculada al sector educación y nos ha transmitido la capacidad transformadora de la educación como puerta de entrada a nuevas oportunidades. Estudié Ingeniería Civil en la Universidad Autónoma de Santo Domingo, donde me gradué con honores, e inicié mi trayectoria profesional en el mundo de la gestión de proyectos de obra civil entre República Dominicana, Panamá y México. En 2009 vine a España para realizar un Máster en la Universidad Politécnica de Madrid, que me permitió completar la suficiencia investigadora. Seguidamente realicé un máster en Dirección de Proyectos, tras el que pude incorporarme al mercado laboral en España. En mi trayectoria profesional, he desempeñado puestos directivos en el ámbito de las operaciones y la gestión de proyectos, para incorporarme posteriormente al área económico-financiera, desempeñándome como Adjunto de CFO en empresas participadas por fondos de capital riesgo. En 2020, después de estudiar Finanzas Corporativas en el IE y conocer el modelo de emprendimiento por adquisición, fundé D'Ella Capital, con el objetivo de demostrar que hay formas distintas de gestionar la adquisición y operación de una empresa, y que aumentar la cuenta de resultados no está desvinculado de ejercer un liderazgo consciente, transformador y centrado en generar un impacto positivo en el entorno donde se desenvuelve. De este modo, me convertí en la primera mujer en lanzar un "search fund" en España y la primera en adquirir una empresa a través de este modelo de emprendimiento (Grabalfa)».



Nicolás Barilari, con el galardón, junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

Nicolás Barilari: siempre hacia el norte

El directivo de Finaer se alzó con el Premio CEO del Año en el Sector

Finaer es una multinacional de garantías de alquiler que cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector y más de 12.000 inmobiliarias que operan a nivel global. La compañía garantiza el alquiler de viviendas, habitaciones, locales y oficinas, y brinda un respaldo total al propietario, garantizando el cobro de su renta sin límite y sin demora, incluyendo toda la gestión legal en caso de okupación, así como compensación por daños intencionados de hasta 3.500 euros. «Finaer facilita al inquilino el acceso a una vivienda, con menos requisitos y sin necesidad de fianzas o garantías adicionales, y agiliza el proceso de selección de las agencias inmobiliarias, ampliando también su cartera de clientes con perfiles internacionales y estudiantes. Además, recientemente hemos incorporado dos nuevos servicios: el pago en cuotas de la garantía y el anticipo de renta,

con el que los propietarios pueden adelantar hasta doce meses de renta, disponiendo así de la liquidez que necesitan», explica Nicolás Barilari, CEO de Finaer, que fue galardonado con el premio CEO del Año en el Sector PropTech.

«Percibo este reconocimiento como un premio para nuestro equipo, no para mí. Uno es al que le toca sacarse la foto o subir a recibir este premio, que de alguna manera representa un reconocimiento a la buena labor de nuestra máquina, pero la máquina es el equipo. Para la empresa representa un nuevo aumento en la vara para el rendimiento y la búsqueda de la mejora continua: ahora viene el desafío de estar siempre a la altura y más allá», destacó.

Nicolás Barilari se autodefine como una persona que intenta imprimir mucha dinámica y que busca mostrar siempre con el ejemplo. «Intento ocuparme de las cosas difíciles y escuchar todas las opi-

niones, aunque esta pregunta, la de cómo soy como CEO, creo que la deberían responder los demás, nuestro equipo o los accionistas».

Lo que sí que tiene claro son las características, a nivel general, que debe tener una persona para ser un buen CEO. «Ser tremendamente realista y tomar las decisiones difíciles necesarias para cambiar la realidad cuando no es la

deseada (o la proyectada). Pero también es importante saber decir que no. Transmitir y contagiar. Lograr que cada miembro del equipo se supere año a año. Y si se logra este último punto, el resto vendrá como añadido».

Objetivos al frente de Finaer

Para Barilari, el camino a seguir de Finaer pasa por perseguir tres ob-

jetivos, siempre teniendo presente que «van cambiando según el estado de madurez y las circunstancias actuales tanto de la empresa como del contexto macroeconómico».

Hoy en día, que la empresa acaba de cumplir su segundo año de vida en España, los objetivos son, primeramente, hacer de Finaer un excelente lugar para trabajar; en segundo lugar, construir y ofrecer el mejor producto y servicio para sus clientes; y, en tercer lugar, generar beneficios. «Por supuesto que el Objetivo Marco es la expansión internacional, pero esto más que algo a buscar o perseguir, se dará como resultado natural si logramos alcanzar los tres objetivos anteriormente definidos», asegura Nicolás Barilari.

Y para llegar a conseguir todos estos objetivos, basa su gestión en unos principios bien claros y definidos: la mejora continua, el

«Un buen CEO debe lograr que el equipo se supere año a año. Y si se logra el objetivo, el resto vendrá como añadido»

«El compromiso y el esfuerzo están por encima de cualquier habilidad o capacidad, siempre»

Autorretrato

► «Licenciado en Finanzas, me especialicé en el diseño y construcción de vehículos de inversión y garantía. Durante mis años de consultoría, junto con algunos socios, diseñamos y pusimos en marcha fideicomisos de distintos tipos: inmobiliarios, financieros, de garantía... Algunos de

estos posteriormente tomaron forma de empresa. Finaer fue uno de ellos. En 2018 conocí a Óscar Lema, presidente entonces de la compañía en Argentina. Le gustó lo que estábamos haciendo, entablamos buena relación y en 2020 nos asociamos para la expansión internacional».

desacuerdo reflexivo, la meritocracia y la transparencia absoluta. «El primero, la mejora continua, establece que nunca una tarea o actividad está terminada, siempre es mejorable, perfeccionable y evolucionable. Esto hace que nuestra dinámica de trabajo sea increíblemente eficiente y productiva. El compromiso y el esfuerzo están por encima de cualquier habilidad o capacidad, siempre», añade.

Este año, en Q3, Finaer lanzará su v2.5 de Nash 21, el spinoff tecnológico por el cual los propietarios pueden cobrar su alquiler por día o por hora, maximizar las rentas de sus alquileres o anticipar hasta 24 meses de renta en un solo click. «También esperamos poder empezar operaciones antes de fin de año en México. Y para el año que viene, seguramente sumemos alguna otra banderita a nuestro mapa de Europa», augura Nicolás Barilari.

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

Jesús Gómez

La motivación del reto permanente

Premio CEO del Año en el Sector Agroalimentario al CEO de Foodiverse, una compañía de revolución saludable

Horizon 2025 es el plan que Foodiverse, con su CEO Jesús Gómez Rodríguez a la cabeza, ha elaborado para consolidarse como compañía líder en Europa en el sector de la alimentación fresca y saludable. Todo ello a través de un plan de crecimiento basado en el enfoque absoluto en el cliente, liderazgo en innovación, eficiencia y excelencia operativa, máximo compromiso con la sostenibilidad y seguridad alimentaria.

Son objetivos ambiciosos que necesitan de un capitán con las ideas muy claras. Para Jesús Gómez, la base es escuchar: «A partir de ahí, se trata de liderar definiendo y comunicando de manera eficaz unos objetivos claros, dotando a los equipos de las herramientas y recursos que ayuden a su consecución. El CEO debe inspirar pasión, compromiso y moti-

vación por lo que hacemos, y debe rodearse de un gran equipo de profesionales comprometidos y alineados que entiendan el trabajo en equipo como la clave del éxito de cualquier proyecto».

Y esto es lo que ha llevado a Jesús Gómez a ganar el Premio CEO del Año en el Sector Agroalimentario: «es un reconocimiento a

nuestra exitosa trayectoria de más de 75 años y a la dedicación de las más de 2.500 personas que formamos parte de Foodiverse. Desde nuestros inicios, hemos sido pioneros en el sector agroalimentario y hemos liderado la democratización de la alimentación saludable, lo que nos ha llevado a convertirnos en líderes en la categoría de

ensaladas listas para consumir en España, Portugal, Alemania y Suiza. Todos debemos sentirnos orgullosos por este premio, que nos da un aliciente más, un extra de motivación y satisfacción, para seguir dando lo mejor de nosotros cada día».

Foodiverse y el futuro

Productos transgresores, equilibrados y de tendencia, y todos ellos pensados y elaborados para disfrutar en cualquier momento y en cualquier lugar. Esto es Foodiverse y también es lo que ha llevado a la empresa a convertirse en una multinacional productora, comercializadora y distribuidora, especializada en los sectores agrícola y de IV gama principalmente, con presencia en España, Alemania, Suiza e Italia. «Nuestra misión es ayudar al consumidor a mantener una alimentación equilibrada, siempre de forma fácil, apetecible

Autorretrato

► **«Soy ingeniero agrónomo, pero siempre he trabajado en el sector del gran consumo y el retail. Mi primera experiencia laboral fue en el grupo DIA, como jefe de producto internacional de marca propia. En los siguientes 20 años, ejercí diferentes cargos en el área comercial y compras con**

responsabilidad internacional hasta llegar en 2007 a ocupar el puesto de director de fruta y verdura del grupo y, en 2014, director comercial de productos frescos. En 2018 me incorporé a Foodiverse, a un proyecto retador que me enamoró desde el primer momento».

y de tendencia mediante productos que pueda disfrutar en cualquier momento y lugar», explica el CEO.

De hecho, a través de su marca propia más innovadora, Freshkia, en el último año ha lanzado al mercado opciones saludables como snacks y salsas vegetales, zumos «cold-pressed» y opciones de fruta pelada lista para consumir. Junto con los platos Microfreshk, que se cocinan al vapor en el microondas en cuatro minutos y tienen un alto contenido en vegetales; las ensaladas Freshkiterráneas, que aportan un valor añadido a los lineales de ensaladas; y referencias como las primeras ensaladas César bio y vegana del mercado, ofrecen alternativas para que todo el mundo que quiera cuidarse pueda hacerlo, aunque no disponga de mucho tiempo.

«Por mi parte, me siento muy orgulloso de tener la oportunidad de liderar esta compañía y su revolución saludable, llevándola un paso más lejos cada día», asegura Jesús Gómez. Y añade: «como CEO, mi principal objetivo es impulsar nuestro crecimiento sostenible. Para ello, apostamos firmemente por la innovación y la

«Apostamos por la innovación y la sostenibilidad para ampliar nuestro catálogo de productos»

«Liderar es definir y comunicar los objetivos, dando a los equipos los recursos y herramientas que ayuden a lograrlos»

sostenibilidad para ampliar nuestro catálogo de productos saludables de la mejor calidad, aumentar la satisfacción de nuestros clientes actuales –siendo sus partners en innovación– y expandir nuestra presencia a nuevos mercados, clientes y canales de distribución, tanto a través de nuestras marcas propias Freshkia y Sun&Vegs, como con marca de distribuidor. Además, continuaremos buscando oportunidades para mejorar nuestras operaciones y aumentar la eficiencia en todas las áreas de la empresa. Queremos llevar nuestra revolución saludable a un nivel superior y acercarla aún más a los consumidores», anuncia.



Jesús Gómez, CEO de Foodiverse, tras recoger el galardón

Dhiraj Chhabria Cuidar de las personas que cuidan tu negocio

CEO de Fund Grube, se alza con el Premio Trayectoria Empresarial en el Sector Retail de la Cosmética y la Moda

Dhiraj Chhabria nació en Canarias, en el seno de una familia de emprendedores que comenzó su andadura empresarial en el año 1978 con la apertura de un bazar en el Centro Comercial Cita, ubicado en la zona Playa del Inglés, en el sur de Gran Canaria.

«De adolescentes, los domingos y días sueltos, tanto yo como mis hermanos y primos íbamos encantados a la tienda a trabajar. Tuvimos la suerte de tener cerca el ejemplo de mi padre y mi tío, dos grandes emprendedores y mejores personas. Desde una edad muy temprana, me gustó el trato con las personas, los clientes y personal de tienda, además de ver los números de las ventas (sonríe). Eso sí, ¡algunos todavía me recuerdan que ya me gustaba mandar desde muy pequeño!». Así bromeaba el CEO del Año por su Trayectoria Empresarial en el Sector Retail de la Cosmética y la Moda en Fund Grube.

Tras recibir la noticia de que había resultado ganador del Premio CEO del Año, Dhiraj Chhabria se mostró, sobre todo, agradecido: «para mí ha sido una grata sorpresa. Y más que para mí, el premio es para la empresa y el equipo que la compone. En mi caso, la persona y la empresa tiene un vínculo muy personal. Le dedico el premio, que coincide con los 40 años que cumplimos

este 2023, a todos los que han participado en nuestra historia de éxito».

Fund Grube continúa creciendo con su actual modelo de tiendas propias multimarca y de franquicias de entre 400 y mil metros cuadrados centradas en belleza, moda y complementos, manteniéndose firmes en su objetivo de convertir-

se en la mejor opción de Retail en España.

Dhiraj Chhabria cursó estudios en ADE, y completó su formación superior con un MBA en el Instituto de Empresa de Madrid. Tras numerosas y enriquecedoras experiencias en empresas de primer nivel decidió regresar a Gran Canaria, donde comenzó a trabajar

en el área de Control de Gestión en Dinosol Supermercados, una potente cadena de alimentación en las Islas Canarias.

Una vez adquirida mayor experiencia en el ámbito laboral, Dhiraj Chhabria regresó a la compañía familiar, dirigida en aquel momento por su padre. «La misión principal era profesionalizar la

compañía y para conseguirlo me puse al frente como director de Servicios Generales, puesto que englobaba los departamentos de Finanzas, TIC, Logística y Recursos Humanos. Durante años convivimos directivos familiares con no familiares (incluyendo el director general) y la empresa estaba continuamente en plena expansión. Tuve luego la suerte de liderar la expansión como director pasando de seis tiendas en 2007 a 53 en la actualidad, contando con más de 850 trabajadores. Todo ello solo en Canarias», recuerda el CEO.

Por otro lado, añade: «en 2015, los directivos familiares (mis hermanos, primos y yo) decidimos dar un paso hacia adelante y dirigir desde el consejo de administración. En paralelo, a mí me tocó liderar como CEO la construcción y comercialización del Centro Comercial Mogan Mall, en el sur de la isla, que abrió sus puertas en el año 2019».

Trascurridos los años siguiendo el proceso de sucesión propio de una empresa familiar, Dhiraj Chhabria fue nombrado presidente en funciones de Fund Grube para, más tarde, afianzar el cargo con el añadido de ser también el CEO de la compañía. «Mi misión es llegar a los objetivos marcados como compañía cada año dentro de un plan estratégico de 2-3 años, y tener contentos, en la medida de lo posible, a todos los agentes que se relacionan con la compañía:

Autorretrato

► «Para considerarme buen CEO, es imprescindible ser buena persona, trabajar por y para los demás, ser buen gestor, saber escuchar, mantenerse cerca del negocio y estar orientado a conseguir objetivos. Si tuviera que decir qué me diferencia, diría la cercanía con las personas, la visión estratégica y la experiencia en el negocio del retail. A partir de aquí, seguir

trabajando y disfrutando de este proyecto que brinda muchas oportunidades de crecimiento profesional y personal. En un futuro, me gustaría ver que hemos crecido y contribuido positivamente a la sociedad. Actualmente el 5% del beneficio de la empresa se destina a fines socioeducativos para niños a través de la Fundación Universo Unido».

«Englobar productos líderes en belleza y moda en un solo espacio solo se ve en grandes almacenes o aeropuertos»

«Dedico el premio, que coincide con los 40 años que cumplimos en 2023, a los que han participado en nuestra historia»

clientes, empleados, proveedores y accionistas».

Termina su reflexión con actitud positiva y mirando hacia el futuro: «me gustaría avanzar en la búsqueda de la excelencia de nuestro modelo de negocio actual, único en centros y calles comerciales, porque englobar productos líderes en belleza, moda y complementos en un solo espacio solo se ve en grandes almacenes o en aeropuertos».



Dhiraj Chhabria, CEO de Fund Grube, junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

«Somos lo que hacemos de forma repetida. La excelencia, entonces, no es un acto, sino un hábito». Citando a Aristóteles, Juan González Herrero resume el valor de su principal proyecto dentro de la industria del sector financiero.

La labor profesional de Juan González Herrero «nace con la necesidad de cubrir las carencias sectoriales y ofrecer unos servicios con los mayores estándares de calidad, anticipándonos a las necesidades y demandas de los clientes», declara. Un proyecto que hasta hoy ha cumplido con su propósito y superado cada una de sus expectativas. Un designio con el que, desde sus inicios hasta la fecha, ha crecido tanto a nivel de oficinas como de clientes, aportando productos de alto valor añadido, confiesa, «siempre acompañado de la transformación digital ecológicamente sostenible y socialmente responsable».

Ambición, ¿clave del éxito?

«La ambición es una fuerza impulsora poderosa que nos hace superar obstáculos, perseguir nuestros sueños y alcanzar metas aparentemente inalcanzables. Es esa chispa interna que enciende la pasión en nuestro corazón y nos impulsa a esforzarnos más allá de nuestros límites, sin embargo por sí sola no es suficiente», afirma Juan González Herrero respecto a las cosas que le motivan en su trabajo.

Este profesional define su trayectoria profesional como «apasionante». Tras estudiar Administración y Dirección de Empresas su primera inclusión en el mundo de los seguros fue como asesor financiero especializado en previsión social complementaria. «Una experiencia determinante en mi carrera profesional», confiesa al recordar sus inicios.

Así, tras años de desempeño, pasó a formar parte de una gran empresa como director territorial de seguros y pensiones en Galicia. Una era donde González Herrero asegura haber notado una gran diferencia entre el mundo del seguro y el de la banca: «Fue el primer lugar donde había un análisis más profesional y frío a la hora de decir por un producto, mientras que en la banca se trasladaba en mayor medida las bondades del banco y sus productos, sin atender demasiado a lo que necesitaba el cliente en ese momento», destacaba, donde tuvo la oportunidad de aprender

Juan González Herrero

«Certeza en la duda»

Premio CEO del Año en Servicios Financieros, responde a los valores de integridad, responsabilidad e innovación



Autorretrato

► «Soy un español algo tímido, emprendedor, con una determinación incansable y pasión por lo que hago. También soy visionario y estratégico, y cuento con el tesón de guiar a mi equipo hacia unos resultados sobresalientes. Mi enfoque se basa en la excelencia, la innovación y la búsqueda constante de oportunidades. Además, soy muy familiar, por lo que reconozco que el equilibrio entre el trabajo y la vida familiar es fundamental para disfrutar un bienestar completo. Porque para mí el éxito no se mide solamente en términos profesionales, sino también en la felicidad y el bienestar de toda mi familia».

Juan González Herrero posa con el premio

de Emilio Botín: «Debíamos tener muy claro que el servicio al cliente era lo primero», recordaba.

Tras esta amplia experiencia y capacidad de cubrir un nicho de negocio como el de los productos de alto valor añadido del ramo vida, surge el proyecto de su vida, para el que lleva trabajando más de una década.

Así, la gran trayectoria profesional de Juan González Herrero ha hecho posible su reconocimiento como CEO del Año en Servicios Financieros. «Este premio representa una validación de mi pasión por lo que hago, un sentimiento de logro y, por supuesto, una inspiración para desafíos futuros», agradece el galardonado. Así, recuerda a quienes le han ayudado a lograrlo: «Genera una enorme

gratitud para mi equipo y mi familia. Es un momento de celebración y motivación para seguir creciendo como persona y profesional».

Basados en la confianza

Cientes fieles desde los orígenes del proyecto y también personas recién incorporadas depositan su confianza en su trabajo. Como experto financiero, conoce los secretos del gran éxito, y saben que la seguridad es uno de los motores principales.

«La confianza se construye con el tiempo y requiere consistencia en las acciones y por supuesto resultados», asegura Juan González Herrero, y promete su rentable labor en el camino: «Llevamos trabajando en este proyecto más de diez años y vamos a seguir mejorando

y rentabilizando nuestra propuesta para los que ya nos dieron su confianza y los que están por llegar».

Aun así, ¿por qué destaca como CEO? Él mismo pone en valor su autenticidad: «no sé exactamente lo que me puede diferenciar del resto de profesionales que han capitaneado un proyecto, lo que sí pongo en valor es la autenticidad y la pasión, además de estar dispuesto a asumir riesgos y perseguir lo que te apasiona».

«La confianza se construye con el tiempo y requiere consistencia en las acciones y resultados»

«Otro aspecto puede ser mi mentalidad de aprendizaje, siempre dispuesto a asumir desafíos y a adquirir nuevos conocimientos y habilidades, así como conseguir ser más adaptable y capaz de enfrentarme a cualquier obstáculo con determinación», reconoce el premiado.

Así, tras su reconocimiento profesional, Juan González Herrero conoce el éxito de primera mano: «El verdadero éxito es encontrar un equilibrio entre ambición y valores, es construir una trayectoria de vida que esté en armonía con nuestros principios más profundos». Unos valores centrados en la integridad, la responsabilidad y la innovación; y una ambición en la pasión por su trabajo.



Mario Alayo posa con el premio junto a Eugenia Carballedo y Francisco Marhuenda

Mario Alayo Aparcar egos y reconocer el trabajo

INKOLAN, con su CEO Mario Alayo al frente, siempre le ha dado una importancia fundamental a la visión estratégica. Y esto es vital para una empresa que funciona como un aliado estratégico para ciudades y empresas, brindando soluciones tecnológicas personalizadas que mejoran su eficiencia y calidad de vida. «Con nuestra actividad reducimos el riesgo de accidentes laborales, incrementando la seguridad de las actuaciones en vía pública, y disminuyendo el riesgo de roturas en las canalizaciones al reducir las interrupciones del suministro de electricidad, agua, gas o telecomunicaciones», asegura el CEO. «En nuestro sector las cosas pasan a una velocidad increíble y hay que estar preparados para este futuro incierto que se nos acerca a gran velocidad».

Pero, de momento, centramos en el presente, que no es otro que el Premio CEO del Año a la Innovación Empresarial y que se ha otorgado a Mario Alayo. «Tanto yo como la empresa hemos toma-

Premio CEO del Año a la Innovación Empresarial, por su trabajo dirigiendo INKOLAN

Autorretrato

► «INKOLAN nació en 1999 en Bilbao para facilitar la coordinación de la actividad de diferentes operadores de redes de servicios públicos y gestionar sus necesidades de información, y yo participaba como consejero representando a Euskaltel. En el año 2015, con la jubilación del gerente fundacional, decidimos que

do este premio como un reconocimiento al equipo, pero es que además es verdad. Yo, que hice Ingenieros hace 40 años, soy el más torpe de la empresa en las tecnologías con las que trabajamos (IA, Blockchain, 5G, movilidad, etc.). Mi rol es crear el equipo y llevar ese trabajo a buen puerto», dice.

Y tal como agradece el premio, su gestión también se basa en el equipo. «He aprendido que cuando te rodeas de gente que es mejor

me dedicara al 100% a INKOLAN y consolidar así el proyecto a nivel nacional. A nivel personal, creo que mi carrera profesional me ha aportado una serie de experiencias y seguridades, que me motivan para salir de mi espacio de confort y entrar en terrenos de futuro que sí o sí, van a marcar la vida empresarial».

que tú en diversos temas, y montas equipos multidisciplinares y bien engrasados, todos salimos ganando, yo el primero. Debemos montar equipos basados en la confianza mutua, con gente buena. Y también reconocérselo, y saber estar a la altura cuando las cosas no salen bien. La clave es saber trabajar en equipo, y para ello hay que crearlos y alimentarlos cada día; hay que convivir y hablar, pero no sólo de trabajo, debes saber crear un clima de confianza y que todo el mundo se sienta a gusto». Pero también, asegura, hay que dar a los proveedores la importancia que tienen. «Otro tema al que le he dado mucha importancia es considerar a los proveedores como lo que son. La mayoría de las empresas los califican de simples proveedores, nosotros los consideramos Aliados Estratégicos y como tales son tratados».

El poder de la información

Respecto a las tecnologías que mencionaba Mario Alayo, INKOLAN lleva una serie de años desarrollando proyectos en estas disciplinas de futuro, con la clara intención de estar en la vanguardia. «Creemos que estas tecnologías van a suponer una gran criba en el mundo empresarial y aquel que no esté preparado a tiempo, quizás no tenga una segunda

oportunidad», prevé el CEO.

Pero más allá de en la era digital, también estamos en la era de la información. Y esta información es la que posee INKOLAN, gracias a su tecnología, y que consultan, principalmente, ingenierías, contratistas y arquitectos a través de una plataforma GIS, en constante evolución, que permite generar un único fichero con todas las redes de los operadores que forman parte de INKOLAN, en un proceso rápido y sencillo, que sus clientes

«He aprendido que cuando te rodeas de gente que es mejor que tú en diversos temas, salimos ganando»

«Queremos consolidarnos como la empresa líder en facilitar la Información de infraestructuras»

necesitan para los proyectos y obras. «Pero también pueden tener acceso a ella las ciudades e instituciones públicas que necesitan conocer las infraestructuras existentes en una zona determinada para su actividad específica. De esta manera queremos consolidarnos como la empresa de referencia en el suministro de la Información de infraestructuras de redes y servicios y ser parte del diseño de los territorios del futuro, aportando soluciones Inteligentes», explica Alayo.

Y como parece que INKOLAN va ligada a futuro, volvamos a él y veamos cuál es el que han previsto para la empresa. «El punto principal siempre ha sido consolidar y garantizar la sostenibilidad del modelo INKOLAN, manteniendo una cartera de clientes potente y equilibrada en los sectores público y privado, desarrollando una propuesta de valor acorde con la segmentación de clientes y con la gestión de los demás grupos de interés. Para ello, debemos innovar, ofrecer nuevos servicios y alcanzar un posicionamiento como referente con una marca reconocida asociada a los atributos del servicio: seguridad, tecnología, eficiencia y fiabilidad. Entendemos que estos retos nos deben colocar en un futuro próximo como una referencia Best Practice en Europa», finaliza el CEO de la empresa.

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

Autorretrato

► «Llegué a CEO de Grupo Inmark en el año 2013, tras una trayectoria profesional de casi 30 años en la compañía. Procedo del sector financiero, donde trabajé en distintas posiciones en el Banco Hispanoamericano y en Banco Pastor (hoy Santander) y en Banco NatWest (hoy Banco Sabadell). Inmark era proveedor de estudios de mercado en Banco NatWest, y mi relación con la Compañía me llevó a incorporarme en el año 1994 para desarrollar un proyecto de implantación del negocio de Banca Seguros en Caja Cantabria (hoy Unicaja) para luego iniciar mi aventura profesional con Inmark en América Latina donde fui director de la compañía. Finalmente en 2013 me nombraron CEO de Inmark en España».

Inmark siempre ha tenido una vocación de ampliar los servicios que presta, tanto en áreas de negocio como en ámbitos gráficos. Ese espíritu se mantiene en la actualidad. Y no sólo eso, sino que se ha reforzado tras el tránsito en el que se encuentra la compañía y que ha supuesto, a partir del año 2020, la entrada de nuevos accionistas que recientemente reforzaron su presencia en Inmark. Para ello, es necesario un CEO que predique con el ejemplo, como es el caso de Manuel López Hernández. «El CEO es el líder de cualquier compañía y debe ser un ejemplo para los profesionales que la componen. Estar bien rodeado por un buen equipo, motivar, innovar y atender el conjunto de los “stakeholders” son señas de identidad que tengo muy presentes en mi actuación», dice. Y añade: «es imprescindible recibir y transmitir confianza. Saber dónde se está y dónde se quiere llegar. Saber cuándo se aporta y cuándo se debe dar un paso al lado».



Manuel López Hernández posa con el galardón

Manuel López Hernández Ejemplaridad sobre todas las cosas

Premio CEO del Año en Estudios de Mercado y Outsourcing para el Desarrollo Empresarial

Inmark es una compañía que presta servicios profesionales a empresas en dos ámbitos de vital importancia: facilita información clave para la toma de decisiones e impulsa la venta de la oferta de los clientes. Desde esta doble perspectiva, los servicios se concretan en: la realización de estudios de mercado que proveen de información relevante para la toma de decisiones; la consultoría en turis-

mo; la consultoría en gestión de la innovación para la gestión de fondos de la Comisión de la UE en proyectos de I+D+i y de Género; y, en el ámbito de las ventas, Inmark desarrolla campañas para clientes, ya sea a través de equipos de venta en contact centers o a través de la realización de visitas presenciales para captar y fidelizar socios para ONGs, comercializar la oferta de instalación de paneles sola-

res en viviendas y empresas, la contratación de fibra óptica en ámbitos rurales o el seguimiento de los productos de distintas marcas ubicados en puntos de distribución.

Inmark (que el 9 de febrero cumplió 46 años) actúa principalmente en Europa y América Latina, aunque desarrolla proyectos prácticamente en todo el mundo. En España, el equipo está integrado

por 500 profesionales y, el mismo número, en América Latina. Y precisamente es el grupo de profesionales que integran la compañía lo que el CEO Manuel López cree que lo ha hecho merecedor del premio CEO del Año en Estudios de Mercado y Outsourcing para el Desarrollo Empresarial. «Soy uno más en la Empresa, aunque tenga un rol que me hace ser más visible. Este premio es para que todos los empleados de Inmark se sientan orgullosos y vean como el esfuerzo diario supone conseguir recompensas. Los últimos diez años han sido muy complicados. Este premio nos hace creernos – y ser realmente – más fuertes, y nos permite ser una empresa sostenible y atra-

«Es imprescindible recibir y transmitir confianza. Saber dónde se está y dónde se quiere llegar»

«Este premio es para que todos los empleados que trabajan en Inmark se sientan orgullosos»

vesar mejor preparados los malos momentos, que lamentablemente siempre llegan».

Presente y Futuro

Inmark está trabajando para recuperar el protagonismo que tuvo en América Latina en la década del 2000, y para incrementar su presencia en Europa, impulsando la entrada en nuevas áreas de negocio, aumentando los profesionales e impulsando que los que ya trabajan en Inmark acrecienten el sentido de pertenencia y que su desarrollo profesional en Inmark contribuya positivamente a su felicidad.

«Estamos trabajando para conseguir que Inmark sea una empresa sostenible, con un alto reconocimiento profesional en sus ámbitos preferentes de actuación, así como de un lugar en el que los profesionales tengan oportunidades de desarrollo. Tenemos objetivos muy ambiciosos, pero también tenemos los pies en el suelo. Soñamos, como casi todos lo hacen, y sabemos que la constancia, la perseverancia y la ilusión nos pueden llevar donde queramos», sentencia Miguel López.

Guillermo García Trabajar por un objetivo común

Premio CEO del Año Líder en Innovación y Diseño de Pequeño Electrodoméstico para el CEO de electrodomésticos Jata

El objetivo más ambicioso de Guillermo García es «conseguir que nuestra marca acabe siendo un referente internacional en el mercado de los electrodomésticos. Para conseguirlo, somos conscientes de que debemos ir despacio, paso a paso, pero de forma constante y firme para crear una solidez de base para el crecimiento». Y esta marca no es otra que Electrodomésticos Jata, una empresa 100% nacional y familiar, que importa producto, pero también diseña y fabrica en España, «algo de lo que nos sentimos especialmente orgullosos ya que con ello ayudamos a generar entorno y futuro. Trabajamos día a día con el firme propósito de fabricar y comercializar productos accesibles a todos los hogares, tratando de aportar el grado máximo de satisfacción en calidad de producto y servicio.

Cada decisión tratamos siempre de tomarla con visión hacia la sostenibilidad social y medioambiental», declara su CEO.

Jata es una empresa con 80 años de historia en los hogares de los españoles, donde ha ido pasando por diferentes etapas. La actual comenzó en 2017, con la apertura de nuevas instalaciones, lo que les

permitió dar un salto importante en el desarrollo y crecimiento de la marca. «Jata inicialmente nació con la fabricación de planchas (de planchar) y cafeteras. Posteriormente, se especializó en todo tipo de electrodomésticos de cocina. Con el paso de los años, fuimos abriendo el abanico de productos, y hoy no queremos enfocarnos en

una sola familia, sino avanzar en cada una de ellas y lograr lo que ya hemos conseguido en los productos de cocina», apunta Guillermo García.

Siempre atentos al mercado

Para ampliar este abanico de sectores en los que quiere incidir Jata, no solo es necesario buscar en el mercado los mejores productos, sino también crearlos. Así pues, la innovación y el desarrollo de nuevos productos, aunque difícil en un mercado tan maduro (y, sobre todo, caro para empresas con un predominante mercado nacional), para Jata es indispensable para poder acercarse a la sociedad lo que el mercado reclama y necesita.

Como ejemplo de esto, y mirando solo los últimos años, en 2020 lanzaron su propio purificador de aire de lámparas UVC (JEGA) para luchar contra la COVID-19 y cualquier otro virus, desarrollado por

Jata y fabricado en España. U otro ejemplo, este lanzado en 2022: la plancha de asar SENSES. O este 2023 con el JATA DRYER, «un producto disruptivo de patente nacional, que fabricaremos aquí y presentaremos el próximo otoño y que seguro marcará un antes y un después en muchos hogares», afirma el CEO.

Equipo motivado

La gestión de Guillermo García al frente de Jata se basa, especialmente, en hacer una buena labor de equipo, trabajando la motivación y la interrelación de todos los componentes para buscar un objetivo común. «Conseguir liderar a un equipo mediante la confianza. Conseguir que la gente trabaje con satisfacción y sentimiento de pertenencia. No solo trabajar hacia un objetivo común, sino que ese objetivo también se haya trabajado entre todos. Y a pesar de que ese objetivo conlleve un esfuerzo extra, se entienda y se acepte de forma natural. Con un equipo cohesionado y enfocado, los objetivos van llegando». Pero añade una matización: «evidentemente, conseguir esto no es sencillo y hay que trabajar a diario.

Autorretrato

► «Mi oportunidad para ser CEO de Jata llega con la jubilación del anterior gerente de la empresa y con su confianza para formarme durante dos años para coger las riendas de la compañía según acababa mis estudios. Comencé en 2010 y llevo 11 años liderando la compañía. Creo que

soy capaz de entender y sacar lo mejor que tiene todo mi equipo, dándoles ideas, herramientas y, sobre todo, confianza. Intento pensar siempre que puedo aprender cada día algo de cada uno de ellos, e intento hacer que mis compañeros piensen lo mismo de ellos mismos».

«Trabajamos día a día con el firme propósito de fabricar y comercializar productos accesibles»

«Este premio nos anima a seguir creciendo y esforzarnos en desarrollar nuevos productos»

Y no digo que yo lo consiga, pero sí que me esfuerzo, e intento poner medidas y acciones para ello».

Pese a esta modestia, parece que Guillermo García lo consigue la mayor parte del tiempo. Testigo de ello es el Premio CEO del Año Líder en Innovación y Diseño de Pequeño Electrodoméstico que recogió. «Este premio representa el reconocimiento del esfuerzo diario para seguir avanzando. Tanto para mí, como para el equipo y para la empresa, nos anima, más si cabe, a seguir esforzándonos, a seguir creciendo y desarrollando nuevos productos y mercados», concluye el CEO de electrodomésticos Jata.



Guillermo García posa junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



Félix Muñoz con el galardón posa junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

Son varias las características que me diferencian de otros CEO. La primera es el conocimiento que tengo de la compañía: llevar 20 años en ella y haberla creado favorece contar con un conocimiento muy profundo de Entelgy Innotec Security. Además de crear esta organización, he desempeñado multitud de roles en ella. Cuando comencé, solo dos personas formábamos el equipo, así que, o me implicaba en todas las áreas del proyecto, o no crecía. Por eso, podemos decir que fui el primer director de recursos humanos, consultor senior, junior, el personal de administración, y un largo etcétera. He participado en selección, en retención, en temas de ventas y preventa, en estrategia, en marketing, en negocio internacional e, incluso, en ejecución de proyectos. Estar implicado en cada aspecto te permite llegar a más bajo nivel que otras personas y tener una opinión muy cercana sobre tu propio proyecto», explica Félix Muñoz Astilleros, CEO de Entelgy Innotec Security.

Principios difíciles

Los inicios son muy difíciles pero, si los aprovechas para aprender mucho, puedes llegar, como nuestro protagonista, a ser CEO del Año en el Sector de la Ciberseguridad. «Este premio representa

Félix Muñoz Astilleros 20 años liderando la ciberseguridad

Premio CEO del Año en el Sector de la Ciberseguridad al creador de la compañía Entelgy Innotec Security

más de dos décadas de luchas, de problemas, de alegrías, de tristezas. Representa un reconocimiento a la labor de un equipo directo muy unido, pero aquí no termina nada. Esto no es un colofón, es un punto y seguido. Este tipo de galardones nos animan a mí y a toda la compañía a seguir adelante con el proyecto que hemos creado. Yo soy una pieza en todo esto. Tengo claro que sin el resto de los compañeros no hubiéramos llegado donde estamos», asegura el CEO.

Entelgy Innotec Security es una empresa de ciberseguridad y ciberinteligencia que nació en el año 2002. Hoy se posiciona como la principal compañía de servicios de ciberseguridad en España (la mayor de capital privado español) y una de las primeras referencias en el mercado latinoamericano. Con más de 600 profesionales altamente cualificados, da servicio en la actualidad a más de 250 organizaciones, entre las que se encuentran las principales compañías del IBEX 35, así como los

Autorretrato

► El 20 de septiembre de 2002 decidió crear Entelgy Innotec Security (que en ese momento se llamaba Innotec System) y terminó siendo el CEO de la compañía. «Previamente trabajé en consultoría. Antes de que existiera Entelgy Innotec Security, en las empresas en las que había desempeñado mis funciones me impliqué en proyectos de ciberseguridad. Es ahí donde me comenzó a apasionar el sector. Tuve la oportunidad de crear un proyecto personal porque veía que las empresas que había en ese momento, todas ellas grandes compañías, se focalizaban mucho en crecer, pero al final perdían su personalidad. Mi objetivo inicial era crear una organización diferente a las que había en ese momento y tratar de que nunca perdiera su esencia», declara el premiado.

organismos públicos españoles e internacionales de referencia como son la OTAN, ONU, OEA e INCIBE.

Llegar hasta este punto se ha conseguido gracias a mucha dedicación y pasión. Como explica Félix Muñoz Astilleros, «esto de la ciberseguridad y de la empresa no deja de ser un hobby y, cuando trabajas en lo que te gusta, inviertes muchas horas en que salga adelante. Personalmente tengo esa capacidad de no rendirme nunca. Creo que las cosas se hacen en base al esfuerzo, a las ganas y a trabajar bien».

Pero las empresas tecnológicas tienen que ser muy dinámicas para seguir el paso (o avanzarse) al entorno en constante evolución de un mundo que no para de cambiar. Por ello, la pregunta: ¿hacia dónde quiero avanzar? siempre

«Tengo esa capacidad de no rendirme nunca. Creo que las cosas se hacen en base al esfuerzo»

«Yo soy una pieza en todo esto. Tengo claro que sin los compañeros no hubiéramos llegado donde estamos»

está en la mente de los dirigentes de este sector. «Mi objetivo como CEO de Entelgy Innotec Security es seguir siendo un referente en España y empezar a crecer de una forma muy sostenible en otros países para convertirnos en un referente a nivel internacional. Hay diferentes mercados muy potentes, en algunos ya tenemos huella, implantación y oficinas, como en Latinoamérica desde diferentes países. Hay otros mercados muy interesantes en los que queremos trabajar, como el europeo. Es hacia allí hacia donde queremos ir en los próximos años», comenta.

Sin embargo, este objetivo nunca debe entrar en conflicto con la esencia de una empresa. Como añade el CEO de Entelgy Innotec Security, «a pesar del crecimiento, queremos mantener nuestra cultura de gente joven, alegre, implicada. Queremos mantener un buen equipo técnico y de profesionales que quieren llegar a más», sentencia.

Factorenergía es una comercializadora de energía integral que suministra electricidad y gas natural tanto a empresas como a familias, con atractivos precios y con un servicio al cliente cercano, eficaz y transparente. La compañía, fundada en el año 1999 por Emilio Rousaud Parés, es la primera comercializadora de energía independiente nacida en el mercado liberalizado en España.

Y 24 años después, el mismo Emilio Rousaud ha sido nombrado CEO del Año en el Sector Energético. «El premio CEO del Año lo viviría como un reconocimiento a mi trayectoria profesional, al hecho de haber sido pionero en la liberalización de un sector que hace unas pocas décadas era un oligopolio, y también un cierto reconocimiento por nuestra contribución por avanzar en la transición energética de España. Asimismo, el premio también representará un reconocimiento a los miles de clientes que desde hace años han depositado su confianza en Factorenergía».

La compañía, que proporciona actualmente electricidad y gas natural a miles de hogares en todo el territorio nacional, es, desde sus

Emilio Rousaud: Liberalización, transición energética y AI

Pionero en España, el fundador de Factorenergía recibió el Premio CEO del Año en el Sector Energético

inicios, una gran impulsora de políticas de eficiencia energética y de lucha contra el cambio climático. En este sentido, representa a productores de energías renovables, comercializa energía renovable certificada por la CNMC y trabaja activamente para impulsar la transición energética promoviendo la movilidad sostenible y el autoconsumo. Y es que uno de los principales objetivos de Rousaud como CEO es «contribuir de manera sig-

nificativa al proceso de transición energética, porque es imprescindible promover cambios que garanticen el futuro de nuestros hijos. A través de Factorenergía quiero promover el cambio a una generación de energía más limpia, sostenible y respetuosa con nuestro planeta».

Pero igual que en la vida, más allá del qué, es importante el cómo. Y para Emilio Rousaud, un CEO debe trabajar desde «la ho-

Autorretrato

► «Estudí la carrera (Lic&MBA) en la escuela de negocios ESADE, y mis primeros pasos profesionales los di en un grupo multinacional del sector comunicación, en el que al cabo de pocos años ya ocupaba el cargo de CFO. Fui consciente de que había llegado a una posición de confort, en la que ya no aprendía y mi trabajo se hacía tedioso, una situación que no satisfacía mis inquietudes; entonces una casualidad me llevó a descubrir que se estaba liberalizando el sector eléctrico y despertó el emprendedor que todos llevamos dentro. Así fue como nació Factorenergía en el año 1999, como un proyecto pionero, ya que fue la primera comercializadora independiente nacida en el mercado liberalizado en España».

nestidad, el liderazgo, la visión de futuro, la toma de decisiones y promover la innovación para facilitar la adaptación de la organización a un entorno cambiante. Estas características son básicas para el desarrollo del cargo de CEO, que debe ser capaz de crear, motivar y liderar la organización en el camino para alcanzar sus objetivos y metas».

Así, su filosofía de gestión se basa en tres pilares fundamentales: la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia. «La innovación es fundamental en un mundo en que el cambio acelerado es la norma, adaptarse a los cambios, adoptar las nuevas tecnologías y promover la innovación interna en la propia actividad es clave para el éxito de Factorenergía y de cualquier organización. La sostenibilidad es una parte de la misión fundacional de Factorenergía y algo imprescindible para la sociedad. Es prioritario impulsar la transición energética promoviendo la eficiencia, la generación renovable, el autoconsumo y la movilidad eléctrica: en ello nos va el futuro de la propia especie humana. Y la eficiencia en la gestión entendida como la administración responsable de los recursos es un pilar esencial de una excelente gestión, que sirve al objetivo de poder ofrecer al consumidor un precio competitivo», explica.

Nuevos retos

Uno de los principales motivos por los que Emilio Rousaud fundó Factorenergía fue trabajar para avanzar en la liberalización del sector energético, que hasta el año 1999 era un oligopolio en el que el cliente no tenía poder de decisión real. «Así es como puse en práctica mi visión en favor del empoderamiento del consumidor, la cual sigo implementando a día de hoy».

Superado con nota este escollo inicial, y, ahora, con un futuro muy marcado por la disrupción que está provocando la IA, en global pero también en el sector energético, Emilio Rousaud piensa que es un momento muy estimulante en el que conviene adaptarse para maximizar sus beneficios y minimizar los impactos negativos que la implantación de esta tecnología pueda conllevar. «Sin duda va a ser un reto tanto para las empresas como para el conjunto de la sociedad. Pero Factorenergía seguirá avanzando para convertirse en el mejor aliado de los consumidores y del conjunto de la sociedad española en un camino hacia un futuro energético más sostenible y limpio», asegura.



Emilio Rousaud posa con el premio junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



Pascual Ibáñez posa con el galardón junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

Pascual Ibáñez «El punto fuerte de INSCA Group es la excelencia»

Premio CEO del Año en Soluciones para el Sector Cerámico al directivo de esta empresa valenciana que fabrica toda clase de equipamiento comercial

INSCA Group es hoy uno de los mayores grupos españoles de equipamiento comercial y mobiliario para empresas. Actualmente cuenta con cuatro divisiones: Inscas, InscasShops, Inretail y Kontorstil. Trabaja en más de cien países, y dispone de capacidad industrial y logística propia.

Su historia es la historia de un emprendedor, Pascual Ibáñez Bodí, quien en 1978 abrió una pequeña carpintería en Vila-real. «Mi padre siempre ha tenido una gran visión del negocio y el apoyo de mi madre. En los años 80 un fabricante de azulejos le pidió un soporte para poder mostrar con comodidad los azulejos, y fue entonces cuando inventamos el primer expositor de azulejos de todo el mundo», reconoce Pascual Ibáñez hijo, CEO de INSCA.

«Han pasado ya 45 años desde que abrió aquella pequeña carpintería, y desde el primer momento siempre tuvo claro que la calidad sería nuestro valor diferencial. Y así es y ha sido siempre, por eso, cuando es INSCA, se nota», comenta orgulloso el actual CEO.

A día de hoy, INSCA es considerada la mayor empresa en soluciones expositivas de materiales de construcción del mundo. Actualmente cuenta con un equipo de casi doscientos profesionales de distintos sectores: arquitectura, interiorismo, ingeniería, carpintería, pintura, logística, montaje, entre otros. Además de contar con departamento de diseño, de desarrollo técnico, I+D+i; así como una planta de producción, centro logístico y equipo de montaje propio. «Nosotros ofrecemos la mayor

gama de soluciones para que cualquier fabricante o distribuidor que desee exponer materiales de construcción lo haga de una manera excelente», añade.

Pero no solo se queda aquí, ya que en plena expansión, INSCA fue creando distintas divisiones.

La primera, InscasShops. «En el año 2013 nos dedicamos al equipamiento comercial a medida para primeras marcas, franquicias y grandes almacenes de los sectores del retail y la restauración». En 2017 crearon Inretail, su primera marca nativa digital que comer-

cializa exclusivamente por internet equipamiento para pequeños negocios y minoristas. Por último adquirieron Kontorstil, una empresa con más de 30 años de experiencia en la distribución de mobiliario para oficinas, distintas colectividades y espacios contract.

Un CEO cercano y exigente

Pascual Ibáñez es un hombre que cuando hace algo, lo hace bien y da todo de sí para ser el mejor. «Nací en el seno de esta empresa familiar, y casi sin quererlo me hice gerente. Cuando mi padre me propuso el puesto junto a mi hermana Carmen Ibáñez, dejé mi vida en Londres para venirme con el sentido de la responsabilidad que exige un puesto así», declara.

Desde el primer minuto, sabía de la responsabilidad que asumía en cuanto fue nombrado para el cargo. «Gestionar una empresa no es fácil. Es muy complicado. De las decisiones que se tomen depende la vida de muchas familias». A lo que añade: «al principio no fue fácil. Ya había una estructura creada, pero yo sabía que para crecer, seguir siendo líderes y competitivos, tenían que cambiar algunas cosas, aunque mantener otras muchas. Lograr el equilibrio no es sencillo».

Y en eso justo se quiso focalizar: el equilibrio. Una de sus primeras acciones fue la de crear un nuevo equipo que liderase las áreas clave, con trabajadores propios y talento nuevo. Siempre sin olvidar ese componente esencial que es el de «ser una empresa familiar. Esa esencia nos define. Somos un equipo de casi doscientas personas comprometidas e implicadas en la compañía».

Un premio muy especial

Por su trayectoria, LA RAZÓN premió a Pascual Ibáñez con el Premio CEO del Año en Soluciones para el Sector Cerámico. «Para mí este premio significa reconocer el trabajo y el esfuerzo de todos los que formamos esta gran familia. Las personas son el alma de la empresa. La confianza de los clientes, la implicación y perseverancia del equipo y el servicio de los proveedores nos han permitido estar donde estamos, así que me enorgullece decir que el premio es de todos».

Considera además este premio como una piedra para el futuro. «A nivel empresarial tengo el desafío de seguir liderando la transformación de la empresa para crecer de manera ordenada, con agilidad y con capacidad para afrontar nuevos retos empresariales».

INSCA Group, un crecimiento continuo

►En INSCA el foco lo tienen puesto en la mejora continua, tanto a nivel interno como en el servicio a sus clientes. «Aplicamos la metodología Lean en nuestros procesos y promovemos valores como la igualdad y la inclusión. Tenemos un plan de expansión que está vivo

para crecer de manera ordenada y adaptarnos a los cambios, y estamos en pleno proceso de digitalización de la compañía, además de haber hecho una fuerte apuesta por la sostenibilidad. La mayor parte de nuestra energía es renovable y la madera de origen sostenible».



Ángel María Gil, junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo, tras recoger el galardón

Ángel María Gil Castresana: experiencia y personas

Premio CEO del Año por su Excelencia en I+D+I para el Sector Lácteo y Bebidas Vegetales por su trabajo en Iparlat

Ángel María Gil Castresana es licenciado en Ciencias Químicas y Física, y se incorporó a Iparlat como director de Compras, Planificación y Logística, después de su experiencia previa en multinacionales del sector del automóvil trabajando en la Dirección de Operaciones y Dirección de Calidad durante muchos años.

Cuando habían pasado 13 años, Iparlat le presentó la oportunidad de asumir otras direcciones y jefaturas, asumiendo así nuevos retos profesionales y seguir participando en la mejora de los procesos internos y externos de la organización como director de operaciones y gestor de grandes cuentas, rol que lideró durante más de cin-

co años hasta que le ofrecieron la Dirección General de Iparlat. «Mi trayectoria profesional en Iparlat se basa en un largo camino de dedicación, compromiso y profesionalismo, donde la promoción interna y confianza depositada en mí han permitido que evolucione a nivel personal y profesional, teniendo la oportunidad de seguir dando lo mejor de mí en mi puesto, velando en todo momento por el éxito del negocio y aportando mi conocimiento en el sector de más de 20 de años en toda la cadena de los procesos, desde el ganadero hasta el cliente final», explica Gil Castresana, que fue nombrado CEO del Año por su Excelencia en I+D+I para el Sector Lácteo y Bebidas Vegetales.

«Para la empresa, este premio es

una muestra de que estamos haciendo bien las cosas, es un premio de todos y para todos. Como director general puede ser un reconocimiento que te da fuerza para seguir afrontando nuevos retos en este mercado tan desafiante y tan exigente», comenta.

De hecho, uno de sus principales objetivos al frente de Iparlat es el diseño, planificación y ejecución de estrategias que garanticen el rendimiento y la competitividad del negocio. «Además de mantener y afianzar nuestras relaciones comerciales garantizando la viabilidad del negocio y demostrando nuestra competitividad y calidad en todas nuestras áreas y procesos. Todo esto, velando por que cada paso que demos a todos los niveles organizativos y opera-

cionales continúen alineados con nuestro objetivo empresarial y que se orienten a la consecución del éxito comercial y desarrollo de negocio con nuestra misión y visión como base», detalla el director general. Todo ello para «seguir avanzando como hasta ahora, obteniendo buenos resultados y cifras de negocio, manteniendo el equipo unido y cohesionado. Seguir trabajando por la referencia

«Es necesario tener equipos comprometidos donde todos miran y apuestan con ilusión por el proyecto»

Autorretrato

► «Describirse uno mismo siempre es algo complejo. Creo que mi conocimiento del sector y del mercado, así como mi capacidad de análisis y visión a futuro es algo que me ayuda a enfrentar este entorno tan dinámico y cambiante. Estamos sujetos a un mercado en constante movimiento, por lo que la capacidad de adaptarse y de toma de decisiones en entornos de incertidumbre es necesaria para liderar con éxito en el sector. Son muchos años en él y eso ayuda a controlar y gestionar las áreas estratégicas. En mi caso, al haber trabajado en diferentes departamentos durante tantos años, es positivo para poder aplicar ese conocimiento y experiencia adquirida».

como empresa en el sector de la alimentación y seguir creciendo a futuro con nuestros clientes».

Y para seguir afianzando y consolidando el proyecto Iparlat, más allá de la formación, conocimiento y experiencia, que en principio se puede dar por hecho, Ángel María Gil Castresana destaca el equipo como algo imprescindible, porque las personas «son el pilar para el buen funcionamiento de cualquier producto y/o servicio, por eso es importante tener la capacidad de poner el foco en los diferentes profesionales que integran los equipos de trabajo y velar por el desarrollo de las competencias profesionales necesarias para continuar ofreciendo un producto y servicio de calidad a todos los niveles», opina el CEO. Y añade: «es necesario contar con equipos de trabajo comprometidos donde los profesionales miran y apuestan con ilusión por el proyecto con una misión y visión compartida. En esta cuestión la calidad del liderazgo es fundamental, porque ser un ejemplo y un referente para los demás es clave. La confianza, la cercanía, la integridad y la colaboración es fundamental para lograr la excelencia a todos los niveles y los compromisos adquiridos por la organización».

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

Paso corto y vista al frente es la filosofía que marca la gestión, y podríamos decir la vida, de Jorge Justicia, CEO de JOKERBET. «Los grandes objetivos han sido grandes fracasos en mi vida profesional. Mi experiencia me ha llevado a definir estrategias de corto y medio plazo con planes muy concretos e inmediatos, porque mirar muy lejos y pasarse las semanas persiguiendo un objetivo a largo me ha hecho descuidar equipos, clientes y proyectos aparentemente menores».

JOKERBET es la enseña de Grupo Veramatic, un grupo de empresas almeriense que nace en 1986 al albur de la regulación del juego en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Hoy día, JOKERBET es una opción de entretenimiento elegida por más de 10.000 clientes diarios que visitan sus más de 200 establecimientos repartidos por 16 provincias, así como digitalmente a través de su web y su app. «JOKERBET somos un gran equipo de más de 900 personas con un objetivo común: ofrecer entretenimiento de máxima calidad, con la última tecnología y bajo parámetros de juego responsable y sostenible», apunta Jorge Justicia.

Y todo ello se ha construido a base de poner el foco en pequeños proyectos que van construyendo el negocio. Así han logrado batir presupuestos, ganar cuota de mercado todos los años y tener una rotación de personal muy baja, «porque nadie se pierde en expectativas infinitas», asegura el CEO. Pero también admite que «esta filosofía tiene un riesgo fundamental: que el éxito te anestesia. Si de forma constante se van consiguiendo metas, se cae en lo que yo llamo la rutina del éxito, es decir, se normaliza batir números cada mes y se pierde el efecto de satisfacción en los miembros del equipo. Así que es importante, de vez en cuando, alzar la vista al frente y compartir con ellos una visión más estratégica, para que entiendan el camino que estamos recorriendo juntos».

Sobre si hay unas cualidades indispensables para ser un buen CEO, Jorge Justicia afirma tener dudas, ya que el sector, la estructura accionarial, la posición en el mercado y los retos estratégicos de cada compañía marcan necesidades de liderazgo muy distintas según el caso. De lo que sí que es consciente es de cómo gestiona él «el hecho de ejercer de CEO», remarca. «Es imprescindible el encaje con mi equipo de trabajo y para ello procuro ro-

Jorge Justicia Paso corto y vista al frente

Premio CEO del Año en el Sector del Ocio y el Entretenimiento por su labor al frente de JOKERBET



Jorge Justicia, tras recibir el premio, junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

dearme de gente que tenga aptitudes distintas a las mías; que piense distinto que yo y así aporte un valor diferencial; y que trabaje sin red de seguridad, tomando decisiones con libertad y sin miedo a errar o fracasar, porque tenemos asumido que el error y el fracaso son el entrenamiento para el éxito».

Y paso corto y vista al frente, en este caso, para recoger el Premio CEO del Año en el Sector del Ocio y el Entretenimiento. «Este premio significa que algo estamos haciendo bien. Competimos en un mercado muy complejo y contra grandes multinacionales, pero aquí

estamos, con casi 40 años de historia y siendo galardonados con este premio, que se materializa en mi persona, pero que yo recojo como orgulloso miembro de un equipo humano formidable que lo ha hecho posible, desde los dueños de la compañía, por dejarme volar, hasta el último de mis compañeros, que tiran de este carro todos los días», declara.

Futuro macro y micro

Sin ser muy amigo de los grandes planes, Jorge Justicia asegura que JOKERBET debe conseguir dar una oferta de máxima calidad a sus clientes en todos los canales

«Si se cae en la rutina del éxito se normaliza batir números y se pierde el efecto de satisfacción»

«Recojo el premio como orgulloso miembro de un equipo humano formidable, que tira del carro todos los días»

Autorretrato

►«Siempre he estado ligado a este sector. Desde nuestra pequeña empresa familiar (que con un enorme esfuerzo y sacrificio sacó adelante mi madre durante trece años desde que falleció mi padre), a mi paso por una gran multinacional española del sector, desempeñando diversas responsabilidades en finanzas y operaciones durante seis años. En 2016 me incorporé a Grupo Veramatic, con quien venía colaborando desde el año 2013 tras mantener un encuentro casual en una reunión con uno de los propietarios de la compañía. Lo que comenzó como un proyecto para poner en marcha apuestas presenciales en Andalucía, acabó, tras muchísimas horas de duro trabajo y viajes, en el lanzamiento simultáneo de las apuestas presenciales y de nuestra unidad online con la nueva marca JOKERBET. Todo ello se gestó en menos de quince meses, y no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional de los dueños de la compañía y de un fantástico equipo de trabajo que aún me acompaña en esta aventura, y espero que por muchos años».

de atención. Para ello, deben impulsar la digitalización y la adopción de nuevas herramientas de inteligencia artificial, la calidad en las operaciones, la formación y desarrollo interno y la implantación de la filosofía del trabajo sin red. «En lo personal, voy a tratar de dedicarle un poco de tiempo a mi familia. Acaba de llegar a nuestras vidas nuestra hija Daniela, hace muy pocos días, así que este verano voy a tratar de disfrutar con mi esposa Eva y mis dos hijas, Eva y Daniela, que se merecen mucho más tiempo y atención de lo que en estos últimos tiempos les estoy pudiendo dedicar», concluye.

Guilherme Cury Silva Un compromiso global más allá del medioambiente

CEO de JTI: Premio CEO del Año por su Compromiso con la Sostenibilidad en el Sector Tabaquero



Guilherme Cury Silva, que no pudo acudir a la gala, envió un vídeo de agradecimiento por el premio recibido

Saber liderar es indispensable para ser un buen CEO, pero cómo hacerlo es lo que distingue las diferentes maneras de gestión. «Para mí, liderar implica inspirar con el ejemplo y ser capaz de movilizar a un grupo de personas muy heterogéneo en torno a unos valores y unos objetivos comunes. Flexibilidad, visión de futuro, integridad, empatía, comunicación efectiva, capacidad para tomar decisiones difíciles, saber delegar... La lista es larga. Sin embargo, destacaría como algo imprescindible la autenticidad», asegura Guilherme Cury Silva, CEO de Japan Tobacco International (JTI). Pero añade que «la autenticidad requiere valentía y un compromiso genuino con los cambios que quieres ver en tu organización; es el único camino para una transformación que tenga efectos a largo plazo».

JTI es la división internacional

del grupo Japan Tobacco (JT), dedicada a la fabricación, comercialización y venta de productos del tabaco. El clúster JTI Iberia está integrado por los mercados de España peninsular, Islas Canarias, Portugal, Andorra y Gibraltar. En todos estos lugares, la compañía mantiene un fuerte compromiso con la economía, el empleo, el medioambiente, la cultura y toda

la cadena de valor del tabaco, y, tras once años consecutivos certificada por el Top Employers Institute, JTI volvió a situarse este año entre las diez mejores empresas para trabajar del país.

JTI y la sostenibilidad

Como compañía socialmente responsable, hace muchos años que JTI trabaja con objetivos de sostenibilidad

en todos los ámbitos corporativos. «Sabemos que liderazgo y sostenibilidad son, hoy por hoy, dos caras de la misma moneda». Así, desde el punto de vista de la protección del medioambiente tratan de minimizar el impacto de su actividad, promoviendo prácticas comerciales respetuosas con el entorno y que den respuesta a la creciente demanda social de

productos más sostenibles. «No obstante, en JTI entendemos la sostenibilidad como un compromiso global que va mucho más allá de reducir nuestra huella medioambiental. Ser sostenibles es contribuir a la economía, impulsar la industria y agricultura local, velar por la estabilidad del sector, favorecer el empleo de calidad, crear entornos de trabajo seguros y justos, apostar por la innovación para satisfacer las necesidades de nuestros consumidores y hacer negocio de una manera responsable», detalla Silva.

Y este compromiso global ha hecho que las miradas se fijaran en JTI y en su CEO, que fue galardonado con el Premio CEO del Año por su Compromiso con la Sostenibilidad en el Sector Tabaquero. «Es un auténtico privilegio ser embajador del compromiso que JTI mantiene con la sostenibilidad y saber que, juntos, podemos contribuir a crear empresas más respetuosas con el entorno. A nivel personal, y como padre de dos niños pequeños, pienso que todos los esfuerzos que realicemos hoy serán el valioso legado que ellos recibirán mañana. No hay mayor motivación que esa».

Cambios desde la base

JTI cuenta con el mayor centro de producción industrial de tabaco que existe actualmente en España, ubicado en Tenerife, y buena parte de las inversiones y mejoras que han realizado en la fábrica en los últimos años han tenido como objetivo convertirla en un centro productivo más eficiente y sostenible, apostando por el uso de energías renovables y por reducir al máximo las emisiones de gases de efecto invernadero. «Hemos acompañado todas estas acciones con campañas de sensibilización internas, ya que la implicación del equipo ha sido fundamental para acometer estos cambios con éxito. Pero como nuestra apuesta por la sostenibilidad es transversal a toda la organización, hemos ido adoptando cambios en nuestra mentalidad y en el desarrollo de estrategias para convertirnos en una compañía más sostenible», explica.

Algunas de estas mejoras, como sustituir las botellas de plástico en las oficinas por envases reutilizables, constituyen pequeños gestos; y otras, como renovar la flota de vehículos de su red comercial por coches o patinetes eléctricos han tenido un mayor calado. «Pero todas ellas son importantes y necesarias», concluye Guilherme Cury Silva, CEO de JTI.

Autorretrato

►«Nací en Brasil, pero mi trayectoria profesional me ha permitido vivir en muchos países y acercarme a diferentes culturas y realidades. De alguna manera, siento que pertenezco un poco a todos esos lugares que me han ayudado a construir mi proyecto profesional y familiar. Esto, sin duda, es uno

de los aspectos más satisfactorios de trabajar en compañías que operan a nivel global. En 2005 me incorporé a JTI y he ocupado distintos puestos de responsabilidad en las áreas de marketing y ventas en Ginebra, Sudáfrica, México y en varios mercados en Asia. En el año 2020 asumí la dirección general de JTI Iberia,

un reto muy ambicioso ya que en nuestro clúster conviven más de 850 formas distintas de pensar, tantas como colaboradores, un total de 28 nacionalidades diferentes y cuatro generaciones. Estoy convencido de que esta diversidad constituye una de las mayores fortalezas de nuestra compañía».

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

KOSMOS GROUP, la empresa dedicada a la consultoría, proyectos, instalación y mantenimiento de sistemas de seguridad y protección contra incendios, quiere consolidarse como referente en el sector. Para conseguirlo, su CEO, Mariano de Leonardo, tiene claras las herramientas de las que dispone su persona para guiar este barco. «Mi pasión por el aprendizaje continuo –asegura– me ayuda a ser consciente de la importancia de saber escuchar a las personas que me rodean, y aprender de ellos y de ellas. Creo en el trabajo en equipo, y en lo importante que es saber delegar. Procuro aplicar lo que aprendo y he aprendido hasta hoy para dirigir mejor la empresa: experimentar, equivocarme y aprender de mis errores forma parte necesaria de ese proceso, que me permite saber leer las situaciones y poder tomar decisio-

Mariano de Leonardo

Las personas en el centro

Premio CEO del Año en el Sector de la Seguridad y Protección Contra Incendios al CEO de KOSMOS GROUP

nes, a veces arriesgadas, para poder dar lo mejor y crecer».

Mariano de Leonardo opina que un CEO debe ser un líder, alguien capaz de detectar e identificar el

talento de cada persona para colocarla en el puesto donde mejor se sienta y desde el cual pueda dar lo mejor de sí misma. «Un líder lleva a su equipo a lo más alto, sabe

que el talento diverso aporta riqueza. Sabe escuchar, delega por confianza, genera ilusión, fomenta la unión, el respeto y el compromiso. Muestra y demuestra una enorme resiliencia. Un buen CEO también pone el foco en la innovación y en la formación continua propia y de su equipo. Es un líder que participa activamente en su sector, está al día y comparte conocimiento», afirma.

Y tan alto ha llegado el equipo que su entrenador ha sido nombrado CEO del Año en el Sector de la Seguridad y Protección Contra Incendios. «Debo decir que, más que un premio para mí, este es un premio para todos los integrantes de KOSMOS GROUP. Es un éxito del equipo, de todas las personas que han contribuido y contribuyen cada día a consolidar nuestra empresa como un referente en el sector. Personalmente, me siento orgulloso. Es un reconocimiento a un trabajo bien hecho, y un in-

centivo para continuar por este mismo camino y, si cabe, para hacerlo aún mejor. En nuestro 20 aniversario, es la guinda al pastel de nuestra celebración», añade el galardonado.

20 años más

Si 20 años han dado para esto, los próximos 20 quién sabe lo que darán. Como comenta Mariano de Leonardo, «el futuro, como bien sabemos todos, y más después de haber pasado una pandemia, es incierto». Pero las líneas maestras están marcadas, y estas pasan por seguir apostando por el equipo, mejorar la formación y ser más competitivos, finalizar la digitalización empezada y seguir creciendo para convertirse en un referente a nivel nacional. «Hace tres años abrimos nuestra primera delegación en Palma de Mallorca. A causa de la pandemia, han sido años complejos, pero la experiencia ha sido muy enriquecedora. Nos ha



Mariano de Leonardo, con su Premio LA RAZÓN CEO del año 2023

Autorretrato

►«Desde joven viví el espíritu de empresa con mi padre, que tenía un pequeño negocio de construcción. Hasta 2002, desarrollé mi carrera profesional en el mundo de la banca corporativa, donde aprendí cómo funcionan las grandes empresas. Llegó un día en que decidí hacer un cambio y reorientar mi carrera hacia el mundo de la empresa. Se nos

ofreció la oportunidad de comprar la cartera de clientes de una pequeña firma del sector seguridad y protección contra incendios. Con una furgoneta de segunda mano, cuatro colaboradores y mucha ilusión empezamos KOSMOS GROUP. Los primeros años fueron bastante duros. Teníamos mucha ilusión, ganas de aprender y de hacer bien las cosas,

aunque muy pocos recursos. Con mucho tesón y empuje, poco a poco fuimos creciendo y haciéndonos un nombre en el sector. Hemos ido aprendiendo de nuestros errores, de nuestros proveedores, de escuelas y empresas especializadas y, cómo no, de la experiencia de las personas que se han ido incorporando al equipo».

«Experimentar, equivocarme y aprender forma parte necesaria del proceso, para poder dar lo mejor y crecer»

«Es un éxito de todos los que contribuyen a consolidar nuestra empresa como un referente en el sector»

dado argumentos para, en el futuro a corto plazo, seguir viendo opciones para exportar nuestra forma de hacer a otras comunidades». Y añade: «el equipo KOSMOS GROUP lo conformamos medio centenar de profesionales con talento y experiencia, personas con gran orientación de servicio al cliente. Es nuestra prioridad que se sientan a gusto y orgullosos de trabajar en nuestra empresa. Sólo con un gran equipo seremos capaces de afrontar los retos que tenemos por delante».

Además, el CEO quiere impulsar su participación y la de KOSMOS GROUP en aquellos foros, asociaciones y otras entidades que divulguen las buenas prácticas para favorecer una profesionalización del sector. «Es una labor que creo absolutamente indispensable hoy en día. La seguridad de las personas es y ha de ser nuestra máxima prioridad», concluye.

Álvaro Cabrera: Siempre en construcción

Premio CEO del Año en Consultoría Estratégica de Marketing Digital por su contribución capitaneando MioGroup

«**C**or una parte, debo mantener la senda de crecimiento que el grupo consigue año a año, así como la rentabilidad en la última línea que nos garantice el poder seguir invirtiendo en nuestros proyectos futuros. Para este objetivo es fundamental la retención del talento, que es nuestro bien más preciado; y la innovación, para seguir siendo un socio relevante para nuestros clientes. Por otra parte, también tenemos el objetivo de seguir incorporando de forma inorgánica nuevas compañías que aporten capacidades a nuestro portfolio, pero integrarlas de forma que se aprovechen las sinergias, que se consiga una cohesión entre

los equipos, que no se pierda el valor diferencial de las empresas adquiridas... Es el otro gran reto al que me enfrento como CEO». Así define sus deberes al frente de MioGroup el CEO Álvaro Cabrera.

MioGroup es una consultora de marketing y ventas, constituida por un ecosistema integrado de especialistas en estrategia, data, creatividad y performance. Están cotizados en BMR Growth y son un grupo internacional con sedes en Madrid, Barcelona, Lisboa, Miami, Medellín y Ciudad de México.

Cercanía con el cliente

Álvaro Cabrera cree que no existe una fórmula magistral para ser un buen CEO, sino que depende de la organización y de las personas.

También opina que sus capacidades de gestión están ligadas a su trayectoria en diferentes cargos directivos en empresas de todos los tamaños. «Creo que esa diver-

«Representa un gran logro para mí y para nuestra empresa, y es una motivación para seguir trabajando»

«Mantener la cercanía, tanto con los clientes como con el equipo, son dos aspectos fundamentales»

sidad me da una visión muy amplia de cómo funcionan, se interrelacionan y se desarrollan todas las partes de una organización. Me siento igual de cómodo hablando con un director financiero que con un ingeniero del equipo de I+D». Pero algo que sin duda diferencia a Cabrera es su pasión por estar cerca de los clientes. «Me encanta hablar de su negocio y buscar formas creativas para ayudarles con sus retos», explica.

Y esta manera de ver el trabajo debe ser acertada, ya que Álvaro Cabrera recibió el Premio CEO del Año en Consultoría Estratégica de Marketing Digital. En su discurso de agradecimiento aseguró que el galardón le anima a seguir por la misma senda. «Antes de nada, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a LA RAZÓN por el premio. Es un gran honor para mí y para todo MioGroup recibirlo por el trabajo que hemos realizado. Representa un gran logro para mí y para nuestra empresa, y es una motivación para seguir trabajando y mejorar en todo lo que hacemos. Nos llena de orgullo que nuestro trabajo sea reconocido por uno de los principales medios

de comunicación del país y nos inspira para seguir innovando y creciendo como empresa», dijo.

MioGroup se encuentra en un momento francamente interesante. Siempre ha hecho gala de ser una compañía muy dinámica, que se enorgullece de hacer las cosas de forma diferente y que tiene una fuerte cultura empresarial de empresa familiar que cohesiona al equipo. Pero hoy, el grupo ha adquirido un tamaño significativo, ha salido a bolsa y se ha expandido geográficamente. «En definitiva, se ha hecho mayor. La filosofía de mi gestión pretende mantener esa cultura y los principios que nos han permitido llegar hasta donde estamos, pero adaptándolos a una nueva organización que tiene unas necesidades diferentes que nos exigen nuestros clientes y accionistas. Creo que la clave para conseguirlo está en la comunicación. Mantener la cercanía, tanto con los clientes como con el equipo, son dos aspectos fundamentales», añade el premiado.

Además, tienen claro que quieren seguir siendo la punta de lanza en lo que a innovación se refiere. «Siempre hemos estado creando nuevos territorios dentro de nuestro mercado. Queremos seguir siendo una empresa que se apoye en los datos y en la tecnología, pero que se fundamente en el talento de las personas, que simplifique la vida de nuestros clientes y les aporte soluciones que realmente impulsen su negocio. Tenemos que ser flexibles y saber adaptarnos a lo que nos depara el futuro, pero manteniendo los pilares fundamentales que han cimentado el éxito y crecimiento de la compañía», concluyó Álvaro Cabrera.



Álvaro Cabrera, tras recoger el premio

Autorretrato

►«Mi llegada a MioGroup se debe a un cúmulo de afortunadas coincidencias. A lo largo de mi trayectoria, tanto educativa como profesional, he ido coincidiendo con personas de gran talento que han llegado, además, a ser grandes amigos. Todas estas personas acabaron confluyendo en MioGroup, donde han creado y desarrollado un proyecto increíble. Aunque, por circunstancias vitales yo no me pude incorporar al equipo en las etapas iniciales, sí que he podido ver muy de cerca toda la

evolución y, en cuanto me fue posible, no dudé ni un momento que quería embarcarme en esta aventura. Eso fue hace algo más de tres años, cuando llegué para crear y dirigir MIO Consulting, la compañía que integra los servicios de estrategia, procesos y datos. Tras nuestra salida a bolsa, hicimos una reestructuración para hacer frente a los nuevos retos estratégicos que queríamos abordar y, por ello, a principios de 2022 asumí la responsabilidad sobre todo el negocio del grupo en España».

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



El CEO de Nueva Cocina Mediterránea junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

Luis Miguel García de Andrés Entender el negocio

Premio CEO del Año a la Innovación y Calidad en Alimentación Saludable: IV y V gama al CEO de Nueva Cocina Mediterránea

Grupo Nueva Cocina Mediterránea nace en 2002 con el objetivo de ofrecer soluciones alimentarias mediante la creación de productos de 5ª gama caseros y de calidad para mantener la dieta mediterránea, cubriendo todas las necesidades de alimentación rápida y saludable de sus clientes. «Nuestro objetivo fundamental es seguir creciendo en la línea de productos de 5ª gama mediante la innovación, lanzando nuevos productos, y manteniendo nuestra estrategia original, que es la estrategia de diferenciación basada en la calidad, donde prima el producto acompañado de la optimización en factores productivos y técnicos», detalla Luis Miguel García de Andrés, CEO de Nueva Cocina Mediterránea, que este año ha sido condecorado como CEO del Año a la Innovación y Calidad en Alimentación Saludable: IV y V gama. «Recibir un premio como este me refuerza en la

idea de que las cosas se están haciendo bien, y generamos más confianza aún en el proyecto que hemos emprendido. Para la empresa es más importante todavía, ya que se premia a todo un equipo de personas que luchan cada día por dar lo mejor, y uno siente el orgullo de liderar a un gran equipo que es capaz de conseguir estos reconocimientos. Es un gran elemento motivador», aseguraba el CEO tras bajar del escenario en el que recibió el galardón.

RSC en todos los ámbitos

Grupo Nueva Cocina Mediterránea, tal como explicaba su CEO, basa gran parte de su éxito en la calidad de sus productos y en las personas, ya sean las que trabajan ahí, los clientes o la sociedad en general. Por ello, tratan de aplicar los criterios de responsabilidad corporativa en todas sus acciones. «Hemos crecido mucho en otros ámbitos, pero mantenemos el servicio de comidas a domicilio para

mayores totalmente alineada con nuestra estrategia de RSC, elaborando menús diarios que cubran las necesidades nutricionales de los usuarios y que les permita disfrutar de una buena comida. Los valores que impregnan la gestión de la empresa se basan en la calidad y el servicio al cliente como elemento fundamental, a la vez que apostamos permanentemente por la innovación, el lanzamiento de

Autorretrato

►«El origen de Nueva Cocina Mediterránea se encuentra en la Pastelería Luis Miguel, que mantiene unos ajustes y sinergias estratégicas similares con la alimentación envasada de 5ª gama, donde, en ambas, la calidad y el servicio eficiente al cliente son factores clave para el éxito, siendo el

nuevos proyectos y la incorporación de talento; siendo la base fundamental las personas que participan en el proyecto», dice.

Para ello, según Luis Miguel García de Andrés, es imprescindible entender muy bien el negocio y el entorno, tanto general como sectorial en el que se desarrolla, para, a partir de ahí, «tener una visión de hacia dónde queremos ir, para fijar los grandes objetivos y estrategias,

cliente siempre el centro de la empresa. Conocer el negocio desde la base y haber sido fundador de la empresa, a la vez que su CEO, ayuda a tener esa visión detallada y, al mismo tiempo, poder tener la perspectiva general necesaria para anticipar las necesidades venideras».

y que ese mensaje llegue a todos los miembros de la empresa. Es importante saber escuchar y establecer un ambiente de colaboración y confianza con tu equipo».

La estrategia del Grupo Nueva Cocina Mediterránea combina el crecimiento y la diversificación teniendo como base fundamental la calidad del producto, la innovación y la rapidez para adaptarse a las tendencias alimentarias y tecnológicas.

«Uno siente el orgullo de liderar a un gran equipo que es capaz de conseguir estos reconocimientos»

«Nueva Cocina Mediterránea avanza para convertir los productos de 5ª gama en un referente»

En los últimos años, la empresa ha tenido un gran crecimiento y han realizado un importante esfuerzo inversor y en contratación de personal en todos los departamentos. Por tanto, al mismo tiempo que siguen esa senda de crecimiento, han de consolidar su estructura organizativa y establecer sistemas dinámicos y flexibles que generen información en tiempo real de todo cuanto pasa en la empresa para ser capaces de tomar decisiones rápidas y eficaces en todos los niveles.

El aumento de la capacidad productiva les coloca en disposición de poder seguir suministrando productos de manera ágil y eficiente al cliente y con la máxima calidad. De este modo, apostarán por el lanzamiento de nuevos productos y nuevas marcas adaptados a los gustos de los consumidores. «En estos momentos, nuestro crecimiento fundamental está llegando a través de las grandes cadenas de distribución alimentaria, y esta es la línea de negocio en la que nos vamos a enfocar, sin olvidar el canal hostelería, que también está teniendo un gran crecimiento. Nueva Cocina Mediterránea ha de seguir avanzando para convertir los productos de 5ª gama en un referente, y también en la cocina del futuro. Con platos cocinados con ingredientes de calidad y elaborados conservando el sabor artesanal con las últimas innovaciones gastronómicas», concluye.



Junto al premio, Fernando Cánovas, CEO de Padel Courts Deluxe

Fernando Cánovas: Valores, esfuerzo y liderazgo

El máximo ejecutivo de Padel Courts Deluxe es **Premio CEO del Año Líder en Construcción de Pistas de Pádel**

Si cuando el río está revuelto, las ganancias son para los pescadores, en épocas de crisis es cuando los verdaderos emprendedores salen a la luz, cambiando por completo de zona de confort y embarcándose en aventuras que se transforman en apuestas ganadoras.

Esto es lo que le pasó en 2010 a Fernando Cánovas que, ante la crisis de la construcción que acaecía en esos días, y siendo arquitecto de profesión, tuvo que buscar nuevas maneras de hacer frente a la vida. «Con el ánimo de buscar opciones de negocio, surgió la oportunidad de crear una empresa dedicada a la fabricación y distribución de pistas de pádel», re-

cuerda el actual CEO de Padel Courts Deluxe. «Desde ahí hemos crecido y desarrollado el producto hasta convertirnos en la empresa con mayor capacidad a nivel mundial en la fabricación de pistas de pádel».

Yes que no por poco los premios CEO del Año los reciben auténticos maestros en su profesión. Así, Fernando Cánovas se alzó con el Premio CEO del Año Líder en Construcción de Pistas de Pádel. «Este premio es, sin duda, un reconocimiento al esfuerzo del equipo que tenemos detrás de Padel Courts Deluxe y que en muchas ocasiones tienen menos visibilidad que nosotros mismos. Nuestro objetivo como empresa, y tras la fusión con Greenset, es convertirnos en empresa líder del

sector de deportes de raqueta a nivel mundial», anuncia.

Padel Courts Deluxe ha desarrollado un importante crecimiento internacional y pretende llevar el «made in Spain» a todos los rincones del mundo. Está ubicada en Granja de Rocamora, en la provincia de Alicante, en una parcela de aproximadamente 12.500 metros cuadrados. Allí se encuentran las oficinas centrales de Padel Courts Deluxe y una fábrica dotada de la última tecnología que ofrece una capacidad de fabricación, trazabilidad y seguridad inigualables en el mercado.

Pero para ser el líder, no solo es necesario tener un buen producto y un servicio a la altura de este, es seguir desarrollando e innovando para que, cuando la competencia

ello, y por sus certificaciones de validez global, Padel Courts Deluxe es una garantía de calidad a nivel mundial.

Un líder global

Fernando Cánovas está al frente de este referente de la fabricación de pistas de pádel, y lo hace con el objetivo fijado en las personas que componen la organización. «Quiero, y siempre he querido, generar un entorno de trabajo digno para el personal, siendo justo y equitativo con el trabajo que cada uno de los que componen el equipo desarrolla. Pero también para que cada uno de ellos puedan tener una conciliación familiar como es debido», asegura el CEO. Y todo

«Es un reconocimiento al esfuerzo del equipo, que a veces tienen menos visibilidad que nosotros mismos»

«Nuestro objetivo es convertirnos en líderes del sector de deportes de raqueta a nivel mundial»

Autorretrato

► «Hay una frase que define un poco lo que pretendo como CEO de Padel Courts Deluxe: “Anticiparse es el poder más importante. Los perdedores reaccionan, los líderes se anticipan”. Por otro lado, mi despacho siempre está abierto para el personal del equipo, si bien vamos creciendo y tenemos que delegar ciertas tareas, para mí es súper importante ser accesible al personal que trabaja en el proyecto», asegura el máximo ejecutivo de una empresa que es referente en su sector.

ello lo rige bajo tres características que Cánovas cree que todo buen CEO debe tener: liderazgo, empatía y confianza en el equipo que lo rodea. «Para mí, un CEO no es un jefe. Un CEO tiene que ser un líder que transmita valores y esfuerzo de forma constante», explica.

Y debe ser un planteamiento correcto a juzgar por el crecimiento que ha tenido la empresa en poco más de diez años. «Como he comentado antes, quiero que a Padel Courts Deluxe se la reconozca como líder mundial en instalaciones de pistas de pádel, y que nuestra marca siga marcando hitos en la industria del pádel y de nuestro deporte», confirma.

Por el contrario, en el terreno personal, Fernando Cánovas no mira tan lejos, sino que prefiere saborear los buenos tiempos que está viviendo. «Por el momento, no me planteo planes a largo plazo, disfruto con lo que hago todos los días, viendo cómo aquella empresa creada con mucho sudor y más esfuerzo va abriéndose camino en un sector en el que nuestro principal propósito es conseguir que se industrialice y se profesionalice».

consiga llegar donde estás, se encuentre con que tú ya hace tiempo que te has ido. Por ello, Padel Courts Deluxe ha apostado por la investigación y el desarrollo dentro del producto, y ofrece una fábrica centrada en las últimas tecnologías, como la automatización a través de la robótica. Por todo

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



Antonio Beltrán,
CEO de Walki
Plasbel, tras
recibir el premio

ble es, sin lugar a dudas, tener un conjunto de profesionales con talento y motivación. Y todo esto, sin olvidar la sostenibilidad, ya que debemos poner nuestro granito de arena en esta transición que estamos viviendo», declara.

Valores y visión

Este crecimiento y consolidación de Walki Plasbel, junto con su apuesta por la sostenibilidad, han hecho merecedor a Antonio Beltrán del Premio CEO del Año por su Compromiso con la Economía Circular en el Sector de los Envases Plásticos. «Para mí, representa un gran orgullo y un reconocimiento al esfuerzo de estos últimos diez años, también de todo el equipo que me ha acompañado. Han sido años muy complicados, durante los cuales hemos reinventado la empresa en varias ocasiones para llegar a ser lo que hoy somos», analizaba cuando recogió el premio. Y, preguntado por cómo lo ha logrado, aseguraba que «mi labor como CEO destaca por dos características: por un lado, los valores, porque creo que no se puede ser un buen líder y dirigir un equipo si no se tienen unos principios morales que marquen tus actuaciones, que definan la cultura de la empresa y que definan el futuro de la compañía. Por otro lado, destacaría también la visión estratégica: es muy complicado triunfar y liderar una compañía de éxito si no se es capaz de ver más allá».

Pero también es necesaria, dice, la capacidad de esfuerzo y profesionalidad, y la capacidad de delegar. «Cuando se tiene un gran equipo detrás, lo más inteligente es dejarles espacio para crecer como profesionales y tomar sus propias decisiones de gestión. Centrándome en aspectos estratégicos de la compañía y en el desarrollo de negocio es como más valor puedo aportar en estos momentos», afirma Beltrán.

Y estos planes de futuro pasan por consolidar la posición de Walki Plasbel en el mercado del packaging flexible sostenible, potenciando el cambio de estructuras no reciclables a estructuras reciclables, con las innovaciones que están lanzando al mercado, como las soluciones MDO para envases alimentarios monomateriales, o las soluciones en base papel para envase alimentario.

Antonio Beltrán Primero, los principios morales

Premio CEO del Año por su Compromiso con la Economía Circular en el Sector de los Envases Plásticos

Walki Plasbel es una empresa de origen familiar que actualmente forma parte de un grupo internacional finlandés llamado Walki, con plantas en toda Europa, cuyo propósito es liderar la transición dentro del sector hacia envases sostenibles con cero residuos por medio de la innovación y uso de nuevos e innovadores materiales. «Dentro de nuestra filosofía entendemos que no existe un material único en materia de sostenibilidad que se adapte a todas las aplicaciones dentro del universo del plástico, y, por tanto, analizamos el ciclo de vida de los distintos productos y ofrecemos el material que sea más eficiente para cada aplicación», explica Antonio Beltrán, CEO de Walki Plasbel.

En diez años, y con Antonio Beltrán al frente, Walki Plasbel ha

pasado de ser un fabricante de envases de polietileno que competía con importaciones de productos asiáticos, a convertirse en líder del mercado nacional en envases sostenibles, suministrando a las principales firmas de nuestro país, con una clara vocación exportadora y un centro de innovación propio que les permite desarrollar nuevas aplicaciones internamente y competir con los principales players del mercado europeo.

«Quiero consolidar el crecimiento de la compañía a largo plazo y fortalecer nuestro liderazgo nacional, así como hacer de la innovación nuestra seña de identidad y que se convierta en la herramienta clave para competir en un mercado cada vez más complejo y cambiante. Ello irá en paralelo a promover y potenciar el actual equipo de dirección, ya que otro elemento diferencial para lograr un crecimiento sostenible y rentable

«Han sido años complicados, en los que hemos reinventado la empresa para llegar a ser lo que hoy somos»

«Cuando se tiene un gran equipo, lo más inteligente es dejarles espacio para crecer y tomar sus decisiones»

Autorretrato

► «Mi trayectoria está ligada a la evolución de la compañía. En 2005, me uní como director financiero, para después asumir otras responsabilidades y ocupar el rol de adjunto a la dirección general en 2009. En 2012, fui nombrado CEO, cargo que fue ratificado tras la adquisición por el nuevo equipo gestor con sede en Helsinki. En esta etapa, he tenido la suerte de liderar una profunda transformación motivada por las cambiantes condiciones del mercado; y, en parte, por las convicciones del equipo de dirección de un necesario cambio de rumbo. De mi gestión destacaría el dinamismo y la capacidad de cambio, en este sentido quizás estoy algo sesgado por mi sector, pero creo que la rapidez para tomar decisiones adecuadas y promover cambios constantes es el aspecto más destacable. En todo momento he tratado de huir de mi área de confort».



Enrique Galván posa junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

Enrique Galván Acción emprendedora

Premio CEO del Año como Firma líder de Consultoría Empresarial al directivo de Qaracter

Para ser un buen CEO, según Enrique Galván, CEO de Qaracter, «es importante conocer muy bien el negocio, saber de qué elementos depende, y ser consciente de que uno de los factores de éxito en nuestra área son las personas, aspecto determinante y crítico, del que dependerá nuestro futuro. Es imprescindible rodearse de un gran equipo, en el que puedas confiar y delegar». Y sabe de lo que habla, ya que ha sido reconocido como CEO del Año como Firma Líder de Consultoría Empresarial. «Creo que es un reconocimiento a la constancia y a la tenacidad de mi equipo, al cual tengo el honor de representar. Es un reconocimiento a la labor que emprendí hace 20 años y al buen desempeño de nuestro equipo de profesionales, lo que me llena de orgullo tras

tantos años de esfuerzo», afirma Galván. «Echando la vista atrás, creo que hemos conseguido superar los objetivos que nos habíamos marcado. Esto nos hace ambicionar para los próximos años unos planes de expansión agresivos de crecimiento orgánico e inorgánico que, con la ayuda de todos, estoy convencido que vamos a alcanzar».

Estos planes de futuro pasan por convertir a Qaracter en «a Great Place To Be», acelerar su expansión internacional, «con especial foco en América, donde creemos tener buenas oportunidades de crecimiento orgánico e inorgánico, y seguir construyendo un nuevo modelo de consultoría más cercano a nuestros clientes».

De hecho, en el mercado existen numerosas iniciativas en las que se va a poner foco en los próximos meses, y el CEO espera que desde

Qaracter puedan ayudar en esta transformación. «Creo que la mayor parte de estas oportunidades estarán vinculadas a la digitalización de procesos, las migraciones a la nube, la gestión del dato y el digital workplace. Estamos bien posicionados para ser el partner de referencia para acompañar a nuestros clientes en estos cambios que se avecinan».

El futuro de Qaracter

Qaracter fue fundada en el año 2005 en Barcelona. Nació bajo la idea de desarrollar la actividad tradicional de consultoría de una manera diferente, ambicionando convertirse en uno de los referentes en este campo. «Tres años después, en 2008, abrimos nuestras oficinas en Madrid, donde a día de hoy tenemos nuestro "headquarter". En 2014 comenzó nuestra expansión internacional con Argen-

tina, Estados Unidos, UK, México, Brasil y Polonia».

Hoy, Qaracter es una empresa de consultoría que ofrece soluciones tecnológicas y de negocio en el ámbito de los servicios financieros. Dentro de este sector, son líderes en los segmentos de Tesorería, Mercado de Capitales y Pagos, siendo en estos un referente nacional e internacional. «Aspiramos a expandir nuestros servicios en el mercado asegurador, convirtiéndonos en una compañía con capital español, líder en la industria internacional de servicios financieros», afirma Enrique Galván.

Tras la integración de Qaracter con la empresa española 2.C Consulting y la brasileña Mark2Market cuentan con una extensa red inter-

nacional, presente en seis países: España, Argentina, Brasil, México, Reino Unido, Estados Unidos y Polonia; y con una plantilla de más de mil empleados, distribuidos internacionalmente. «Los objetivos estratégicos marcados para el año fiscal 2025 son lograr tener 1.500 empleados distribuidos internacionalmente, convirtiéndonos en líderes en el mercado y ampliando nuestro liderazgo en la industria de servicios financieros. Todo esto, impulsado por un crecimiento orgánico e inorgánico, con especial foco en el continente americano».

Para ello, Qaracter se basa en cuatro pilares: ofrecer las mejores soluciones de negocio acompañando al cliente durante todo su proceso hasta la consecución de resultados; como expertos en las diferentes tecnologías, ofrecer soluciones de vanguardia a sus clientes; a través de los acuerdos ya firmados con algunos de los principales Vendors, seguir mejorando la eficiencia de las organizaciones con soluciones completamente adaptadas, impulsando la optimización de procesos; y continuar ayudando a las empresas en la mejora de sus operaciones de negocio. «En definitiva: queremos ayudar a transformar el negocio de la consultoría para contribuir activamente en la construcción de un mundo mejor», concluye Enrique Galván, CEO de Qaracter.

Autorretrato

► «Me considero una persona de acción, emprendedora, orientada a las personas y también a los resultados. Soy un apasionado de mi trabajo. Conozco bien el sector y estoy enamorado de este negocio, en el que llevo trabajando durante tantos años. Creo que las compañías son el alma de las sociedades y que deben contribuir con mayor implicación de lo que hacen en la mejora del mundo en el que vivimos. En este sentido, nuestro compromiso con todos los ámbitos socio-relacionales de Qaracter será determinante para conseguir nuestro propósito de ser activos en la construcción de un mundo digital más humano y social», asegura el premiado.

«Es un reconocimiento a la labor que emprendí hace 20 años y al buen desempeño de nuestros profesionales»

«Queremos ayudar a transformar el negocio de la consultoría para contribuir a crear un mundo mejor»

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO

Marco Rodríguez Claridad para definir y ejecutar

Premio CEO del Año en la Industria Quesera a la tercera generación al frente de Quesos El Pastor

Quesos El Pastor es la ilusión de tres hermanos que deciden seguir los pasos de su padre, Salvador, en el mundo del queso. Eso fue en 1967 en Santa Cristina de la Polvorosa, un pequeño pueblo de Zamora cercano a Benavente. Desde entonces, más de 50 años después, esta humilde quesería familiar se ha convertido en un claro referente en la elaboración de queso de calidad.

En la actualidad, cuentan con tres queserías, con una extensión total de más de 50.000 m², en las que elaboran quesos de pasta prensada, fermentación láctica y quesos azules. Su distribución no sólo abarca el ámbito nacional, sino que los productos se exportan a más de 80 países, en los que facturaron, en 2022, 132 millones de euros. Gracias a todo ello, la compañía recibió en 2015 el Premio Alimentos de España a la Internacionalización, otorgado por el Gobierno de España. Y este 2023, su CEO, Marco Rodríguez, ha sido nombrado CEO del Año en la Industria Quesera.

«Este galardón es el reconocimiento a un trabajo bien hecho», asegura. «Nuestro objetivo principal es continuar nuestro crecimiento empresarial sobre bases sólidas. Esto significa reforzar nuestra implantación en el medio rural como motor de desarrollo económico y social. Esta empresa es clave en el asentamiento de población en nuestro territorio, creando empleo estable y apoyando a todos los agentes de la cadena alimentaria».

Y este crecimiento se apunala en tres pilares. En primer lugar, ofrecer un amplio surtido de producto. Esto significa no confor-

Autorretrato

► «Quesos el Pastor es una empresa familiar, puesta en marcha por mi padre y mis tíos. Mi abuelo Salvador, cuyo nombre acompaña a la razón social de la compañía, había ya dado algunos pasos en el mundo del queso. Y como empresa familiar que es, desde niño he estado vinculado a la quesería. Me formé en este sector y comencé mi vida laboral aquí en el año 1967 como director comercial. Más adelante, en 2000, llegué al momento de dar el relevo y pasé a ocupar el puesto de CEO. No obstante, y aunque en la actualidad somos más de 350 trabajadores, seguimos manteniendo el espíritu de una gran familia y aquí todos arrimamos el hombro para sacar el trabajo adelante».



Marco Rodríguez junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

marse con las referencias habituales y desarrollar nuevos artículos que atraigan la atención del consumidor. «Este consumidor determina el segundo punto: adaptarse a sus necesidades. Para ello, nos valemos de nuestra flexibilidad y agilidad en el lanzamiento de nuevos productos y formatos», comenta el CEO.

De esta manera, el tercer pilar es su clara apuesta por la diversificación. Y no sólo entendida como cartera de productos, sino también variedad de canales de distribución y mercados. «Por poner un ejemplo, la exportación supone ya el 23% de nuestro volumen de negocio».

Conocer el sector

«Siempre he estado vinculado al mundo del queso y, a día de hoy, sigo involucrado de forma vertical en cada uno de los procesos. Desde la compra de materia prima a los ganaderos, pasando por la elaboración y, por último, finalizando en el área comercial. Este conocimiento integral lo he adquirido con el paso de los años, en los que de una u otra forma he realizado tareas en todos los de-

partamentos», comparte Marco Rodríguez.

Pero el premiado también tiene claro que la clave para una buena gestión al frente de una compañía es la empatía. Empatía con el equipo, en primer lugar. Pero también con el cliente, «que es a la vez socio en el desarrollo de negocio». Pero también destaca como características esenciales de un buen CEO la visión de futuro, el saber proyectar cómo va a comportarse el mercado e inten-

«Queremos reforzar nuestra implantación en el medio rural como motor de desarrollo económico y social»

«El conocimiento del sector lo he adquirido con el paso de los años, haciendo tareas en todos los departamentos»

tar anticiparse a las necesidades futuras. «Por supuesto, también te puedes equivocar... pero no hay que tener miedo al error. Un buen CEO tiene que ser capaz de interpretar y aprender sobre la marcha para así tomar decisiones ágiles», dice.

Unas decisiones que son esenciales para mantener el plan establecido que tan buenos resultados les ha dado hasta ahora. «Me gustaría que la empresa siguiera creciendo de forma natural y sostenible. Me gustaría seguir sintiendo el orgullo que todos los trabajadores muestran por formar parte de esta gran familia. Me gustaría seguir disfrutando del reconocimiento del sector, donde la marca Quesos El Pastor goza de gran prestigio», desea Marco Rodríguez.

«Y, todo esto es trabajo de hoy, pero también de mañana. Quesos El Pastor siempre ha mirado hacia delante. Y seguiremos así, con la cabeza bien alta, recorriendo nuestro camino hacia un posicionamiento cada vez más elevado dentro del sector, tanto en España como el exterior», concluye el CEO de Quesos El Pastor.

Juan Carlos López Siempre hoy, mejor que ayer

El Premio CEO del Año en Comercialización de Productos Electrónicos fue para el director ejecutivo de Rossellimac

Rossellimac es una empresa granadina con la acreditación Apple Premium Partner. Posee 20 establecimientos en España que se dedican a la venta, asesoramiento, reparación y formación de los productos de Apple. Así, cuentan con divisiones especializadas en Empresas y Educación, con proyectos en marcha de alcance nacional y Servicio Técnico Oficial de Apple. Todo ello gestionado y atendido por alrededor de 200 profesionales dedicados por completo al cliente, «que es el motivo de nuestra existencia», asegura el director ejecutivo de Rossellimac, Juan Carlos López.

Pero Juan Carlos López tiene claro que, para que el cliente esté contento, los trabajadores deben ser felices. «El principal objetivo que tenemos es hacer de Rosselli-

mac un estupendo sitio para trabajar, que nuestros equipos tengan la ilusión del primer día y, de esta forma, puedan atender a nuestros clientes de una manera única y especial para conseguir fidelizarlos».

Pequeños y poderosos cambios

Y para ello, para que los trabajadores estén a gusto y empiece esta caída de piezas de dominó que lleva al éxito, es imprescindible alguien que gobierne la empresa de manera que todos se sientan parte de ella, conociendo las diferentes vertientes del negocio y con la empatía suficiente para saber lo que necesita cada persona en los distintos momentos y vaivenes que pueda haber. «Un director ejecutivo debe ser uno más del equipo, y me empeño a diario en que esto sea así en Rossellimac. Creo

que la fuerza de una empresa reside en el conocimiento multidisciplinar de su equipo, pero, sobre todo, en la pasión que se debe de poner para ser competitivos y diferentes al resto», asegura Juan Carlos López. Y añade algo más, que cree que debe ser inherente a cualquier CEO. «Para ser un buen CEO, algo que veo como imprescindible es la capacidad de entender y aprender en cada momento del equipo. No es posible dirigir una orquesta sin conocer perfectamente a los músicos que la componen. También hay que creer que se pueden cambiar las cosas, que todo siempre está en movimiento y que cualquier cambio, por pequeño que parezca, puede ser definitivo para alcanzar un determinado objetivo».

Así, con esfuerzo y pasión es como Juan Carlos López ha llega-

do a hacerse con el premio CEO del Año en Comercialización de Productos Electrónicos, porque «no me conformo con hacer las cosas de cualquier modo, siempre traslado al equipo un alto nivel de exigencia para que el resultado sea excelente. Si somos capaces de mejorar día a día, aumentar nuestros clientes y no perder los que tenemos, nuestro trabajo estará bien ejecutado».

Respecto al premio recibido en la gala de LA RAZÓN, el director ejecutivo de Rossellimac quiso hacer mención de todas las personas que están con él y que, día tras día, hacen que la empresa prospere. «Siempre agradezco un reconocimiento con el mayor de los respetos, pero, sinceramente, este

«Un buen CEO debe entender y aprender del equipo. No es posible dirigir una orquesta sin conocer a los músicos»

«Queremos avanzar al siguiente paso, pero con seguridad y firmeza para no tener que dar nunca pasos atrás»

premio no es solamente mío, es también de mi hermano Alejandro, del equipo Rossellimac y, lo más importante, de todo el que confía en nuestra marca. Para la empresa representa un reconocimiento al trabajo, al esfuerzo y a los resultados, y nos posiciona frente a la competencia».

No hay plan de futuro

«No hay plan de futuro en Rossellimac». Una frase dicha por López y que, sacada de contexto, puede parecer premonitrice de lo peor, pero que, puesta en su lugar, vemos que es una oda a no cerrarse ninguna puerta, al hasta el infinito y más allá. «No hay plan de futuro en Rossellimac. No hay límites. No hay barreras... Hay personas comprometidas y una empresa que cuidar minuto a minuto y a la que estamos dispuestos a llevar a donde seamos capaces, y espero que sea a donde mejor se nos vea. Siempre desde el respeto, la profesionalidad y el buen hacer. Queremos avanzar hacia el siguiente paso, pero queremos hacerlo con seguridad y firmeza para que nunca tengamos que volver hacia atrás. Vendemos productos excelentes, lo hacemos en lugares excelentes, y también con un equipo humano que siempre estará a la altura», acaba diciendo Juan Carlos López, director ejecutivo de Rossellimac.

Autorretrato

► «Rossellimac nació en el año 2005 desde la pasión por la tecnología, la empresa y la venta de productos premium. Desde ese momento empezamos nuestra andadura con nuestro primer establecimiento Apple en la ciudad de Granada y, a partir de ahí, poco a poco iniciamos nuestra expansión, ofreciendo siempre la mejor experiencia a nuestros clientes. De esta manera, comparto la dirección de la empresa con mi hermano Alejandro, CIO de Rossellimac, lo que hace que siempre nuestras estrategias y decisiones tengan dos puntos de vista».



LA RAZÓN entregó el premio a Juan Carlos López, CEO de Rossellimac

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



Cayetano Tomás López, CEO de Vegenat Healthcare, posa con el premio en LA RAZÓN

Autorretrato

► «Nacido en Badajoz, en 1982, en el seno de una familia de empresarios, me incorporé a Vegenat S.A. en su departamento de ventas del negocio agroalimentario. A medida que avanzaba mi carrera, asumí la dirección comercial agroalimentaria y, más tarde, la dirección general. En 2018 se creó Vegenat Healthcare y comenzamos el proceso de incorporación al grupo Nutrisens, y fui nombrado CEO de Vegenat Healthcare. En 2020, asumí el cargo de Deputy CEO del grupo. ¿De cara al futuro? Mi intención es seguir creciendo como empresario y como gestor, pero también como padre, ya que en septiembre tendremos el segundo hijo, en esta ocasión, una niña».

Cayetano Tomás López Excelencia en todas sus acepciones

Premio CEO del Año por su Modelo de Gestión y Compromiso con la Calidad y la Salud en Productos de Nutrición Clínica

«Siempre es difícil evaluarse a uno mismo, pero si tuviera que destacar algunas de mis fortalezas, serían: la orientación a objetivos, la gestión de equipos, el compromiso con el proyecto y la visión estratégica». Así se define Cayetano Tomás López Serrano, CEO de Vegenat Healthcare. Y, realmente, son características que, llevadas a buen término como él hace, son merecedoras del premio que alzó en la sede de LA RAZÓN como CEO del Año por su Modelo de Gestión y Compromiso con la Calidad y la Salud en Productos de Nutrición Clínica. «Tanto para mí como para la empresa, este galardón es un reconocimiento al trabajo bien hecho, tanto por una familia como por un grupo importante de personas que llevan muchos años trabajando para que una pequeña empresa familiar de Pueblonuevo del Guadiana acabe construyendo un proyecto a nivel europeo», declara.

Y este proyecto a nivel continental al que se refiere López Serrano no es otro que la apuesta clara que tienen desde Vegenat Healthcare por el crecimiento, tanto en el mercado local como en el mercado europeo, de la mano del grupo Nutrisens. «Nuestro futuro inmediato pasa por la construcción de una nueva planta de Nutrición Clínica en Badajoz, lo que nos permitirá triplicar nuestra capacidad

«Mis fortalezas son la orientación a objetivos, la gestión de equipos, el compromiso y la visión estratégica»

«Garantizamos que las personas con ciertas condiciones reciban una nutrición adecuada para su salud»

de producción actual y sentar las bases para el crecimiento previsto para los próximos años. Nuestro objetivo último es convertir al Grupo Nutrisens y, por ende, a Vegenat Healthcare, en el principal operador independiente de nutrición asociada a patologías a nivel europeo», asegura.

Como bien dice el CEO, Vegenat Healthcare es una empresa de origen familiar, pero gracias a esta integración con el grupo Nutrisens, que se dedica a cubrir las necesidades nutricionales de personas con patologías asociadas a restricciones dietéticas de manera segura, les permitirá llegar a este ambicioso sueño europeo. «Operamos en los mercados de nutrición clínica y medical food de España, Francia,

Italia y Portugal, donde nuestro grupo tiene presencia directa, y exportamos a alrededor de 25 países más. Cuando terminemos la construcción de la nueva planta, veremos incrementadas nuestras capacidades productivas para afrontar con éxito el desafío», asegura el CEO. A su vez, el grupo posee otros cinco centros productivos en Francia. «Nuestro objetivo principal es garantizar que las personas con condiciones específicas reciban una nutrición adecuada para su salud, brindándoles opciones nutricionales seguras y efectivas».

Organización y personas

«Para ser un buen CEO hay que ser capaz de liderar equipos, tener ambición, conocer bien el negocio y manejarse a la perfección en el difícil equilibrio que supone la búsqueda de satisfacción de todos los grupos de interés que hay en la empresa. Mi filosofía es que toda organización, y, por lo tanto, las personas que la forman, deben aspirar a la excelencia a través de un proceso de mejora continua, formación a colaboradores y la construcción de equipos fuertes orientados a la consecución de objetivos», acaba diciendo el reciente CEO premiado por su labor al frente de Vegenat Healthcare.

Marta Juanmiquel Innovación, excelencia y sostenibilidad

Premio CEO del Año a la Innovación y Calidad en Perfumería y Cosmética Natural, a la dirigente de You Cosmetics

You Cosmetics es una empresa española de cosméticos que se dedica a la fabricación y distribución de productos de belleza y cuidado personal. Su principal cliente es la cadena de supermercados Mercadona, para la cual fabrican y suministran la gama de esmaltes y tratamientos de uñas bajo la marca blanca del supermercado: Deliplus.

Su CEO, Marta Juanmiquel, fue la ganadora del Premio CEO del Año a la Innovación y Calidad en Perfumería y Cosmética Natural. «Este premio representa un reconocimiento significativo a mi liderazgo y a los logros de nuestra empresa. Es un testimonio del compromiso de nuestra organización con la calidad, la innovación y la sostenibilidad. También refuerza nuestra reputación en la industria y nos posiciona como líderes en nuestro campo. Para la empresa, este premio demuestra que estamos en el camino correcto y nos impulsa a seguir elevando nuestros estándares y superando las expectativas de nuestros clientes», asegura.

El objetivo de You Cosmetics es proporcionar productos de alta calidad a precios asequibles, centrándose en la satisfacción de los clientes y en la innovación constante. Su enfoque inicial ha sido la colaboración con Mercadona, que desde el año 2000 ofrece sus productos de cosmética asequibles y de calidad para el público en general.

Liderar la industria cosmética

Actualmente, You Cosmetics ha expandido su presencia en el mercado y ha comenzado a trabajar con otras perfumerías y establecimientos de venta de cosméticos en España. También ha buscado expandirse fuera de España y entrar en nuevos mercados internacionales. «En el futuro, nuestra visión es que nuestras marcas se consoliden como líderes en la industria de la cosmética. Queremos ser reconocidos por nuestra excelencia en productos naturales y sostenibles que satisfacen las necesidades de nuestros clientes y superan sus expectativas. Nos esforzaremos por expandir nuestra presencia global, ingresando en nuevos mercados», anuncia.

Para conseguir estos objetivos, hace falta un liderazgo valiente como el de Juanmiquel, que busca el crecimiento de la empresa, la innovación y desarrollo de productos, la construcción y gestión de una marca sólida, las relaciones



Marta Juanmiquel, CEO de You Cosmetics, posa junto a Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

con los clientes y la fidelización, la responsabilidad social y la sostenibilidad, así como la rentabilidad y la gestión financiera. «Con estos objetivos en mente, trabajo incansablemente para posicionar a nuestra empresa como líder en la industria cosmética y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes», afirma la CEO. Y apunta que «aspiramos a ser pioneros en la innovación, utilizando ingredientes naturales de alta calidad y tecnologías avanzadas para desarrollar productos efectivos y seguros. Buscaremos constantemente la retroalimentación de

«Este premio es un reconocimiento significativo a mi liderazgo y a los logros de nuestra empresa»

«La excelencia es clave, buscamos la perfección en cada aspecto, desde la calidad hasta la atención al cliente»

nuestros clientes para adaptar y mejorar nuestras ofertas. Además, nos comprometemos con la sostenibilidad y la responsabilidad social, minimizando nuestro impacto ambiental y apoyando causas sociales relevantes».

Y todo ello enmarcado en una filosofía de gestión como CEO de la empresa que Juanmiquel basa en tres pilares fundamentales: innovación, excelencia y sostenibilidad. «Fomento la innovación constante, impulsando la creatividad y la búsqueda de soluciones novedosas para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros

clientes. La excelencia es otro valor clave, buscando la perfección en cada aspecto de nuestro negocio, desde la calidad de nuestros productos hasta la atención al cliente. Además, promuevo la sostenibilidad en todas nuestras operaciones, adoptando prácticas responsables con el medioambiente y apoyando causas sociales relevantes. Esta filosofía nos impulsa a ser líderes en la industria, brindando productos de alta calidad y generando un impacto positivo en la sociedad», concluye Marta Juanmiquel, CEO de You Cosmetics.

Autorretrato

►«En 1992, tras ser directora comercial en otras compañías, fundé mi primera empresa de pinceles y brochas elaborados artesanalmente, que sentaría las bases de lo que sería You Cosmetics. Poseo una visión estratégica clara y la capacidad de establecer metas ambiciosas. Mi enfoque está en el crecimiento sostenible y en identificar oportunidades para la expansión y el éxito continuo. Además, tengo habilidades sólidas de toma de decisiones. Soy capaz de evaluarlas rápidamente, analizar información y tomar decisiones efectivas y basadas en datos. No temo asumir riesgos calculados cuando es necesario y estoy dispuesta a aprender de los errores para crecer e innovar. Busco la comunicación efectiva, el liderazgo orientado a resultados, la pasión y el compromiso con los valores de la empresa».

ESPECIAL > PREMIOS CEO DEL AÑO



Miguel López Peñalver con el galardón tras recibirlo de manos de Francisco Marhuenda y Eugenia Carballedo

Miguel López Peñalver Siempre con valor añadido

Premio CEO del Año por su Trayectoria Profesional en la Distribución de Productos Innovadores para el Hogar y la Cocina

La vida es más fácil con la tecnología, y vemos a diario productos y servicios que nos pueden ayudar. ¿Pero quién los hace accesibles desde mercados lejanos? Ziclotech es una empresa dedicada a la distribución. Pero lo que realmente les diferencia y les gusta es buscar en el mercado a fabricantes que desarrollen estos productos novedosos y diferentes. Porque su misión es precisamente esta: encontrar y ayudar a las empresas innovadoras a crecer en nuestros mercados. «Para una nueva marca que ha crecido en otro continente, entrar en un mercado como el europeo supone un reto muchas veces inabarcable. Ahí es donde nosotros

añadimos nuestro valor», asegura el premiado.

Pero encontrar estos productos no es una tarea fácil, ya que, «por desgracia, no aparecen con gran frecuencia, por lo que tenemos que estar atentos para poder identificarlos y ayudar a los fabricantes a prepararlos correctamente antes de entrar en nuestro mercado. Hay muchas empresas innovando en muchas partes del mundo y creo que es una pena no poder disfrutar de toda esa innovación por desconocimiento», continúa.

Y no es fácil, pero Ziclotech los encuentra y los pone a nuestra disposición. Y esto es, en buena medida, gracias al trabajo incansable de su CEO. Pero cuando es preguntado por las cualidades que

debe tener un CEO, contesta que no hay ninguna que sea imprescindible, sino que el conjunto de varias es lo que definen la persona y la gestión: «Considero que es mejor destacar en varias habilidades que ser el mejor en una sola. Pero si tengo que especificar alguna cualidad, creo que la visión estratégica a largo plazo, la empatía y la capacidad de gestionar equipos de personas son aspectos muy importantes, porque al final las empresas somos personas, cada una con sus aspiraciones, preocupaciones e intereses».

Y será cierto, o por lo menos eso dice el Premio CEO del Año por su Trayectoria Profesional en la Distribución de Productos Innovadores para el Hogar y la Cocina que

se le ha concedido. «El premio al mejor CEO es realmente especial. Representa un reconocimiento destacado en el mundo empresarial. Para mí es una validación del esfuerzo, las horas dedicadas y los logros que hemos conseguido a lo largo de los años. Para la empresa, es un reflejo del éxito de un equipo cohesionado y colaborativo, que aporta experiencia, conocimiento y, sobre todo, diversidad. Nos da un empujón extra de motivación para seguir, sabiendo que estamos haciendo bien las cosas».

Más sectores y mercados

Actualmente, Ziclotech está muy centrada en productos de hogar y cocina, pero están preparados para abrirse a nuevos retos y empezar a desarrollar otro tipo de productos y marcas. «Ziclotech

«Para una marca que ha crecido en otro continente, entrar en el mercado europeo supone un reto»

«La capacidad de gestionar equipos es muy importante, porque las empresas somos personas»

Autorretrato

►«Decir que uno es el CEO de una empresa es relativamente sencillo, basta con crearla y ponerse al frente. A partir de ahí cada uno tiene que escribir su propia historia, que a veces sale bien, y muchas otras sale mal. Lo que creo que es fundamental es tener una idea y una motivación clara, un objetivo al que apuntar y sobre el que pivotar cuando sea necesario. Fallar mucho no es necesariamente malo: yo he creado muchos proyectos que han fracasado y he vendido muchos productos que no han funcionado. Al final, de todo se aprende».

tiene mucho potencial y creo que hemos tocado una tecla importante en el mundo de la distribución», opina Peñalver. Y es que el cuidado con el que tratan las marcas, «casi como si fuesen nuestras», les permite conocer los productos a la perfección y ser capaces de ayudar incluso en su desarrollo.

Por otro lado, cuando entra a trabajar con una marca, Ziclotech sabe que pone su prestigio y su nombre en juego, por ello selecciona mucho sus productos y sólo trabaja con aquellos que realmente están preparados y que tienen potencial para llegar al gran mercado. «Por supuesto no siempre lo conseguimos, pero nuestros clientes saben que, si buscan productos innovadores, Ziclotech los tiene», dice Peñalver. Y añade: «estamos presentes ya en cuatro países y creo que podemos añadir mucho más valor con los nuevos proyectos que tenemos en mente. Considero que Europa es todavía un mercado complejo para los fabricantes y nosotros tenemos la intención de simplificarlo para poder llegar a más gente con menos esfuerzo».