



# LA RAZÓN

MARTES 20 DE MAYO DE 2025 • AÑO XXVII • 9.618

## IV Premios CEO del Año

LA RAZÓN CELEBRA LA CUARTA EDICIÓN DE LOS PREMIOS CEO DEL AÑO, QUE HA RECONOCIDO LA LABOR DE VEINTE DIRECTIVOS DE EMPRESAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DESTACANDO SU CAPACIDAD DE LIDERAZGO

## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

# Reconocimiento a los líderes que impulsan la «economía real»

LOS PREMIOS CEO DEL AÑO DE LA RAZÓN VUELVEN A CONVERTIRSE EN EL ESCAPARATE DE LOS MEJORES CASOS DE ÉXITO DEL SECTOR

FRAN CÁRCELES. MÁLAGA

En un acto que puso de relieve el valor estratégico del liderazgo empresarial, LA RAZÓN celebró el pasado martes, 13 de mayo, en el hotel NH de Málaga la entrega de la cuarta edición de los Premios CEO del Año. Un total de veinte directivos procedentes de distintos sectores fueron galardonados por su excelencia profesional, capacidad de innovación, contribución a la sostenibilidad, impacto social y liderazgo. Al acto acudieron, entre otros, el director de LA RAZÓN, Francisco Marhuenda; el consejero de Turismo y Andalucía Exterior, Arturo Bernal; la diputada y consejera delegada de Turismo Costa del Sol, Esperanza González; y el delegado del diario en Andalucía, José Lugo.

El director del periódico comenzó su intervención expresando su satisfacción por entregar los premios en Málaga, a la que se refirió como «uno de los motores de España». Marhuenda quiso poner en valor la razón de ser de estos galardones al afirmar que esa noche se iba a premiar a la «economía real», algo que le gusta recordar porque, «aunque hablar de macroeconomía está muy bien, es fundamental reconocer a quienes hacen que esta crezca», aseguró. También estableció un paralelismo entre la labor de los CEO y la experiencia de LA RAZÓN como parte del Grupo Planeta, señalando que «sabemos lo que es una empresa» y lo que necesita. En este punto, aludió a una de las principales demandas del tejido empresarial y declaró que «debemos pedir a los



El director de LA RAZÓN, Francisco Marhuenda, durante su intervención



El consejero de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía, Arturo Bernal



políticos un marco adecuado para poder desarrollarnos», lo cual debe estar acompañado por «un marco jurídico que nos dé seguridad», matizó.

Así las cosas, con una visión muy clara sobre lo que implica estar presente en el mundo de la empresa, recordó que los premiados de esta edición «saben lo que es gestionar», ya sea en empresas «con un solo trabajador o con decenas de miles», detalló, para explicar después que, al final, sin los equipos que respaldan a los CEO, ninguno estaría donde está ahora. Reflexionó también sobre el valor del talento compartido y agradeció a los directivos su labor, un trabajo que se vio reflejado en unos «premios más que merecidos».

La entrega de premios, conducida por la periodista de Antena 3 Noticias Rocío Luque, se desarrolló en un ambiente de reconocimiento hacia los líderes que, desde diferentes ámbitos, marcan la diferencia en la economía y la sociedad. Desde la moda hasta la tecnología, pasando por el turismo, la energía, la seguridad, la logística o la restauración, los CEO premiados representan una muestra muy diversa del talento que

## PREMIOS CEO DEL AÑO ESPECIAL

FOTOS: ÁLEX ZEJA



guía a las empresas españolas hacia la innovación, la sostenibilidad y la internacionalización.

En general, durante la entrega de premios, los galardonados coincidieron en señalar que el verdadero valor de su éxito reside en el equipo humano que los acompaña. Esa fue una constante en casi todos los discursos, donde se puso de manifiesto la importancia de liderar desde la confianza, la empatía y la visión compartida. Y como no podía ser de otra manera, la sostenibilidad fue otro eje recurrente. Proyectos centrados en reducir la huella medioambiental, en impulsar modelos productivos más responsables o en fomentar el desarrollo rural, como el de Orbis Ways o PackBenefit, fueron premiados por sus resultados económicos, pero también por su impacto social. Además, hubo espacio para reivindicar la necesidad de aliviar la presión fiscal sobre las empresas, especialmente en los primeros años de actividad. Esta preocupación fue compartida por muchos de los asistentes, que la expresaron como una barrera que aún dificulta el crecimiento y la consolidación de nuevas iniciativas.

**Los Premios CEO del Año reconocieron el liderazgo, la innovación y el compromiso de destacados empresarios del panorama nacional. En la imagen, el director de LA RAZÓN, Francisco Marhuenda, y el consejero Arturo Bernal posan junto a los premiados de esta cuarta edición celebrada, por primera vez, en Málaga**

**«Tenemos que pedir a los políticos un marco jurídico adecuado», advirtió Marhuenda**

**Un total de 20 directivos fueron premiados junto a invitados del mundo de la política y la empresa**

El primer galardonado de la noche fue Félix Ramiro, CEO y diseñador de la firma homónima, Premio CEO del Año en el Mundo de la Moda por su extensa trayectoria y su contribución al sector desde la tradición artesanal, la sastrería y sus diseños inconfundibles que han vestido numerosos artistas, presentadores y escritores.

Carlos Valiente Palazón, CEO de 014 Media, recibió el premio en Gestión Publicitaria por revolucionar la publicidad experiencial en festivales musicales como Viña Rock, Sónar o Arenal Sound.

En el sector asegurador fue reconocido Borja Díaz, CEO de Allianz Partners, por impulsar el crecimiento mediante la digitalización, la sostenibilidad y su compromiso innegable social.

En el ámbito hotelero, Francisca García Moreno, CEO de Hoteles Casa 1800, se hizo con el galardón por liderar la expansión de esta cadena boutique en España.

El Premio CEO del Año en Innovación y Estrategia Digital fue para Álvaro Blanco, CEO de BierzoSEO, cuya agencia democratiza el marketing digital para pequeñas empresas y autónomos mediante estrategias

innovadoras que logran que cualquier negocio esté más cerca del éxito.

En el sector logístico fue premiado Javier Vázquez, CEO de TCNET, reconocido por su liderazgo al ofrecer soluciones logísticas integrales basadas en la digitalización y la flexibilidad y por llevar a cabo una gestión centrada en las personas.

Joseba Menoyo, CEO y fundador de Orbis Ways, recibió el galardón en Viajes de Senderismo por su exitoso modelo turístico basado en la sostenibilidad, la innovación y el desarrollo rural, llegando a facturar 25 millones de euros en tan solo tres años.

El Premio CEO del Año por el Compromiso con la Sostenibilidad e Innovación en la Construcción recayó en Guillermo Perea, CEO de Ersigroup, que destaca por liderar proyectos innovadores con alto valor social y ambiental.

En la distribución de productos del mar, Nicola Pucci Di Benisichi, CEO de Oceanik Shadow, fue reconocido con el Premio CEO del Año por su enfoque innovador basado en trazabilidad, calidad y sostenibilidad.

Continúa en la página siguiente

## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

Viene de la página anterior

A continuación, en el sector eléctrico, Roberto Galán Solera, CEO de Gysen, recibió el Premio CEO del Año por consolidar un modelo eficiente y sostenible en servicios energéticos de alta tensión.

Por su trayectoria y liderazgo en seguridad privada fue premiado José Antonio De Juan, CEO de Grupo KUO, un perfil que destaca por impulsar la expansión internacional y tecnológica de su empresa con soluciones avanzadas en seguridad integral.

En vehículos, ocio y tiempo libre, Cynthia Mula, CEO de TT Camper, recibió este reconocimiento por convertir su pasión por las furgonetas camper en un exitoso modelo empresarial innovador.

En el sector de la restauración se reconoció a Zazou Belounis, CEO de Casanis Group, por crear experiencias que trascienden de lo gastronómico e integran diseño, cultura, ambiente y alta cocina.

El Premio CEO del Año en Packaging Sostenible fue entregado a Manuel Guerrero, de PackBenefit, por liderar la producción de envases pioneros en España reciclables y compostables para alimentos.

En el sector de los cítricos, el galardón fue a parar a César Vicente Egea, director general de Fresco de Tana, Premio CEO del Año por modernizar e innovar la producción cítrica sostenible desde una empresa familiar con más de 60 años de trayectoria.

En servicios de outsourcing tecnológico, Carlos José García, CEO de Grupo Ditech, una empresa que opera en siete países y tiene proyectos en 18 mercados, obtuvo el premio por liderar una expansión internacional basada en talento tecnológico.

Por desarrollar soluciones innovadoras en bienestar laboral fue premiado Antonio Sas, director general de Betterfly España, cuyo enfoque tecnológico personalizado mejora la experiencia laboral de empleados y empresas de todos los sectores.

En servicios financieros, el Premio CEO del Año recayó en José Manuel Marín Cebrián, CEO y fundador de Fortuna Servicios Financieros, reconocido por ofrecer soluciones financieras cercanas, accesibles y personalizadas.

El galardón en Soluciones enfocadas a Entornos de Trabajo Colaborativos fue para Román Ceriani, de ICAP Global, por su liderazgo en la integración tecnológica y colaborativa en espacios laborales.

En la industria láctea, Eric Dillmann, de Eurial Spain, recibió el premio por consolidar exitosamente la filial española del grupo Agrial. Un dato que lo resume todo: la compañía ha superado los 100 millones de euros en facturación en el mercado de quesos.

Tras la entrega de premios, Bernal, que fue el encargado de clausurar la ceremonia, bromeó sobre las alusiones a su persona cuando los premiados hacían «referencia a los impuestos» para acto seguido afirmar que «en Andalucía hemos conseguido encadenar seis bajadas consecutivas de impuestos y hoy por hoy es la comunidad que



La periodista Rocío Luque fue la encargada de conducir la gala. A su izquierda, Arturo Bernal y Francisco Marhuenda



Más de un centenar de personas pudieron disfrutar de una ceremonia cargada de emoción, ejemplos de liderazgo y reivindicaciones

**Los premiados de esta edición identificaron los retos y oportunidades de la empresa del siglo XXI**

**«El 80% de las empresas que se crearon en 2024 fueron andaluzas», afirmó Bernal**

menos presión fiscal tiene en toda España». Su intervención giró en torno a la sintonía entre la administración andaluza y el tejido empresarial, haciendo suya la petición de los premiados y recordando que «siempre hemos luchado para que el dinero esté en manos de los contribuyentes». Asimismo, reivindicó el papel que desempeña su equipo en la Consejería, al que describió como un «conjunto excepcional de profesionales» dedicados a lo que él llamó «la industria de la felicidad», en referencia al turismo.

Por otro lado, el consejero andaluz aprovechó su intervención para lanzar un mensaje de optimismo sobre el dinamismo económico de Andalucía, una región en la que

«el año pasado se crearon el 80% de todas las empresas nuevas de España». Con estos datos en la mano, afirmó que «se pone de manifiesto cuál es la potencia de una región que es la primera en cuanto a disminución de la presión fiscal», aunque reconoció que en Andalucía aún se están acometiendo «reformas para generar un mayor emprendimiento, apoyar los proyectos empresariales y el sostenimiento de estas iniciativas en los primeros años de funcionamiento».

«Aquí tenéis a una comunidad autónoma que se ha fijado sin ningún tipo de complejos en la actividad empresarial como elemento fundamental de creación de riqueza y empleo», concluyó.

# PREMIOS CEO DEL AÑO ESPECIAL



Esperanza González y Carlos García conversan con José Jugo



Félix Ramiro, Arturo Bernal, Esperanza González y Francisco Marhuenda



Román Ceriani y Raúl Peraida



Olga García y Manuel Guerrero



Álvaro Blanco y María Jesús Brañuelas



La periodista Rocío Luque presentó la gala



Antonio Sas, Teresa Alameda y Diego Angulo



Víctor Soto, Daniel Bejarano, Félix Ramiro, Lorena García y Gustavo Valverde

# ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO



Guillermo Perea González, Rosa María Rejas, Guillermo Perea Lobo, Miriam Gálvez y Constantino Pera



María José Molina, Francisca García Moreno y Elisabeth Martínez



Roberto Galán y Nuria Horcojuelo



Emma Lozano, José Manuel Marín Cebrián y Charo Cortés



Borja Díaz y Beatriz Toribio



Lioumila Kouzmina y Carlos José García



Capuano Pasquale, Nicola Pucci Di Benisichi y Emanuele Aida Maceiras



Lina Immonen, Javier Pardo, María Ximena Duque, Joseba Menoyo Latorre y Charmaine Marianne Graef

# PREMIOS CEO DEL AÑO ESPECIAL



Judith Sergent, Marina Hernández, María Carrión, Verónica García e Ismael Agreda



José Lugo, Arturo Bernal, Esperanza González y Carlos García



Eric Dillmann



Premiados e invitados, durante el cóctel posterior a la gala



José Alberto Amaro, Carlos Valiente y Félix Blanco



Javier Jiménez y José Luis Colina



Manuel Aguado, Manuel Guerrero, Nuria Escudero y José Ruiz



Francisco Marhuenda, José Lugo, Manuel Torres, Arturo Bernal y Esperanza González conversan antes de comenzar la gala

# ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO



Los asistentes disfrutaron de un agradable cóctel al aire libre



Kayla Smith, Begoña Jausas, Javier Domínguez, José Antonio De Juan, Raúl Ortiz y Raquel Rodríguez



Andrés Espildora



Carlos Ferrer, Zazou Belounis y Jesús Barreda



Juan Borges y Cian Denihan



Domingo Martínez y Noelia Díaz junto a Manuel Torres y Félix Ramiro



Guillermo Nevado, Agustín Nevado, Josefa Ruiz, Cynthia Mula y Alfonso Romero



Juan Antonio Cánovas, César Vicente Egea, José María Delicado y Andrés Juan Brugarolas

Félix Ramiro

# Artesanos de la imagen del hombre

Existen vocaciones que parecen despertarse a medida que transcurre el tiempo, y otras que simplemente, nacen con la persona y el artista, estableciéndose un vínculo inquebrantable entre el creador y el arte, con la necesidad de poder transformar lo cotidiano en algo bello y único. Esto es lo que debió sentir Félix Ramiro desde bien pequeño, al que le gustaba el mundo del arte y la cultura, y sentía verdadera pasión por los patrones y los tejidos. Fue allá por los años ochenta cuando al frecuentar el taller de confección de su tío, descubrió que su verdadera pasión sería diseñar moda.

Fruto de estas inquietudes, Félix Ramiro se trasladó a Madrid donde cursó sus estudios de diseño y moda, a raíz de lo cual, comenzaron a llegar los reconocimientos, como el 2º Premio Nacional como Diseñador, lo que propició la aventura de convertirse en empresario y creador de tendencias en moda masculina. Así, desde el año 1988, diseña y confecciona sus propios trajes y complementos, convirtiéndose en toda una referencia de estilo y tendencia vanguardista. A través de su diversidad de tiendas y puntos de venta situados en Madrid, Toledo, Málaga, Valencia, Albacete, Santander, Ciudad Real, A Coruña, Salamanca, León y Rumanía, el sastre artesano se ha especializado en diseño masculino, con colecciones de ceremonia, prendas de ejecutivo y

## PREMIO CEO DEL AÑO EN EL MUNDO DE LA MODA

POR ALFONSO CASAS MADRID

sport, y tendencias para vestir en el día a día, que en definitiva, es lo que vienen demandando los clientes.

### La esencia de la firma

Sus más de 30 años de trayectoria profesional le han llevado a convertirse en uno de los principales referentes de la moda de hombre a nivel nacional, y prueba de ello es su participación en numerosas pasarelas de gran reconocimiento, como es el caso de la Mercedes Benz Fashion Week Madrid, la Atelier Couture en el Palacio de Santoña de Madrid, o la Pasarela Larios de Málaga, entre muchas otras. Según palabras del diseñador, «las pasarelas son importantes porque suponen un aliciente, un premio, y el escaparate donde poder exhibir tus nuevas colecciones y ver la aceptación que tiene entre el público. Se convierten en el termómetro de cómo tienes que diseñar y actuar».

Félix Ramiro confiesa que aunque sus colecciones se han ido renovando con el paso del tiempo, para hacer una sastrería totalmente renovada. Continúa manejando los mejores tejidos y prendas para ga-

«Los complementos para nuestras colecciones son imprescindibles e insustituibles»

«La moda sostenible no es futuro sino presente. Usamos muchos tejidos con certificado»

rantizar unos diseños únicos. «Cualquier diseñador que se precie, tiene la obligación de seguir innovando y de estar al día en todo, ya que de lo contrario, está abocado al cierre. De hecho, lo que más me apasiona es innovar, hacer colecciones nuevas con el firme propósito de mejorar la imagen del hombre», destaca Ramiro.

### Creador de tendencias

Para el diseñador, los complementos juegan un papel fundamental, pero no solamente en la ropa del hombre, sino también en las prendas de la mujer. Un traje debe ir acompañado de una buena camisa, una buena corbata, unos buenos gemelos, tirantes, zapatos... y lógicamente, un buen peinado y un buen look, afirma. «Digamos que todo es fundamental para conseguir el resultado final, con lo cual, para mí los complementos son imprescindibles e insustituibles. Cada vez los cuidamos más, pues somos conscientes de que hacen brillar a la persona con luz propia», confiesa el diseñador.

Actualmente, la marca se encuentra en su mejor momento, y no hay persona famosa o relevante de la sociedad que no elija alguno de sus diseños para acudir a alguna gran cita, gala o ceremonia. Con respecto a la moda sostenible, opina que no es futuro sino presente. «Nosotros llevamos ya varios años incorporando tejidos sostenibles y muchos de ellos con certificado. No es sencillo conseguir todos los tejidos sostenibles y con certificado, pero lógicamente los que nos anticipamos en su momento jugamos con ventaja y así nos lo reconoce el sector, elaborando muchos nuevos diseños con este tipo de telas y prendas» concluye el diseñador de moda.

Félix Ramiro, con el premio, junto a Arturo Bernal y Francisco Marhuenda



### Agradecimientos

El diseñador comparte su reconocimiento con todo el equipo de profesionales con los que trabaja, tanto los que participan en el diseño de las colecciones, como los que forman parte de las tiendas y atienden a los clientes. También tiene palabras de agradecimiento para Miguel Ángel Ramiro, el que es el 50% de la empresa y de todo lo que la firma Félix Ramiro ha conseguido hasta el momento. Cada premio, placa y reconocimiento que recibo es un aliciente, un balón de oxígeno y algo que guardo en mi corazón para poder disfrutarlo y cuidarlo como se merece.

## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

## Carlos Valiente Palazón

## Una conexión auténtica

## PREMIO CEO DEL AÑO EN GESTIÓN PUBLICITARIA

«Queremos estar a la vanguardia, anticipándonos a las demandas del mercado»

Carlos Valiente ha convertido a 014 Media en una empresa que apuesta por la autenticidad como principal activo publicitario. Su trayectoria profesional, marcada por una evolución constante desde los inicios en una agencia hasta alcanzar la dirección general, ha estado siempre ligada a una idea clara: conectar de verdad con las personas.

Hoy, como CEO de una de las firmas más reconocidas del sector, defiende una forma de hacer publicidad que se aleja del ruido y se acerca al vínculo. «Creamos productos y servicios de alta calidad que perpetúan el objetivo original de establecer una conexión auténtica con las audiencias», explica Valiente, cuya gestión combina innovación,

«Si un CEO es capaz de demostrar compromiso, puedo asegurar garantía de éxito»

visión estratégica y un firme compromiso con las personas que conforman la empresa.

Su carrera comenzó entre bobinas y marquesinas. Tras estudiar Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Complutense de Madrid, dio sus primeros pasos como freelance y luego se integró en un proyecto de publicidad en salas de cine. Ese primer contacto con la creatividad en movimiento marcó su forma de entender el medio: «Fueron años intensos y llenos de aprendizaje».

Su paso por Leroy Merlin como parte del departamento de marketing amplió su visión del negocio desde una gran multinacional, pero pronto regresó a la empresa que le vio crecer, justo cuando esta se preparaba para diversificarse. A partir de 1997, 014 Media comenzó su expansión hacia universidades, ocio nocturno y clubes deportivos, y Valiente fue pieza clave en esa transformación. Finalmente, en 2004, asume la dirección del área publicitaria de la compañía.

Carlos Valiente lo tiene claro: el compromiso es la clave de todo. No se trata solo de cumplir objetivos financieros o de mantenerse competitivo, sino de estar verdaderamente implicado con cada persona que forma parte del ecosistema de la empresa. «Si un CEO es capaz de demostrar este compromiso, me atrevería a asegurar que el éxito está garantizado», afirma. En su caso, este compromiso se traduce en una gestión cer-

cana, transparente y colaborativa, donde cada opinión cuenta y donde el talento se cultiva desde la confianza.

Fiel a los valores que dieron origen a la empresa, Valiente cree en la importancia de mantener vivas las características que hacen única a 014 Media. «Mi principal contribución es preservar esa cultura», reconoce, y lo hace liderando desde la escucha activa, la apertura y la innovación permanente.

## Visión de futuro con raíces firmes

La innovación no es solo un concepto para 014 Media, sino un eje operativo. Con una estructura flexible y adaptativa, la compañía busca constantemente nuevas formas de crear valor para sus clientes. «Queremos estar siempre a la vanguardia, anticipándonos a las demandas del mercado y ofreciendo soluciones que respondan realmente a las necesidades de nuestros clientes», explica Valiente.

Este enfoque le ha permitido mantenerse como un referente en un sector en constante cambio. Pero su mirada va más allá de las tendencias: aspira a que 014 Media se consolide no solo por su creatividad, sino por su impacto positivo, tanto en la comunidad como en el sector en general.

La consolidación de nuevas alianzas estratégicas y la atracción de talento comprometido son dos de los pilares en los que se apoya el futuro de la compañía. «Nuestro objetivo es avanzar hacia un lugar de liderazgo y excelencia continua», concluye.

El galardón como CEO del Año en Gestión Publicitaria no lo entiende como un logro individual, sino como el reflejo del trabajo colectivo: «Es una muestra de la dedicación y esfuerzo de cada persona que forma parte o ha formado parte de la empresa». Para Valiente, el premio confirma que están en el camino correcto, y representa una motivación extra para seguir creciendo desde la coherencia, el compromiso y la excelencia.

## Autorretrato

Me considero una persona perseverante, con vocación por aprender constantemente y mejorar todo lo que me rodea. Siempre he creído en la importancia de hacer las cosas con sentido, cuidando tanto el fondo como la forma. Liderar 014 Media ha sido una escuela de vida donde he aprendido que el verdadero éxito no está solo en los resultados, sino en el camino y con quién lo recorres. Me apasiona crear, innovar, y sobre todo, trabajar con equipos diversos que aporten miradas distintas. Intento promover un liderazgo cercano, honesto y comprometido, que inspire y acompañe. Porque al final, lo que queda es el impacto que dejas en las personas.



Carlos Valiente, con el premio, junto a Arturo Bernal y Francisco Marhuenda



Arturo Bernal, Borja Díaz y Francisco Marhuenda, durante el evento

## Borja Díaz

# Crecimiento sostenible y foco en el cliente

## PREMIO CEO DEL AÑO EN EL SECTOR ASEGURADOR

**A** veces, un líder no solo transforma una compañía, sino que redefine la innovación en sectores consolidados. Borja Díaz, al frente de Allianz Partners España y con responsabilidad sobre Portugal desde 2020, ha impulsado un fuerte crecimiento, digitalización y compromiso, convirtiéndose en una referencia dentro y fuera del grupo.

Su trayectoria es una evolución constante. Tras una década en consultoría estratégica en Brasil, EE UU, Inglaterra y España, se unió en 2006 al Grupo Multiasistencia, donde lideró la transformación hacia la digitalización y la expansión internacional. Su papel fue clave en la entrada de capital riesgo y en la posterior adquisición de la empresa por el Grupo Allianz en 2018.

Desde entonces, ha consolidado su liderazgo dentro del Grupo con una visión clara: duplicar el tamaño del negocio –ya alcanzado–, explorar nuevos segmentos y reforzar su presencia en movilidad, seguros de viaje, ciberseguridad y cuidado personal. Siempre con el cliente en el centro, ha apostado por una innovación que va más allá de la tecno-

logía, centrada en la experiencia del usuario, como demuestra la plataforma digital Allyz.

Además, Borja ha situado la sostenibilidad como pilar estratégico. A su llegada, creó un Comité de Sostenibilidad centrado en el medioambiente, el bienestar de los empleados, el apoyo comunitario y la diversidad, eje del que es embajador internacional en Allianz Partners. Con una gestión basada en valores, visión y acción, Borja Díaz no solo lidera una compañía, sino que impulsa un modelo de innovación humana y responsable en el sector asegurador.

### El equipo como motor del éxito

Si hay algo que Borja Díaz destaca como indispensable en su gestión es el concepto One Team. Cree firmemente en una cultura organizativa cohesionada, donde la comunicación, la transparencia y el sentido de pertenencia son los pilares del día a día. «Mi estilo se basa en construir una cultura donde todos remamos en la misma dirección, sin importar el cargo o el departamento», explica.

Este enfoque se traduce también en una atención prioritaria al bienestar del equipo.

## Autorretrato

Me apasiona transformar, liderar con propósito y construir culturas empresariales donde la gente se sienta valorada. Creo en el poder de la tecnología, pero aún más en el de las personas. A lo largo de mi carrera he aprendido que una estrategia clara solo es efectiva si está acompañada por un equipo comprometido y motivado. Me defino como un defensor de la innovación con impacto y de un liderazgo cercano, transparente e inclusivo. Porque, al final, todo éxito empresarial empieza por una buena conversación y un equipo unido.

Flexibilidad laboral, formación continua, salud mental y física, y una firme apuesta por la inclusión forman parte del ADN de la compañía. Allianz Partners España ha sido reconocida por sus políticas de igualdad y diversidad, logrando, por ejemplo, que el 45% de su equipo directivo esté compuesto por mujeres y aplicando políticas de Equal Pay y reconocimiento del talento femenino.

### Un premio con sentido colectivo

Recibir el Premio CEO del Año en el Sector Asegurador no es, para Borja Díaz, un logro individual, sino el reflejo de un trabajo colectivo. «Este tipo de reconocimientos validan el camino que hemos tomado: apostar por la innovación, la transparencia y los valores compartidos», asegura. Considera que galardones como este refuerzan la cultura interna, pero también envían un mensaje claro al sector sobre la importancia de liderar desde el propósito y la coherencia. «La visión estratégica debe ir acompañada de impacto social y económico. Se trata de ofrecer productos y también contribuir a una sociedad más segura, igualitaria y sostenible», añade. En Allianz Partners, eso implica ofrecer seguros que protegen tanto al cliente como al sistema sanitario local, trabajar por una movilidad responsable o convertirse en socio estratégico de otras empresas.

### Un modelo de seguro que acompaña

Para Borja Díaz, el seguro no debe limitarse a ser una respuesta ante el riesgo, sino una herramienta de confianza, sostenibilidad y acompañamiento. «Queremos ser más que un proveedor de seguros; aspiramos a ser un socio estratégico, cercano y resolutivo, que evoluciona con las personas», afirma.

Para lograrlo, seguirá impulsando la innovación con propósito, invirtiendo en tecnología y, sobre todo, en las personas. Su objetivo es que Allianz Partners lidere la transformación del sector, generando valor real, fortaleciendo su cultura inclusiva y consolidando su papel como referente de sostenibilidad.

«La innovación está en cómo conseguimos que cada experiencia del cliente sea mejor»

«El liderazgo con propósito implica crecer, pero también generar impacto positivo»

## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

## Francisca García Moreno

## Hoteles con alma y mirada al porvenir

«**N**uestro horizonte pasa por crecer de forma sostenida, explorando nuevas oportunidades en destinos con identidad, sin perder la esencia que nos define». Así resume Francisca García Moreno su visión de futuro al frente de Hoteles Casa 1800, una colección de hoteles boutique que ha logrado posicionarse en enclaves históricos como Sevilla y Granada, y que ya planea su expansión a Córdoba. Más allá de los números o los rankings, su enfoque tiene que ver con la autenticidad, el respeto al entorno y la emoción de la experiencia.

**Un lujo que emociona**

Desde hace 13 años, García Moreno dirige con vocación y compromiso esta cadena hotelera que rehúye del lujo convencional para abrazar uno más íntimo y personalizado, arraigado en la identidad cultural de cada ciudad. «Apostamos por un nuevo lujo lleno de esencia y autenticidad», explica. En cada uno de sus establecimientos, el huésped no encuentra solo confort y elegancia, sino también historia viva y hospitalidad genuina.

Esa manera de entender el turismo parte de una filosofía clara: ofrecer más que una estancia. «Buscamos emocionar al huésped, ofrecerle una vivencia única, memorable y

## PREMIO CEO DEL AÑO EN EL SECTOR HOTELERO

profundamente humana», afirma. Esta visión ha sido clave para que la marca se consolide como referente en el segmento boutique de lujo a nivel nacional e internacional.

Consciente de que el mundo cambia a velocidades vertiginosas, García Moreno pone en valor la necesidad de estar en constante evolución. «Uno de los mayores retos es ser lo suficientemente ágiles para adaptarnos a los muchos y veloces cambios que hoy en día se dan en el mundo, desde la tecnología con la llegada de la IA hasta la situación macroeconómica internacional», señala. Por ello, Hoteles Casa 1800 no solo mira hacia nuevos destinos, sino también hacia modelos de gestión más sostenibles y comprometidos, como el Turismo Regenerativo, cuya certificación ya están tramitando.

**Del mostrador a la dirección**

La historia de Francisca García Moreno está marcada por la constancia. Con 25 años en el sector hotelero, empezó desde los puestos más operativos. Esa experiencia le permitió tener una visión integral del negocio y una

«Buscamos emocionar al huésped, ofrecerle una vivencia única, memorable y profunda»

«Nuestro horizonte pasa por crecer de forma sostenida, sin perder la esencia»

comprensión de las necesidades tanto del cliente como del equipo. Su carrera ha transitado por cadenas nacionales e internacionales, hoteles independientes y, finalmente, por un proyecto que la conquistó desde el primer momento: Hoteles Casa 1800.

Asumir la dirección general fue el resultado natural de un recorrido guiado por el esfuerzo y la pasión. Su estilo de gestión combina una visión estratégica de atención al detalle, donde la escucha y los valores marcan la diferencia. «Creo en la toma de decisiones basadas en valores y en el equilibrio entre innovación y tradición», resume.

Además de consolidar la marca, uno de sus principales objetivos como CEO es el desarrollo sostenible de la compañía y el fortalecimiento del talento interno. «Cuidar y motivar a nuestros equipos es una prioridad fundamental», asegura. Esa sensibilidad hacia las personas, tanto huéspedes como empleados, es una de las claves de su éxito.

**Trayectoria con alma**

El Premio CEO del Año en el Sector Hotelero representa un reconocimiento muy especial a una vida dedicada a la hotelería. «Está llena de momentos para recordar y personas que me han acompañado en las diferentes etapas», dice con gratitud. Este galardón no es solo un hito personal, sino también un impulso colectivo: «Para Hoteles Casa 1800 es la validación del trabajo bien hecho, de la excelencia y de una forma de entender la hospitalidad basada en los valores».

Con los pies firmes en el presente y la mirada puesta en un futuro donde la innovación y la autenticidad sigan siendo ejes fundamentales, García Moreno sigue trazando un camino en el que cada hotel es algo más que un destino: es una experiencia con alma.

**Autorretrato**

Soy una persona comprometida, apasionada por mi profesión y por hacer las cosas bien. Me inspiran los detalles, la historia detrás de cada edificio, la cultura de cada destino y la posibilidad de generar experiencias únicas. Me considero cercana, empática y perseverante. Disfruto del trabajo en equipo y creo profundamente en la importancia de rodearse de buenas personas. Este sector me ha dado mucho y mi mayor ilusión es seguir aportando, seguir aprendiendo y, sobre todo, seguir emocionando a quienes confían en nosotros para vivir una experiencia especial.



Francisca García recoge el premio de manos de Arturo Bernal y Francisco Marhuenda



Álvaro Blanco, junto a Arturo Bernal y Francisco Marhuenda, tras recibir el galardón

## Autorretrato

Soy una persona profundamente curiosa y obsesionada con aprender. Todo lo que sé lo he aprendido de forma autodidacta, poniendo en práctica cada lección en mis propios proyectos. No me asusta empezar desde cero ni equivocarme; de hecho, me he equivocado mucho y eso me ha hecho mejorar. Hoy disfruto viendo cómo las personas a las que ayudo logran transformar sus negocios. Lo que me impulsa no es el éxito personal, sino el impacto que puedo generar en la vida de los demás. Me defino como alguien práctico, resiliente y con una fuerte vocación por compartir lo que he aprendido.

propios proyectos digitales. Pero pronto, ese equipo empezó también a prestar servicio a terceros. Así fue como nació una agencia con una identidad clara: hacer que el marketing digital sea accesible para los pequeños negocios. «Nuestro objetivo es triplicar la facturación de nuestros clientes utilizando las mismas estrategias que yo he aplicado con éxito en mis propios negocios. Y hacerlo a coste cero o muy bajo, porque quiero que cualquier autónomo o pyme pueda acceder a ello».

El enfoque humano y cultural es uno de los pilares de su gestión. «Defiendo que la cultura se come a la estrategia para desayunar», dice con convicción. En su agencia, el compromiso del equipo está por encima de cualquier táctica, y el cliente no es solo un número: es un proyecto que merece crecer.

### Innovación constante, visión de futuro

Álvaro Blanco tiene claro que en el mundo digital quien no innova, desaparece. «Lo que funcionaba hace ocho años no funciona ahora. Si no me hubiera adaptado, no tendría nada». Esta capacidad de adaptación y anticipación a los cambios tecnológicos es, en su opinión, imprescindible para cualquier CEO.

El futuro de BierzoSEO pasa por una expansión significativa. Su objetivo para 2026 es multiplicar la plantilla y consolidar a la agencia como la mayor especializada en autónomos y pequeñas empresas en España. «Quiero que seamos el aliado principal de cada pequeño empresario o autónomo que quiera llevar su negocio al siguiente nivel».

Este reconocimiento como CEO del Año en Innovación y Estrategia Digital es, para él, un refuerzo más que simbólico. «Confirma que vamos por el camino correcto y me anima a seguir ayudando a más personas a alcanzar su propia historia de éxito».

## Álvaro Blanco

# Del túnel de Riad al liderazgo digital

PREMIO CEO DEL AÑO EN INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DIGITAL

De las profundidades del desierto a la cima del emprendimiento digital, Álvaro Blanco ha recorrido un camino tan poco convencional como inspirador. Hoy lidera BierzoSEO, una agencia de marketing digital que nació de su propia experiencia como emprendedor autodidacta y que, en pocos años, se ha convertido en un referente para autónomos y pequeñas empresas que buscan escalar sus negocios en Internet. Su historia es la de alguien que apostó por la pasión, la formación constante y una visión clara: que el marketing digital debe estar al alcance de todos.

Corría 2015 cuando Álvaro Blanco, ingeniero de telecomunicaciones, trabajaba en condiciones extremas en las obras del metro de Riad. «No sabía ni lo que significaba SEO, pero esa palabra me cambió la vida», recuerda. La curiosidad por el posicionamiento web lo llevó a comprar un curso online por 50 euros, y en cuestión de días, ya estaba planeando su propio blog. El resultado fue fulminante: en menos de un año había logrado atraer 1,5 millones de visitas mensuales a su web de seguridad informática, generando ingresos que triplicaban su sueldo en Arabia.

Con esa experiencia como impulso, decidió volver a España. Desde el ático de su casa, lanzó su primer negocio digital, y lo que comenzó como un experimento perso-

nal, se convirtió en una empresa sólida con proyección a largo plazo. «La clave fue aplicar todo lo que aprendía en mis propios proyectos», afirma. Desde entonces, no ha parado de crear y escalar ideas. Con más de 9,5 millones de euros facturados y un equipo ágil de solo tres empleados más el respaldo de los más de 20 profesionales de BierzoSEO, ha demostrado que no hace falta una gran infraestructura para conseguir grandes resultados.

**Un equipo, una misión: ayudar a crecer**  
BierzoSEO surge de una necesidad interna: crear un equipo que lo ayudara a escalar sus

**«No trabajo por dinero, ya tengo más del que pueda necesitar. Me mueve ayudar a otros a crecer»**

**«Lo que funcionaba hace ocho años no funciona ahora. Sin adaptarme, no habría tenido nada»**

## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

Javier Vázquez

## Visión estratégica y liderazgo humano

Pocos líderes pueden presumir de haber transformado una carencia detectada desde dentro en una empresa referente del sector. Javier Vázquez, actual CEO y fundador de TCNET, lo ha conseguido con una propuesta que mezcla cercanía, innovación y compromiso.

Su recorrido profesional empezó en una gran multinacional tecnológica, donde durante una década gestionó operaciones logísticas en el sur de Europa. Pero fue allí, precisamente, donde vio con claridad lo que faltaba. «Tenía una visión clara de las carencias que como cliente me ofrecía aquella logística de los años 90», recuerda. Así, ese fue el germen de TCNET, empresa que nació en el año 2000 con la misión de ofrecer servicios logísticos integrales en los sectores de electrónica de consumo y electrodomésticos. «Empezamos desde abajo, con mucha pasión y pocos recursos, pero con la firme convicción de que podíamos hacerlo diferente y lo conseguimos», explica Javier Vázquez.

## Una logística con alma

Desde el inicio, TCNET apostó por digitalización, flexibilidad y relaciones humanas sólidas. Y es que, para el CEO, la logística no es solo una cuestión de mover productos, sino de cumplir promesas. «La logística va de personas que cumplen promesas y hacen a las empresas alcanzar sus objetivos», afirma con convicción. Esta filosofía se ha consolidado con los años y se refleja también en su estilo de liderazgo, donde combina una visión estratégica con una ejecución centrada en resultados, sin perder de vista el factor humano. «Creo que el verdadero éxito viene de construir equipos sólidos y alineados con una misión clara», destaca. Para ello, considera imprescindible rodearse de talento, empoderar a los equipos y mantener una cultura organizacional positiva. Y en su día a día aplica una gestión basada en la eficiencia, el bienestar del equipo y el logro sostenible de los objetivos.

Como CEO, Javier Vázquez tiene claro su papel: optimizar procesos internos, fomentar la innovación con soluciones digitales (incluyendo

## PREMIO AL CEO DEL AÑO EN EL SECTOR LOGÍSTICO

inteligencia artificial), expandir mercados y fortalecer la experiencia del cliente. En este sentido, su mentalidad ágil y su capacidad para adaptarse a las necesidades cambiantes del entorno han sido claves para posicionar a TCNET como un operador logístico de referencia en España.

## Hacia una logística del futuro

Más allá del reconocimiento para su persona y su trayectoria que supone el Premio CEO del Año en el Sector Logístico, Javier Vázquez lo vive también como un logro colectivo. «Es un reflejo del compromiso, la visión y el trabajo constante que hemos impulsado para alcanzar nuestros objetivos. Lo comparto con todo mi equipo, ya que, sin su esfuerzo

«La logística son personas que cumplen promesas y hacen a las empresas avanzar»

«El éxito viene de construir equipos sólidos y alineados con una misión»

y dedicación, esto no sería posible». Para él, este premio es, sin duda, una validación externa del modelo de empresa que han construido: ágil, innovadora y centrada en las personas. «Nos demuestra que vamos por el buen camino, que estamos aportando valor real al mercado y que nuestra manera de hacer logística marca una diferencia. Es un impulso para seguir avanzando con más fuerza, pero también un momento para detenerse y reconocer todo lo que hemos logrado juntos».

El futuro para él no es una incógnita, sino un espacio de transformación constante. Su visión está puesta en convertir a TCNET en un referente de soluciones digitales integrales. «Queremos fortalecer nuestras alianzas estratégicas, invertir en talento y ofrecer soluciones cada vez más eficientes y sostenibles que aporten valor real a nuestros clientes», asegura. Bajo su liderazgo, la compañía avanza hacia un modelo donde la tecnología no solo resuelva los desafíos del presente, sino que anticipe las necesidades del mañana.

CEDIDA

Con una trayectoria que mezcla experiencia en grandes corporaciones, espíritu emprendedor y una filosofía de liderazgo centrada en las personas, Javier Vázquez se consolida como una figura clave en la evolución del sector logístico en España.

## Autorretrato

Soy una persona inquieta, con una pasión enorme por los retos y hacer las cosas de forma diferente. Combino visión estratégica con ejecución práctica y los pies en la tierra. Me defino como un líder que escucha, que se rodea de talento y que apuesta por la innovación sin olvidar que, al final, todo se trata de personas. En lo personal, valoro la cercanía, la honestidad y el compromiso. Profesionalmente, me mueve la idea de que cada decisión puede marcar la diferencia y que la logística, bien entendida, puede ser un motor de transformación para muchas empresas.



Javier Vázquez, CEO y fundador de TCNET

Joseba Menoyo Latorre

# Pasión por cada paso

PREMIO CEO DEL AÑO EN VIAJES DE SENDERISMO

Para Joseba Menoyo, ser CEO no es únicamente dirigir una empresa. Es caminar con propósito, inspirar con el ejemplo y liderar desde la pasión por lo que hace. Al frente de Orbis Ways, ha demostrado que una filosofía de gestión basada en la empatía, la excelencia y la innovación puede transformar la forma en la que las personas descubren el mundo: paso a paso, y de forma auténtica.

## Personas, propósito y pasión

En un sector como el turístico, donde la experiencia lo es todo, Menoyo defiende una gestión centrada en las personas. «Poner a las personas en el centro y avanzar siempre con propósito» es, en sus propias palabras, el pilar que guía cada una de sus decisiones. Cree en un modelo de liderazgo que no impone, sino que inspira; que no controla, sino que confía; y que, ante todo, construye desde la autenticidad.

Esa cercanía no es solo interna. Orbis Ways, bajo su dirección, ha convertido la experiencia del cliente en un arte: desde el primer clic hasta el último paso del viaje. «Queremos que cada persona que viaja con nosotros se sienta acompañada, inspirada y segura», afirma con convicción.

Además, Menoyo lidera con una mentalidad de mejora constante, sin atajos. «Hacer las cosas bien, aunque eso tome más tiempo», resume, convencido de que la calidad y la autenticidad son claves para construir una marca que deje huella.

## Visión nacida del camino

Joseba Menoyo no diseñó Orbis Ways desde un despacho. Lo hizo desde el terreno, caminando rutas icónicas como el Camino de Santiago o el West Highland Way. «Soy también un viajero, un caminante. Conozco muchas de las rutas que ofrecemos porque las he recorrido personalmente», explica. Esa vivencia directa le permite comprender a fondo lo que el viajero necesita, espera y valora.

La idea de crear Orbis Ways nació de una observación clara: muchas personas querían vivir la experiencia de viajar a pie, pero no sabían cómo empezar. «Quise democra-



Joseba Menoyo recoge el premio de manos de Arturo Bernal y Francisco Marhuenda

tizar el senderismo de larga distancia, haciéndolo accesible, cómodo y enriquecedor para todos», señala. Su experiencia en proyectos turísticos y digitales fue el punto de partida perfecto para crear una empresa que une tecnología, personalización y profundo conocimiento del territorio.

Hoy, esa idea se ha convertido en una agencia líder en viajes de senderismo autoguiado, especializada en experiencias memorables por toda Europa, que sigue creciendo sin perder su esencia.

## Tecnología, sostenibilidad y expansión internacional

El futuro de Orbis Ways se proyecta en varias direcciones. Por un lado, la expansión internacional: nuevos destinos, nuevas rutas y presencia en mercados como Estados Unidos, Canadá o Asia. Por otro, la apuesta tecnológica: herramientas digitales que acompañen al viajero antes, durante y después del recorrido, con mapas interactivos, seguimiento en tiempo real y recomendaciones personalizadas.

Además, la sostenibilidad ocupa un lugar central. Menoyo insiste en que cada viaje debe tener un impacto positivo en los territorios que atraviesan. «Queremos apoyar a proveedores locales y fomentar un turismo responsable», asegura.

Su objetivo es ambicioso pero claro: hacer de Orbis Ways la plataforma líder en Europa en viajes de senderismo, manteniendo el equilibrio entre crecimiento, calidad y compromiso social.

## Premio que se comparte

El premio al CEO del Año en Viajes de Senderismo no solo lo honra a nivel personal, sino que lo vive como un triunfo colectivo. «Es el reflejo del trabajo de un equipo comprometido, valiente y talentoso», afirma. Para Menoyo, este reconocimiento valida una forma de hacer empresa: con autenticidad, con visión y con una apuesta firme por las personas.

Porque si algo distingue su camino, es que no se trata solo de organizar viajes. Se trata de inspirar a caminar de otra manera, descubriendo no solo paisajes, sino también historias, culturas... y a uno mismo.

## Autorretrato

Me gusta definirme como curioso, comprometido y apasionado por lo que hace. Soy caminante, en el sentido literal y vital. Creo que el mundo se entiende mejor a pie, con tiempo y mirada atenta. Liderar Orbis Ways ha sido una forma de compartir esa forma de viajar y vivir con miles de personas. No soy de discursos, prefiero escuchar, aprender y avanzar. Me entusiasma pensar que, desde esta empresa, estamos ayudando a la gente a reconectar con la naturaleza, con la cultura y consigo misma.

«Queremos construir una marca de confianza, que deje huella y que cuide cada detalle»

«Quise democratizar el senderismo de larga distancia, haciéndolo accesible y cómodo»

## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

Guillermo Perea Lobo

## Visión global con alma sostenible

En un sector tan competitivo y tradicional como el de la construcción, Guillermo Perea Lobo ha sabido marcar la diferencia a través de la innovación técnica y un firme compromiso con la sostenibilidad. Al frente de ERSIGROUP desde 2021, ha liderado una transformación que consolida al grupo como un actor global en el desarrollo de grandes infraestructuras, apostando por soluciones eficientes, responsables y tecnológicamente avanzadas.

Su trayectoria es la de alguien que ha conocido cada engranaje del sector. Desde sus inicios en Matinsa, filial del grupo FCC, hasta su llegada a ERSIGROUP, ha recorrido un camino ascendente forjado en la experiencia directa con proyectos nacionales e internacionales. «Durante 17 años me fui formando sin darme cuenta, y cuando llegó el momento de asumir la dirección del grupo, ya tenía una base sólida en lo técnico, lo financiero y lo estratégico», explica.

**Innovar sin perder el propósito**

Perea Lobo defiende un modelo de liderazgo en el que conviven la excelencia técnica, la rentabilidad económica y la responsabilidad social. «Como CEO, mi prioridad es impulsar una cultura empresarial que se base en la innovación constante y el com-

## PREMIO CEO DEL AÑO POR SU COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD Y LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

promiso con la sostenibilidad, pero también en la confianza, la igualdad de oportunidades y la apuesta por el talento», afirma.

Esta filosofía se traduce en un esfuerzo constante por posicionar a ERSIGROUP como una empresa puntera en soluciones constructivas, gracias al desarrollo de patentes propias y una fuerte inversión en I+D+i. Con ello, no solo responden a las necesidades actuales del sector, sino que se anticipan a los retos del futuro. Una muestra de ello es su sistema constructivo Armatek, que ha permitido diferenciarse en el competitivo mercado del acero corrugado para estructuras de hormigón armado.

Con un estilo de gestión cercano, colaborativo y participativo, Perea Lobo apuesta por entornos inclusivos y abiertos al crecimiento del equipo humano. «Uno de los rasgos que más valoro es la capacidad de delegar y confiar en personas altamente capacitadas. El éxito, si es colectivo, siempre es más sólido», asegura.

Guillermo Perea  
junto a Arturo  
Bernal y Francisco  
Marhuenda

«Nuestro modelo de éxito combina innovación técnica, sostenibilidad y rentabilidad»

«Este premio es un impulso para seguir transformando la construcción»

En su visión, un buen CEO debe tener una hoja de ruta clara, pero también la humildad necesaria para escuchar, adaptarse y aprender de su entorno. Y esa combinación entre estrategia y empatía es la que ha fortalecido a ERSIGROUP como una organización moderna y cohesionada.

**Crecimiento responsable**

Recibir el Premio CEO del Año por su Compromiso con la Sostenibilidad y la Innovación en el Sector de la Construcción es, para Perea Lobo, un reconocimiento que va más allá del plano individual. «Lo asumo con agradecimiento y humildad, pero sobre todo como un impulso para seguir generando valor real para la sociedad», declara. El galardón también supone una validación del trabajo colectivo del grupo, y refuerza el propósito compartido de ofrecer soluciones eficaces, sostenibles y responsables.

En sus palabras, este tipo de distinciones ayudan a visibilizar la importancia de apostar por modelos empresariales que no se limiten a buscar rentabilidad, sino que tengan un impacto positivo y duradero. «Es también un mensaje a todo el sector: se puede innovar, crecer y hacerlo bien, con conciencia y compromiso», apunta.

Su mirada está puesta en seguir ampliando la presencia internacional de la empresa, mejorar la eficiencia operativa, fomentar la economía circular y potenciar el talento interno. «Queremos consolidarnos como una compañía global reconocida por liderar la innovación técnica y la sostenibilidad en las grandes infraestructuras. Para eso, seguiremos invirtiendo en tecnología, formación y digitalización», afirma.

**Autorretrato**

Me defino como un líder comprometido con las personas, la innovación y el impacto que generamos en la sociedad, buscando maximizar los resultados a través del desarrollo de equipos fuertes y cohesionados. Creo en un modelo empresarial donde la técnica y la responsabilidad social van de la mano. A lo largo de mi trayectoria he aprendido que delegar y confiar son actos esenciales para crecer. Disfruto generando impacto a través del trabajo bien hecho, con una visión clara y un respeto profundo por las personas y el entorno. Para mí, liderar es acompañar, inspirar y construir algo que perdure.



**Nicola Pucci Di Benisichi**

# Juventud y ambición al mando del mar

PREMIO CEO DEL AÑO EN DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DEL MAR



**A** Nicola Daniele Pucci di Benisichi no le tembló el pulso un ápice al fundar su empresa Oceanik Shadow en plena pandemia. Su visión era clara: revolucionar el sector pesquero a nivel global desde dentro, apostando por la innovación, por la sostenibilidad y por un modelo logístico de distribución eficiente. Lo que comenzó como un reto impulsado por la pasión y la experiencia personal acumulada durante más de tres décadas en el sector, hoy es una empresa en expansión con sello e identidad propios.

Siciliano de nacimiento y emprendedor por convicción y vocación, Nicola encarna esa filosofía mediterránea que no teme al trabajo duro y la determinación cuando hay una meta clara. «Chi ha voglia, ha strada», dice un viejo refrán siciliano que él repite como mantra. «El que tiene ganas, tiene el camino», resume. Y su camino ha sido el de la ambición sin atajos, cimentado en un

**«La ambición y la determinación son las que siempre te marcan el camino a seguir»**

## Autorretrato

Soy joven, sí, pero llevo el mar en la sangre y la ambición como brújula desde mis primeros momentos. Fundé esta empresa con la firme intención de cambiar las reglas del juego en la industria pesquera a nivel global. Me mueve la pasión por hacer las cosas bien, por trabajar verdaderamente en equipo y por demostrar a todos que los sueños grandes también pueden empezar en tiempos difíciles. Cada nuevo día es una nueva oportunidad para crecer, inspirar y dejar huella en los demás. Para mí, liderar es tener capacidad para conectar, para motivar y para construir algo que trascienda lo individual.

**Nicola Pucci recibe el premio, junto a Arturo Bernal y Francisco**

**«Nacimos para revolucionar la industria pesquera con innovación y sostenibilidad»**

liderazgo joven, pero consciente de su responsabilidad en un sector tan exigente como el de los productos del mar.

### Nacido del mar y para el mar

Oceanik Shadow no es una empresa más de distribución pesquera. Su propuesta de valor se basa en tres pilares: trazabilidad, calidad y sostenibilidad. «Nuestro objetivo es liderar el sector sin perder nunca de vista nuestra pasión por el mar y la excelencia», señala Pucci. Su modelo garantiza no solo la frescura del producto, sino también un proceso logístico que prioriza el respeto al entorno y la eficiencia operativa.

Fundada sobre la base de 35 años de experiencia, la compañía ha sabido adaptarse sin perder su esencia. Nicola vio en el parón de la COVID-19 una oportunidad para innovar desde el conocimiento del sector, convirtiendo la adversidad en palanca.

### Liderazgo joven, equipo motivado

Lejos de los estereotipos de los altos ejecutivos tradicionales, Pucci apuesta por una gestión cercana y basada en el trabajo en equipo. «Cada logro lo celebramos como un triunfo colectivo», afirma. Su estilo de liderazgo está impregnado de energía, confianza y celebración compartida. Para él, el bienestar del equipo no es un complemento, sino una prioridad.

Esa misma mentalidad colaborativa se traduce en una cultura empresarial viva, dinámica y en constante movimiento. «El éxito de una empresa se construye sobre los hombros de cada uno de sus miembros», sostiene. La innovación constante y la mejora continua son parte de su día a día, sabiendo que la adaptabilidad es clave en un mercado tan cambiante.

### Un futuro con sabor global

El camino para Oceanik Shadow no se queda en el Mediterráneo. Nicola tiene claro que el futuro es global y sostenible. Entre sus planes están la expansión internacional, la implementación de nuevas tecnologías logísticas y el refuerzo de sus estándares de calidad. Y no solo eso: también quiere convertirse en inspiración para otros emprendedores que, como él, sueñan en grande.

Recibir el Premio CEO del Año en Distribución de Productos del Mar representa, para él, una confirmación de que el esfuerzo y la pasión dan frutos, pero también una exigencia para seguir creciendo. «El premio es un honor, pero también una responsabilidad», reconoce. Lejos de relajarse con el reconocimiento, lo toma como un impulso. «Trabajo días y noches, sin mirar el reloj, porque lo que más me importa es todo lo que podemos lograr juntos».

Su visión va más allá del negocio: busca generar un impacto positivo y duradero en la industria y en quienes la integran, liderando con el ejemplo y abriendo camino a nuevas formas de hacer empresa desde la excelencia.

## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

Roberto Martín Galán Solera

# Visión estratégica de alta tensión

PREMIO CEO DEL AÑO EN EL SECTOR ELÉCTRICO

Convertirse en un referente en servicios energéticos de alta tensión no es cuestión de suerte, sino de visión, constancia y compromiso. Bajo el liderazgo de Roberto Galán Solera, Gysen ha consolidado su posicionamiento en el sector como una empresa clave en mantenimiento, montajes e ingeniería especializada. Su objetivo es claro: ofrecer soluciones integrales que optimicen la eficiencia energética, reduzcan la huella de carbono y prolonguen la vida útil de las instalaciones, siempre desde un enfoque técnico, legal y medioambiental.

Con una cartera de más de 2.000 instalaciones en todo el territorio nacional, Gysen se distingue por su capacidad de respuesta: dispone de unidades móviles especializadas y un servicio de averías operativo las 24 horas del día, los 365 días del año. Sectores críticos como hospitales, transporte, defensa o telecomunicaciones confían en su fiabilidad y experiencia. «Queremos seguir creciendo como empresa preferente en el sector, trans-

formando nuestro modelo hacia uno de valor añadido, que acompañe al cliente en todas las etapas del proceso», afirma Galán.

Así, este año ha sido reconocido con el Premio CEO del Año en el Sector Eléctrico. Un galardón que no solo valida decisiones pasadas, sino que impulsa nuevos retos. «Este premio representa personal y familiar. Es también un reconocimiento a todo el equipo de profesionales que hacen posible que Gysen funcione al más alto nivel».

### Una vida entre voltajes y decisiones

Su historia en el sector comenzó hace más de 36 años, cuando se incorporó a una gran empresa energética como jefe de obra, compaginando el trabajo con sus estudios en Formación Profesional y, más adelante, en la Universidad Carlos III, donde se formó como ingeniero técnico. Desde entonces, cada paso ha sido fruto de la dedicación, la constancia y el aprendizaje continuo.

Con el tiempo, asumió mayores responsabilidades hasta llegar a dirigir Elquis XXI, una

«Transformar el modelo de mantenimiento hacia uno de valor añadido es clave»

«Este premio valida una trayectoria de más de 36 años y al esfuerzo de todo el equipo»

compañía especializada en alta tensión donde estuvo al frente durante 14 años. Esa etapa le permitió adquirir una visión del negocio: desde la operativa técnica hasta la gestión de equipos y la toma de decisiones estratégicas. Allí consolidó su perfil como líder, pero también como referente en el sector.

### Estrategia, talento y compromiso

Uno de sus grandes desafíos ha sido consolidar una visión clara de empresa en un entorno tan cambiante como el energético. Para Galán, un buen CEO debe tener la capacidad de identificar oportunidades, planificar con visión de futuro y rodearse de un equipo humano altamente cualificado. «Mi compromiso no es solo con la empresa, sino con las personas que la componen. Para alcanzar objetivos ambiciosos, es esencial inspirar y motivar al equipo», sostiene.

Fiel a una filosofía basada en la autonomía y la confianza, Galán cree en dar espacio a sus colaboradores para que tomen decisiones, fomentando la innovación y el desarrollo de talento interno. «Un CEO no debe intervenir en cada decisión, sino trazar el camino y permitir que cada área avance con responsabilidad y claridad», explica.

### Un sector que se transforma

En un momento donde el sector eléctrico atraviesa profundos cambios hacia la digitalización, la sostenibilidad y la eficiencia, Gysen se posiciona como un actor que no solo presta servicios, sino que acompaña estratégicamente a sus clientes. Desde legalizaciones hasta mantenimientos preventivos, pasando por tramitaciones energéticas y auditorías técnicas, su enfoque integral es una de sus grandes fortalezas.

Galán apuesta por continuar diversificando servicios mediante adquisiciones estratégicas y ampliar la presencia en nuevos mercados y sectores. Su meta personal también contempla alcanzar un mayor equilibrio vital: «Sigo con la misma pasión de siempre, pero también quiero optimizar mis recursos y crecer en calidad de vida. Dedicar más tiempo a mi familia también es parte del futuro que deseo».

## Autorretrato

Empecé desde abajo, con vocación técnica, y fui creciendo gracias al esfuerzo, la formación continua y una enorme pasión por este sector. Hoy, lidero una empresa que apuesta por la excelencia, la eficiencia energética y la cercanía con el cliente. Creo en el liderazgo que inspira, no que impone, y en la fuerza de los equipos comprometidos. Me mueve la idea de construir un proyecto sólido, innovador y humano, donde el talento y la confianza sean la base de todo.

Roberto Galán, con el premio, junto a Arturo Bernal y Francisco Marhuenda



José Antonio De Juan

# Expansión y ética en seguridad privada

«**N**uestros planes pasan por seguir expandiéndonos a nivel nacional e internacional, manteniendo un crecimiento de dos dígitos año tras año». Con esta frase, José Antonio de Juan resume la ambición y claridad con la que lidera Grupo KUO, una empresa especializada en servicios integrales de seguridad privada. Su hoja de ruta para los próximos años no solo contempla el crecimiento sostenido, sino también la diversificación hacia nuevas áreas como la ciberseguridad y la inteligencia operativa.

La apuesta por la innovación tecnológica, la formación continua del equipo y una atención al cliente personalizada forman parte de su visión estratégica. «Queremos ser una empresa que marque la diferencia, no solo por eficacia operativa, sino por ética, responsabilidad y cercanía», afirma. Y es que, para el CEO, la seguridad no puede entenderse sin valores sólidos que respalden cada servicio.

## Camino de experiencia y compromiso

José Antonio de Juan suma más de 45 años de experiencia en el sector de la seguridad, tanto pública como privada. Durante su carrera en el Cuerpo Nacional de Policía, desempeñó funciones clave en unidades de

## PREMIO CEO DEL AÑO POR SU TRAYECTORIA Y LIDERAZGO EN LA SEGURIDAD PRIVADA

alta exigencia como la Brigada Central de Escoltas o la Brigada de Información, recibiendo múltiples felicitaciones oficiales por méritos destacados en el servicio.

Su paso al ámbito privado lo llevó a ocupar puestos directivos en grandes compañías y eventos internacionales como la Expo 92. También fue consejero delegado de diversas compañías en España y Centroamérica, siempre en entornos de alta visibilidad y complejidad. Desde hace años, lidera Grupo KUO como CEO, combinando esa vasta experiencia con una visión moderna y transformadora del sector.

Una de las claves de su éxito reside en su estilo de liderazgo. José Antonio de Juan se define como una persona cercana, implicada y disponible para su equipo. «Confío plenamente en los más de 1.300 profesionales que forman parte de Grupo KUO. Promuevo un liderazgo colaborativo porque creo que la fuerza del grupo está en las personas», señala.

Ese enfoque humano se traslada también

«Queremos marcar la diferencia en el sector, ser una empresa en quien confiar»

«Este premio es un honor, pero también un reconocimiento colectivo al esfuerzo»

a su forma de tomar decisiones. Escucha, evalúa, delega y actúa con rapidez, pero siempre con fundamento. Para él, ser CEO no significa estar en un pedestal, sino estar en el terreno, acompañando y entendiendo las dinámicas reales de la empresa.

## Un reconocimiento con valor colectivo

Recibir el Premio CEO del Año en el Sector de la Seguridad Privada ha supuesto para José Antonio de Juan un reconocimiento muy especial. «Es un gran honor y una responsabilidad. Detrás hay muchos años de esfuerzo, sacrificios y decisiones difíciles. Pero, sobre todo, es fruto del trabajo conjunto de todo el equipo» asegura. El galardón refuerza el prestigio de Grupo KUO y actúa como motor para seguir apostando por la excelencia.

Este impulso llega en un momento clave: con planes de crecimiento activos, nuevas tecnologías en desarrollo y una firme intención de profesionalizar aún más el sector. Para el CEO, no hay crecimiento posible sin una ética empresarial sólida y una atención constante a las personas.

## Modelo de seguridad con alma

El objetivo a medio y largo plazo es claro: consolidar a Grupo KUO como referente nacional, con una expansión internacional responsable y una apuesta por la formación especializada. La visión de José Antonio de Juan se centra en avanzar hacia un modelo de seguridad donde la eficiencia operativa conviva con la responsabilidad social y la confianza del cliente. «Queremos inspirar a las nuevas generaciones de profesionales. Mostrar que la seguridad puede y debe estar ligada a valores, a compromiso y a una vocación de servicio permanente», afirma. Esa filosofía se refleja en su día a día y en cada decisión que toma desde la dirección del grupo.

## Autorretrato

Desde mis inicios en el Cuerpo Nacional de Policía hasta mi etapa actual como CEO de Grupo KUO, siempre he entendido este trabajo como una vocación basada en la responsabilidad, la cercanía y el compromiso con las personas. Me apasiona construir proyectos sólidos, formar equipos fuertes y tomar decisiones con los pies en la tierra. Creo en liderar desde la experiencia, pero también desde la humildad, escuchando siempre y buscando la mejora continua.

José Antonio De Juan, junto a Arturo Bernal y Francisco Marhuenda



## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

Cynthia Mula

## Espíritu sostenible y aventurero

PREMIO CEO DEL AÑO EN EL SECTOR VEHÍCULOS OCIO Y TIEMPO LIBRE

«Queremos ofrecer vehículos que inspiren a las personas a explorar el mundo con libertad»

Desde la restauración de míticas furgonetas Volkswagen T1 hasta liderar una de las compañías más prometedoras del mundo camper, Cynthia Mula ha recorrido un largo y apasionante camino en TT CAMPER. Al frente de la empresa como CEO, su enfoque y su pasión han convertido a la marca en un referente del sector. «Mi vínculo con el camping es personal y profundo», afirma. Y es ese entusiasmo, unido a una sólida experiencia en áreas como el desarrollo de producto, marketing y operaciones, lo que la ha llevado a consolidarse como líder natural dentro de la organización.

Cynthia Mula considera su estilo de liderazgo participativo, abierto y orientado al equipo. «Fomento un entorno donde cada

«Para TT CAMPER La sostenibilidad no es una opción, es parte de nuestra identidad»

miembro se sienta escuchado y valorado. El éxito colectivo solo es posible si todos remamos en la misma dirección», sostiene.

Entre sus cualidades más destacadas se encuentra la visión estratégica, que le permite anticiparse a las tendencias. Pero también sobresale su capacidad para adaptarse a los cambios, un punto clave en un sector como el del ocio y el turismo sobre ruedas.

En su día a día, apuesta por una gestión basada en la innovación, la orientación al cliente y la transparencia. «Es fundamental mantener una comunicación abierta, tanto con el equipo como con clientes y socios», explica. Esta filosofía ha impregnado la cultura corporativa, generando identidad de marca y una reputación en crecimiento.

## Una empresa de pasión y evolución

TT CAMPER comenzó su andadura con un espíritu casi artesanal, restaurando furgonetas retro que evocaban la libertad de los años 70. Poco a poco, evolucionó hacia la venta de campers y autocaravanas nuevas y de segunda mano, con una propuesta de comodidad, funcionalidad y, sobre todo, de naturaleza.

Hoy, bajo la dirección de Cynthia Mula, la empresa comercializa vehículos y promueve un estilo de vida. «Nuestro objetivo es ofrecer vehículos que inspiren a las personas a explorar el mundo con libertad y confort», comenta. En esa misión confluyen varios pilares estratégicos: innovación en diseño, sostenibilidad, excelente atención al cliente y construcción de una comunidad fiel de usuarios.

Pero si hay algo que ha distinguido el liderazgo de Mula es su capacidad para trazar una hoja de ruta clara hacia el futuro. Uno de sus principales retos ha sido equilibrar el crecimiento con la responsabilidad ambiental. «Buscamos aumentar nuestra cuota de mercado sin renunciar a nuestros valores. La sostenibilidad no es una opción, es parte de nuestra identidad», señala.

## Del presente al futuro en movimiento

El reconocimiento de Cynthia Mula como CEO del Año en el Sector Vehículos de Ocio y Tiempo Libre llega en un momento de madurez y ambición para TT CAMPER. La empresa se encuentra en pleno proceso de expansión, tanto a nivel de producto como de mercados. Entre los planes a corto y medio plazo destacan la ampliación de la gama de campers, la mejora de la experiencia del cliente, la digitalización del proceso de compra y ampliación de nuevas zonas de venta en diferentes puntos peninsulares y abriendo nuevas áreas y campings para camper.

También buscan establecer alianzas estratégicas que sumen valor a la experiencia del usuario, como acuerdos con proveedores de equipamiento o empresas de servicios de camping. Y, como siempre, sin perder de vista su gran apuesta: la sostenibilidad. «Queremos liderar la transformación ecológica del sector camper. Es nuestra responsabilidad y también una oportunidad para diferenciarnos», afirma Cynthia Mula con convicción.

En cuanto al futuro de la empresa, lo visualiza como una comunidad en crecimiento, conectada digitalmente, abierta al mundo y con un producto cada vez más personalizado. «Soñamos con una TT CAMPER que no solo venda campers, sino que inspire una forma de vivir el mundo», concluye.

## Autorretrato

Siempre he tenido alma de exploradora. Me apasiona la naturaleza, la libertad de los viajes sobre ruedas y todo lo que implica la vida al aire libre. Eso fue lo que me atrajo del mundo camper y lo que me llevó a involucrarme desde el principio en TT CAMPER. Empecé en el desarrollo de producto, buscando crear vehículos que realmente conectaran con las necesidades del usuario, y fui aprendiendo desde dentro cada área de la empresa. Me considero una líder cercana, estratégica y comprometida con el crecimiento sostenible. Creo en la innovación como motor de cambio, y en las personas como el verdadero valor diferencial de cualquier proyecto.



Cynthia Mula recibe el premio de manos de Arturo Bernal y Francisco Marhuenda



Zazou Belounis, con el premio, junto a Francisco Marhuenda y Arturo Bernal

## Zazou Belounis

# Enfoque cosmopolita con alma mediterránea

PREMIO CEO DEL AÑO EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN

«No se trata de crecer por crecer, sino de hacerlo con una estrategia clara y con coherencia»

Convertir cada espacio en una experiencia sensorial completa. Ese es el propósito que define la visión empresarial de Zazou Belounis, CEO de Casanis Group. Su liderazgo se ha cimentado sobre una propuesta que trasciende lo gastronómico, creando lugares donde el diseño, la música, el ambiente y la cocina se entrelazan para ofrecer algo memorable. «No queremos ser un grupo 'de moda'; queremos ser un grupo con alma, con carácter, con una identidad propia», afirma con claridad.

Casanis Group nació en Marbella, pero su proyección es internacional. Con una fusión de sabores mediterráneos y savoir-faire francés, se ha posicionado como referente dentro y fuera de España, con conceptos como Casanis Bistrot, Nota Blu New Brasserie, Marmel at Finca Besaya y La Plage Casanis. Cada uno con personalidad propia, pero todos conectados por la misma esencia: autenticidad, excelencia y emoción.

Y hoy, también conectados por el Premio CEO del Año en el Sector de la Restauración.

«Es un honor inmenso, pero también un premio colectivo. Lo recibo en nombre de todo el equipo de Casanis Group, de todas las personas que cada día dan lo mejor de sí mismas para crear algo único», asegura.

### Raíces globales, pasión local

La historia de Zazou Belounis en el mundo de la restauración es también la historia de una vida cosmopolita. Nacido en París, ha trabajado en proyectos de hospitalidad en Francia, Reino Unido, Oriente Medio y otros países. Esa diversidad cultural no solo ha nutrido su estilo de liderazgo, sino que también ha influido directamente en la propuesta de Casanis Group. «He aprendido de muchas culturas, estilos y formas de entender la hospitalidad. Todo eso está presente hoy en lo que hacemos», explica.

Su recorrido comenzó desde abajo, con experiencia directa en cocina, sala y gestión. Esa comprensión integral del sector ha sido clave en su papel como CEO, cargo que asumió como una evolución natural de su implicación con el grupo. «Fue una mezcla de

«Queremos ser un grupo con alma, con carácter, capaz de emocionar a nuestros clientes»

## Autorretrato

Nacido en París, pero con el alma repartida entre varias culturas, me apasiona crear espacios donde la gastronomía se convierte en una experiencia que emociona, conecta y deja huella. He trabajado en varios países y de todos ellos he aprendido algo. Creo en el poder de las personas, en la importancia del detalle y en liderar con pasión, intuición y coherencia. Casanis es más que un grupo de restauración: es una forma de entender la vida, donde cada proyecto cuenta una historia real.

intuición, trabajo constante y una visión clara», resume.

Bajo su dirección, el grupo ha iniciado una etapa de expansión estratégica. Madrid será el próximo gran hito, con la esperada apertura de Nota Blu New Brasserie en octubre de 2025. «Queremos llevar el alma de Nota Blu a la capital. No solo un restaurante, sino un espacio icónico donde se unan gastronomía, arte, diseño y un servicio excepcional», adelanta.

Pero la ambición no se limita al ámbito nacional. Casanis Group ya explora oportunidades en otros puntos estratégicos internacionales. Pero el crecimiento, eso sí, no será a cualquier precio. «No se trata de crecer por crecer, sino de hacerlo con inteligencia, manteniendo la calidad, la esencia y la coherencia en todo lo que hacemos», puntualiza.

### Liderazgo cercano y con propósito

Belounis se define como un CEO involucrado, intuitivo y adaptable. Le gusta estar presente, escuchar, entender lo que ocurre en cada rincón del grupo. «Creo que una de mis fortalezas es saber detectar talento y formar equipos diversos, comprometidos y apasionados. Nada de esto sería posible sin ellos», afirma. Su estilo de liderazgo se apoya en tres pilares fundamentales: visión, empatía y autenticidad. Sabe que un buen CEO debe ser capaz de analizar y anticipar, pero también de cuidar a las personas, ser flexible y estar dispuesto a tomar decisiones difíciles con humanidad.

### Filosofía que conecta

Más allá del modelo de negocio, Belounis tiene claro que su gestión está marcada por una filosofía centrada en la experiencia del cliente. «La gente no busca solo una buena comida. Busca una historia, una emoción, una conexión. Por eso, cada proyecto que lanzamos tiene que nacer desde un lugar real», explica. Esa búsqueda de la autenticidad es, sin duda, lo que ha convertido a Casanis Group en una marca que no solo se reconoce, sino que se recuerda.

## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

Manuel Guerrero

## Visión global y packaging con alma

«**P**ara mí es un gran orgullo recibir este premio por segunda vez, lo cual demuestra que el camino es el correcto.» Así se refiere Manuel Guerrero al reconocimiento que ha vuelto a colocar su nombre en el foco de la innovación y la sostenibilidad empresarial.

Esta vez, como CEO del Año en el Sector de Packaging Sostenible, Guerrero lidera PackBenefit con la convicción de que otro envasado es no solo posible, sino urgente.

Su llegada, en julio de 2024, vino de la mano del fondo de inversión Circularity Capital, especializado en economía circular. Después de 35 años de carrera en el sector del packaging (con experiencia en materiales como vidrio, plástico, cartón o latas, y en la maquinaria para procesar y envasar alimentos), Guerrero encontró en PackBenefit una causa alineada con su evolución personal y profesional. «Después de tantos años trabajando con plásticos, la conciencia pesa... y me encuentro mucho más a gusto en el sector del papel, por su procedencia natural, su reciclabilidad y su compostabilidad», explica.

PackBenefit no es una empresa convencional. Fundada en 2014 como una startup cuando casi nadie hablaba de sostenibilidad en serio, ha logrado desarrollar bandejas ali-

## PREMIO CEO DEL AÑO EN EL ÁMBITO DEL PACKAGING SOSTENIBLE

## Autorretrato

Llevo más de tres décadas recorriendo el mundo del packaging en sus múltiples formas. He vivido en ocho países, hablo cinco idiomas y me apasiona liderar equipos diversos con un objetivo común. Me incorporé a PackBenefit atraído por su propósito, su capacidad transformadora y su potencial para cambiar una industria desde dentro. Creo en liderar con visión, cercanía y coherencia, y en celebrar cada pequeño paso hacia el objetivo. Hoy, más que nunca, siento que estoy en el lugar correcto, con las personas adecuadas y el reto que siempre estuve buscando.

«Después de tantos años en el mundo del plástico, ahora apuesto por materiales naturales»

«Esta empresa tiene un equipo excelente, una tecnología única y un propósito claro»

mentarias de fibras de celulosa provenientes de bosques gestionados responsablemente. Son productos de altísima gama, aptos para alimentos frescos, congelados y cocinados, e incluso para uso en horno, microondas o freidora de aire. Con soluciones reciclables y compostables únicas en España, la empresa ha creado un modelo con impacto real en la reducción del desperdicio alimentario y en la transformación del sector.

La nueva etapa, bajo la dirección de Guerrero, se centra en la expansión internacional, el refuerzo de la planta de Valladolid y la creación de un comité de dirección de alto rendimiento. «Estamos enseñando a un equipo muy joven y entusiasta cómo convertir un sueño tecnológico en una realidad global», afirma con entusiasmo.

## Liderar con visión y humanidad

Guerrero tiene clara su forma de liderar: con visión estratégica, empatía y la capacidad de guiar como un director de orquesta. «Por muy virtuosos que sean los músicos, si no hay alguien que les guíe, que les haga mejorar y trabajar al unísono, no se podrá completar la obra», compara. Esa filosofía se basa también en la humildad. Lo aprendió en Australia, cuando tuvo que adaptar su ritmo a un equipo que necesitaba otra cadencia. «La comunicación es siempre la base. Hay que crecer todos juntos», señala. Cree firmemente que el antiguo modelo del CEO omnisciente y autoritario ya no tiene cabida. Hoy, lo importante es tener una visión clara, saber comunicarla y confiar en los expertos. «Y no olvidar celebrar los logros: eso genera complicidad y refuerza el vínculo del equipo.»

## De Valladolid al mundo

Su objetivo inmediato es consolidar la nueva fábrica en Valladolid, que duplica capacidad respecto a la anterior y supone un salto industrial clave. Pero el plan no se detiene ahí. La hoja de ruta incluye nuevas fábricas en Reino Unido y Europa Central y, posteriormente, expandirse a mercados como EE. UU., Australasia o Sudamérica.

El respaldo de Circularity Capital y la búsqueda activa de nuevos inversores avalan la ambición del proyecto. Y no es para menos: el producto es innovador, la propiedad intelectual única y el equipo altamente cualificado. «Hace 40 años nadie usaba bandejas de plástico. Hoy son omnipresentes. ¿Cómo será PackBenefit dentro de 40 años?», se pregunta Guerrero, con una sonrisa que mezcla ilusión y certeza.

Manuel Guerrero recibe el premio de manos de Arturo Bernal y Francisco Marhuenda



**César Vicente Egea**

# El impulso de una transformación constante

PREMIO CEO DEL AÑO EN  
EL SECTOR DE LOS CÍTRICOS

En un mundo donde la innovación y la tradición a menudo parecen estar reñidas, César Vicente ha sabido encontrar el equilibrio perfecto. Director General de Fresco de Tana, empresa familiar fundada en 1955, Vicente representa esa nueva generación de líderes que, sin perder de vista las raíces, es capaz de impulsar una transformación empresarial desde dentro y con una visión a largo plazo.

Su historia profesional no comenzó en el sector agroalimentario, sino en la industria farmacéutica, donde trabajó durante más de quince años. Sin embargo, la vida le llevó por un camino inesperado: «Mis cuñados, Juan Antonio y Gilberto Cánovas, me ofrecieron un reto apasionante: comprar acciones de Tana y liderar su renovación. Y en eso estamos».

## Del campo a la estrategia

El aterrizaje de César Vicente en Tana no fue simbólico ni inmediato. Su inmersión comenzó desde la base: la compra de materia prima directamente del campo. «Para mí era vital formarme en los productos que iban a transformarse en el almacén», explica. Esa formación práctica le permitió luego dar el salto a producción y, finalmente, al área comercial. Este recorrido por todas las áreas operativas de la empresa cimentó su liderazgo como CEO, hoy más enfocado en la sostenibilidad, la eficiencia y la excelencia.

Tana S.A. es una rara avis dentro del sector: combina la producción propia –tanto ecológica como convencional– con la transformación y comercialización de fruta fresca e industrial. Una estructura vertical que, según Vicente, es clave para avanzar hacia un modelo más sostenible y controlado. «Somos la única empresa familiar que integra los tres procesos fundamentales: producción, transformación y comercialización tanto en fresco como en industria», afirma.

Este enfoque integral no se sostiene solo con estrategia; requiere de una filosofía de

**«Un CEO debe estar siempre disponible para todos sus empleados, sea cual sea su puesto»**

**«La excelencia no tiene valor si no explicas a los demás lo que realmente significa para ti»**

gestión muy clara. En el caso de Vicente, se resume en una frase: «Hay que vender mejor, y si es más, aún mejor». Esa visión de mejora constante se refleja también en su forma de liderar, cercana y horizontal. «Un CEO debe estar disponible para todos sus empleados, sea cual sea su puesto», defiende. Considera fundamental realizar análisis DAFO no solo de la empresa, sino también de cada área clave y, especialmente, de las personas que las integran.

## Un equipo como motor del cambio

El Premio CEO del Año en el Sector de los Cítricos no lo asume como un galardón individual. «Para mí representa la gratificación por el esfuerzo continuo mío, pero sobre todo de mi equipo y de mis socios», subraya. No duda en mencionar con nombre propio a quienes han sido parte esencial de este camino: desde sus socios Juan Antonio y Gilberto, hasta Raúl Tovar (jefe de compras), José María Delicado (operaciones) y Andrés Brugarolas (finanzas). También hace un reconocimiento muy especial a su mujer, Sara, y a su familia por su apoyo incondicional.

Pero Vicente no se detiene en los logros. Ya piensa en los próximos pasos: «Seguiremos implantando nuevos sistemas y maquinaria para optimizar procesos, así como mejorando el área de recursos humanos». Cree firmemente que solo a través de una mejora continua podrá alcanzarse esa palabra tan repetida como exigente: la excelencia. «Para mí, que Tana esté dentro de la excelencia significa que todos nuestros clientes estén satisfechos en calidad y servicio, que nuestros trabajadores estén orgullosos y que todo ello se enmarque en un modelo de sostenibilidad empresarial», concluye.

Una filosofía que no solo transforma empresas, sino también el modo de entender el liderazgo empresarial en el sector agrícola.

## Autorretrato

Me considero una persona inquieta, con necesidad constante de aprender y mejorar. Disfruto con los retos complejos, sobre todo si implican transformación o cambio. Mi experiencia en la industria farmacéutica me dio una base sólida en gestión, pero Tana me ha enseñado a ver el valor de lo tangible, del campo, del contacto directo con la producción. Me gusta involucrarme, conocer los procesos desde dentro, escuchar a mi equipo. Si algo define mi manera de trabajar es la constancia, la cercanía y el compromiso. Creo que la clave está en no conformarse nunca. Siempre hay algo que se puede mejorar.



César Vicente Egea, con el premio, junto a Arturo Bernal y Francisco Marhuenda

## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

Carlos José García García

## Liderazgo con valores en clave global

Con un enfoque claro en el crecimiento sostenido y la expansión internacional, Carlos José García García ha convertido, junto a sus dos socios, su visión en una realidad que hoy opera en siete países, con más de 300 profesionales y proyectos en más de 18 mercados. Desde su posición como CEO y socio fundador de Grupo Ditech, lidera con una fórmula sencilla pero poderosa: personas, valores y visión global.

La historia de Grupo Ditech no nace en una oficina ni parte de una gran inversión inicial. Arranca con la inquietud compartida de tres profesionales apasionados por la tecnología. Carlos José García, junto a Jesús Jiménez y Antonio Alcolea, dieron forma a lo que hoy es una empresa referente en outsourcing tecnológico y en la implementación de ERPs y CRMs como Oracle NetSuite y Microsoft Dynamics. «Hace siete años decidimos fundar una compañía que ofreciera desarrollo de software en modelo de responsabilidad, apostando por el talento internacional desde nuestros centros operativos en siete países», recuerda Carlos José García. Ese espíritu emprendedor, combinado con una visión ambiciosa, los llevó a establecer una red global que se caracteriza por su enfoque en la calidad, la eficiencia y la vocación de servicio.

En poco tiempo, Ditech pasó de ser una start-up tecnológica a consolidarse como un socio tecnológico estratégico para empresas en más de 18 países. La clave, asegura su CEO, está en las personas. «El trabajo en equipo es lo que nos ha permitido llegar donde estamos. Nuestra compañía valora mucho el crecimiento de los profesionales implicados y entusiastas», afirma.

**Coherencia y ejemplo**

Carlos José García no habla de liderazgo sin mencionar sus valores personales: Ambición, Honradez, Confianza, Comunicación, Excelencia, Agilidad y Vocación de Servicio. Esos principios guían tanto su estilo de gestión como la cultura de Grupo Ditech. «Dar ejemplo siempre y en todo lugar. Ser el primero en empujar es la

## PREMIO CEO DEL AÑO EN SERVICIOS DE OUTSOURCING TECNOLÓGICO

**Autorretrato**

Nunca imaginé que un proyecto nacido entre tres socios pudiera escalar a este nivel. Me defino como una persona perseverante, con mucha pasión por lo que hace. Creo en el trabajo duro, en los valores y en la capacidad de rodearse de un buen equipo. Liderar Grupo Ditech me ha permitido crecer como profesional, pero sobre todo como persona. Me ilusiona seguir avanzando en esta aventura global, donde cada día aprendemos algo nuevo y nos acercamos un poco más a nuestra visión.

«Ser el primero en empujar es la única forma de crear un equipo implicado»

«El trabajo en equipo es lo que nos ha permitido llegar donde estamos ahora»

única forma de crear un equipo implicado», señala con convicción.

Para él, ser CEO no solo implica tener visión de negocio, sino también ser una buena persona. «Aunque suene a tópico, eso es lo más importante. Escuchar, comprender, tener ideas claras y, sobre todo, arrastrar al equipo con confianza hacia el objetivo», afirma. En su opinión, un buen líder sabe rodearse de talento y lo impulsa a crecer.

Esa confianza en el equipo y la importancia de delegar han sido determinantes para expandirse a nuevos mercados, especialmente en Latinoamérica, donde ya tienen oficinas en Chile, Perú, Colombia, Panamá, México y Canadá.

**Un proyecto nacido para crecer**

Desde sus inicios, Grupo Ditech apostó por la deslocalización del talento y por un modelo de servicios globalizados. Su misión es clara: proporcionar talento y conocimiento tecnológico desde cualquier lugar del mundo a cualquier empresa del mundo. Bajo esa premisa, no solo han construido una red internacional sólida, sino que han democratizado el acceso a servicios tecnológicos de primer nivel. «El premio nos permite visibilizar un proyecto innovador y revolucionario para el sector. Representamos una nueva manera de entender el outsourcing tecnológico: más ágil, más humana y más conectada al mundo real», afirma Carlos José, convencido de que el modelo que han desarrollado tiene aún mucho recorrido.

Consolidar su presencia en América Latina durante 2025-2026 es el siguiente paso. Después, el foco se desplazará hacia nuevas fronteras. «Nuestra apuesta para 2026 y 2027 incluye Estados Unidos, Filipinas y Alemania. Queremos tener presencia local en al menos 12 países en cinco años», asegura.

La visión a largo plazo es ambiciosa y clara: convertirse en el socio tecnológico global de referencia para empresas que buscan acompañamiento real en sus procesos de transformación digital. Para ello, seguirán confiando en su mayor activo: el talento.



Carlos José García posa con el galardón

Antonio Sas

# Liderazgo en la era del bienestar digital

«Este premio lo recibo con mucha gratitud, pero no es solo mío. Es el reflejo del trabajo colectivo de Betterfly España». Así arranca Antonio Sas cuando se le pregunta por el reconocimiento como CEO del Año en el Desarrollo de Soluciones Innovadoras de Bienestar Laboral. Con humildad, pero también con la convicción de que su labor (y la de su equipo) está marcando una diferencia real en la forma en la que las empresas cuidan a sus personas.

Para Sas, este galardón no solo supone una validación a su liderazgo, sino también «un impulso para seguir transformando la relación entre las personas y el trabajo». Porque si algo tiene claro, es que el bienestar en las empresas ya no es un añadido: es una necesidad estratégica.

**Una filosofía centrada en las personas**  
Al frente de Betterfly España, Antonio Sas defiende un modelo de gestión que pone a las personas (empleados, clientes, colaboradores) en el centro de todas las decisiones. «La tecnología es nuestra aliada, pero el bienestar es nuestro motor», afirma. Su estilo de liderazgo combina cercanía, escucha activa y una fuerte orientación al impacto. «Me involucro mucho en la parte

## PREMIO CEO DEL AÑO EN EL DESARROLLO DE SOLUCIONES INNOVADORAS DE BIENESTAR LABORAL

operativa, pero siempre con la mirada puesta en una pregunta: ¿estamos realmente ayudando a nuestros clientes y sus empleados?». Esa reflexión constante ha guiado su forma de trabajar desde el inicio de su trayectoria, muy ligada al entorno tecnológico. Con una sólida experiencia en compañías como Dropbox o Stripe, Sas ha sabido traducir ese bagaje en una visión pragmática y humana, clave en la expansión de Betterfly en España.

**Conectar visión global e impacto local**  
El aterrizaje de Antonio Sas en Betterfly llegó en un momento clave. La compañía, nacida en Latinoamérica, buscaba asentarse en el mercado español con una propuesta que combina retribución flexible, seguros de salud y beneficios de bienestar. «Asumí la dirección general con el reto de conectar la visión global de Betterfly con la realidad y el potencial del mercado local», explica.

Antonio Sas, con el premio, junto a Arturo Bernal y Francisco Marhuenda

«Ofrecemos a las empresas soluciones para mejorar la experiencia del empleado»

«La tecnología es nuestra gran aliada, pero el bienestar es el motor que nos mueve»

Desde entonces, la filial española ha crecido con fuerza, tanto en equipo como en clientes. Su objetivo, sin rodeos, es claro: consolidarse como el referente en bienestar laboral. Y lo están logrando mediante una plataforma innovadora que se apoya en la inteligencia artificial y en la experiencia de usuario para maximizar el engagement de los usuarios, ofreciendo beneficios útiles y personalizados que conectan con lo que cada persona necesita.

«Pero la filosofía de Betterfly España va más allá de ofrecer una lista de beneficios. Se trata de crear un ecosistema que motive, fidelice y genere resultados medibles para las empresas. «Queremos que cada empresa que trabaje con nosotros tenga una solución que mejore la experiencia del empleado y los resultados del negocio», señala Sas.

Esta ambición se traduce en alianzas estratégicas (como las recientes colaboraciones con TaxDown o Savia), en el desarrollo de nuevas funcionalidades y en la incorporación de más partners de bienestar. Todo ello desde una gestión flexible, con autonomía, propósito y foco en la innovación constante.

Betterfly está en plena expansión, pero el crecimiento no es un fin en sí mismo. Para Antonio Sas, el verdadero reto es liderar una nueva forma de entender la compensación y el bienestar. «Más humana, más flexible y más conectada con lo que las personas realmente necesitan», puntualiza. Lo que busca Betterfly es seguir desarrollando la plataforma, incorporar nuevos servicios, reforzar la tecnología de IA aplicada al bienestar y consolidar una presencia fuerte en sectores clave del tejido empresarial español. Todo ello con un equipo local, conocedor del mercado, y con una propuesta que evoluciona con las personas y para las personas.

## Autorretrato

Soy una persona orientada al propósito y al impacto. Me motiva construir, liderar equipos con ambición y trabajar en proyectos que transforman la vida de las personas. En Betterfly encontré la oportunidad perfecta para unir tecnología, bienestar y valores. Me gusta escuchar, aprender y mantener los pies en la tierra, incluso en entornos de mucho crecimiento. Creo en liderar desde la cercanía y con visión a largo plazo. Y, sobre todo, creo en el poder de las pequeñas acciones para generar grandes cambios.



## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

José Manuel Marín Cebrián

## Inconformista y disruptivo

PREMIO CEO DEL AÑO EN SERVICIOS FINANCIEROS

«Queremos plantarle cara a Hacienda y a los bancos, defendiendo a los ciudadanos»

Cuando José Manuel Marín Cebrián habla de finanzas, lo hace con la determinación de quien no solo ha estudiado el sector, sino que también lo ha desafiado desde dentro. Tras años en banca, seguros e inmobiliaria, decidió fundar su propia empresa, Fortuna servicios financieros premium, con una meta clara: convertirse en un aliado de confianza para cualquier persona, independientemente de su poder adquisitivo. Su experiencia le permitió detectar carencias en la atención financiera, especialmente hacia perfiles que no encajaban en los estándares de rentabilidad y seguridad de la banca.

Desde el principio, José Manuel Marín apostó por una visión integral, alejada de los

«No me pregunto si podemos hacer algo o no, directamente planteo cómo hacerlo»

modelos clásicos centrados en el producto. «Queríamos que cualquier persona pudiera contar con alguien de confianza para sus asuntos económicos, como lo hace con su mecánico o su abogado», explica. Así nació la metodología «Totalfinance», una estrategia que combina financiación, seguros, inversión y asesoramiento inmobiliario en un solo lugar, con el foco puesto en el acompañamiento continuo, el lenguaje claro y la cercanía. Una propuesta pensada para guiar, proteger y empoderar al cliente desde la escucha activa y la acción personalizada.

## Aire fresco en un sector tradicional

El modelo de Fortuna se ha ganado el respeto de clientes y expertos, especialmente tras su transformación en fintech. Mientras otros se aferraban a estructuras tradicionales, Marín aprovechó la digitalización para ofrecer servicios accesibles desde cualquier lugar. «No me da miedo probar ni innovar», afirma. Su enfoque desafía lo establecido. Prueba de ello es su apuesta por la inversión alternativa, alejándose de productos como planes de pensiones o fondos de inversión. «Existen soluciones para todo tipo de inversores: desde metales preciosos hasta opciones como el crowdlending, donde eliminamos al banco de la ecuación», comenta. Una declaración de intenciones que refuerza su voluntad de devolver el poder financiero al ciudadano.

El estilo de gestión de Marín está marcado por la coherencia y la autonomía. «No me gusta asumir un rol paternal. Una empresa no es una guardería», dice. Cree en el liderazgo

que inspira, no en el que vigila. Su filosofía se basa en el ejemplo y la creación de sistemas, más que en el control. Cada miembro de su equipo sabe lo que tiene que hacer, y lo hace sin sentir «el aliento en la nuca».

Para él, ser un buen CEO implica contar con una visión estratégica clara, pero también con la flexibilidad necesaria para adaptarse a los cambios. «El camino está lleno de curvas», advierte, plenamente consciente de que el éxito rara vez es lineal. Esa resiliencia es precisamente la que le ha permitido, junto a su equipo, cosechar numerosos reconocimientos desde 2021: desde el galardón al Mejor Asesor Financiero de España, hasta el de Mejor Empresa de Servicios Financieros de Andalucía.

Entre otros hitos, ha sido nombrado Asesor Top (2021), premiado como referente en educación financiera con el Top Financial Educational Award (2022-2023-2024), incluido entre los banqueros privados más relevantes del país por Citywire (2023), y reconocido por Rankia como uno de los divulgadores de mayor impacto en 2024.

## Rebelde con causa

Uno de los objetivos de Marín es democratizar las finanzas. Rechaza la idea de que solo los ricos pueden permitirse una planificación económica. En su cruzada contra la complejidad del sistema, se ha ganado el apodo de 'Robin Hood de las finanzas'. «Queremos plantarle cara a Hacienda y a los bancos», dice sin rodeos, aludiendo al papel de su empresa como defensora del pequeño ahorrador ante el poder fiscal.

Su narrativa, directa y sin adornos, conecta con un público que busca entender sus finanzas sin sentirse perdido entre tecnicismos, con el cliente en el centro, ofreciendo un trato cercano y planes personalizados. En palabras del propio Marín: «Nos caracterizamos por un lenguaje claro, accesible y un enfoque basado en la escucha activa».

## Autorretrato

Soy José Manuel Marín Cebrián y me considero un rebelde con método. He trabajado en banca, seguros e inmobiliaria, pero nunca quise conformarme con lo establecido. Por eso fundé FORTUNA servicios financieros premium, para ofrecer una visión distinta de las finanzas, más humana, más cercana y más real. Me apasiona encontrar soluciones nuevas a problemas antiguos, y creo firmemente que cualquier persona, con la orientación adecuada, puede mejorar su relación con el dinero. Me inspiran los retos, huyo del inmovilismo y creo en el poder del esfuerzo constante. Fortuna no es solo una empresa; es una declaración de principios.



José Manuel Marín, con el premio, junto a Arturo Bernal y Francisco Marhuenda

## Román Ceriani

# Tecnología con alma para transformar el trabajo

PREMIO CEO DEL AÑO EN EL ÁMBITO DE LAS SOLUCIONES ENFOCADAS A ENTORNOS DE TRABAJO COLABORATIVOS

«Este premio es una manera de ponerle nombre propio a un esfuerzo colectivo. Es una alegría compartida que nos impulsa a seguir haciendo las cosas con pasión, pero también con humildad.» Así describe Román Ceriani lo que representa para él este reconocimiento como CEO del Año en el Ámbito de las Soluciones Enfocadas a Entornos de Trabajo Colaborativos. Y no es para menos. Al frente de ICAP Global Ibérica, hoy integrada dentro del grupo AVI-SPL, lidera una transformación que va más allá de lo tecnológico: se trata de reinventar la forma en que las personas se comunican, colaboran y generan valor en sus organizaciones.

ICAP Global Ibérica se ha convertido en un referente en el diseño e implementación de soluciones audiovisuales, comunicaciones unificadas y experiencias tecnológicas inmersivas. Desde hace más de una década, su propósito ha sido claro: conectar a las per-

sonas con la tecnología para mejorar el trabajo y la vida. Con la reciente adquisición por parte de AVI-SPL —el mayor integrador audiovisual del mundo—, esa visión se expande con fuerza global, pero mantiene su esencia local.

El recorrido de Román Ceriani en el sector comenzó en 1997, en la sede de ICAP Global en Argentina. Desde entonces, ha estado vinculado de forma directa a la evolución de los entornos de trabajo, liderando proyectos internacionales y participando activamente en organismos sectoriales como AVIXA. En 2008, fundó ICAP Global Ibérica con el objetivo de aportar una propuesta de alto valor a la Península, combinando innovación tecnológica con una clara orientación a las personas. «Siempre entendí este recorrido como un compromiso, no solo con el negocio, sino con el desarrollo de la industria en su conjunto», afirma. Hoy, bajo su liderazgo, la compañía forma parte de una red que da servicio al 80% de las empresas Fortune 100, y que

«Este premio es una alegría y una señal de que se puede crecer sin perder la esencia»

«Queremos pasar de integradores tecnológicos a ser socios estratégicos en el trabajo»

mantiene un modelo de cercanía, escucha activa y soluciones personalizadas.

### Escuchar y construir confianza

Ceriani se define cercano, liderando desde la autenticidad y construyendo vínculos humanos dentro de la organización. «Las nuevas generaciones nos han enseñado otra forma de entender la transparencia y la comunicación. Me identifico con esa evolución que también abraza el error como parte del aprendizaje», explica.

Uno de los ejes de su gestión es fomentar entornos donde la mejor idea gane, sin importar de dónde venga. Promueve equipos diversos, ágiles y con propósito compartido, convencido de que la innovación no nace del control, sino de la libertad creativa, el talento y la empatía. «Liderar es cuidar de las personas que hacen posible todo lo demás».

El foco lo tiene puesto en fortalecer aún más la presencia en la Península Ibérica, consolidando operaciones actuales y generando nuevas oportunidades con una perspectiva regional pero una ejecución profundamente local. La integración con AVI-SPL aporta recursos globales, que se traducen en nuevas líneas de negocio, como la división XTG (Experience Technology Group), especializada en experiencias tecnológicas inmersivas. «Nuestro compromiso es estar más cerca que nunca de nuestros clientes, acompañándolos en este desafío continuo que es transformar la manera en que trabajamos y nos conectamos», asegura. En ese camino, la expansión del portafolio de servicios gestionados permitirá a la compañía evolucionar de proveedor tecnológico a socio estratégico de largo recorrido.

Ceriani tiene claro que el futuro del trabajo colaborativo depende de cómo las herramientas se integran en la cultura y en los procesos de las empresas. Por eso, quiere que ICAP Global Ibérica siga siendo ese partner que no acompaña y anticipa. «Nos interesa cada vez más el bienestar en los entornos de trabajo, la eficiencia energética, la continuidad operativa... la tecnología al servicio de las personas», explica.

### Autorretrato

Mi recorrido comenzó en Argentina, pero desde hace más de una década estoy al frente de un proyecto que busca algo más que implementar tecnología: buscamos transformar la forma en que las personas se conectan en el trabajo. Creo en un liderazgo humano, que escucha, que construye y que aprende. Me mueve el talento, la innovación y, sobre todo, la posibilidad de hacer las cosas con sentido. Este premio es un impulso para seguir creciendo con los pies en la tierra y la mirada en el futuro.

Román Ceriani, entre Arturo Bernal y Francisco Marhuenda, posa con el premio



## ESPECIAL PREMIOS CEO DEL AÑO

Eric Dillmann

## El arte de ejecutar con visión

Desde enero de 2023, Eric Dillmann lidera Eurial España, filial del grupo cooperativo francés Agrial, que tras años de presencia indirecta decidió establecer operaciones propias en el mercado español. El reto no fue solo operativo, sino fundacional: construir una empresa desde cero, con estructura, cultura y resultados. «Desde el primer día tuvimos claro que había que ejecutar con velocidad y solidez. Crear cultura, integrar fábricas, atraer talento y operar bajo una lógica de eficiencia y excelencia», explica Dillmann. Bajo su dirección, la compañía ha logrado articular un modelo organizativo moderno, con foco en la innovación entendida de forma integral: desde la forma de trabajar hasta los procesos internos, además de la evolución de producto, todo con el objetivo de lograr transformación y rendimiento financiero sostenible.

La compañía ha superado los 100 millones de euros en facturación en el mercado de quesos, con un portafolio que abarca tanto marcas propias (como Soignon y Maestrella) como marca de distribuidor (MDD), apoyado en una especialización histórica en queso de cabra y en otras tipologías de quesos de valor añadido.

El enfoque de Dillmann en la gestión combina exigencia con dirección estratégica: «Un CEO debe marcar rumbo, construir equipo y asegurar que las decisiones se eje-

## PREMIO MEJOR CEO EN LA INDUSTRIA LÁCTEA

cuten con disciplina. La excelencia no es un deseo: se planifica, se estructura y se mide». También defiende la responsabilidad individual como pilar de la cultura corporativa, y promueve la delegación como herramienta para desarrollar autonomía y resultados.

Bajo su liderazgo, Eurial España ha configurado un equipo de alto rendimiento, donde conviven perfiles con experiencia industrial y profesionales con mentalidad ágil y orientación al impacto. La motivación no se da por supuesta, se cultiva con objetivos exigentes, liderazgo coherente y una cultura profesional orientada a la mejora continua.

## Crecimiento con identidad local

Eurial España forma parte de uno de los grupos cooperativos más relevantes de Europa, con más de 8.000 millones de euros de facturación anual. Su propuesta en el mercado español, sin embargo, no es una réplica, sino una evolución adaptada. «Desarrollamos marcas con identidad propia, construimos relaciones de largo plazo con el canal, y trabajamos también como espe-

«Para un CEO, la excelencia no es un deseo: se planifica, se estructura y se mide»

«Innovar no es solo lanzar. Es anticipar necesidades, optimizar el trabajo del equipo»

cialistas de marca de distribuidor. Esa flexibilidad y conocimiento local nos permite competir con ventaja. «Me gusta mucho una cita de Jeff Bezos que dice: 'Somos tercos con la visión, pero flexibles con los detalles.' Creo que resume muy bien nuestra manera de trabajar: tener claro hacia dónde vamos, pero saber adaptarnos con agilidad a las particularidades del mercado español. No se trata de replicar modelos, sino de evolucionarlos con criterio».

El sur de España es clave en esa estrategia. No solo por sus plantas en Lebrija, sino por su vinculación con el ecosistema ganadero y su apuesta por productos de valor añadido. «Nuestra vocación es operar desde el territorio, con visión industrial y enfoque comercial. Esa combinación nos hace ágiles y relevantes».

El crecimiento de Eurial España se apoya en un modelo industrial robusto y una clara vocación por la innovación aplicada, tanto en la mejora de procesos y métodos de trabajo como en el desarrollo de nuevas propuestas de valor. La compañía está ampliando su capacidad productiva y desarrollando áreas estratégicas como calidad, sostenibilidad y desarrollo de producto. «Innovar no es lanzar por lanzar. Es anticipar necesidades, optimizar cómo trabajamos, industrializar soluciones y mantener una cultura de ejecución impecable».

Para Dillmann, la innovación (ya sea en producto, en procesos o en modelos de gestión) debe tener un impacto directo en la competitividad de la empresa. «Nuestra ambición es liderar en nuestras categorías con propuestas relevantes, eficientes y sostenibles. Eso exige foco, inversión y velocidad en la toma de decisiones».

Eric Dillmann posa con el galardón, junto a Arturo Bernal y Francisco Marhuenda



## Autorretrato

Soy un profesional de gran consumo con una trayectoria íntegra en entornos multinacionales de alta exigencia. He trabajado en compañías como Mars, General Mills y Colgate, acumulando una experiencia en contextos de fuerte presión y alto nivel de ejecución. Me apasiona liderar equipos, impulsar proyectos y aprovechar el potencial digital como palanca. En mi rol actual, gestiono todo el ciclo del producto desde la recogida de la materia prima hasta su transformación y su entrega al cliente. Creo en el liderazgo como responsabilidad.