

IX PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN



ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

LA RAZÓN premia el ingenio de empresas transformadoras

LA IX EDICIÓN DE LOS PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DISTINGUE A 17 COMPAÑÍAS LÍDERES EN SUS SECTORES

FRAN CÁRCELES. MÁLAGA

Málaga ha vuelto a convertirse en la capital de la innovación tecnológica con la celebración de la IX edición de los Premios Tecnología e Innovación de La Razón. El Hotel NH Málaga ha sido la sede de una gala que ha reunido a directivos, autoridades e instituciones para rendir homenaje a compañías que, desde ámbitos muy diferentes, han sabido dar respuestas a los desafíos de la era digital.

La gala, presentada por la periodista Rocío Luque, ha puesto en relieve la importancia del sector tecnológico en competitividad empresarial y creación de empleo. El acto contó con la presencia de Carmen Sánchez, delegada provincial de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía; Andrés Navarro, consejero delegado de La Razón; José Lugo, delegado de La Razón en Andalucía; y representantes de entidades colaboradoras como Membrana Media.

Lugo, que agradeció la asistencia de todos los invitados, adelantó que esta gala «premia el esfuerzo de las empresas, la innovación y el ingenio» para explicar después que lo que realmente reconocen estos galardones es que «hay una persona detrás que tiene una inquietud y que es inconformista». «Detrás de cada innovación y cada avance hay un ser humano y ese es el principal poder para seguir creciendo», concluyó.

Empresas que marcan la diferencia

La primera empresa en subir al escenario fue SeaStorm, marca noruega propiedad de la



Carmen Sánchez, durante la clausura de la gala



José Lugo, delegado de LA RAZÓN en Andalucía

estonia Ceranos Invest OÜ, que recibió el Premio a la Innovación Náutica en la Fabricación de Embarcaciones Sostenibles. Su CEO, Aljona Ystmark, recogió el galardón en reconocimiento a la apuesta de la compañía por materiales sostenibles como el polietileno de alta tensión y a su liderazgo internacional en más de 50 países.

Acto seguido, el protagonismo recayó en Cetaqua Andalucía, entidad fundada en 2014 por Hidralia, la Universidad de Málaga (UMA) y el CSIC, que recibió el Premio a la Trayectoria en Andalucía como Polo de In-

novación en el Territorio. Sugerente, Enrique Gutiérrez, recogió el galardón en nombre de la institución.

El tercer premio fue para British American Tobacco Iberia (BAT) por su proyecto OMNI. La multinacional se hizo con el Premio a la Iniciativa Innovadora y Transformadora en el Impulso al Cambio hacia un Mundo sin Humo, reconocimiento que recogió Andrés Martín, director de Asuntos Corporativos y Regulatorios para España y Portugal.

La categoría de Empresa del Año en Desarrollo Tecnológico y Estrategia de Comuni-

cación ha distinguido a Fitstore, cuyo CEO, Luis Cañada Gavira, recibió el galardón de manos de Raúl Castillo, country manager de Membrana Media en España.

En el sector de la salud, el reconocimiento fue para la consultora Weber, galardonada con el Premio a la Innovación y Transformación Digital en el Sector Salud y Cuidados. Subieron al escenario Álvaro Hidalgo Vega, presidente, y Elena García García, directora de Innovación y Tecnología.

La moda también ha tenido su espacio con Roberto Verino, que ganó el Premio al Mejor



PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL

FOTOS: ÁLEX ZEAS



Foto de familia de los premiados en la gala de los IX Premios Tecnología e Innovación organizados por LA RAZÓN

Proyecto de Digitalización Experiencial en Moda gracias a su propuesta CuarentaXdiez. El galardón, entregado por el diseñador Félix Ramiro, lo recogió el director de innovación de la marca Iago Jover Mariño.

El Premio a la Tecnología Aplicada a la Salud fue para Duponte, cuya directora general, Yolima Puentes Osorio, dedicó unas palabras de agradecimiento.

Ya en el ecuador del evento, Saitt obtuvo el Premio a la Innovación y Soluciones Tecnológicas para el Sector Hotelero. Su CEO, Javier Pérez de Lucía, recogió el galardón.

Blockchain School, con sede en Andorra, se alzó con el Premio a la Mejor Academia Especializada en Formación Blockchain y Criptoactivos. Sus representantes, Xavier Baldó Baixeras, CEO y fundador, y José Herrera Fontanals, director legal y de negocio, recogieron el premio.

El Premio a la Trayectoria y Aplicación de Nuevas Tecnologías en Energías Limpias recayó en Ric Energy. Su CEO, José Luis Moya, recibió un galardón.

En marketing digital, PaidStrategy fue distinguida con el Premio a la Empresa Innova-

dora en Optimización de Conversiones mediante IA y Analítica Predictiva.

Sales4U recibió el Premio a la Compañía Líder en Outsourcing Tecnológico para el Desarrollo de Negocio de Infraestructuras Digitales. Su socio fundador, Luis Lorenzo de Juan, recogió el reconocimiento.

El Premio a la Innovación en Soluciones Híbridas de IA y Computación Cuántica fue para Global Data Quantum, representada por su director general, Joxe Etxebarria.

Por otra parte, la excelencia en IA fue para Logixs, galardonada con el Premio a la Exce-

lencia en Desarrollo de IA Generativa a Medida. El premio lo recibió su CEO, Francisco Moreno Balboa.

Desde Cantabria para el mundo. Así se presentó Acorde Technologies, que recibió el Premio a la Compañía Líder en Soluciones Avanzadas para Telecomunicación Satelital. El galardón fue recogido por su CEO, Manuel Lobeira. El Premio a la Empresa Líder en la Digitalización, Automatización y Optimización de Promociones de Gran Consumo fue para SAVI Spain, representada por su director general, Alfredo Pérez Hernanz.

La gala concluyó con el reconocimiento a DocuWare, que recibió Premio a la Innovación en Soluciones IDP con Inteligencia Artificial. Su country manager para España y Portugal, Roger Alves, recogió un galardón.

La delegada de Empleo de la Junta de Andalucía, Carmen Sánchez, clausuró la gala poniendo en valor «el talento y la innovación» que se dieron cita en el evento. Señaló que en este acto se había podido «ver el talento, el esfuerzo, el tesón y la innovación» de las empresas españolas y aprovechó para felicitar a La Razón por su trayectoria, recordando que «lleva 27 años analizando los conflictos nacionales e internacionales y trasladándolos a la ciudadanía con rigor».

Sánchez destacó que Málaga «se está convirtiendo en un polo de innovación», algo que, dijo, ocurre «gracias a emprendedores como los que hoy están aquí». Explicó que en los últimos seis años la Junta ha trabajado para «aportar seguridad a la innovación y a la inversión empresarial».

En ese balance de medidas, subrayó que la seguridad jurídica, la bajada de impuestos y la eliminación de trámites burocráticos - con cuatro decretos aprobados - han sido

«Málaga se ha convertido en un polo de atracción para la innovación», declaró Carmen Sánchez

José Lugo: «Esta gala premia el esfuerzo, la innovación y el ingenio de las empresas»

claves para el crecimiento de la región. «Mientras que en España la creación de empresas se sitúa en el 0,4%, en Andalucía es del 3% y en Málaga alcanza el 6%», remarcó.

La delegada puso también el foco en la formación como herramienta para el empleo y afirmó que desde la Consejería se trabaja tanto con personas desempleadas como ocupadas para «no dejar a nadie atrás». «Solo en Málaga hemos destinado 36 millones de euros, lo que ha permitido formar a 3.500 personas, muchas de ellas en el ámbito tecnológico», indicó al final del acto.

ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN



Juan Ortega, Adrián Duráñez, Rusalina Sarkissova, Francisco Moreno y Antonio Serrano



Carles Moreno, Alai Ayerdi y Roger Alves



Javier Pérez de Lucía y María Soriano



Los premios, antes de comenzar la gala



La periodista Rocío Luque



El diseñador Félix Ramiro, junto a Iago Jover y Dora Casal



Nicolás González, Yolima Puentes y Estefanía Posada

PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL



Raúl Castillo y Javier Pérez



José Lugo, Carmen Sánchez y Andrés Navarro



Andrés Castillo y Manuel Torres



Aljona Ystmark



Fulgencio Díaz, Gustavo Calero y Enrique Gutiérrez



Jonathan Bassedas, Raquel Felis y Luis Cañada



Andrés Martín y Cristina Agudo

ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN



Manuel Lobeira, Esther López y Santiago Díaz



José Miguel Corral, Luis Lorenzo de Juan y José Ramón Dolarea



Xavier Baldó y José Herrera



Antonio García, Elena García y Álvaro Hidalgo



Varios asistentes, durante el cóctel posterior a la gala



La representación de Duponte, al concluir el evento



José Lugo conversa con Carmen Sánchez y Almudena Cobos

PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL



Javier Pérez, Aljona Ystmar y Manuel Torres



Mónica Pérez, Alfredo Pérez y Roberto Sandoval



Ixone Isasi e Inge Isasi



José Luis Moya y Jesús de Fuentes



Joxe Etxebarria e Ibon Oñate



Félix Ramiro, Ana Azcona, Manuel Torres, Rocío Luque, Domingo Martínez y Fran Cárceles

ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

SeaStorm

Embarcaciones sostenibles

SeaStorm Boats es el nuevo proyecto de los fundadores de SeaBird Designs, el fabricante líder de kayaks en Europa. Fundada en 2006 por Len Ystmark, SeaBird se ha labrado una gran reputación gracias a sus kayaks duraderos y de alto rendimiento para las condiciones climáticas nórdicas. Aprovechando esa experiencia, SeaStorm se ha expandido al sector de las lanchas motoras para crear embarcaciones resistentes, sostenibles y con un bonito diseño para aventuras en el mundo real. Fabricadas en Estonia, «nuestras embarcaciones combinan el diseño escandinavo, con la eficiente producción europea» destaca su CEO, Aljona Ystmark.

Diseño funcional y sostenible

«Nos diferenciamos por nuestro diseño innovador, nuestras técnicas de fabricación avanzadas y nuestro firme compromiso con la durabilidad y la sostenibilidad» continúa Ystmark. A diferencia de muchos fabricantes de embarcaciones tradicionales, la compañía utiliza polietileno de alta densidad (HDPE) moldeado por rotación para crear cascos de una sola pieza sin juntas, altamente resistentes a los impactos, los rayos UV y la corrosión, lo que garantiza su longevidad y un bajo mantenimiento.

Los diseños únicos son obra del Mannerfelt Design Team, un estudio con sede en Estocolmo reconocido mundialmente por

PREMIO A LA INNOVACIÓN NÁUTICA EN LA FABRICACIÓN DE EMBARCACIONES SOSTENIBLES

POR ALFONSO CASAS. MADRID

sus diseños de embarcaciones de competición muy galardonadas, que aportan rendimiento, estabilidad y estilo a cada modelo. Las embarcaciones SeaStorm Boats se venden en más de 40 países, ofreciendo fiabilidad donde más importa: en el agua.

Por su parte, la asociación con Mercury Marine integra aún más la propulsión con los cascos para obtener una eficiencia y un manejo superiores. Al combinar el diseño funcional, la sostenibilidad y la demanda global probada, SeaStorm ofrece embarcaciones fiables y de alto rendimiento construidas para la aventura en el mundo real, no solo para el atractivo de la sala de exposición, lo que les posiciona como líderes con visión de futuro en la industria náutica.

Valores medioambientales

«Seleccionamos cuidadosamente las materias primas para maximizar la sostenibilidad sin comprometer el rendimiento y la seguridad» asegura su CEO, a lo que añade que «el proceso de fabricación es energéticamente

«Dos décadas de experiencia en navegación nórdica avalan nuestras embarcaciones»

«Usamos cascos de HDPE, diseño Mannerfelt y motores Mercury de alto rendimiento»

eficiente y produce un mínimo de residuos». De alguna manera, el cliente que compra embarcaciones de SeaStorm está adquiriendo productos de alta calidad que se ajustan a los valores medioambientales modernos, así como a las prácticas de navegación responsables.

SeaStorm Boats se basa en casi dos décadas de experiencia en navegación nórdica para ofrecer embarcaciones duraderas, fiables y preparadas para la aventura. Vendidas en más de 40 países, las embarcaciones satisfacen las necesidades, tanto de usuarios recreativos, como profesionales. Con innovadores cascos de HDPE, integración con motores Mercury y colaboración en el diseño con el equipo Mannerfelt, SeaStorm sigue estableciendo nuevos estándares, aspectos que la hacen ser única.

Expansión internacional

La compañía está expandiéndose a nivel mundial aprovechando asociaciones estratégicas y ofertas de productos innovadores. La colaboración con Mercury Marine, establecida en enero de 2025, demuestra las ventajas del gran rendimiento de los cascos de HDPE en combinación con una propulsión de motores líderes en el sector. Para llegar a nuevos mercados, SeaStorm está reforzando la red de distribuidores internacionales y participando en importantes salones náuticos, centrándose en regiones con una demanda creciente. Este enfoque permite a SeaStorm presentar sus embarcaciones a un público mucho más amplio de navegantes de todo el mundo, con previsiones de lanzar al menos un nuevo modelo cada año, ampliando su gama y respondiendo a las necesidades cambiantes del mercado.

Aljona Ystmark, con el premio, junto a Carmen Sánchez y Andrés Navarro



Agradecimientos, por Aljona Ystmark

Recibir este premio supone un importante reconocimiento a nuestro compromiso con la innovación, la excelencia en el diseño y la sostenibilidad. Valida nuestros esfuerzos por crear embarcaciones que funcionen de forma fiable en condiciones reales, manteniendo al mismo tiempo una producción respetuosa con el medio ambiente. Todas las empresas deberían apostar por ser más sostenibles y responsables con el medio ambiente. El premio refuerza nuestra reputación internacional y nos inspira.

PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL



Enrique Gutiérrez Díez, gerente de Cetaqua Andalucía, posa con Andrés Navarro y Carmen Sánchez

Historia de Cetaqua

Con una trayectoria de más de 10 años en Andalucía, Cetaqua, parte del grupo Veolia, se ha consolidado en el territorio como un centro de innovación de referencia en el ámbito del agua. Cetaqua Andalucía ha desarrollado más de 150 proyectos de I+D+i, con un impacto de más de 12 millones de euros en Andalucía, sobre digitalización de todos los procesos del agua y la recarga gestionada de acuíferos, gracias a su excelencia operativa y a la capacidad de entender de manera efectiva las necesidades de la región. Con sus iniciativas, no solo busca garantizar la seguridad hídrica, sino también aprovechar el agua como vector de recuperación medioambiental, empleo y riqueza, construyendo territorios más resilientes y sostenibles.

Cetaqua-Centro Tecnológico del Agua

El agua como recurso ineludible

PREMIO A LA TRAYECTORIA EN ANDALUCÍA
COMO POLO DE INNOVACIÓN EN EL TERRITORIO

POR ALFONSO CASAS

«La colaboración aporta resiliencia hídrica y progreso económico, social y ambiental»

Andalucía es una de las regiones europeas más afectadas por el estrés hídrico, lo que convierte al agua en un recurso estratégico para el territorio. Para hacer frente a la emergencia climática actual, nace en 2014 Cetaqua Andalucía como parte de una red de centros tecnológicos del agua que sigue un modelo de colaboración público-privada pionero en Europa. Es el único Centro Tecnológico acreditado como Agente Andaluz del Conocimiento especializado en I+D+i para el ciclo integral del agua, y su misión es garantizar un ciclo integral del agua sostenible, seguro y accesible para todas las personas, impul-

«Hemos desarrollado más de 150 proyectos de I+D+i con impacto positivo en el territorio»

sando soluciones innovadoras que mitiguen los efectos del cambio climático.

En Andalucía, Cetaqua conecta las necesidades locales con los retos globales, apostando por el talento y el tejido productivo de la región como motor de desarrollo económico, social y medioambiental. Trabaja de la mano con universidades, centros de investigación, empresas y administraciones locales, regionales y nacionales, sumando talento y conocimiento en beneficio común. Este ecosistema colaborativo permite generar soluciones adaptadas a las necesidades reales de los territorios, las cuales responden tanto a las demandas del mercado, como a los retos sociales y medioambientales. «Las alianzas que establecemos posibilitan estos avances creando espacios de confianza y excelencia que actúan como catalizadores de la innovación» comenta Enrique Gutiérrez Díez, gerente de Cetaqua Andalucía.

Puntualiza además que «establecer una conexión sólida con las comunidades locales, gobiernos y empresas nos permite identificar necesidades específicas y desarrollar estrategias efectivas y sostenibles a largo plazo. La colaboración nos garantiza la resiliencia hídrica y el progreso económico, social y ambiental de la sociedad» subraya.

Iniciativas medioambientales

Cetaqua impulsa soluciones innovadoras como son: la recarga gestionada de acuíferos con agua regenerada o excedentes de agua superficial; el uso de aguas regeneradas en agricultura y otros usos urbanos con-

virtiéndola en un recurso sostenible, local y económico; soluciones basadas en la naturaleza para aumentar la resiliencia ante eventos climáticos extremos; la digitalización del ciclo del agua mediante IA, visión artificial, modelos predictivos de aprendizaje automático que ponen en valor los datos o herramientas avanzadas de monitorización; y por último, herramientas de gobernanza y participación con comunidades de regantes y administraciones.

Un sinfín de proyectos

Entre los proyectos abordados destacan: El europeo Gotham, que se centra en la mejora de la gobernanza de las aguas subterráneas en la cuenca del Mediterráneo; Climempower, para el desarrollo de herramientas de resiliencia climática; Callandhi, que calcula la huella hídrica territorial por sectores productivos de Andalucía; Matrix, con el que se demuestra la viabilidad de la recarga de acuíferos costeros con agua regenerada en la Costa del Sol; Zero Vision y su digitalización avanzada del saneamiento integral con técnicas como la visión artificial; P2Green, un LivingLab en la Axarquía que estudia el impacto del agua regenerada en cultivos subtropicales y suelos; o Hagro, donde han desarrollado herramientas digitales para la creación de planes de gestión del riesgo de agua regenerada en el olivar.

«Como entidad público-privada, Cetaqua es una puerta de entrada al mundo laboral desde la universidad que ayuda a fijar el talento en el territorio», concluye Gutiérrez.

ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

BAT

Omni, la iniciativa innovadora hacia un mundo sin humo

PREMIO A LA INICIATIVA INNOVADORA Y TRANSFORMADORA EN EL IMPULSO AL CAMBIO HACIA UN MUNDO SIN HUMO

POR ALFONSO CASAS MADRID

«Es posible reducir muertes si los fumadores cambian a alternativas sin humo»

restrictivas impactan negativamente en la salud pública y fomentan el tráfico ilícito.

Plataforma científica

Dentro de la estrategia de BAT, Omni se posiciona como la plataforma científica de la compañía para avanzar hacia un Mundo Sin Humo. Presentada en 2024, reúne la evidencia científica más actual sobre la reducción del daño por tabaquismo, integrando tanto estudios independientes, como investiga-

«BAT se compromete a construir un Mundo Sin Humo a través de la ciencia y la innovación»

ciones de la compañía sobre productos alternativos a los cigarrillos de combustión.

BAT pone a disposición de científicos, autoridades sanitarias, reguladores, políticos e inversores un espacio donde consultar cientos de estudios y experiencias internacionales. Entre los casos de éxito destaca el de Suecia, que, con un 5,4% de fumadores diarios, según la Agencia de Salud Pública de Suecia, se ha convertido en el país con menor prevalencia de tabaquismo de la UE gracias a alternativas sin combustión. El logro sueco se debe a una regulación que ha favorecido el cambio a alternativas de menor riesgo. En cambio, España corre el riesgo de ir en la dirección contraria con el real decreto propuesto por el Gobierno, que prohíbe los sabores en los productos sin humo y limita a 0,99 mg la cantidad de nicotina en las bolsas de nicotina.

Con Omni se da respuesta a aspectos como los riesgos relativos de los productos sin humo en comparación con fumar, el papel de los sabores, cómo impedir el consumo por parte de menores, o cuál es el efecto de la nicotina.

Los productos sin combustión de BAT se dividen en cuatro categorías: productos de vapeo, productos de calentamiento, bolsas de nicotina y tabaco oral, que actualmente ya se venden en más de 80 mercados a nivel mundial. Estas opciones tienen entre un 90% y un 99% menos de sustancias tóxicas, que se cree que son la principal causa de las enfermedades relacionadas con el tabaquismo.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) estima que fumar cigarrillos causa más de ocho millones de muertes al año, a pesar de lo cual, más de mil millones de personas siguen fumando, afirma la organización. Según el Modelo SAVM (Smoking and Vaping Model), se podría lograr una reducción significativa en las muertes prematuras si los fumadores decidieran cambiar exclusivamente a alternativas de riesgo reducido.

Bajo el propósito de crear Un Mañana Mejor con un Mundo Sin Humo, ofreciendo un amplio portafolio de productos sin combustión de menor riesgo para los fumadores adultos, la compañía British American Tobacco Iberia (BAT) fue reconocida por LA RAZÓN por su proyecto Omni. El jurado tuvo en cuenta su inversión en I+D orientada a productos de menor riesgo para la salud, ya que BAT dedica más de 300 millones de libras al año al desarrollo de alternativas sin humo. Hoy en día, la compañía cuenta con 30,5 millones de consumidores de productos no combustibles y espera alcanzar los 50 millones en 2030. Los ingresos procedentes de estos productos representan ya el 18,2% del total de ingresos de la compañía.

Para hacer posible esta transición, BAT considera fundamental el marco regulatorio de los productos sin humo: para ser eficaz, la legislación debe ser balanceada y estar basada en el diálogo y el rigor científico. Por contra, las regulaciones demasiado

Andrés Navarro y Carmen Sánchez junto a Andrés Martín, tras entregarle el galardón



Agradecimientos, por Andrés Martín Gómez

El director de Asuntos Corporativos y Regulatorios para España y Portugal, que recogió el galardón, tuvo palabras de agradecimiento, asegurando que el empeño que tiene la compañía es reducir los efectos del tabaco en la sociedad. «En Omni compartimos de forma abierta todos los resultados científicos» con el objetivo de mejorar la vida de «aquellas personas que no pueden o no quieren dejar de fumar». Según Martín, se han producido descensos del 40% en las enfermedades vinculadas al tabaco en países donde los productos sin combustión han ayudado a reducir el tabaquismo. Asimismo, pidió que las regulaciones tengan en cuenta la ciencia y las investigaciones que están al alcance de todos a través de Omni, que incluye investigaciones propias y de terceros independientes, para avanzar hacia «Un Mañana Mejor».

PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL



Andrés Navarro y Carmen Sánchez junto a Raúl Castillo, CEO de Membrana Media, que entregó el premio a Luis Cañada

FitStore

Tecnología, resiliencia y visión estratégica

PREMIO EMPRESA DEL AÑO EN DESARROLLO TECNOLÓGICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

FitStore ha sido reconocida con el Premio Empresa del Año en Desarrollo Tecnológico y Estrategia de Comunicación. En palabras de su fundador, Luis Cañada, representa «la capacidad de transformar una adversidad en un aprendizaje, y un aprendizaje en una ventaja competitiva».

Este reconocimiento no solo valida su camino, sino que evidencia cómo una marca puede crecer a contracorriente y posicionarse como referente a base de estrategia, inno-

vación y valores sólidos. Desde sus inicios, la empresa ha demostrado que es posible escalar en el sector de la alimentación saludable y el comercio electrónico sin perder coherencia ni autenticidad.

La historia de FitStore es una prueba tangible de resiliencia empresarial. Nació como una plataforma multimarca, una especie de laboratorio de estrategias para marcas vinculadas al mundo del fitness. Pero su verdadera transformación comenzó cuando evolucionó hacia marca propia, apostando por un enfo-

que integral que hoy combina venta online, logística y desarrollo tecnológico.

El punto de inflexión llegó en enero de 2021, cuando la empresa perdió su almacén de un día para otro y fue víctima de una campaña de desprestigio justo en plena expansión. Aquella situación límite marcó un antes y un después. Lo urgente se impuso sobre lo importante, y la prioridad fue reorganizarse y reenfoque el rumbo. «El análisis posterior nos hizo identificar dos puntos críticos en la venta digital: el logístico y el de autenticidad», cuenta Cañada. Resolverlos se convirtió en su nuevo motor de innovación, dando lugar a un know-how que hoy aplican no solo en su actividad principal, sino también en servicios para terceros. En muy poco tiempo, FitStore se consolidó como la plataforma logística B2C líder en el norte de España.

Comunicación clara

Uno de los grandes diferenciales de FitStore es su enfoque comunicativo. No buscan convencer desde la exageración ni desde la publicidad agresiva, sino desde la información clara, sencilla y didáctica. Su objetivo: ser una alternativa real frente a marcas que priorizan el impacto visual por encima de la verdad. «Queremos demostrar que se puede tener una marca comercial sin renunciar a ser informativos y transparentes», afirma su fundador. Este compromiso con el consumidor

Sobre FitStore

FitStore es una empresa nativa digital especializada en alimentación saludable y tecnología aplicada al ecommerce. Con sede en el norte de España, integra distintas verticales como venta online, logística propia y desarrollo de procesos tecnológicos. Su modelo de negocio se basa en la coherencia, la comunicación transparente y la innovación, lo que le ha permitido posicionarse como una de las plataformas logísticas B2C líderes del país. Actualmente, continúa su expansión con nuevos proyectos especializados dentro del ecosistema digital.

ha sido clave para ganarse su confianza y posicionarse como una de las marcas más recordadas dentro del sector lifestyle.

Además, este enfoque les ha permitido integrar su estrategia de comunicación con su desarrollo tecnológico. La implementación de herramientas como las etiquetas inteligentes es un ejemplo de cómo el marketing, la logística y la innovación pueden ir de la mano para generar valor real.

FitStore no es solo una tienda online ni una marca de productos saludables. Es, en palabras de su equipo, un «ecosistema» que combina verticales de negocio complementarias: ecommerce, logística, tecnología y comunicación. Ese equilibrio entre procesos internos y experiencia de usuario les ha permitido ofrecer un valor añadido que pocas empresas pueden replicar.

Para el equipo, el verdadero reto no es ya acceder a la información, sino enseñar al consumidor a gestionarla con criterio. «Hoy en día cualquiera puede lanzar un producto, pues las barreras son cada vez más bajas, pero lo difícil es aportar valor real», explica Luis Cañada. Por eso, el foco está en mejorar cada fase del proceso, aplicar tecnología útil y desarrollar soluciones que realmente marquen la diferencia en la vida de las personas.

Consolidar sin perder la esencia

Lejos de conformarse con lo logrado, FitStore sigue mirando hacia adelante con ambición y claridad. Sus planes incluyen seguir aportando soluciones tecnológicas al sector salud, consolidar su presencia en redes sociales como referente en comunicación objetiva, y continuar diversificando su estructura con nuevos proyectos especializados. «Nuestro objetivo es seguir construyendo desde nuestra esencia. FitStore marcó el inicio de una estructura que sigue en constante crecimiento», afirma Cañada. Hoy, esa esencia está más viva que nunca, impulsada por un equipo que entiende que la innovación no está reñida con la coherencia, y que los valores son, en definitiva, la mejor estrategia a largo plazo.

ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA EINNOVACIÓN

Weber

Tecnología con impacto social en salud

W eber ha sabido crecer en un contexto lleno de desafíos: el envejecimiento de la población, la necesidad de garantizar el acceso equitativo a la innovación, la sostenibilidad del sistema o la digitalización ética de los datos. En lugar de ver estos retos como obstáculos, los ha convertido en oportunidades para liderar el cambio. «Debemos seguir liderando con propuestas que combinen rigor científico, creatividad e innovación tecnológica», señala Álvaro Hidalgo Vega, presidente de la compañía.

Weber se ha posicionado como un referente internacional en economía de la salud y en la creación de soluciones tecnológicas con un fuerte impacto social. Su último paso en esta dirección ha sido la puesta en marcha de HypathIA, una plataforma de datos sectorial que promete transformar la toma de decisiones en salud con base en evidencia, tecnología y estrategia, y que aspira a que se convierta en la infraestructura de referencia en salud tanto en Europa como en América Latina.

Entre sus planes más ambiciosos destaca el uso de inteligencia artificial para evolucionar de un repositorio de datos a un verdadero motor predictivo y prescriptivo. Además, se busca abrir la plataforma a la innovación colaborativa, invitando a gobiernos, empresas, pacientes e investigadores a cocrear soluciones de impacto real.

De la evidencia a la acción

El camino hasta convertirse en lo que hoy es Weber comenzó en 2005 con la fundación del Instituto Max Weber, una organización sin ánimo de lucro dedicada a la investigación socioeconómica. Lo que se inició como un proyecto académico y formativo ha ido evolucionando: en 2012 nace formalmente Weber Economía y Salud y, desde entonces, la expansión ha sido imparable. En solo una década, la compañía ha pasado de contar con ocho profesionales a un equipo internacional con presencia en Madrid, Ciudad de México, Portugal y EE.UU.

PREMIO A LA INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR SALUD Y CUIDADOS



Álvaro Hidalgo y Elena García reciben el premio de manos de Andrés Navarro y Carmen Sánchez

Sobre Weber

Weber es una consultora internacional especializada en economía de la salud, acceso al mercado y transformación digital del sector sanitario. Con origen en el Instituto Max Weber, fundado en 2005, la compañía ha evolucionado hacia un modelo integral que combina investigación, consultoría estratégica y desarrollo tecnológico. A través de divisiones como Weber Data & Technology o Weber Strategic Foresight, impulsa soluciones basadas en evidencia que mejoran la toma de decisiones en salud pública y privada. Actualmente, opera en España, Portugal, México y EE.UU., y lidera Max Group, un ecosistema que agrupa empresas complementarias en consultoría 4.0.

Desde sus inicios, Weber ha apostado con firmeza por integrar la innovación, la tecnología y el pensamiento estratégico en su modelo de trabajo. «Nuestro hecho diferencial es incorporar la innovación en el centro de toda nuestra actividad», explica Álvaro Hidalgo.

Ese enfoque ha dado lugar a iniciativas pioneras como Weber Data & Technology, una nueva división que desarrolla soluciones tecnológicas de vanguardia orientadas a optimizar los procesos en el sector de la salud. Gracias al análisis masivo de datos, esta unidad permite detectar patrones ocul-

tos, anticipar tendencias y diseñar políticas públicas más ágiles y eficaces. Iniciativas pioneras como el Observatorio del Impacto Social de las Enfermedades o el propio HypathIA demuestran con claridad cómo Weber está construyendo puentes reales entre la consultoría, la investigación y la tecnología.

Además, con la creación de Weber Strategic Foresight, la empresa incorpora la inteligencia prospectiva como herramienta de planificación integral. Se trata de prever y anticipar los escenarios futuros y preparar así al sector salud para afrontarlos con visión global y resiliencia. «No solo observamos el futuro, lo construimos», apunta Hidalgo. «Integrar la prospectiva en la propuesta de valor de Weber significa potenciar la resiliencia de las organizaciones y empoderarlas para liderar el cambio en un entorno sanitario en constante evolución», lo que se convierte en un factor diferencial.

El impacto que marca la diferencia

La creación de Max Group, en alianza con las consultoras Keylates y Canda Health, es otro salto cualitativo. Con más de 60 profesionales y presencia internacional, este ecosistema se define como una consultora 4.0 especializada en salud, capaz de combinar ciencia, tecnología avanzada y pensamiento estratégico con el propósito de lograr un sistema más justo, inteligente y humano.

Esa ambición ha sido clave para el desarrollo de HypathIA, el proyecto que ha merecido el Premio a la Innovación y Transformación Digital en el Sector Salud y Cuidados. La plataforma integra datos clínicos, sociales y económicos en una infraestructura capaz de guiar decisiones en los ámbitos público y privado. No solo reúne información, sino que la convierte en conocimiento para mejorar la eficiencia de los sistemas. «El premio reconoce la capacidad de Weber para situarse a la vanguardia en la creación de espacios que permiten tomar mejores decisiones», agradeció en la gala Álvaro Hidalgo.

«El premio confirma que el camino que elegimos de tender puentes es el correcto»

«Identificamos tendencias y escenarios que moldearán la industria de la salud»

PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL



Sobre Roberto Verino

Fundada en Galicia en 1982, Roberto Verino es una marca de moda con una fuerte identidad basada en la calidad, la elegancia atemporal y el compromiso con la sostenibilidad. Con más de cuatro décadas de trayectoria, la firma ha sabido mantenerse fiel a sus valores mientras incorpora innovación y tecnología a sus procesos. Su último proyecto, CUARENTAXDIEZ, combina arte digital y moda para celebrar su legado desde una mirada contemporánea y emocional.

El diseñador Félix Ramiro fue el encargado de entregar, junto a Andrés Navarro y Carmen Sánchez, el premio a Iago Jover

Lo que diferencia a Roberto Verino no es solo su propuesta estética, sino su coherencia en el tiempo. En palabras de su director de Innovación: «Llevamos más de 40 años apostando por la slow fashion, mucho antes de que se convirtiera en una tendencia». La marca no sigue las modas: las observa, las estudia y, si encajan con su filosofía, las reinterpreta. Su moda no busca disfrazar, sino revelar.

Frente a un consumo cada vez más rápido e impersonal, la firma gallega defiende un estilo de vida en el que vestirse sea una forma de sentirse uno mismo, de ganar confianza, de proyectar autenticidad. Esa es, para ellos, la verdadera esencia de la moda. «La clave no es parecerse a alguien más, sino vestirse como uno realmente es, con fuerza y libertad».

Nuevas generaciones, mismo espíritu

Uno de los grandes retos para la firma es atraer al público joven sin traicionar su identidad. Para ello, Roberto Verino apuesta por la digitalización no como un fin, sino como un medio para conectar con las nuevas audiencias. La tecnología permite nuevos lenguajes, pero el mensaje sigue siendo el mismo: moda con alma, funcional, estética y honesta.

También siguen apostando por las tiendas físicas, no como simples puntos de venta, sino como espacios de cultura y experiencia de marca. «Queremos que cada tienda sea un lugar de encuentro, donde el cliente sienta que forma parte de algo más grande», explica Iago Jover.

De cara al futuro, la firma tiene claro que el crecimiento pasa por la internacionalización, por reforzar alianzas estratégicas y por seguir explorando proyectos que conecten moda, arte y transformación social. «Innovar, para nosotros, es cuidar lo que ya somos y abrir nuevas puertas sin olvidar de dónde venimos».

Roberto Verino

Moda con alma y visión digital

PREMIO AL MEJOR PROYECTO DE DIGITALIZACIÓN EXPERIENCIAL EN MODA A CUARENTAXDIEZ DE ROBERTO VERINO

La moda siempre ha sido una forma de expresión personal, pero en un mundo cada vez más digitalizado, convertir esa expresión en una experiencia inmersiva es un reto que no todas las marcas saben afrontar. Roberto Verino ha demostrado no solo estar a la altura, sino ser pionero en llevar su legado estético y ético al terreno de la innovación. El proyecto CuarentaXdiez es buena muestra de ello: una propuesta que combina tecnología, arte y emoción para celebrar los 40 años de historia de la firma.

La marca, nacida en Galicia en 1982, ha construido su trayectoria sobre tres pilares: la calidad, la elegancia atemporal y un fuerte compromiso con la sostenibilidad. «Desde nuestros orígenes hemos apostado por ofrecer moda con valores, pensada para durar y para empoderar a las personas», explica Iago Jover Mariño, director de Innovación de Roberto Verino. Y precisamente esa combinación entre tradición y modernidad es la que ha captado la atención del jurado de los premios, otorgándole el galardón al Mejor Proyecto de Digitalización Experiencial en Moda por CuarentaXdiez, una instalación artística que explora la relación entre la moda y la memoria, la materia y el metaverso.

CuarentaXdiez es mucho más que una muestra visual. Es una declaración de intenciones. La instalación, presentada en el Museo Carmen Thyssen de Málaga, invita al

«La clave no es parecerse a alguien, sino vestirse como uno es de verdad, con fuerza y libertad»

espectador a sumergirse en un entorno digital que dialoga con la historia de la marca, reinterpretando sus valores a través del arte inmersivo. «No es solo un proyecto de digitalización, es una experiencia emocional que conecta pasado, presente y futuro», apunta Iago Jover. Este hito marca un nuevo camino en la forma de entender la moda: no como una acumulación de prendas efímeras, sino como un universo narrativo, duradero y con impacto real. En un sector muchas veces acusado de superficialidad, Roberto Verino defiende otra manera de hacer las cosas. Y lo hace sin renunciar a la tecnología, sino usándola con propósito.

«No es solo un proyecto de digitalización, es una experiencia emocional que conecta»

ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Duponte

Seguridad innovadora

PREMIO TECNOLOGÍA APLICADA A LA SALUD

POR A.H. MADRID

Duponte ha sido galardonada como la mejor tecnología aplicada a la salud. Un premio que confirma la madurez de la biotecnología sevillana y su ambición de convertir la farmacogenómica en pilar de la medicina moderna.

«Este reconocimiento es una confirmación de que la farmacogenómica ya no es solo un concepto de futuro, sino una realidad que está aportando y transformando la práctica clínica», afirma Yolima Puentes Osorio, Directora General. «Representa un respaldo al trabajo de nuestros equipos de investigación y a la vez una motivación para seguir acercando la medicina de precisión tanto al personal sanitario como al paciente de manera práctica y accesible».

El premio llega en un momento crucial para Duponte, cuando la firma consolida su expansión en España y empieza a dar pasos firmes en la internacionalización, especialmente con su presencia en Estados Unidos y las gestiones para validar su producto en hospitales de primer nivel. Además, refuerza su visión, de que la medicina personalizada y preventiva será un estándar en la próxima década.

Matchgénica, la plataforma

La piedra angular de esta revolución desde Andalucía es Matchgénica, una plataforma que, según explica Puentes, «traduce la complejidad del genoma en información

útil para la práctica clínica». Matchgénica permite al personal sanitario integrar la información genética del paciente con bases de datos genómicas internacionales de alta evidencia y utilizar inteligencia artificial para generar análisis detallados y precisos. «Además, gracias a la inteligencia artificial, permite realizar análisis genéticos detallados, lo cual facilita tomar decisiones más precisas y acercar esta información al paciente mediante la generación de informes claros y personalizables», explica.

Para los equipos médicos, la utilidad de la plataforma es inmediata porque permite interpretar datos genómicos complejos. Matchgénica convierte esos datos en «co-

nocimiento clínico accionable, facilitando la aplicación real de una medicina más preventiva y personalizada, en lugar de una tan reactiva».

El desarrollo de esta tecnología estuvo marcado por varios retos, especialmente en lo cultural, ya que «la genómica es un campo reciente» (en 2003 se completó la primera secuenciación del genoma humano), por lo que «muchos profesionales sanitarios aún no han recibido la formación necesaria para interpretar este tipo de información en su práctica clínica», admite Puentes. Para romper ese obstáculo, la compañía creó Duponte Academy, que «acerca la farmacogenómica a médicos y especialistas, con

un enfoque en la toma de decisiones clínicas». En paralelo, el reto técnico exigía crear un equipo multidisciplinar «formado por informáticos y expertos en genética humana aplicada a la salud». La empresa también destaca el salto que supuso «incorporar una inteligencia artificial especializada en genómica» para lo que contaron con una alianza con expertos en IA y el respaldo de un fondo de inversión.

La validación de Matchgénica va a realizarse en hospitales de referencia. «Es una herramienta lista para ser usada en la práctica clínica», con pruebas piloto en cinco hospitales, donde médicos y genetistas utilizarán la plataforma en casos reales. Estas colaboraciones «nos permitirán ajustar la herramienta y garantizar que los informes sean realmente útiles en la toma de decisiones médicas». El trabajo con los equipos médicos continúa, y para la firma, «ese trabajo colaborativo, interdisciplinario y basado en la práctica real es lo que nos permite afirmar que Matchgénica está preparada para mejorar la calidad de la atención y hacerla más personalizada y preventiva».

En ese contexto, Duponte se integra de forma natural en la digitalización de la salud en España, ya que «trabaja con datos genómicos en tiempo real y no requiere infraestructuras paralelas, facilitando que los profesionales accedan a la información genética del paciente directamente desde sus flujos de trabajo habituales».

Más colaboración internacional

Tras el éxito recabado hasta la fecha, los responsables de Duponte encaran el futuro con varios objetivos, tanto a medio como a largo plazo.

«A medio plazo, nuestro papel es ser un puente entre la genómica y el paciente, aportando datos fiables y procesados que permitan avanzar hacia una medicina más personalizada y preventiva, dentro de la transformación digital que vive el sistema sanitario español», asegura Yolima Puentes Osorio, directora general de la firma andaluza.

Mientras, el enfoque mirando a un futuro a largo plazo para Duponte pasa por consolidar y ampliar la colaboración con hospitales españoles para seguir generando evidencia clínica. Pero, además, la compañía busca consolidar su expansión a nivel internacional, tanto en Estados Unidos como en otros países, dado que la genómica es una pata fundamental para el futuro de los tratamientos sanitarios y de la medicina personalizada.



Yolima Puentes, con el premio, junto a Andrés Navarro y Carmen Sánchez

PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL



Sobre Saitt

Saitt es una empresa especializada en soluciones integrales de suministro para proyectos hoteleros y colectivos. Su modelo híbrido combina planificación rigurosa y capacidad de reacción inmediata, con un enfoque basado en la tecnología, la eficiencia y la cercanía. Con presencia internacional y un servicio posventa robusto, actúa como socio estratégico en todas las fases del proyecto. Actualmente, impulsa su crecimiento a través de la expansión internacional sostenible, la digitalización de procesos y la consolidación de su modelo de atención posventa.

Andrés Navarro y Carmen Sánchez entregaron el premio a Javier Pérez

Saitt

Soluciones ágiles para un sector exigente

PREMIO A LA INNOVACIÓN Y SOLUCIONES TECNOLÓGICAS PARA EL SECTOR HOTELERO

«**D**emostramos que se puede crecer globalmente sin perder el trato humano». Así resume Javier Pérez de Lucia, CEO de Saitt, la filosofía que ha guiado el crecimiento de esta empresa especializada en soluciones integrales de suministro para el sector hotelero y colectivos. Una visión que no solo ha permitido su expansión internacional, sino que la ha convertido en un socio estratégico de confianza para operadores en múltiples países.

La hoja de ruta es clara: expansión internacional sostenible, digitalización intensiva y excelencia en posventa. Y todo sin perder agilidad, cercanía y flexibilidad. «Queremos construir junto al cliente, estar en cada fase del proyecto y responder con rapidez sin

comprometer la calidad ni la atención personalizada», explica Pérez de Lucia.

Retos para la inteligencia operativa

El sector hotelero vive bajo una presión creciente: plazos de ejecución ajustados, diversidad normativa en los distintos mercados y una necesidad constante de optimizar recursos sin renunciar al diseño ni a la sostenibilidad. En ese contexto, el papel de Saitt es dar respuestas eficaces a todo lo anterior... y hacerlo sin ruido, sin fricciones y sin perder la conexión humana con el cliente.

La empresa ha encontrado su diferencial en la combinación de planificación rigurosa y capacidad de reacción inmediata. Su modelo de suministro permite adaptarse tanto a grandes desarrollos internacionales como a pequeñas reposiciones, manteniendo

siempre el mismo estándar de servicio. A esto se suma un fuerte compromiso con la tecnología: digitalización de procesos, logística integrada y soporte técnico posventa que se extiende más allá de la entrega.

Los próximos pasos están definidos. Saitt impulsará nuevas aperturas en mercados clave acompañando a sus clientes, consolidará su modelo de suministro escalable y reforzará el servicio posventa, un área que consideran crítica para garantizar la durabilidad y el valor de cada proyecto ejecutado.

Premio al modelo, no solo al resultado

El Premio a la Innovación y Soluciones Tecnológicas para el Sector Hotelero es una validación al enfoque de Saitt. Pero para el equipo, el galardón no solo reconoce el qué, sino sobre todo el cómo. «Este premio reconoce el esfuerzo del equipo y un modelo basado en la cercanía, la innovación y la agilidad», señala Pérez de Lucia. La clave, dice, está en acompañar de verdad al cliente: desde la definición del proyecto hasta mucho después de haberlo entregado. «No somos un proveedor que desaparece tras la instalación. Nuestro compromiso continúa con formación, soporte y reposiciones. Nos implicamos en la vida útil del proyecto».

La innovación no es solo tecnológica. También es organizativa, logística y relacional. Saitt ha sabido integrar sus servicios de forma que todo fluya sin necesidad de múltiples interlocutores ni gestiones complejas. Esa capacidad de simplificar lo complejo es, en muchos casos, la diferencia que valoran sus clientes.

Anticipación y propósito

Saitt nace de una lectura del mercado: el sec-

tor hotelero y residencial necesitaba más que proveedores; necesitaba interlocutores únicos, ágiles y capaces de adaptarse a cada proyecto como si fuera propio. De ahí surge un modelo que hoy ofrece desde una unidad hasta 10.000, sin comprometer estándares ni plazos. Desde entonces, la empresa ha crecido manteniendo firme su compromiso con la anticipación, la cercanía y la transparencia. «Lo que nos diferencia es nuestra forma de trabajar», afirma su CEO. Una forma que ha

«Este premio reconoce el esfuerzo colectivo y un modelo de cercanía, la innovación y la agilidad»

«Queremos construir junto al cliente, estar en cada fase del proyecto y responder con rapidez»

sabido combinar presencia internacional, tecnología en tiempo real y un modelo de atención que no termina en la entrega.

Con una estructura capaz de adaptarse a mercados diversos, un equipo que prioriza la relación con el cliente y una red logística optimizada, Saitt continúa avanzando con paso firme hacia nuevos destinos. Sin prometer milagros, pero cumpliendo siempre lo esencial: ser un socio real, ágil y fiable en cada etapa del proyecto.

ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN



José Herrera y Xavier Baldó posan con el premio, junto a Andrés Navarro y Carmen Sánchez

Blockchain School

Formación disruptiva, accesible y certificada

PREMIO A LA MEJOR ACADEMIA ESPECIALIZADA EN FORMACIÓN BLOCKCHAIN Y CRIPTOACTIVOS

«Recibir un premio de La Razón es un gran reconocimiento a nuestro trabajo constante»

En un mundo donde las tecnologías emergentes marcan el ritmo de la transformación social y económica, Blockchain School ha sabido posicionarse como un referente formativo para entender, aplicar y liderar los cambios que trae la revolución digital. Desde Andorra y con una mirada global, esta academia online ha formado ya a más de 12.000 alumnos y a más de 25.000 a través de colaboraciones con empresas e instituciones.

Su fundador y director, Xavier Baldó Baixeras, tenía clara la necesidad de ofrecer formación estructurada, clara y profesional en un ámbito donde la información es abundante, pero dispersa, poco rigurosa o sesgada. «Nuestra misión es democratizar el acceso a tecnologías disruptivas como Blockchain, criptoactivos o IA con programas educativos claros, prácticos y certificados por entes gubernamentales», explica.

La propuesta de Blockchain School se apoya en tres pilares: accesibilidad, calidad

«No hacemos promesas; enseñamos para que el alumno pueda aplicar lo aprendido»

pedagógica y certificación profesional. El objetivo es que cualquier persona, sin importar su nivel técnico, pueda adquirir competencias reales y útiles. Desde perfiles principiantes hasta técnicos avanzados, todos pueden encontrar en la academia un recorrido formativo adaptado a sus necesidades.

Además, este centro formativo cuenta con certificaciones que otorgan validez profesional al aprendizaje adquirido, un factor clave para destacar en el mercado laboral o emprender proyectos propios. «Simplificamos conceptos complejos para que cualquier persona pueda aprender. No hacemos promesas; enseñamos para que los alumnos puedan aplicar lo aprendido sin depender de nadie al terminar», subraya su fundador.

Este enfoque ha llevado a Blockchain School a desarrollar un modelo educativo que abarca tanto la formación online como presencial, abriendo también líneas de colaboración institucional y empresarial. Su

Sobre Blockchain School

Blockchain School es una academia online fundada en 2020 en Andorra, especializada en formación en Blockchain, criptoactivos e Inteligencia Artificial. Con más de 12.000 alumnos formados directamente y una red ampliada de 25.000 usuarios, ofrece programas educativos prácticos, accesibles y con certificaciones europeas. Su modelo formativo combina innovación, pedagogía y ética, con alianzas estratégicas con empresas líderes del sector. La academia aspira a consolidarse como referencia internacional a través de la expansión lingüística, la creación de una fundación educativa y el desarrollo de programas universitarios reglados.

red de alianzas estratégicas incluye nombres de peso en el ecosistema digital como Bitget, TradingView o Cryptorank.

Un premio que impulsa el compromiso

La obtención del Premio a la Mejor Academia Especializada en Formación Blockchain y Criptoactivos representa mucho más que un galardón para el equipo. «Recibir un premio de La Razón es un gran reconocimiento al trabajo constante de nuestro equipo y a la confianza de nuestra comunidad de alumnos», señala Baldó.

Para él, este reconocimiento pone en valor una tarea invisible: educar con rigor en un campo lleno de prejuicios. «La educación en Blockchain o IA es necesaria y también motor de innovación, empleabilidad y transformación social. Este premio es una motivación para seguir creciendo y aportando valor a un ecosistema que sigue siendo pequeño».

Retos del presente, visión de futuro

Los desafíos del sector no son pocos. La velocidad del cambio tecnológico obliga a una actualización constante de contenidos; las regulaciones, en muchas regiones, aún son poco claras; y la confianza social hacia estos entornos digitales sigue siendo frágil. Ante este panorama, Blockchain School se propone no solo adaptarse, sino también liderar.

En su hoja de ruta, los planes son ambiciosos. La academia busca ampliar su comunidad global a más de 200.000 usuarios, incorporar el inglés como lengua de formación, crear una fundación educativa que promueva el acceso inclusivo al conocimiento, y desarrollar programas universitarios reglados (Grados, Másters y Bachelors) con reconocimiento internacional.

PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL

RIC Energy

Dos décadas liderando la energía limpia

Pocas empresas pueden decir que fueron pioneras en un sector antes de que este estuviera siquiera definido. RIC Energy es una de ellas. Fundada en España en 2005, en un contexto en el que las energías renovables apenas despegaban, la compañía supo adelantarse a los desafíos energéticos del futuro. Hoy, con presencia internacional y una apuesta decidida por la diversificación tecnológica, se ha consolidado como uno de los actores más innovadores y comprometidos en el camino hacia la descarbonización global.

Desde sus inicios en la energía solar fotovoltaica hasta su actual expansión hacia el hidrógeno renovable, los combustibles sostenibles de aviación (e-SAF), el biogás o el almacenamiento energético, RIC Energy ha evolucionado para convertirse en una empresa multitecnológica, ágil e independiente. «Seguimos siendo fieles al espíritu que nos dio origen: anticiparnos a los retos del sector, innovar en nuestras soluciones y trabajar de la mano de los territorios donde estamos presentes para crear un impacto positivo y duradero», afirma José Luis Moya, CEO Global de RIC Energy.

En estos casi 20 años de trayectoria, RIC Energy ha logrado expandirse a mercados tan exigentes como Estados Unidos, Euro-

PREMIO TRAYECTORIA Y APLICACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN ENERGÍAS LIMPIAS

pa y África. Esta expansión internacional se ha apoyado no solo en el dominio técnico, sino también en una estrategia basada en la creación de valor compartido: colaborar con las comunidades locales, integrar sostenibilidad en cada etapa de los proyectos y fomentar un desarrollo respetuoso con el entorno.

La empresa ha demostrado que no se trata solo de generar energía limpia, sino de hacerlo con un modelo de gestión que prioriza la excelencia técnica, la independencia y la cercanía. «Nuestra principal diferencia es la diversificación tecnológica y geográfica», destaca Moya. Este enfoque les permite combinar soluciones innovadoras con una gran capacidad de adaptación a diferentes contextos económicos, sociales y regulatorios.

Premio a una visión adelantada

El Premio Trayectoria y Aplicación de Nuevas Tecnologías en Energías Limpias recibido por RIC Energy es mucho más que una distinción. Representa el reconocimiento

«Este premio nos honra y reconoce nuestra trayectoria y a todo el equipo»

«Nuestra principal diferencia es la diversificación tecnológica y geográfica»

José Luis Moya, tras recibir el premio de manos de Andrés Navarro y Carmen Sánchez

a años de trabajo, innovación constante y una clara visión de futuro. «Este premio nos honra profundamente y supone un reconocimiento a nuestra trayectoria y a todo el equipo humano que ha hecho posible este recorrido. Es un impulso más para seguir construyendo un modelo energético sostenible, competitivo y justo», agradece el CEO.

También es una validación externa del valor que la empresa ha aportado al ecosistema energético, así como una señal de confianza en su papel dentro del proceso de transición hacia un nuevo paradigma energético.

Pero toca seguir trabajando, porque el camino de RIC Energy no está exento de retos: la integración de renovables en la red, la seguridad de suministro, la agilidad administrativa o la competitividad tecnológica frente a los combustibles fósiles son solo algunos de los obstáculos actuales.

Para RIC Energy, el gran desafío es mantener su crecimiento global sin perder de vista su esencia. Eso implica ejecutar proyectos cada vez más complejos, impulsar tecnologías emergentes como el hidrógeno verde o el eSAF, y continuar siendo un actor confiable y pionero en los mercados en los que opera. Por ello, el futuro pasa por consolidar su papel como compañía multitecnológica global, ampliar su cartera de proyectos solares y de almacenamiento, y liderar la transición energética con soluciones que tengan un impacto positivo real. «Queremos seguir creciendo en mercados estratégicos como Estados Unidos, Europa y África con la meta de ser un referente en la transición energética a nivel mundial», concluye José Luis Moya, CEO Global de RIC Energy.

Sobre RIC Energy

RIC Energy es una compañía independiente de energías renovables con presencia internacional y casi 20 años de trayectoria. Fundada en 2005 en España, ha evolucionado desde la energía solar a un modelo multitecnológico que abarca almacenamiento, hidrógeno verde, biogás, e-SAF y energía eólica. Opera en Europa, Estados Unidos y África, y combina innovación, sostenibilidad y compromiso territorial para acelerar la transición hacia un modelo energético más limpio, competitivo y justo.



ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN



Inge Isasi e Ixone Isasi subieron al escenario para que Andrés Navarro y Carmen Sánchez les entregaran el premio

Sobre PaidStrategy

PaidStrategy es una agencia internacional especializada en Business Intelligence aplicado al marketing digital. Con un modelo sin ubicación física fija, opera con talento global y se enfoca en sectores concretos como SaaS, Educación, Turismo o Proyectos Inmobiliarios. Su equipo está formado por profesionales senior y expertos en analítica avanzada, inteligencia artificial y optimización de conversiones. Su misión es maximizar el valor de los datos de sus clientes, simplificando la toma de decisiones en entornos digitales complejos.

PaidStrategy

Datos, precisión e impacto real

Fundada con una clara vocación internacional, PaidStrategy ha convertido el análisis de datos en una herramienta estratégica de primer nivel para sus clientes.

Especializada en Business Intelligence aplicado al marketing digital, esta agencia transforma la complejidad del entorno online en decisiones efectivas, ágiles y orientadas a resultados concretos. Su objetivo: hacer del dato el activo más valioso para las empresas que confían en ellos.

El camino hacia esta especialización comienza en Canadá, donde su fundadora, Ixone Isasi Noreña, trabajó para destacadas agencias de marketing digital en Montreal y lideró la estrategia de paid media en Luxury Retreats, empresa que más tarde fue adquirida por Airbnb. «Fue una etapa clave para asentar mis conocimientos y comprender el potencial real de los datos aplicados al marketing», asegura Ixone Isasi Noreña, fundadora & especialista en Business Intelligence aplicado al Marketing Digital.

A su regreso a España, Isasi decidió poner en marcha un modelo de negocio sin limitaciones físicas, con talento internacional y una oferta centrada en nichos como SaaS, Educación, Turismo o Proyectos Inmobiliarios. «Vimos una oportunidad clara para ofrecer un servicio personalizado y premium, con profesionales altamente cualificados y soluciones específicas que marcaran la diferencia», explica.

PaidStrategy no busca abarcar todos los servicios posibles en marketing digital. Su

PREMIO A LA EMPRESA INNOVADORA EN OPTIMIZACIÓN DE CONVERSIONES MEDIANTE IA Y ANALÍTICA PREDICTIVA

propuesta pasa por una profunda especialización en analítica predictiva e inteligencia artificial, con el foco puesto en responder a las grandes preguntas del negocio: ¿se han alcanzado los objetivos?, ¿por qué no?

Frente a una industria con servicios generalistas, esta agencia se posiciona como socia estratégica de sus clientes. «Nos diferencia nuestro enfoque técnico y, sobre todo, nuestro compromiso con el buen hacer: relaciones honestas, profesionales y transparentes». Ese compromiso se traduce en estrategias que no solo emplean tecnología avanzada, sino que permiten incrementar las conversiones de forma tangible y medible.

Uno de los pilares de PaidStrategy es la entrega de informes claros, precisos y con datos accionables. Este rigor convierte a su equipo en actor fundamental en la toma de decisiones del cliente, con una vocación clara por aportar valor real a través de la información.

Un reconocimiento que impulsa

El galardón recibido por PaidStrategy como Empresa Innovadora en Optimización de Conversiones mediante IA y Analítica Predictiva confirma la relevancia de su enfoque y refuerza su papel como pioneros en el uso

estratégico de los datos. «Este premio valida nuestra apuesta por la innovación y nos indica que vamos por el camino correcto», señala Ixone Isasi Noreña.

Además, destaca que este tipo de reconocimientos son una gran motivación para el equipo, al tiempo que suponen un respaldo a su metodología: «Es la prueba de que no solo trabajamos con tecnología de vanguardia, sino que la aplicamos con impacto directo en los objetivos de negocio de nuestros clientes».

Especialización y futuro

El entorno digital evoluciona a gran velocidad, y en PaidStrategy son conscientes de los desafíos que ello conlleva. Entre los principales, destacan tres: mantenerse a la vanguardia tecnológica, atraer y fidelizar talento especializado, y seguir demostrando el valor de sus estrategias con resultados tangibles. «No es suficiente con adaptarse a los cambios, hay que anticiparse. Por eso invertimos continuamente en formación y tecnología, y cuidamos nuestra cultura de empresa, centrada en el valor al cliente», afirma la fundadora.

En esta línea, sus planes a futuro no se limitan a consolidar lo alcanzado. Desde la agencia ya trabajan en soluciones más avanzadas, capaces de adelantarse a las nuevas tendencias del marketing digital. El crecimiento, afirman, debe ser estratégico, sostenible y siempre guiado por el mismo principio: el dato como motor del éxito empresarial.

«Nos diferencia nuestro enfoque técnico y nuestro compromiso con el buen hacer»

«Este premio valida la apuesta por la innovación y nos indica que vamos por el buen camino»

PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL

Sales4U

Especialización y estrategia digital

En un sector donde la competencia se mide en conocimiento, ejecución y capacidad de adaptación, Sales4U ha sabido consolidarse como un actor estratégico y diferencial en el ecosistema tecnológico, especialmente en el ámbito de los DataCenters. Fundada en 2006 por Armando Layna y Luis Lorenzo de Juan, la consultora se ha especializado en el desarrollo de negocio para empresas tecnológicas, demostrando una comprensión profunda de las dinámicas comerciales y técnicas del sector.

Con una trayectoria de casi 20 años, la empresa no solo ha sido testigo de la transformación digital, sino que ha contribuido activamente a moldearla. Su punto fuerte no radica solo en asesorar, sino en ejecutar con eficacia, generando oportunidades de crecimiento para sus clientes. «Nos hemos especializado en un sector clave y altamente técnico como el de los DataCenters, lo que nos permite ofrecer soluciones adaptadas, realistas y con impacto directo en el negocio», afirma Luis Lorenzo de Juan.

De pioneros a referentes

La historia de Sales4U se remonta a una alianza entre dos profesionales con décadas de experiencia en la venta tecnológica y la dirección comercial. Juntos, iniciaron una consultora que pronto giró su foco hacia el naciente universo de los Centros de Procesamiento de Datos. En 2007, cuando este sector apenas comenzaba a tomar forma, la compañía ya estaba colaborando con ingenierías, fabricantes y EPCs para ayudarles a escalar en un entorno cada vez más complejo y competitivo.

La madurez alcanzada en este nicho llevó a Sales4U a participar activamente en la creación de SpainDC, la primera asociación empresarial del sector DataCenter en España. Esta implicación sectorial refuerza su rol no solo como consultora, sino como impulsora del ecosistema digital.

Pero su impacto no termina ahí. La compañía también ha sido semilla de iniciativas

PREMIO A LA COMPAÑÍA LÍDER EN OUTSOURCING TECNOLÓGICO PARA EL DESARROLLO DE NEGOCIO DE INFRAESTRUCTURAS DIGITALES



Luis Lorenzo de Juan, con el premio, junto a Andrés Navarro y Carmen Sánchez

Sobre Sales4U

Sales for You Consulting es una consultora de ventas fundada en 2006, especializada en el desarrollo de negocio para empresas tecnológicas, con especial foco en DataCenters e infraestructuras digitales. Con presencia en España y México, también ha impulsado iniciativas como Steelnet Sistemas y Digital Valley Spain. Su propuesta se basa en la experiencia comercial, la ejecución estratégica y un fuerte compromiso con la innovación y la sostenibilidad.

transformadoras como Steelnet Sistemas, dedicada a soluciones reales de eficiencia energética en salas IT, o Digital Valley Spain, que desarrolla campus de DataCenter sostenibles alimentados con energías renovables.

Esta visión innovadora convierte a Sales4U en una empresa que no solo acompaña el cambio, sino que lo lidera. «No solo asesoramos: ejecutamos. Acompañamos a nuestros clientes en la implementación de estrategias de venta, abriendo puertas, generando oportunidades y ayudándolos a crecer», explica Luis Lorenzo de Juan.

A diferencia de las consultoras generalistas, Sales4U apuesta por una estrategia de ultraespecialización que le permite ofrecer soluciones precisas en un entorno tan técnico como el de las infraestructuras digitales. Su conocimiento real y contrastado en ventas IT, sumado a una visión estratégica orientada a resultados, les otorga una ventaja competitiva difícil de igualar.

Este modelo les ha permitido operar con éxito tanto en España como en México, y actualmente trabajan para escalar internacionalmente sin perder la calidad ni la personalización que les define. En palabras de su socio fundador: «Estamos en pleno proceso de expansión hacia nuevos mercados, aportando a nuestros clientes una visión global con ejecución local».

Retos que marcan el rumbo

El crecimiento exponencial de la demanda, el reto de atraer talento especializado y la presión por lograr infraestructuras sostenibles son solo algunos de los

desafíos que atraviesa la industria. Sales4U, consciente de estos frentes, está desarrollando proyectos propios y adaptando su estrategia para seguir siendo relevante.

Entre sus objetivos figura ampliar la cartera de servicios hacia áreas emergentes como la inteligencia artificial aplicada a la gestión operativa, la automatización de ventas o la eficiencia energética avanzada. Todo ello, sin perder de vista su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad en la infraestructura digital. «Apostamos por un modelo respetuoso con el entorno, desarrollando campus DataCenter alimentados por energía solar e hidrógeno», señala Luis Lorenzo de Juan.

Aunque el premio recibido valida una trayectoria sólida, también representa un punto de inflexión. Para Sales4U, el galardón simboliza tanto el trabajo bien hecho como una motivación adicional para seguir innovando. «Este reconocimiento refuerza nuestra reputación en el mercado, eleva la confianza de nuestros clientes y abre nuevas oportunidades de colaboración».

«Nos hemos especializado en un sector altamente técnico, el de los DataCenters»

«Este premio refuerza nuestra reputación en el mercado y eleva la confianza del cliente»

ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN



Joxe Etxebarria posa con el premio tras recibirlo de manos de Andrés Navarro y Carmen Sánchez

El desarrollo tecnológico avanza a un ritmo vertiginoso, y en ese terreno cambiante hay empresas que no solo acompañan la transformación, sino que la lideran. Una de ellas es Global Data Quantum, una startup que ha conseguido posicionarse en la vanguardia de la inteligencia artificial y la computación cuántica, dos campos que, cuando se combinan, prometen revolucionar sectores tan diversos como la logística, las finanzas o la biomedicina.

Desde su fundación, hace apenas tres años, la compañía ha apostado por unir el conocimiento técnico con la aplicación práctica. «Hemos pasado de ser un pequeño equipo de especialistas a colaborar con instituciones de prestigio internacional», señala su CEO, Joxe Etxebarria Intxausti, quien remarca que el propósito nunca fue solo investigar, sino transformar esa investigación en soluciones reales.

Hoy, Global Data Quantum forma parte del IBM Quantum Network, lo que le permite trabajar con hardware cuántico real y explorar nuevas fronteras mediante algoritmos híbridos. Esta visión, que une inteligencia artificial con computación cuántica, ha sido reconocida con el Premio a la Innovación en Soluciones Híbridas de IA y Computación Cuántica, un galardón que valida su estrategia y refuerza su papel pionero en el ecosistema tecnológico nacional.

Una de las principales barreras para la adopción de estas tecnologías no es técnica, sino comunicativa. «Las empresas siguen el desarrollo de la IA y la computación cuántica, pero no es fácil ver el alcance que pue-

Global Data Quantum

Innovación con IA y computación cuántica

PREMIO A LA INNOVACIÓN EN SOLUCIONES HÍBRIDAS DE IA Y COMPUTACIÓN CUÁNTICA

«Nuestro desafío es demostrar que estas tecnologías son clave para la competitividad»

den tener», apunta Joxe Etxebarria. La polarización entre quienes creen que estas tecnologías lo resolverán todo y quienes las ven como irrelevantes no ayuda a su correcta implementación.

Global Data Quantum busca romper ese esquema. Su propuesta es clara: aterrizar estas tecnologías en el terreno empresarial, mediante casos concretos que generen impacto y retorno. De ahí su apuesta por proyectos escalables que preparen a las empresas para la llamada 'ventaja cuántica' (el momento en que los ordenadores cuánticos superarán a los clásicos en tareas específicas). «Nuestro desafío es demostrar a las empresas que estas tecnologías son clave para su competitividad: mostrando el valor

«Este premio valida la apuesta por la hibridación entre IA y computación cuántica»

Sobre Global Data Quantum

Global Data Quantum es una startup tecnológica especializada en soluciones híbridas de IA y computación cuántica. Forma parte del grupo Global Data Media Tech y actúa como su punta de lanza en innovación. En solo tres años, ha logrado posicionarse como un actor destacado en el sector gracias a su enfoque práctico, su compromiso con la excelencia técnica y su pertenencia al IBM Quantum Network. Su objetivo es claro: convertir la investigación en proyectos reales que transformen la competitividad.

de la IA hoy y preparándolas para el salto que vendrá con la computación cuántica».

Un modelo híbrido diferencial

En un mercado donde muchas startups se centran en una sola tecnología, Global Data Quantum se distingue por su enfoque híbrido. Combina lo mejor de la computación clásica con el potencial de la cuántica, apoyándose además en relaciones estratégicas como la que mantiene con IBM. Esto les da acceso a herramientas de última generación, tanto en IA como en hardware cuántico, y posiciona a la empresa en una posición privilegiada para innovar.

A todo esto, se suma una fuerte cultura de excelencia técnica. Cada proyecto se aborda con rigor, buscando soluciones personalizadas y de alto impacto. Esta metodología les ha permitido trabajar con sectores muy diversos: desde optimización de rutas en la gestión de residuos hasta modelos predictivos para inversiones en el sector bancario.

Liderar el salto cuántico

De cara a los próximos años, los planes de Global Data Quantum se articulan en torno a dos líneas clave. La primera, consolidar su papel como referente en inteligencia artificial, desarrollando aplicaciones que demuestren su valor tangible. Y la segunda, liderar la transición hacia la computación cuántica, guiando a las empresas en ese proceso todavía incipiente, pero con un enorme potencial transformador.

Además, están desarrollando técnicas que utilizan capacidades cuánticas para mejorar la precisión de los modelos de IA actuales. «Buscamos métodos robustos para llevar a la práctica técnicas de IA que actualmente están en fase de investigación», explica Joxe Etxebarria. La meta es abrir nuevas posibilidades en inteligencia artificial, donde los ordenadores cuánticos no sustituyan a los clásicos, sino que los complementen para alcanzar un rendimiento superior.

PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL

La inteligencia artificial generativa está en boca de todos, y hay empresas que no solo se suman a la tendencia, sino que la lideran. Es el caso de Logixs, una boutique tecnológica especializada en IA generativa que lleva años apostando por esta disciplina mucho antes de su explosión mediática. Su CEO, Francisco Moreno Balboa, recuerda con claridad ese punto de inflexión: «Hace más de tres años tomamos una decisión arriesgada: poner el foco en la IA generativa. Este premio nos dice que cogimos el camino correcto», agradeciendo al recoger el Premio a la Excelencia en Desarrollo de IA Generativa a Medida.

Fundada hace siete años, Logixs empezó como un proyecto de inteligencia artificial en la personalización de la experiencia de usuario. Aunque su primer producto no logró una gran tracción comercial, sí les permitió abrir puertas hacia clientes de gran envergadura como EVO Banco, Santander o instituciones públicas. Así comenzó su transformación de desarrolladores de producto propio a expertos en proyectos a medida, con una clara orientación hacia sectores como energía, retail y banca.

El valor de llegar antes

Una de las claves del éxito de Logixs ha sido su anticipación. «Llegamos antes del ‘boom’ de la IA generativa, con una sólida base tecnológica gracias a nuestros orígenes en un departamento universitario», explica Francisco Moreno. Esa ventaja temporal se tradu-

«Sabemos qué se puede hacer con IA generativa y qué no. Esa claridad ha marcado la diferencia»

jo en lecciones aprendidas. Mientras muchas empresas apenas empezaban a explorar los modelos, Logixs ya tenía un laboratorio dedicado a estudiar LLMs como GPT o Bert.

El resultado es contundente: más de 20 proyectos ejecutados con éxito solo en 2024, en un contexto donde, según Forbes, el 80% de las iniciativas de IA generativa fracasan antes de llegar a producción. «Poner 300 prompts en un modelo de OpenAI no es hacer IA generativa», sentencia el CEO. «Muchas compañías se lanzaron con pruebas de concepto sin entender que no pueden escalar esa tecnología a entornos reales. La brecha entre seguir un tutorial en YouTube y hacer ingeniería con IA es enorme». Nosotros sabemos

«Poner 300 prompts en un modelo de OpenAI no es hacer IA generativa»

qué se puede hacer con IA generativa y qué no. Esa claridad ha marcado la diferencia».

El reto de escalar IA generativa no es solo tecnológico. Según Francisco Moreno, el gran desafío del sector es el talento y experiencia: «Hay pocas empresas que hayan pasado de una prueba de concepto a un proyecto real con miles de usuarios y flujos complejos».

Logixs ha sabido conjugar su crecimiento con una apuesta firme por la innovación. Su equipo de I+D trabaja de forma independiente para mantenerse al día con los últimos avances en IA y ofrecer soluciones alineadas con las necesidades reales de sus clientes.

En paralelo, la empresa continúa su expansión. Tras abrir una oficina en Estados Unidos, ya ha firmado acuerdos con universidades de prestigio como UCLA. Gracias a esta alianza, han comenzado a integrar talento internacional en su equipo, como muestra el caso de un estudiante de UCLA que actualmente realiza un internship en España. Esta sinergia no solo les aporta conocimiento, sino que refuerza su estrategia para posicionarse en el competitivo mercado estadounidense. «Nuestra apuesta por Estados Unidos ya está dando frutos: estamos trabajando con instituciones de primer nivel», asegura el CEO.

Horizonte internacional

Mientras muchas empresas aún intentan entender las posibilidades de la IA generativa, Logixs ya está mirando más allá. Actualmente se encuentran en medio de una ronda de inversión que les permitirá acelerar su crecimiento e incrementar su presencia internacional. El objetivo es claro: convertirse en un referente europeo en desarrollo de soluciones personalizadas de inteligencia artificial.

El camino recorrido por Logixs es el de la anticipación, la excelencia técnica y la visión estratégica. Pero, sobre todo, es la historia de una empresa que decidió ir más allá de la moda y apostó por construir soluciones reales, duraderas y escalables en un mundo donde la inteligencia artificial ya no es el futuro, sino el presente.

Sobre Logixs

Logixs es una empresa especializada en inteligencia artificial generativa con sede en España. Fundada hace siete años, nació como una spin-off universitaria y hoy desarrolla proyectos personalizados para grandes corporaciones de sectores como la banca, energía y retail. En 2024 ha ejecutado más de 20 proyectos de IA generativa, destacándose por su enfoque práctico y estratégico. Con una nueva oficina en Estados Unidos y colaboraciones con universidades como UCLA, Logixs apunta a consolidarse como un referente internacional en IA a medida.



Francisco Moreno, con el premio, junto a Andrés Navarro y Carmen Sánchez

ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Acorde Technologies

Innovación satelital desde Cantabria

Hablar de Acorde Technologies es hablar de una historia de crecimiento, resiliencia y tecnología de vanguardia. Fundada hace 26 años como una spin-off universitaria, esta pyme cántabra ha logrado consolidarse como un referente internacional en soluciones avanzadas de radiofrecuencia para telecomunicaciones por satélite, guerra electrónica y posicionamiento. Desde sus inicios, su actividad ha estado marcada por una visión clara: aportar tecnología nacional de alto nivel a sectores críticos como el aeroespacial y la defensa. Hoy, sus equipos están operativos en los seis continentes... y más allá. «Somos una pyme tecnológica que suministra soluciones de altas prestaciones para misiones críticas que están operativas en todo el planeta y fuera de él», afirma Manuel Lobeira, CEO de Acorde.

Acorde forma parte de algunos de los proyectos más estratégicos del mundo, como los radiotelescopios más grandes del planeta en Australia y Sudáfrica, que ayudarán a explorar los orígenes del universo. Esa capacidad de estar en la frontera tecnológica, manteniendo una estructura ágil y flexible, es uno de los factores que han llevado a Acorde a recibir el Premio a la Compañía Líder en Soluciones Avanzadas para Telecomunicación Satelital. Su historia comienza en 1999, cuando un reto técnico concreto —nacionalizar un terminal de comunicaciones por satélite— impulsa la colaboración entre la Universidad de Cantabria e Indra. La solución desarrollada por el equipo liderado por el

PREMIO A LA COMPAÑÍA LÍDER EN SOLUCIONES AVANZADAS PARA TELECOMUNICACIÓN SATELITAL

catedrático José Luis García derivó en la creación de la empresa, con el objetivo de industrializar el diseño y retener el talento tecnológico en la región.

Hoy, con más de 60 empleados y presencia en más de 20 países, la visión fundacional de Acorde sigue plenamente vigente. «José Luis García siempre tuvo el objetivo de crear una empresa tecnológica para retener el talento de Cantabria, y hoy en día vemos lo acertado de esa visión», recuerda el actual CEO.

Tecnología, fiabilidad y compromiso

El recorrido no ha sido sencillo. La empresa ha superado cambios de sede, periodos de incertidumbre y los típicos obstáculos de una pyme que aspira a competir con gigantes internacionales. Pero lo ha hecho manteniéndose fiel a su apuesta por la innovación como motor de crecimiento. Y es que Acorde no solo fabrica equipos: los desarrolla desde cero y los adapta a entornos extremadamente exigentes. Cada componente es sometido a estrictas pruebas ambientales, fundamentales en sectores donde la precisión y la resistencia lo son todo. Esta especialización ha permitido a la empresa trabajar con los principales ejércitos de la OTAN y agencias espaciales internacionales.

«Si algo nos ha guiado ha sido una decidida apuesta por la innovación como motor»

«Este premio es un reconocimiento a una trayectoria innovadora de más de 25 años»

La combinación entre tecnología puntera y proximidad al cliente es uno de sus principales activos. «En Acorde nos amoldamos todo lo posible a los retos, necesidades y realidad del cliente. Siempre buscamos las mejores opciones, y para ello la capacidad de innovar es fundamental», explica Manuel Lobeira.

Además, su tamaño medio les permite actuar con gran agilidad y flexibilidad, algo muy valorado en un sector donde la capacidad de reacción es crítica.

Transformación y crecimiento

Los retos no son pocos, y uno de los más relevantes para Acorde es el acceso al talento. Aun así, la plantilla crece a doble dígito y la empresa prevé mantener ese ritmo. «El principal hándicap al que nos enfrentamos ahora mismo es encontrar talento», reconoce su CEO. A nivel de mercado, el contexto geopolítico está impulsando un renovado protagonismo del sector defensa, con presupuestos en alza y programas cada vez más ambiciosos en tecnología y volumen. Aunque en España el ritmo aún es lento, en otros países clientes de Acorde ya se están ejecutando estos nuevos proyectos.

Frente a este panorama, la compañía mantiene una hoja de ruta ambiciosa. Está implicada en grandes programas para las próximas generaciones de aeronaves militares (tanto tripuladas como no tripuladas), así como en nuevas soluciones para constelaciones de satélites de baja órbita (LEO) y misiones de defensa electrónica.



Manuel Lobeira recoge el premio de manos de Andrés Navarro y Carmen Sánchez

Sobre Acorde Technologies

Acorde Technologies es una empresa tecnológica con sede en Cantabria, especializada en soluciones avanzadas de radiofrecuencia para comunicaciones satelitales, defensa y posicionamiento. Fundada en 1999 como una spin-off de la Universidad de Cantabria, la compañía cuenta hoy con un equipo de más de 60 profesionales y presencia en más de 20 países. Ha participado en proyectos estratégicos globales y destaca por su innovación, fiabilidad y flexibilidad para ofrecer soluciones personalizadas en entornos extremadamente exigentes.

PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN ESPECIAL



Alfredo Pérez posa con el premio, junto a Andrés Navarro y Carmen Sánchez

savi España

Innovación que transforma el marketing promocional

PREMIO EMPRESA LÍDER EN LA DIGITALIZACIÓN, AUTOMATIZACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE PROMOCIONES EN EL SECTOR DE GRAN CONSUMO

«Gestionar más de 80 millones de cupones al año exige precisión, pero también visión»

Diferenciarse en el lineal, personalizar promociones, equilibrar formatos físicos y digitales, cumplir con políticas de sostenibilidad y, además, ofrecer resultados medibles. Pocas industrias enfrentan un escenario tan exigente como el del gran consumo, y solo las empresas que integran tecnología con agilidad estratégica marcan la diferencia. savi España es una de ellas.

Su propuesta se construye sobre una visión clara: ayudar a fabricantes y distribuidores a optimizar promociones sin perder relevancia frente a un consumidor que ya no se conforma con cualquier incentivo. «Gestionar más de 80 millones de cupones al año exige precisión, pero también visión», afirma Alfredo Pérez Hernández, director general de savi España. «Nuestro reto es transformar esa complejidad en soluciones que aporten valor a todos». Esta complejidad, lejos de frenarles, ha sido el impulso necesario para

«Nuestra apuesta por la digitalización está siendo el estándar de la industria en España»

redefinir el marketing promocional. La compañía combina experiencia con impulso tecnológico. ¿El resultado? Una plataforma única en el mercado capaz de ejecutar campañas integrales, medibles y flexibles, que funcionan tanto online como en físico.

Impulso para una nueva categoría

El Premio a la Empresa Líder en la Digitalización, Automatización y Optimización de Promociones en el Sector de Gran Consumo supone una validación pública del modelo. «Este reconocimiento confirma que nuestra apuesta por la digitalización está estableciendo efectivamente el estándar de la industria en España», asegura Pérez Hernández.

La trayectoria de savi España es el ejemplo de cómo una compañía puede evolucionar sin perder sus fortalezas iniciales. Durante décadas, Valassis fue sinónimo de promociones físicas y cupones impresos. Hoy, esa experiencia es una ventaja competitiva: ofre-

Sobre savi España

savi España es la filial nacional de savi, multinacional especializada en tecnología aplicada al marketing promocional. Con más de 50 años de experiencia y una sólida trayectoria en España, ofrece una plataforma integral para digitalizar, automatizar y optimizar campañas promocionales. Su sistema híbrido permite operar tanto en el canal físico como digital, con trazabilidad total y medición en tiempo real. Actualmente, lidera la transformación del sector del gran consumo, posicionándose como referente en eficiencia, innovación y sostenibilidad.

cer soluciones híbridas, que permiten combinar lo mejor de ambos mundos según sus objetivos. En los últimos años, la compañía ha crecido de forma sostenida: en 2024 aumentó un 22%, y en 2025 ya roza el 25% en apenas cinco meses. El mérito no está solo en las cifras, sino en cómo las han conseguido: apostando por una plataforma que permite ejecutar campañas con una sola herramienta, monitorizar resultados en tiempo real y generar impacto directo. Así lo demuestran sus datos: más de 10 millones de cupones utilizados, 24 millones de euros de ahorro directo y un aumento del 15% en el ticket medio de los retailers con los que colaboran. Todo ello, gestionado desde una única plataforma conectada con las principales cadenas del país.

Tecnología que impacta

Más allá del reconocimiento o los números, savi España defiende un modelo de innovación responsable, que combina eficiencia, sostenibilidad y utilidad real. «No se trata solo de ejecutar campañas. Se trata de generar valor, medirlo y mejorarlo constantemente», explica su director general.

El premio, además, refuerza su posición como creadores de una nueva categoría tecnológica: la Promotion Management Platform (PMP). Bajo esta visión, el futuro del marketing promocional se articula en plataformas inteligentes capaces de adaptarse a cada cliente, ofrecer personalización escalable y garantizar experiencias fluidas.

Los planes a corto y medio plazo pasan por consolidar su liderazgo en Europa, abrir mercado en América y ampliar sus servicios a sectores más allá del gran consumo. Todo ello sin renunciar a uno de sus compromisos más firmes: liderar la transición hacia un modelo promocional más sostenible, que respete tanto al consumidor como al entorno. «La promoción ya no puede ser una acción táctica aislada. Debe formar parte de una estrategia que integre tecnología, personalización y propósito», termina Alfredo Pérez Hernández.

ESPECIAL PREMIOS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

DocuWare

IA al servicio de la eficiencia

En un mundo donde la gestión documental se ha vuelto una pieza clave para la eficiencia operativa, DocuWare se ha consolidado como una plataforma de referencia gracias a su capacidad para integrar inteligencia artificial (IA) en soluciones de automatización empresarial. Desde su sede en España, la compañía trabaja por transformar la manera en que las organizaciones almacenan, acceden y utilizan su información.

Fundada en 1988 en Alemania, la compañía nació con una misión clara: ofrecer una respuesta tecnológica a los problemas que generaba el manejo de grandes volúmenes de documentos físicos en las empresas. Hoy, más de tres décadas después, DocuWare es sinónimo de innovación aplicada a la gestión documental. «Nos propusimos resolver la creciente complejidad en el manejo de documentos dentro de las organizaciones. A día de hoy, lo hacemos integrando tecnologías emergentes como la IA para ir más allá del simple archivo de datos», señala Roger Alves, Country Manager de DocuWare en España y Portugal.

Transformar información en valor

Uno de los pilares que diferencia a DocuWare de su competencia es su enfoque en la integración de la IA con herramientas accesibles y fáciles de usar. La plataforma incluye capacidades como el reconocimiento óptico de

PREMIO A LA INNOVACIÓN EN SOLUCIONES IDP CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL

caracteres (OCR), flujos de trabajo automatizados, acceso móvil y una interfaz intuitiva que facilita la adopción incluso para los usuarios menos técnicos. Además, su arquitectura permite integrarse sin fricciones con otros sistemas empresariales, convirtiéndose en un aliado para cualquier organización que desee centralizar su gestión documental. «Lo que nos distingue es nuestra capacidad de extraer información crítica en tiempo real. Esta agilidad permite a las empresas tomar decisiones más rápidas y acertadas», destaca Alves.

Pero la tecnología no es el único eje de diferenciación: la seguridad también ocupa un lugar central. DocuWare cumple con los estándares legales y normativos más exigentes, lo que permite a sus clientes operar con total confianza en sectores regulados.

La compañía también ha apostado por una experiencia de usuario cuidada, que facilita la adopción interna y reduce barreras al cambio. «El objetivo es que cualquier persona pueda manejar la herramienta sin necesitar conocimientos técnicos avanzados. La tecnología debe adaptarse a las personas, no al revés», añade el directivo.

«Lo que nos distingue es nuestra capacidad de extraer información crítica en tiempo real»

«Este es un premio al esfuerzo de todo el equipo que compone la familia de DocuWare»

Roger Alves, tras recibir el galardón, junto a Andrés Navarro y Carmen Sánchez

Aunque el sector de la automatización documental se enfrenta a grandes retos —desde la evolución tecnológica a la presión normativa o los riesgos asociados a la ciberseguridad—, en DocuWare estos desafíos se viven como estímulos para seguir avanzando. La compañía trabaja actualmente en el desarrollo de nuevas soluciones basadas en IA y machine learning que permitirán automatizar procesos aún más complejos y personalizar la experiencia del usuario.

Paralelamente, se están explorando nuevos mercados y ampliando la red de socios estratégicos para afianzar su presencia global. «Queremos seguir ofreciendo soluciones que no solo se adapten, sino que anticipen las necesidades del cliente. Eso incluye seguir invirtiendo en sostenibilidad, porque la digitalización también tiene un impacto positivo en la reducción del uso de papel y la eficiencia energética», apunta Alves.

El Premio a la Innovación en Soluciones IDP con Inteligencia Artificial llega como un respaldo al enfoque de mejora continua que caracteriza a la compañía. Para el Country Manager, este reconocimiento es mucho más que una distinción: «Es un premio al esfuerzo de todo el equipo que hay detrás de DocuWare. Nos anima a seguir apostando por la innovación como motor de transformación empresarial y nos llena de orgullo saber que nuestro trabajo tiene un impacto real en la evolución digital de nuestros clientes».

**Sobre DocuWare**

DocuWare es una plataforma de gestión documental y automatización de flujos de trabajo con presencia internacional. Fundada en Alemania en 1988, ayuda a las organizaciones a digitalizar y centralizar sus documentos, integrando IA, OCR, flujos automatizados e integración con apps de terceros. Opera en múltiples sectores y se caracteriza por su enfoque en la innovación, la seguridad de la información y la facilidad de uso.

Su equipo multidisciplinar trabaja con una visión global, pero con atención local, ofreciendo soporte personalizado a cada cliente. Actualmente, DocuWare sigue expandiendo su red de alianzas estratégicas, reforzando su compromiso con la sostenibilidad y liderando la transición digital del tejido empresarial.