

LA RAZÓN V PREMIOS CEO

JUEVES 7 DE MAYO DE 2026 • AÑO XXVIII • 9.968

Dirección y liderazgo con propósito

LA RAZÓN CELEBRA LA QUINTA EDICIÓN DE LOS PREMIOS CEO DEL AÑO, QUE HA RECONOCIDO LA LABOR DE VEINTICUATRO DIRECTIVOS DE TODOS LOS SECTORES

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO

La empresa encuentra sus «primus inter pares» en los V Premios CEO

MÁS DE UNA VEINTENA DE COMPAÑÍAS DE TODO EL PAÍS CONVIERTEN A MÁLAGA EN EL ESCAPARATE DEL LIDERAZGO EMPRESARIAL ESPAÑOL

FRAN CÁRCELES. MÁLAGA

De Málaga y Sevilla a Bizkaia, pasando por el Levante, Madrid, las Islas Baleares, Cataluña o las Islas Canarias. La quinta edición de los Premios CEO del Año de LA RAZÓN volvió a reunir el 28 de abril en Málaga a los grandes nombres del panorama empresarial español, esos «primus inter pares» –los primeros entre iguales– que, dentro de un ecosistema altamente competitivo y entre líderes de similar nivel, han logrado distinguirse por su visión estratégica, capacidad de anticipación e impacto real en la transformación de sectores clave para la economía española. Una radiografía empresarial, podemos decir, diversa, transversal y cada vez más descentralizada que tuvo, por segundo año consecutivo, a la capital de la Costa del Sol como telón de fondo.

La gala, conducida por la periodista Rocío Luque, contó con la presencia del delegado de LA RAZÓN en Andalucía, José Lugo; de la vicepresidenta cuarta de la Diputación de Málaga, María Francisca Caracuel; y del presidente del Consejo Económico y Social de Andalucía (CES), Juan Marín, que ejercieron como anfitriones de una velada que reunió a más de un centenar de empresarios y representantes institucionales.

Lugo, que fue el encargado de abrir el evento, agradeció la masiva asistencia a un acto «repleto de personas que se dedican a trabajar cada día para crear empleo a pesar de todas las dificultades».

Por su parte, la vicepresidenta de la Diputación de Málaga recordó que «los Premios CEO del Año reconocen al mejor del tejido empresarial de nuestro país». Asimismo, Caracuel calificó a la ciudad y la provincia como «el motor económico de Andalucía y el sur de Europa», un lugar en el que los

empresarios son los «protagonistas» que han hecho posible ese posicionamiento.

Una gala cargada de talento

La primera en subir al escenario fue Yolima Puentes Osorio, CEO de Foodimental, reconocida como «Mejor CEO del Año en la industria bioinformática y agroalimentaria». La firma sevillana, especializada en farmacogenómica aplicada a la alimentación, ha consolidado un modelo que usa la inteligencia artificial y el análisis genético para, entre otras cosas, optimizar la nutrición personalizada y reducir desperdicios en la cadena agroalimentaria.

El segundo galardón recayó en Vicente José Doménech Climent, CEO de Grupajes Alicante, distinguido por su labor en la gestión aduanera y logística internacional. La compañía, especializada en importación y exportación, opera con una red internacional de colaboradores en un momento especialmente sensible para el transporte global, marcado por la tensión geopolítica en rutas estratégicas como el estrecho de Ormuz.

Por su parte, el sector financiero estuvo representado por María Ruiz-Manahan, CEO de BNP Paribas Personal Finance, premiada por su liderazgo en financiación al consumo. Con más de 16 años de trayectoria en la entidad, Ruiz-Manahan dirige una división que cerró el último ejercicio reforzando su apuesta por productos vinculados a movilidad sostenible, eficiencia energética y digitalización del crédito.

El cuarto reconocimiento fue para Eladio Rueda y Macarena Valiente, propietario y directora general de Frutas y Verduras Eladio, premiados por el desarrollo de Calma Eladio, su línea hortofrutícola de proximidad. La empresa malagueña, con más de 40 años de trayectoria, ha pasado de una frutería de barrio a superar los 30 millones de euros de facturación anual.



El acto contó con la presencia de más de 160 invitados, entre figuras políticas y empresarios



El delegado de LA RAZÓN en Andalucía, José Lugo, durante su discurso

El premio en la gestión responsable de deuda recayó en Alina Giurgea, CEO de KRUK España, reconocida por liderar una compañía de origen polaca que gestiona miles de expedientes anuales y que ha consolidado su presencia en España durante la última década.

Rodrigo Fitaroni de Almeida, CEO de MarSenses Hotels & Homes, se hizo con el «Premio CEO del año en el sector hotelero». Bajo su dirección, la cadena se ha situado entre las más valoradas de las Islas Baleares. La compañía prevé cerrar 2026 con una facturación cercana a los 35 millones de euros, apoyada en un modelo de expansión selectiva y mejora de la experiencia del cliente.

La innovación familiar encontró su reconocimiento en Hausmann Aromatic, un galardón recogido por Ana Hausmann y Maguy Hausmann, en representación también de Daniel Hausmann. La compañía, fundada en 1984, cumple más de cuatro décadas en el sector de aromas naturales y fragancias, con presencia internacional y una estrategia basada en formulación propia, personalización y expansión exterior.

El siguiente galardón fue para Juan José Ramos García, CEO de Ramos Ibiza Obra & Deco, distinguido con el «Premio CEO del año en construcción residencial de lujo». La firma ibicenca se ha especializado en pro-

V PREMIOS CEO DEL AÑO ESPECIAL

FOTOS: ÁLEX ZEA Y ALBERTO ROMERO

Foto de familia de premiados y autoridades tras la entrega de los galardones



yectos integrales de alto valor añadido en una isla donde la vivienda premium mantiene precios por encima de los 7.000 euros por metro cuadrado.

El noveno reconocimiento de la noche fue para Francisco Javier López Milán, CEO de Silvergold Patrimonio, galardonado por su trayectoria en el sector de los metales de inversión. En un contexto de incertidumbre y con el oro alcanzando máximos históricos durante los últimos meses, la firma ha ganado peso entre inversores que buscan activos refugio y diversificación patrimonial.

Marcos Cohen Simancas, socio fundador de Cumbre 8, fue premiado por su labor en la consultoría estratégica y desarrollo territorial. La consultora ha participado en proyectos de planificación estratégica y transformación económica vinculados a administraciones y tejido empresarial.

La proyección internacional centró el siguiente galardón con el «Premio CEO del año a la proyección internacional y crecimiento estratégico», recogido por Michele La Porta y Jerónimo Tejada Martínez, los dos CEO de Urus Europa Global.

El galardón en liderazgo tecnológico en telecomunicaciones recayó en Juan Manuel Fernández Esquinas, director ejecutivo y CEO de Siadde Soluciones, una firma especializada en soluciones de conectividad e

infraestructuras tecnológicas en un sector donde la digitalización empresarial mantiene cifras récord de inversión.

Ya en el ecuador de la gala, la ciberseguridad tuvo nombre propio con Miguel Ángel Romero, CEO de Minery Report, reconocido por su trabajo al frente de una compañía especializada en protección de datos y resiliencia digital.

El siguiente reconocimiento llevó al escenario a Israel Vieyte e Ignacio Tejió, los CEO de «Er Pichi de Cáii», premiados por la expansión de su proyecto gastronómico. Lo que comenzó como una taberna gaditana en Málaga ha pasado en apenas unos años a contar con ocho establecimientos operativos entre la capital, Alhaurín de la Torre y Fuengirola, con una facturación media superior a 1,5 millones de euros por local y un modelo de franquicia ya en desarrollo.

La gestión de proyectos cooperativos tuvo su reconocimiento con Raúl Blanco, CEO de Cooptima, distinguido por su trabajo en un sector especialmente sensible como el acceso a la vivienda. En un mercado con precios que han crecido por encima del 8% en el último año en buena parte de España, el modelo cooperativo ha recuperado protagonismo como alternativa para abaratar los costes.

El cierre del primer bloque de la gala co-

respondió a Francesc Ros Guilera, CEO de Pizzerías Carlos, premiado por su liderazgo en la expansión del modelo de restauración de marca. La cadena cerró 2023 con una facturación de 52,2 millones de euros, un crecimiento del 6,5% respecto al ejercicio anterior, con 93 locales en nueve comunidades autónomas y más de 2.200 empleados, cifras que la sitúan entre las principales cadenas nacionales del sector.

El siguiente galardón fue para Margarita Gallardo Aroza, fundadora y directora médica de Centro Natum, distinguida por su trabajo en innovación médica y diagnóstico prenatal. Su centro, especializado en medicina materno-fetal, ha ganado peso en un área cada vez más relevante, con un incremento de embarazos de alta complejidad y una demanda creciente de diagnóstico prenatal avanzado y seguimiento especializado.

Como no podía ser de otra manera, el turismo volvió a tener protagonismo en este evento con Vicente Peiró Battaler, CEO y director de Versus Gandía Palace Hotel, premiado por su trabajo en la diversificación de la oferta turística. El establecimiento afronta una nueva etapa de reposicionamiento con el objetivo combatir la estacionalidad y atraer nuevos perfiles.

El sector inmobiliario tomó el relevo con Iván Javier González Aguado y Jorge Pérez González, los CEO de Noow, reconocidos por la transformación de un modelo de negocio que ha reforzado su implantación en distintas ciudades españolas. La compañía ha ampliado su red comercial en un mercado que cerró 2025 con más de 715.000 compraventas, máximos de los últimos años.

La biotecnología regresó al escenario con Ainara Hernando, CEO de Abyntek Biopharma, premiada por situar a la compañía como referencia en el desarrollo de anticuerpos para la investigación. Fundada en 2006 y con sede en Bizkaia, la firma trabaja con centros de investigación y laboratorios de distintos países en áreas como oncología, inmunología y enfermedades degenerativas.

A continuación, Patricia Salmerón y Juan Francisco García, los CEO de Artecoin, fueron reconocidos por su trabajo en proyectos integrales de descarbonización para administraciones públicas.

El sector farmacéutico estuvo representa-



La vicepresidenta de la Diputación de Málaga, María Francisca Caracuel, y el presidente de la CES, Juan Marín



do por Alberto Campillos, CEO de Óptima Farma, premiado por su labor en la conexión entre laboratorios y farmacias, un canal que en España supera las 22.000 oficinas farmacéuticas y mueve buena parte de la distribución sanitaria nacional.

El penúltimo premio recayó en Javier Becerra Sánchez, CEO de Quantica Renovables, distinguido por su trabajo en ingeniería solar y autoconsumo fotovoltaico.

El cierre de la gala llegó con Grupo Fumero, premiado por su gestión del transporte interinsular. El reconocimiento fue concedido a su director, Eugenio Fumero González, y recogido por su hijo, Eugenio Fumero Bethencourt, en nombre de una compañía con décadas de actividad logística en Canarias y una posición más que consolidada en la distribución y el transporte entre islas.

Reconocimiento al tejido empresarial

Por último, el presidente del Consejo Económico y Social de Andalucía, Juan Marín, cerró el acto destacando que estos quintos premios «visibilizan a muchísimos trabajadores, hombres y mujeres, de diferentes puntos de la geografía española que ponen todo su esfuerzo en hacer crecer sus empresas». Recordó que es «hijo de empresarios» y que también fue empresario, lo que hace que conozca «muy de cerca lo duro que es cerrar la reja cada día» y «lo complicado que es salir adelante, especialmente en el contexto actual».

Durante su intervención, Marín hizo un recorrido por los «sectores estratégicos representados en esta edición», lo que refleja, a su juicio, «las fortalezas del tejido empresarial de nuestro país». Además, subrayó que «la capacidad de adaptarse a un mercado cambiante sin perder la excelencia» es lo más destacado de todas ellas. Asimismo, situó «la innovación» como «hilo conductor» de las compañías premiadas, algo que, insistió, «no es un concepto abstracto».

«No perdáis la ambición porque en un proyecto empresarial siempre hay que querer más», espetó Marín a los galardonados. Por último, aseguró que la representación empresarial presente en el acto es la imagen «del empleo, las oportunidades y el progreso de este país».

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO



Nerea Escudero, Laura Dutu, Begoña Tortosa, Lavinia Dragota, Alina Giurgea, M. Lago, María Rodríguez, Almudena Granado y Francisco Álvarez



Juan Burguillos y Alberto Campillos, de Óptima Pharma



Ana Hausmann, Daniel Hausmann y Maguy Hausmann, fundadores de Hausmann Aromatic



Ángeles Gallardo, Iñaki Teijón, Israel Vieyte y José M. Maestro



Glenda Espinosa, Jorge Pérez, Elena Solana, Iván González y Marcela Gómez, de Noow, una de las empresas premiadas



Patricia Salmerón y Juan Francisco García, CEOs de Artecoino



Nati Collado, Ivonne Ramos, el CEO de Ramos Ibiza Obra & Deco, Juan Ramos, y Leo Ramos



María Ruiz-Manahan, CEO de BNP Paribas, y Joaquín Mouriz



César García, María Ángeles Arozena, la doctora Margarita Gallardo, de Centro Natum, María Eugenia Arozena y Rosa María Gallardo

V PREMIOS CEO DEL AÑO ESPECIAL



Lukas Michael, Alba Vertedor, el galardonado Eladio Rueda, Iker Rueda, Pilar Candil y Ángel Pardo



Juan Marín, presidente del CES de Andalucía, junto a Domingo Martínez, Manuel Torres y José Lugo de LA RAZÓN



Kika Caracuel, vicepresidenta cuarta de la Diputación de Málaga, y José Lugo



Bibiana Peiro, Zlatka Dimitriva, Vicente Peiro, Vicente Peiro hijo y María Asunción Peiro



Carlos Rodríguez, Yeshica Ochoa, Gloria Osorio, la galardonada Yolima Puentes, Gloria Puentes y Carmen Puentes



Juan Antonio Torreño, David Tesoro, Juan Carlos Domínguez, Claudia Cuenca, María Santiago, Javier Becerra, Leandro Real y Evaristo Ramos



Gonzalo García-Valdecasas, Miguel Ángel Romero, Elisa Alises y Juan Pablo Fernández



Lorena Coello y Rodrigo Fitaroni de Almeida



Ainaro Hernando, de Abyntek Biopharma, y Jorge Dafonte

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO



La presentadora de la gala, la periodista de Atresmedia Rocío Luque



María Francisca Caracuel, vicepresidenta cuarta de la Diputación de Málaga, José Lugo, Juan Marín, presidente del Consejo Económico y Social de Andalucía, y Manuel Torres



Ana Blanco y Lola Sánchez



Belén Villodas y Xavi Crespo



Raúl Blanco, de Cooptima, Lucía Esteban y Mercedes Billorde



Gemma Bueno y Benjamín Sánchez



Maribel Álvarez y María José González



Eva Parapar y Mario Blanco

V PREMIOS CEO DEL AÑO ESPECIAL



Juan Marín, presidente del Consejo Económico y Social de Andalucía, con el delegado de LA RAZÓN en Andalucía, José Lugo, Domingo Martínez y Manuel Torres



José Antonio López, Paula López, Maribel Aguilar, Marta López y Javier López



Juan Manuel Fernández Esquinas, en el centro con traje azul, y el resto de invitados de Siadde



El premiado Vicente José Doménech, en el centro, junto a Esther Doménech, Edelmina Doménech, Irina Crisu, Juan I. Gómez y Esther Gómez



Jerónimo Tejada Martínez y Michele La Porta, en el centro, junto al resto de representantes de Urus Europa Global



Francesc Ros Guilera



Eugenio Fumero González



Marcos Cohen Simancas posa junto a su acompañante, Aglaé Arbelo

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO



Imagen de los asistentes a la entrega de los Premios CEO del Año



El auditorio del NH Málaga, donde tuvo lugar la entrega de premios



Joaquín Fernández y Celia Franco



María Dolores García, Ángela Salmerón, Paquita Serrano y Ángel Salmerón



Verónica García, Ismael Agreda, Marina Hernández y Ana Moratalla



Premiados e invitados compartieron un gran momento en el cóctel



Ana Azcona y Vanessa Dávila



Los premios entregados a los CEO del Año

Yolima Puentes Osorio

Biotechnología en la cadena alimentaria

Foodimental nace con la convicción de que es posible revolucionar la forma en que se elaboran los alimentos, promoviendo un modelo más seguro, natural y sostenible. Yolima Puentes Osorio, CEO de la compañía, farmacéutica y doctora en Ciencias Farmacéuticas y Alimentarias, cuenta con más de 20 años de experiencia en sistemas de gestión y buenas prácticas en la industria alimentaria y farmacéutica. Su liderazgo ha sido clave para transformar una idea inicial en un proyecto empresarial sólido. Según explica, el origen de Foodimental también se debe a María Camila Puentes Silva, diseñadora de Producto Industrial, quien, a raíz de su máster, investigó la aplicación de microorganismos para mejorar la conservación de los alimentos y ofrecer soluciones a medida al sector agroalimentario como farmacéutico.

Con la mentorización de la CEO y la combinación de sus conocimientos, ambas fundan Foodimental. Desde entonces, la compañía ha evolucionado integrando distintas tecnologías para ofrecer soluciones biotecnológicas y bioinformáticas. La visión estratégica de Puentes Osorio ha sido determinante para posicionar a la empresa en un entorno altamente competitivo, impulsando una cultura organizativa basada en la excelencia científica y la mejora continua.

Las soluciones de Foodimental destacan

PREMIO MEJOR CEO DEL AÑO EN LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA Y BIOINFORMÁTICA

por el desarrollo de algoritmos bioinformáticos y pipelines propios, así como por su apuesta constante por la investigación de nuevas cepas de microorganismos capaces de preservar alimentos o producir enzimas y proteínas de alto valor añadido. Este enfoque, liderado por la CEO, conecta directamente con las necesidades actuales de ambas industrias, donde la innovación y la eficiencia son factores clave.

Metodologías avanzadas

Sobre las tecnologías más transformadoras, Osorio destaca la bioinformática, los estudios metagenómicos y moleculares, la biotecnología, la inteligencia artificial y la analítica de biodatos. Estas herramientas permiten integrar y analizar grandes volúmenes de datos biológicos, facilitando tanto el descubrimiento de compuestos bioactivos como el desarrollo de soluciones más precisas en alimentación y salud. Los estudios metagenómicos y moleculares aportan una comprensión profunda de los microbios. Por su parte, la biotecnología actúa

«Foodimental avanza en soluciones escalables con infraestructura bioinformática»

«La compañía impulsa una cultura organizativa basada en la excelencia científica»

Yolima Puentes Osorio recibió el Premio concedido por LA RAZÓN

como eje transversal, optimizando procesos productivos como fermentaciones o cultivos celulares, mientras que la inteligencia artificial acelera la toma de decisiones con modelos predictivos aplicados a calidad, trazabilidad y desarrollo de productos.

Todo ello se apoya en equipos multidisciplinares cuya gestión constituye uno de los principales logros de la empresa. Osorio ha impulsado un modelo en el que cada profesional asume un rol de liderazgo dentro de su ámbito. «Juntos formamos un equipo de alto rendimiento porque aprendemos de los errores y los aciertos para mejorar de forma constante.

Bajo su dirección, Foodimental avanza hacia el desarrollo de soluciones escalables, apoyándose en una infraestructura bioinformática que incluye análisis metagenómicos, transcriptómicos y de expresión diferencial, combinada con su capacidad de producción biotecnológica de compuestos bioactivos a partir de microorganismos. Este enfoque sienta las bases para la producción avanzada de componentes funcionales a escala, desde su laboratorio en Sevilla.

Para Osorio, la biotecnología aplicada a la cadena alimentaria no es una tendencia pasajera, sino una respuesta necesaria a los desafíos actuales: recursos limitados, regulaciones cada vez más exigentes y una industria que aún no ha explotado todo el potencial científico disponible. En ese espacio entre lo que la ciencia permite y lo que la industria aún no ha implementado es donde Foodimental encuentra su propósito. «Seguimos trabajando convencidos de que acortar esa distancia es una responsabilidad con el futuro», concluye.

Agradecimientos

Conseguir este premio es, ante todo, un motivo de profunda gratitud. Estamos viviendo un crecimiento exponencial, incorporando talento a un ritmo que hace unos años habría parecido impensable, y ver reconocido ese impulso en un medio prestigioso como LA RAZÓN es emocionante y motivador.

Lo recibo en nombre de cada persona que ha apostado por este proyecto, porque este reconocimiento es el resultado de un equipo que crece, que aprende constantemente y demuestra cada día que, incluso desde un pequeño rincón se puede liderar la biotecnología del futuro.



ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO

Vicente Doménech

Logística aduanera con visión global y precisión

PREMIO CEO DEL AÑO EN GESTIÓN ADUANERA Y LOGÍSTICA INTERNACIONAL

La complejidad del comercio internacional exige algo más que conocimiento técnico: requiere anticipación, lectura constante del entorno y capacidad de respuesta en escenarios cambiantes. Vicente José Doménech Climent ha construido su trayectoria precisamente sobre esa combinación. Al frente de Grupajes Alicante, ha impulsado un modelo enfocado en aportar agilidad, seguridad y valor añadido en cada operación. «El objetivo es dar la solución más ágil en la gestión aduanera y logística internacional, reduciendo plazos y evitando sobrecostes derivados de paralizaciones o sanciones», explica.

Para Vicente Doménech, el Premio CEO del Año en Gestión Aduanera y Logística In-

«La ambición no es solo crecer, sino consolidar un modelo que combine rigor, visión y cercanía»

«En el comercio internacional hay que saber interpretar, anticiparse y decidir»

ternacional tiene, para el CEO, un valor claramente compartido. «Representa un reconocimiento para todos los que me han ayudado a conseguirlo, en especial a mi familia», señala. Para la empresa, añade, supone también una validación de una trayectoria basada en la profesionalidad, la honestidad y la seriedad.

La historia de Grupajes Alicante está vinculada a los cambios estructurales del comercio europeo. Fundada en 1992 tras la entrada de España en la Comunidad Económica Europea, nació de la unión de profesionales del ámbito aduanero, transitario y del comercio internacional, para adaptarse a un nuevo escenario global. Desde entonces, la empresa ha mantenido una evolución constante, anticipándose a los retos del sector, desde la apertura de nuevas oficinas hasta la adaptación a hitos como el Brexit.

Y aquí es donde Vicente Doménech aporta una visión marcada por su experiencia internacional. Tras iniciar su trayectoria empresarial en América, concretamente en Costa Rica, regresó a España para incorporarse al accionariado de la compañía y asumir la dirección. «Mi experiencia en diferentes sectores y países me permite tener una visión más real de toda la cadena de comercio internacional», afirma. Este enfoque integral le permite abordar cada operación desde múltiples perspectivas -importador, exportador, gestor logístico- y optimizar tanto tiempos como costes.

Anticiparse al cambio

La gestión en Grupajes Alicante se apoya en una idea clave: la formación constante como herramienta para anticiparse a un entorno normativo en permanente transformación. «Nuestro objetivo es mantener la empresa actualizada en todos los ámbitos, desde el

tecnológico hasta el legislativo», porque el suyo es un sector donde cualquier cambio regulatorio puede impactar directamente en la operativa, y la capacidad de adaptación resulta determinante.

A ello se suma una forma de entender el trabajo basada en valores muy definidos. «Es imprescindible el compromiso, el sacrificio y la cualificación», afirma al describir las exigencias del rol directivo en este ámbito.

La confidencialidad, la disponibilidad constante y la responsabilidad ante el cliente forman parte de una cultura profesional donde cada decisión puede tener un impacto directo en la actividad de las empresas con las que trabajan. Pero, más allá de la gestión operativa, la compañía actúa como asesora en comercio internacional, ayudando a sus clientes a navegar un entorno regulatorio complejo y a proteger sus intereses frente a posibles riesgos. «No solo gestionamos operaciones, sino que aportamos seguridad y previsibilidad en procesos donde los márgenes de error son mínimos».

Expansión sin fronteras

El futuro inmediato viene marcado por un cambio clave en el sector: la implantación de la ventanilla única aduanera europea. Este nuevo marco permitirá operar en todo el territorio de la Unión Europea, abriendo oportunidades de expansión que hasta ahora estaban limitadas. «Nos permitirá ampliar nuestra cuota de mercado y ejercer en nuevos territorios», explica.

Grupajes Alicante se prepara para dar un salto cualitativo en su posicionamiento, apoyándose en su experiencia y en su capacidad de adaptación. «La ambición no pasa solo por crecer, sino por consolidar un modelo que combine rigor técnico, visión global y cercanía con el cliente», concluye Vicente Doménech.

Autorretrato

Mi trabajo es una combinación de rigor, capacidad de reacción y responsabilidad. Mi experiencia me ha enseñado que en el comercio internacional no basta con conocer la norma: hay que saber interpretar el contexto, anticiparse y decidir con criterio. Valoro especialmente la seriedad, la confidencialidad y la constancia. Son principios que forman parte de mi manera de dirigir y también de relacionarme con clientes, colaboradores y equipos. Me interesa seguir construyendo una empresa preparada para competir en escenarios cada vez más complejos, sin perder de vista algo esencial: la confianza se gana cada día, operación a operación.



El premiado Vicente Doménech junto a María Francisca Caracuel y Juan Marín

María Ruiz-Manahan

Liderazgo con escucha y propósito

María Ruiz-Manahan no cree en fórmulas mágicas para dirigir, pero sí tiene muy claros los principios que considera imprescindibles

para hacerlo bien, y los resume en tres: humildad, curiosidad y capacidad de adaptación. «Un CEO no tiene la respuesta para todo», afirma, y por eso concede tanta importancia a rodearse de un buen equipo, mantener vivo el interés por aprender y saber ajustar estrategia y recursos en un entorno donde el cambio se acelera sin pausa constante. A esta base añade una condición irrenunciable: «No perder nunca la propia identidad, los principios ni los valores».

Sobre esa combinación, María Ruiz-Manahan ha construido su manera de liderar BNP Paribas Personal Finance en España. Lleva más de 16 años en la compañía, un recorrido que le ha permitido conocerla desde distintas responsabilidades, siempre ligadas al negocio y a las áreas comerciales. Sus primeros años estuvieron centrados en el desarrollo del negocio B2C. Después asumió responsabilidades en la gestión de partners y B2B, y más adelante lideró la transformación digital del negocio y varias joint ventures en España. En 2021 fue nombrada directora general adjunta y, en el verano de 2024, asumió la dirección general de la compañía. Esta trayectoria interna le ha dado una visión completa de la organización y de sus desafíos.

Escuchar para decidir mejor

María Ruiz-Manahan defiende un liderazgo participativo. «Me gusta escuchar diferentes puntos de vista y posiciones para, al final, tomar una decisión más informada e instruida», explica. No entiende la diversidad de opiniones como un obstáculo, sino como una vía para enriquecer la toma de decisiones. Por eso fomenta espacios de diálogo, discusión y escucha, convencida de que muchas respuestas aparecen precisamente

PREMIO CEO DEL AÑO EN EL SECTOR DE FINANCIACIÓN AL CONSUMO



María Ruiz-Manahan, junto a María Francisca Caracuel y Juan Marín

ahí, en la capacidad de atender a los equipos y a los clientes con atención real.

Esta forma de dirigir enlaza con otra de las ideas que más repite: liderar con el ejemplo. Cree en el «walk the talk», en la necesi-

dad de que los líderes encarnen aquello que exigen. «Pedir a los equipos algo que no ven en quien dirige solo conduce a la frustración». A la vez, insiste en situar el éxito colectivo por delante del individual. «Cuando las personas entienden cuáles es la meta común y qué pueden aportar para llegar a ella, el resultado se multiplica».

Propósito con orden

Su principal misión al frente de BNP Paribas Personal Finance es continuar desarrollando el propósito con el que nació la compañía hace 38 años: acompañar a clientes y socios en un consumo más sostenible y duradero. Para ella, esta idea no es una declaración institucional, sino el eje de la estrategia y la manera de contribuir con un impacto positivo en la sociedad y el medioambiente.

También traslada esta visión al interior de la empresa. Quiere que trabajar allí sea algo más que cumplir una jornada, quiere un espacio donde las personas puedan desarrollarse y sentirse parte de un proyecto con sentido.

El Premio CEO del Año en el Sector de Financiación al Consumo lo recibe como un honor personal e institucional, pero también como «una gran responsabilidad» que asume «con enorme gratitud y humildad». No lo presenta como un logro individual, sino como «el reflejo del compromiso, la dedicación y la pasión del equipo de BNP Paribas Personal Finance España». Marcados todos por la incertidumbre geopolítica, económica, regulatoria y tecnológica, quiere que la compañía siga adaptándose con rapidez sin perder de vista su razón de ser: acompañar a clientes y socios con soluciones financieras ajustadas a sus necesidades, desde la escucha activa y el conocimiento del mercado.

Autorretrato

Me defino por la curiosidad, la escucha y la convicción de que liderar exige aprender siempre. Creo en los equipos, en la fuerza del éxito colectivo y en la importancia de actuar con coherencia entre lo que se dice y lo que se hace. Mi recorrido profesional me ha permitido conocer muy bien el negocio, pero también confirmar que ninguna transformación sale adelante sin personas comprometidas y sin un propósito claro. Mantengo mis principios muy presentes, porque son los que me han acompañado siempre y sostienen cada decisión que tomo.

«Un CEO no tiene la respuesta para todo, de ahí la importancia de un buen equipo»

«Me gusta escuchar diferentes puntos de vista para tomar una decisión más informada»

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO

Calma Eladio, más que una línea de negocio es una forma de entender la vida. Así se resume la visión con la que Eladio Rueda y Macarena Valiente están dando forma a un proyecto que quiere ir más allá de la distribución hortofrutícola para defender una manera distinta de consumir, de relacionarse con el territorio y de pensar la alimentación. Al frente de Frutas y Verduras Eladio, ambos han impulsado una evolución que combina tradición, profesionalización y una idea muy clara de hacia dónde debe avanzar una empresa vinculada a la tierra. Por ello, han sido reconocidos con el Premio CEO del Año en el Sector Hortofrutícola de Proximidad: Calma Eladio. «Este premio reconoce el esfuerzo de un equipo comprometido», destacan Eladio Rueda y Macarena Valiente.

Todo nace con José Rueda, profundamente arraigado a la cultura del trabajo y al compromiso con el producto. Empezó vendiendo frutas y verduras en los mercados locales, seleccionando personalmente cada género para ofrecer siempre la mejor calidad. Ese cuidado con la elección, trato cercano y voluntad de servicio siguen siendo hoy parte esencial del ADN de la empresa. En esa herencia familiar se apoya Eladio Rueda, quien recogió el testigo y amplió la hoja de ruta del negocio.

Bajo su dirección, Frutas y Verduras Eladio ha dejado de ser solo una empresa con raíces sólidas para convertirse en una estructura moderna, eficaz y en crecimiento, con presencia destacada en Málaga y proyección nacional. A ese proceso se incorpo-

ró Macarena Valiente, contactada en Estados Unidos para profesionalizar la empresa y liderar el plan de expansión. La complementariedad entre ambos perfiles –la creatividad de Eladio y la disciplina de Macarena, como ellos mismos apuntan– ha sido decisiva para ordenar el crecimiento sin perder la esencia.

Este equilibrio se traduce en una visión empresarial que no quiere quedarse en la venta de producto: «El objetivo es no ser un frutero más, es diferenciarnos buscando la excelencia», sostienen Eladio y Macarena. «Convertir la proximidad en valor, el servicio en seña de identidad y la calidad en un compromiso reconocible para clientes muy distintos, desde hoteles y restaurantes hasta colectividades, fruterías, mayoristas y particulares».

Eladio Rueda y Macarena Valiente

Proximidad con propósito

PREMIO CEO DEL AÑO EN EL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA DE PROXIMIDAD

«El objetivo es no ser un frutero más, es diferenciarnos buscando la excelencia»

«Calma Eladio es más que una línea de negocio, es una forma de entender la vida»

En el caso de Frutas y Verduras Eladio, la relación con la gastronomía ocupa un lugar central. La empresa trabaja mano a mano con el sector hostelero y abastece desde restaurantes con estrella Michelin hasta negocios más sencillos, siempre con la misma exigencia en la selección, puntualidad en la entrega y atención personalizada. Esta capacidad para adaptarse a distintos niveles de demanda sin rebajar el estándar es una de las claves del proyecto.

Más que distribución

Macarena Valiente pone el acento en «la estructura que permite crecer con orden y ambición». La expansión fuera de Andalucía figura entre sus objetivos prioritarios, con la apertura de nuevas delegaciones en Madrid y Canarias como próximos pasos. Eladio Rueda, por su parte, mantiene viva la dimensión más intuitiva y creativa de una empresa que no quiere perder la conexión con sus raíces ni con el producto. Juntos han articulado una gestión basada en trabajo en equipo, perseverancia y ambición, con honestidad, disciplina y constancia como principios imprescindibles para dirigir.

Pero la evolución de la compañía no se limita al plano comercial. En torno a Calma Eladio han desarrollado una propuesta que defiende el consumo de productos kilómetro 0 como parte de un estilo de vida más sano, justo y consciente. Esta apuesta enlaza con una idea de legado: transformar hábitos de consumo, reforzar el vínculo con el territorio y contribuir a que las generaciones futuras puedan disfrutar de un mundo más natural, cercano y armonioso.

Ahí encaja también la dimensión social de la empresa. Su política de responsabilidad social corporativa se apoya en tres pilares (educación, nutrición y vida sana) y se articula en iniciativas que buscan devolver a la sociedad parte de lo recibido.

Autorretrato

Somos dos perfiles distintos pero complementarios, unidos por una misma idea de empresa. Uno aporta creatividad e intuición; la otra, disciplina, estructura y visión de crecimiento. Entre ambos hemos construido una forma de trabajar que quiere respetar el origen, pero también preparar el futuro.

Creemos en la honestidad, en la constancia y en el valor de hacer bien las cosas cada día. Nos importa el producto, el servicio, el equipo y también el impacto que dejamos en nuestro entorno. Queremos que nuestra empresa siga creciendo sin perder su raíz, manteniendo siempre una relación auténtica con la tierra, la gastronomía y las personas.



Eladio Rueda, de Calma Eladio, recibe el galardón de manos de María Francisca Caracuel y Juan Marín

V PREMIOS CEO DEL AÑO ESPECIAL



Alina Giurgea posa junto a María Francisca Caracuel y Juan Marín

Autorretrato

Me defino por una forma de liderar en la que negocio y personas van unidos. Creo en el rigor, en la necesidad de comprender bien el entorno y en la importancia de tomar decisiones sólidas, pero también en la cercanía, la escucha y la confianza como base de cualquier proyecto duradero. Me motiva construir equipos comprometidos y demostrar que incluso en un sector complejo se puede actuar con transparencia y con respeto. En KRUK he encontrado un proyecto con propósito, y mi objetivo es seguir construyendo estabilidad financiera desde esta convicción.

España ha sido «el resultado de creer en un proyecto con propósito». Se incorporó en 2020, en una etapa de fuerte crecimiento. Cuando KRUK llegó a España en 2015, el equipo estaba formado por cuatro personas; hoy supera los 500 profesionales. Este recorrido la ha reafirmado en una idea central: «El liderazgo se ejerce cerca de las personas, generando confianza y tomando decisiones con responsabilidad».

Negocio y gestión responsable

KRUK, fundada en Polonia en 1998, se dedica a la adquisición y gestión de carteras de deuda con un enfoque ético y centrado en las personas. Alina Giurgea pone el acento en esa dimensión humana. «Detrás de cada cartera hay situaciones reales que exigen atención individualizada». En España, la compañía ya ha acompañado a más de 416.000 personas en la recuperación de su estabilidad económica. Para la directora general, ahí está el verdadero sentido del proyecto: demostrar que la deuda no tiene por qué ser el final de la historia.

Este equilibrio entre resultados e impacto es también el que da valor al Premio CEO del Año por su Liderazgo en Gestión Responsable de Deuda, que lo interpreta como «un reconocimiento colectivo, no individual, y como la confirmación de que un modelo de negocio competitivo puede ser al mismo tiempo ético, transparente y centrado en las personas».

La aspiración de Alina Giurgea es seguir consolidando esa idea y hacer que KRUK sea reconocida en España no solo por su eficiencia, sino por la confianza que genera en los diferentes estratos: entidades financieras, equipos y clientes.

Alinea Giurgea

Confianza que cambia historias

PREMIO CEO DEL AÑO POR SU LIDERAZGO EN GESTIÓN RESPONSABLE DE DEUDA

«Quiero que KRUK sea sinónimo de confianza en España», afirma Alina Giurgea. «Mi objetivo al frente de

KRUK España es consolidar un modelo capaz de combinar rigor, transparencia y trato digno en un ámbito tan delicado como la gestión de deuda». Pero esto no pasa solo por fortalecer el crecimiento de la compañía, sino también por reforzar una forma de trabajar que acompañe a las personas en la recuperación de su estabilidad financiera y responda con solvencia a las necesidades del sector financiero.

Este futuro se apoya en una hoja de ruta concreta, y es que KRUK siga afianzándose como socio estratégico de referencia en la adquisición y gestión de carteras de deuda, apoyándose en la innovación, la mejora continua y la tecnología. Pero Giurgea introduce además otra dimensión: la educación financiera. Iniciativas como el Día sin Deudas o el Test de Personalidad Financiera reflejan una convicción muy clara: «Una ciudadanía con una relación más sana con sus finanzas contribuye también a un entorno más estable».

Liderar desde la claridad

Cuando explica qué es imprescindible para ser una buena CEO, Alina Giurgea habla de tres elementos: conocer a fondo el negocio, saber rodearse de talento y actuar con inte-

gridad. «En un sector como el nuestro», insiste, «la reputación se construye cada día y la confianza no se impone: se gana».

La idea enlaza con una filosofía de gestión basada en la claridad y la simplicidad, dos principios que aplica para que cada persona del equipo entienda cuál es su aportación al negocio y por qué importa.

A esta base suma una forma de liderazgo muy cercana. «Para mí, liderar significa precisamente eso: tomar decisiones sólidas desde el punto de vista empresarial sin perder nunca la dimensión humana», explica. Su trayectoria ayuda a entender esta mirada. Siempre ha estado ligada al sector financiero, pero llegar a la dirección general de KRUK

«Quiero que KRUK sea sinónimo de confianza para entidades, equipos y personas»

«La confianza no se impone; se gana con cada decisión y con cada paso dado con integridad»

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO

No se trata de ser la mejor empresa del mundo. Se trata de ser coherentes con lo que decimos». En esta frase, Rodrigo Fitaroni de Almeida condensa una forma de entender la dirección empresarial desde la responsabilidad. Al frente de MarSenses Hotels & Homes, ha impulsado un modelo que defiende que la rentabilidad no tiene por qué estar reñida con la humanidad, y que el turismo solo tiene sentido si genera valor real para las personas, para el territorio y para quienes forman parte de la organización.

Su recorrido hacia la dirección de la compañía no responde al patrón más habitual en el sector. Rodrigo Fitaroni entró en la hostelería por necesidad y no por vocación; esa vocación llegó después, con los años y la experiencia del trabajo diario. Empezó como camarero en un hotel de la empresa que hoyes MarSensesy, en apenas dos años, pasó a asumir la dirección general. «Mi camino no es el típico de un directivo que llega desde un despacho o desde una escuela de negocios. Es el de alguien que empezó desde abajo y que conoce muy bien la realidad de este sector», afirma.

Ese origen ha marcado su mirada. Haber conocido de primera mano la parte operativa de la hostelería le ha llevado a situar a las personas en el centro de cada decisión.

Rodrigo Fitaroni de Almeida

Gestión hotelera con conciencia

PREMIO CEO DEL AÑO EN EL SECTOR HOTELERO

«Cuando se ha trabajado en la parte operativa del sector, las decisiones se toman de otra manera porque se entiende mejor cómo afectan realmente a las personas».

En su discurso aparecen de forma recurrente la conciliación, las condiciones laborales, la inclusión y el impacto social como elementos inseparables del crecimiento empresarial. En MarSenses, este planteamiento se traduce en tres líneas de trabajo: la dignificación del empleo turístico, el impacto social real y una sostenibilidad entendida en un sentido amplio, desde la reducción del impacto ambiental hasta la relación con proveedores locales y con el propio te-

«El liderazgo no es una posición jerárquica. Es una responsabilidad muy grande»

«No se trata de ser la mejor empresa del mundo, se trata de ser coherente»

rritorio. «El turismo puede evolucionar hacia un modelo más justo, más responsable y consciente de su impacto», defiende Rodrigo Fitaroni de Almeida.

Hospitalidad con propósito

La filosofía de gestión del CEO de MarSenses Hotels & Homes se articula a través de una idea que en la compañía han definido como Hospitalidad Circular Humana. Bajo ese concepto se resume una visión en la que equipo, clientela, comunidad, territorio y medio ambiente forman parte de una misma ecuación. «Es una forma de entender la empresa donde todo está conectado».

También su forma de ejercer el liderazgo se aleja de modelos tradicionales. «El liderazgo no es una posición jerárquica. Es una responsabilidad enorme sobre las personas que confían en tu criterio». Por eso insiste en tres preguntas que utiliza como guía para tomar decisiones: si algo es justo, si es coherente con los valores de la empresa y si permite mirarse al espejo después. A esta exigencia suma otra condición imprescindible para dirigir: la humildad intelectual.

El Premio CEO del Año en el Sector Hotelero llega por esa manera de entender la empresa. Rodrigo Fitaroni de Almeida lo recibe con gratitud, pero también con prudencia. «Ninguna persona que dirige una empresa construye nada sola», subraya. Por eso interpreta el galardón como un reconocimiento colectivo, compartido con un equipo que ha asumido como propia una forma de hacer empresa en la que los resultados no se miden solo en números, clientes o en ocupación.

Sus planes pasan por seguir creciendo, pero hacerlo de forma consciente y coherente con lo que defiende. Habla de aprendizaje constante, de adaptación y de la voluntad de dejar mejor de lo que encontró. En esta aspiración sitúa la verdadera medida del éxito: el impacto que una empresa deja en las personas.

Autorretrato

Entré en la hostelería por necesidad y aprendí a querer este sector desde dentro, entendiendo su realidad cotidiana y a las personas que lo sostienen. Eso ha marcado mi forma de dirigir y también mi manera de mirar la empresa. Creo en un liderazgo honesto, exigente y profundamente humano. Me importa la coherencia entre lo que decimos y lo que hacemos, la responsabilidad con el equipo y el impacto que dejamos en nuestro entorno. Quiero seguir construyendo una empresa rentable, sí, pero también útil, justa y consciente del papel que tiene en la sociedad.



Rodrigo Fitaroni de Almeida, CEO del Año en el sector hotelero, con María Francisca Caracuel y Juan Marín

Ana, Daniel y Maguy Hausmann

Esencia familiar innovadora

PREMIO CEO DEL AÑO A LA INNOVACIÓN FAMILIAR
EN AROMAS NATURALES

La trayectoria de los hermanos Ana, Daniel y Maguy Hausmann está ligada indudablemente a una forma de entender la empresa en la que tanto la tradición como la innovación avanzan juntas. Al frente de la empresa Hausmann Aromatic, los tres continúan una historia familiar que comenzó hace más de 75 años, «cuando nuestro abuelo inició su actividad en el sector de los aromas abasteciendo a pequeñas fábricas de sifón y gaseosa en España», recuerdan los tres, al situar el origen de un proyecto que ha evolucionado con el tiempo sin perder su identidad.

Desde aquel origen, la empresa ha crecido hasta convertirse en una firma especializada en aromas naturales, extractos botánicos e ingredientes para la industria alimentaria.

Este desarrollo se apoya en una idea muy precisa de lo que hoy necesita el mercado. Ana Hausmann lo resume en una frase que define la dirección de la compañía: «Nuestro propósito es ofrecer soluciones de la máxima calidad que respondan a una demanda creciente de naturalidad, transparencia y honestidad hacia el consumidor».

En esa evolución, el modelo de liderazgo ha sido decisivo. Para Daniel Hausmann, la fortaleza de la empresa está en las personas que la forman. «Para nosotros, el principal activo de la empresa es su equipo humano», afirma. Por ello, la compañía cuenta en estos momentos con una plantilla formada por personas altamente cualificadas, impulsa la formación continua y ha incorporado medidas de conciliación que forman parte de su cultura interna. «Creemos que una empresa innovadora solo puede construirse sobre un equipo motivado, comprometido y orgulloso de formar parte del proyecto», añade, al explicar una manera de dirigir en la que el talento y el compromiso resultan inseparables.

Redefinir lo natural

Frente a una demanda cada vez más clara de ingredientes naturales, Hausmann Aromatic ha decidido desarrollar una visión más exigente del aroma alimentario. Maguy Hausmann pone el acento en esta línea de trabajo: «El sector alimentario está experimentando una transformación profunda impulsada por una demanda global de productos cada vez más naturales».

La apuesta se concreta en el desarrollo de aromas elaborados exclusivamente a partir de fruta, sin componentes químicos añadidos. La innovación, la investigación y el desarrollo articulan un trabajo compartido por todos los departamentos, con el objetivo de convertir las necesidades del mercado en soluciones reales. Desde esta mirada, los Hausmann han impulsado un crecimiento sostenido que hoy lleva sus productos a los cinco continentes, con más del 80 % de la producción destinada a exportación.



Maguy Hausmann recibe el galardón y posa con María Francisca Caracuel y Juan Marín

Autorretrato

Somos la tercera generación de una familia vinculada al mundo de los aromas y entendemos nuestro trabajo como una evolución constante. Nos mueve la inquietud por mejorar, el respeto por la materia prima y la voluntad de desarrollar ingredientes que respondan de verdad a lo que

hoy pide el consumidor. Creemos en el talento, en la investigación y en una manera de crecer que combine exigencia, cercanía y compromiso con la naturalidad. Nuestra vocación es seguir innovando sin perder nuestra esencia.

La manera de ejercer el liderazgo también responde a esta visión de largo recorrido. «Dirigir una empresa exige, ante todo, ilusión por el proyecto y la capacidad de transmitir ese entusiasmo al conjunto de la organización», señalan, reivindicando una energía directiva «capaz de movilizar al equipo y sostener la ambición innovadora» de la firma.

El Premio CEO del Año a la Innovación Familiar en Aromas Naturales reconoce precisamente este camino. Ana, Daniel y Maguy Hausmann reciben el galardón como un respaldo a una trayectoria cons-

«El propósito es ofrecer soluciones de la máxima calidad que respondan a la demanda»

«Este premio supone un reconocimiento al esfuerzo realizado durante años»

truida sobre la innovación y la especialización. «Este premio supone un reconocimiento al esfuerzo realizado durante años para transformar la forma en que la industria alimentaria concibe los aromas», destacan los tres. A corto plazo, preparan nuevos lanzamientos fruto de más de cinco años de investigación y estudian la ampliación de sus instalaciones para acompañar el crecimiento de la compañía. Su objetivo sigue siendo consolidar a Hausmann Aromatic como un referente internacional en ingredientes innovadores, naturales y transparentes.

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO

Juan Ramos García

Oficio, diseño y carácter

PREMIO CEO DEL AÑO EN CONSTRUCCIÓN RESIDENCIAL DE LUJO EN IBIZA

Para Juan Ramos García, la construcción no consiste solo en ejecutar una obra, sino en dar forma a espacios con identidad. Al frente de Ramos Ibiza Obra & Deco, ha impulsado una manera de trabajar en la que arquitectura, materiales y sensibilidad estética conviven en un mismo proyecto. «Nos gusta definirnos como creadores de espacios, porque entendemos la construcción como algo más que levantar estructuras. En esta visión, la parte constructiva y la estética avanzan de forma inseparable desde el inicio, como dos dimensiones que deben dialogar constantemente para dar coherencia al resultado final.

Su vínculo con este mundo viene de lejos. Creció en un entorno familiar ligado a la construcción, la promoción y la arquitectura tradicional, y en ese aprendizaje temprano encontró una base que sigue marcando su trayectoria. «De mi padre aprendí valores que me han acompañado siempre: la honestidad, la constancia y el respeto por el trabajo bien hecho». Aquella escuela inicial, muy pegada al oficio y al esfuerzo diario, le permitió entender pronto que una obra no se sostiene únicamente sobre la técnica, sino también sobre la responsabilidad, la palabra cumplida y la capacidad de mantener un nivel alto de exigencia en cada fase del proceso.

Con el tiempo, Juan Ramos decidió emprender con una idea clara: construir de una forma distinta, con rigor técnico, cercanía y atención al detalle. Ramos Ibiza Obra & Deco ha consolidado una posición reconocible en Ibiza. «Creo que una de las claves es combinar visión creativa con conocimiento real de la obra. No se trata solo de levantar

«Entendemos la construcción como algo más que levantar estructuras»

viviendas de alto nivel, sino de hacerlo con un lenguaje propio, cuidando tanto la ejecución como la atmósfera final de cada espacio». Esta implicación se traduce también en una participación muy directa en las decisiones fundamentales que se toman durante la obra, para que cada fase respete la idea original y mantenga la coherencia del conjunto.

El Premio CEO del Año en Construcción Residencial de Lujo en Ibiza reconoce precisamente esta visión. «El premio representa una gran satisfacción personal, pero sobre todo un reconocimiento al trabajo de todo el equipo, que suma oficio, exigencia y compromiso con cada detalle».

Construir con identidad

En Ramos Ibiza Obra & Deco, cada vivienda se concibe como un conjunto coherente, no como una suma de decisiones aisladas. Esta filosofía se refleja también en la relación con el cliente, que participa en un proceso don-

«Este premio es, sobre todo, un reconocimiento al trabajo de todo el equipo»

de materiales, acabados y atmósferas tienen un peso esencial. «Para mí construir una casa no debería ser únicamente ejecutar una obra, sino también crear una experiencia».

Una parte esencial de esta propuesta está en la recuperación de materiales y en la búsqueda de piezas con historia. Así, la empresa trabaja con piedra natural, vigas antiguas, maderas nobles y elementos recuperados que aportan singularidad a cada proyecto. A ello se suman talleres propios de madera, hierro y acabados artesanales, con los que desarrollan soluciones a medida y refuerzan una estética muy vinculada al carácter de la isla. Esta capacidad para integrar tradición y contemporaneidad se ha convertido en una de las señas de identidad de la firma.

Además de la ejecución de la obra, la empresa ha creado un entorno donde el cliente puede acercarse físicamente a materiales y elementos que después formarán parte de su vivienda. «Esta dimensión más tangible del proceso ayuda a visualizar el resultado y refuerza la idea de que cada proyecto debe responder a una personalidad concreta y no quedar reducido a una fórmula repetida».

Una huella duradera

Juan Ramos quiere seguir afianzando la empresa como referencia en la construcción residencial de calidad en Ibiza, manteniendo intacta la esencia con la que nació el proyecto. También trabaja en un segundo showroom, más orientado al interiorismo y a la presentación de materiales y firmas seleccionadas. El objetivo es ampliar el universo creativo de la marca y ofrecer al cliente una experiencia todavía más completa, siempre desde una mirada muy cuidada del detalle y de la coherencia estética.

El premiado Juan Ramos García con María Francisca Caracuel y Juan Marín



Autorretrato

Me atraen los proyectos que tienen personalidad, coherencia y una belleza que nace de los materiales y de las proporciones. Siempre intento que cada obra conserve una identidad clara y que el resultado final transmita verdad. Valoro la constancia, el criterio y la capacidad de rodearme de personas que entienden la importancia de hacer bien las cosas. Mi intención es seguir desarrollando espacios con carácter, cuidando cada decisión y manteniendo una línea propia en todo lo que hacemos.

V PREMIOS CEO DEL AÑO ESPECIAL



Francisco Javier López Milán junto a María Francisca Caracuel y Juan Marín

Autorretrato

Soy una persona inquieta, siempre buscando nuevas formas de crecer y de mejorar lo que hacemos. Entiendo la empresa como un proyecto colectivo en el que rodearse de talento y confiar en el equipo es fundamental. Creo firmemente en la transparencia, en la importancia de pensar a largo plazo y en la responsabilidad que implica trabajar con el ahorro de las personas. Cada decisión debe estar guiada por ese respeto. Mi objetivo es seguir construyendo una compañía sólida, cercana y capaz de ofrecer soluciones reales a quienes buscan proteger su patrimonio.

Francisco Javier López Milán

Liderazgo que democratiza la compra de metales preciosos

PREMIO CEO DEL AÑO POR SU EXCELENCIA EN EL SECTOR DE METALES DE INVERSIÓN

«Pienso en tres pilares sencillos: transparencia, visión a largo plazo y responsabilidad»

Pensar en décadas y no en meses no es solo una forma de analizar los mercados, sino la base sobre la que Francisco Javier López Milán ha construido su manera de dirigir: «El corto plazo es ruido, el largo plazo es estrategia. Cuando hablamos de ahorro no hablamos solo de números, hablamos de esfuerzo, de objetivos y de mantener el foco cuando la situación política y económica te invitan a perderlo».

Al frente de SilverGold Patrimonio, Francisco Javier López Milán ha impulsado un modelo que acerca los metales preciosos a perfiles de ahorrador que históricamente

«No me lo tomo como un premio personal, representa el trabajo de todo el equipo»

quedaban fuera de este tipo de inversión. «Me levanto cada día pensando en tres pilares muy sencillos: transparencia, visión a largo plazo y responsabilidad con el cliente», explica.

Desde esta filosofía, la compañía ha trabajado para romper con la idea de que el oro o la plata son activos reservados a grandes patrimonios. «Nacimos con un único propósito: democratizar la compra de metales preciosos», afirma López Milán, que ha apostado por fórmulas flexibles y accesibles para distintos perfiles, «desde pequeños ahorradores que dan tímidamente sus primeros pasos en un mundillo que les era desconocido hasta perfiles más avanzados que quieren diversificar su patrimonio».

La cercanía al cliente, tanto en el trato como en la presencia territorial, ha sido una de las claves de ese crecimiento. «Me gustaría consolidar una estructura sólida, grande y capaz de dar respuesta a todas las dudas e inquietudes de los ahorradores», señala. A partir de ahí, plantea una meta ambiciosa: extender la presencia del grupo a todas las provincias de España y avanzar también en su proyección internacional, con Málaga como epicentro.

Esta ambición se traduce también en una oferta cada vez más amplia. Junto a los metales tradicionales, la firma ha incorporado alternativas como el osmio o los diamantes. Porque el trabajo de SilverGold Patrimonio no es comprar y vender oro y plata: es ayudar a las personas a proteger lo que tanto sudor y empeño les ha costado conseguir.

El valor del equipo

La concepción del liderazgo de Francisco Javier López Milán se apoya en un modelo colaborativo, alejado de la figura individual

lista del CEO. «El éxito de una empresa jamás se dará únicamente por tener un buen CEO», afirma. «Un CEO debería trabajar con gente que no le rinda pleitesía, sino que cuestione también sus ideas». Por eso, el reconocimiento como CEO del Año en el Sector de Metales de Inversión lo interpreta en clave colectiva. «Me lo tomo como un premio que representa el trabajo de todo el equipo humano comprometido implicado constante», asegura.

Esta cultura interna se refleja también en la relación con el cliente, basada en la transparencia y la confianza. La compañía trabaja ahora en ampliar su red, reforzar su estructura e impulsar la educación financiera, con el objetivo de acercar el conocimiento sobre metales preciosos a un público cada vez más amplio. «No solo queremos proteger sus ahorros, queremos que sepan lo máximo posible cómo funcionan las herramientas que utilizamos para conseguir ese objetivo. El éxito no solo lo medirán los números y resultados, también el saber adquirido en ese camino».

Asimismo, el crecimiento y progreso de la empresa no se fundamentarán solo en volumen. «Más que cantidad es calidad. Crecer de forma sólida y responsable», subraya, dejando claro que la prioridad es consolidar un modelo que combine innovación, cercanía y confianza. Y esta visión encaja a la perfección con el reconocimiento a CEO del Año, que Javier López interpreta no como una meta, sino como un punto de partida: el de seguir construyendo, junto a su equipo, un modelo accesible, transparente y pensado para reforzar el patrimonio de las personas con la mirada puesta en el largo plazo de manera coherente, sostenida responsable, continua, firme.

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO

Marcos Cohen Simancas

Estrategia para transformar territorio

PREMIO CEO DEL AÑO EN CONSULTORÍA ESTRATÉGICA Y DESARROLLO TERRITORIAL

Hay proyectos que nacen para ocupar un espacio de mercado y otros, como Cumbre 8, que surgen para responder a una carencia estructural. Marcos Cohen Simancas impulsó la firma tras años de experiencia en consultoría estratégica y a partir de una convicción muy concreta: territorios como Canarias debían participar de otra manera en las decisiones que condicionan su futuro. «Durante mucho tiempo, buena parte de las estrategias que afectaban al archipiélago se analizaban y diseñaban desde fuera», explica. Cumbre 8 nació para reducir esa brecha. «Es posible hacer consultoría estratégica de alto nivel desde Canarias, combinando experiencia y rigor técnico con un conocimiento profundo de su realidad institucional, económica y social», sostiene Marcos Cohen.

La firma trabaja en el cruce entre planificación estratégica, gestión pública y desa-

rollo territorial, acompañando a instituciones y organizaciones en procesos donde no basta con ordenar ideas: hay que convertirlas en decisiones ejecutables.

Esta visión del trabajo explica también su manera de entender la dirección. Más que una lógica de crecimiento convencional, Marcos Cohen sitúa el foco en la capacidad de aportar valor real a los procesos de transformación del territorio. «Cada proyecto en el que participamos tiene consecuencias directas sobre la vida de las personas», afirma. Por eso insiste en una responsabilidad que va más allá del encargo concreto y que obliga a pensar siempre en el impacto de largo plazo.

Talento para decidir mejor

En un sector donde abundan las estructuras amplias y los modelos apoyados en perfiles más junior, Cumbre 8 ha seguido otro camino. «En Cumbre 8 hemos optado por un

modelo poco habitual, con equipos muy senior, con experiencia real en gestión y en toma de decisiones», explica. «Es una elección coherente con la naturaleza de los proyectos que abordamos: no se trata solo de producir informes, sino de anticipar escenarios y ayudar a decidir con criterio». Aquí es donde Marcos Cohen sitúa uno de los elementos que más definen su perfil directivo: la apuesta por el talento como verdadero factor diferencial. «Lo que realmente me diferencia como directivo es el equipo del que me rodeo», subraya. Para él, dirigir no consiste solo en marcar una dirección, sino en construir equipos capaces de recorrerla con solvencia. Esto exige escucha, capacidad de decisión y constancia.

La filosofía de trabajo de Marcos Cohen Simancas se resume en una idea sencilla, pero, a la vez, muy potente: gestionar el presente sin perder de vista el futuro. Es por ello que en el entorno en el que trabaja, el canario, que a menudo está condicionado por la urgencia, Marcos Cohen defiende la necesidad de levantar la mirada y pensar a medio y largo plazo. «La planificación estratégica consiste precisamente en eso: ordenar prioridades, anticipar problemas y preparar al territorio para lo que viene», señala el presidente de Cumbre 8.

Una consultora con arraigo

El Premio CEO del Año en Consultoría Estratégica y Desarrollo Territorial reconoce esta forma de construir empresa. Marcos Cohen lo interpreta como la confirmación de que el trabajo desarrollado tiene sentido. Para Cumbre 8, además, «supone una validación de un modelo que apuesta por el talento local y por una consultoría hecha desde el territorio».

Sus próximos pasos no se miden solo en volumen, sino que el objetivo es consolidar la organización, fortalecer metodologías y ampliar su capacidad de intervención en proyectos estratégicos para el archipiélago. «El crecimiento, en nuestro caso, no lo miramos solo por la cantidad, sino por la calidad y relevancia de los proyectos en los que participamos».

«Cada proyecto en el que participamos tiene consecuencias directas sobre las personas»

«Lo que realmente me diferencia como directivo es el equipo del que me rodeo»



María Francisca Caracuel y Juan Marín entregan el premio a Marcos Cohen Simancas

Autorretrato

Entiendo la estrategia como una herramienta para ordenar, priorizar y ayudar a tomar mejores decisiones. Me interesa trabajar en proyectos con impacto real, donde el análisis sirva para transformar y no solo para diagnosticar. Valoro el talento, la capacidad de escuchar y el conocimiento profundo del territorio. Creo en los equipos con criterio y en una forma de trabajar que combine rigor, responsabilidad y visión de largo plazo.



Jerónimo Tejada y Michele La Porta posan junto a María Francisca Caracuel y Juan Marín

Autorretrato

Nos entendemos bien porque compartimos una manera muy parecida de afrontar los proyectos: con ambición, pero también con calma, análisis y sentido de la oportunidad. Hemos aprendido a confiar en el criterio del otro, a debatir con libertad y a tomar decisiones pensando siempre en la solidez del proyecto. Buscamos construir empresa de verdad, no solo crecer.

Valoramos los equipos capaces, la ejecución rigurosa y esa intuición que permite detectar conexiones donde otros solo ven piezas separadas. Queremos que Urus siga avanzando como una compañía inquieta, flexible y con capacidad para moverse bien en escenarios complejos, sin perder nunca la claridad en la forma de hacer las cosas.

El Premio CEO del Año a la Proyección Internacional y Crecimiento Estratégico reconoce a Michele La Porta y Jerónimo Tejada Martínez como impulsores de un proyecto que ha sabido encontrar su espacio en un sector complejo y altamente fragmentado. El reconocimiento lo entienden como una forma de detenerse y observar el camino recorrido, pero también como un impulso para mejorar la manera en la que comunican su proyecto. «Nos obliga a parar y tomar conciencia de lo que ya se ha construido», destacan.

Al frente de Urus Europa Global, ambos han desarrollado una compañía que actúa como nexo entre distintos actores del mercado energético, con una propuesta basada en la conexión, la estructura y la ejecución. «Urus nace con una idea muy clara: ayudar a que el sector energético funcione de forma más conectada, eficiente y ordenada», explican, al definir el origen de una empresa que combina desarrollo de negocio, articulación de operaciones y presencia internacional. Su actividad en España se centra en identificar oportunidades y desarrollar proyectos, mientras que en otros mercados el grupo opera con infraestructura propia, gestionando directamente parte de la cadena de valor.

El proyecto tiene un punto de partida poco habitual: una relación personal previa que ha condicionado su forma de trabajar. «Nuestra historia empieza con una amistad», señalan. Esta confianza mutua se ha traducido en una coordinación poco frecuente en la toma de decisiones, en una manera compartida de analizar el riesgo y

Michele La Porta y Jerónimo Tejada Crecer conectando energía

PREMIO CEO DEL AÑO A LA PROYECCIÓN INTERNACIONAL Y CRECIMIENTO ESTRATÉGICO

en una capacidad de reacción que consideran clave en un sector donde los contextos cambian con rapidez.

A partir de esta base, ambos detectaron una oportunidad clara en el ámbito de los combustibles: un mercado estratégico, pero fragmentado, donde había margen para aportar estructura, conexiones internacionales y una forma distinta de desarrollar operaciones. Así nació Urus Europa Global, con una vocación de largo plazo y un crecimiento sostenido apoyado en decisiones progresivas y bien ejecutadas.

Construir desde el equipo

Si hay un elemento que Michele La Porta y Jerónimo Tejada destacan en su forma de dirigir es la construcción de equipos. «Una empresa no se construye solo desde la dirección, sino rodeándose de personas muy capaces en las que puedas confiar de ver-

dad». Para ellos, la capacidad de delegar y la solidez del equipo son factores que permiten crecer con estabilidad y afrontar escenarios complejos con mayor solvencia. «Es en esos momentos cuando se demuestra la solidez de un proyecto», sostiene Michele La Porta.

Frente a situaciones adversas, apuestan por mantener la calma, analizar con rigor y actuar con determinación, entendiendo que las etapas más exigentes suelen ser también las que marcan la diferencia.

Su filosofía de gestión combina ambición y pragmatismo. No se apoyan en planteamientos excesivamente teóricos, sino en la capacidad de identificar oportunidades reales y ejecutarlas con rigor. «Muchas veces las oportunidades no nacen de inventar algo nuevo, sino de entender mejor el mercado y ordenar piezas que ya existían», explica Jerónimo Tejada.

Escala europea

La adquisición de SC Petroli in Italia ha supuesto un salto relevante, permitiendo reforzar su infraestructura y consolidar una plataforma operativa con mayor alcance. A partir de aquí, proyectan un crecimiento significativo en facturación y una expansión progresiva en mercados clave como Portugal, Francia y España. Todo para posicionar a Urus Europa Global como un grupo energético europeo con capacidad real para desarrollar operaciones de mayor escala. Pero este crecimiento no se plantea como una ruptura, sino como una evolución natural, porque «las empresas se construyen encadenando decisiones correctas durante mucho tiempo».

«Urus nace con una idea: ayudar a que el sector energético funcione de forma más conectada»

«Una empresa no se construye solo desde la dirección, sino con personas muy capaces»

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO



Juan Manuel Fernández Esquinas recibe el premio de manos de María Francisca Caracuel y Juan Marín

Juan Manuel Fernández Esquinas

Estrategia y tecnología con equilibrio

PREMIO CEO DEL AÑO COMO SOCIO TECNOLÓGICO LÍDER EN TELECOMUNICACIONES

Comprender cómo funciona una empresa desde dentro, identificar sus puntos débiles y aprender a coordinar equipos en entornos exigentes no es solo parte de un recorrido profesional, sino la base sobre la que Juan Manuel Fernández Esquinas, director ejecutivo CEO de Siadde, ha construido su forma de dirigir. Comenzó como controller, lo que le dio una visión global del funcionamiento interno, desde los flujos de trabajo hasta las dinámicas entre departamentos. A partir de ahí, asumió responsabilidades en operaciones, desarrollo de negocio y estrategia, hasta incorporarse al Comité de Dirección. El conocimiento transversal del negocio fue determinante para que, tras un relevo generacional, los accionistas le propusieran como CEO.

Esta visión integral sigue marcando hoy su manera de tomar decisiones. «Es relevan-

te hacer una lectura adecuada del escenario en el que compites y saber lo que necesita la compañía en cada momento». A ello suma una clara vocación innovadora y una capacidad de adaptación constante en un entorno tecnológico en permanente cambio. La escucha activa, insiste, es otra de las claves: «La puerta de mi despacho está abierta».

Al frente de Siadde ha definido tres grandes objetivos: impulsar el crecimiento apoyado en la innovación tecnológica, proteger la organización frente a desequilibrios externos y reforzar la motivación y el compromiso del equipo, subrayando el papel de las personas en el desarrollo de la compañía.

Rentabilidad y sostenibilidad

La filosofía de gestión de Juan Manuel Fernández Esquinas se apoya en una idea clara: hacer compatible la rentabilidad con la sostenibilidad del negocio. «La rentabilidad es lo que nos permite invertir en innovación,

abrir nuevas líneas de actividad y crecer de forma diversificada». Para ello, la compañía trabaja en mejorar la productividad y la eficiencia, al tiempo que busca ofrecer un entorno laboral motivador y alineado con las expectativas de sus profesionales.

«La rentabilidad nos permite invertir en innovación y crecer de forma diversificada»

«Es necesario hacer una lectura adecuada del escenario en el que compites»

Autorretrato

He construido mi trayectoria paso a paso dentro de la empresa, aprendiendo desde diferentes áreas y entendiendo cómo se conectan entre sí. Esta visión me ha permitido desarrollar una forma de dirigir basada en el conocimiento del negocio y en la cercanía con los equipos. Creo en la importancia de la motivación, la escucha activa y la necesidad de adaptarse constantemente. Me interesa generar un impacto positivo tanto en la organización como en las personas que la forman.

Este equilibrio se vuelve especialmente relevante en un sector marcado por la rapidez del cambio tecnológico. La irrupción de la IA y el incremento de las amenazas en ciberseguridad están redefiniendo el mercado, obligando a las empresas a anticiparse y adaptarse con agilidad. Así, Siadde ha reforzado su posicionamiento con certificaciones como la ISO 27001 y el Esquema Nacional de Seguridad en nivel alto, consolidando su papel en entornos críticos. También trabaja en el desarrollo de nuevas líneas vinculadas a la IA generativa y a la protección de infraestructuras digitales, con el objetivo de ampliar su propuesta de valor y responder a las necesidades emergentes de sus clientes. Esta capacidad de evolución se apoya en un análisis constante del entorno y en una cultura interna que fomenta el pensamiento crítico.

Crecimiento con visión

El Premio CEO del Año como Socio Tecnológico Líder en Telecomunicaciones es para Juan Manuel Fernández Esquinas «un reconocimiento externo de mis logros y esfuerzos durante estos años». Y subraya su dimensión colectiva: lo entiende como un logro compartido con el Comité de Dirección y con todo el equipo de la compañía.

Sus planes son consolidar un crecimiento sostenible en un entorno marcado por la incertidumbre y la volatilidad. La capacidad de adaptación, la revisión constante de estrategias y la evaluación de riesgos serán factores clave en esa evolución. «El pensamiento crítico interno y las necesidades de nuestros clientes nos permitirán comprender y aprovechar las tecnologías emergentes», señala. También mantiene una motivación personal ligada al propio ejercicio del cargo. Habla de una profesión «a veces apasionante y otras desesperante», en la que encuentra un estímulo constante para seguir aprendiendo y superando retos.

En esta combinación de exigencia, optimismo y capacidad de adaptación se apoya una forma de dirigir que busca dejar una huella positiva en el desarrollo tecnológico y en la propia organización.

Miguel Ángel Romero

Ciberseguridad con pulso y método

El Premio CEO del Año en Ciberseguridad Estratégica y Resiliencia Digital reconoce en Miguel Ángel Romero de los Llanos que, al frente de Minery Report, ha impulsado un modelo que busca acercar una ciberseguridad de alto nivel a empresas medianas, un segmento al que considera decisivo en el tejido productivo español. «La mayoría de las empresas de ciberseguridad solo miran a las grandes compañías y licitaciones. Nosotros decidimos proteger el verdadero motor de España: la empresa mediana», afirma. El premio tiene para él una dimensión personal y colectiva. «Nunca me ha gustado destacar ni llevarme el reconocimiento; soy más de equipo», reconoce. «Lo recojo yo, sí, pero sin duda no es solo mío».

Su recorrido explica buena parte de esa mirada. Hijo de un padre pescadero y una madre limpiadora, empezó a programar en su Móstoles natal con solo seis años, y a interesarse por la seguridad informática a los once. La crisis golpeó con dureza a su entorno familiar y marcó una etapa en la que aprendió dos lecciones que siguen presentes en su forma de dirigir: «Perder el miedo al

PREMIO CEO DEL AÑO EN CIBERSEGURIDAD ESTRATÉGICA Y RESILIENCIA DIGITAL

Autorretrato

Vengo de una familia humilde y he aprendido a moverme con naturalidad en escenarios exigentes, tanto en lo personal como en lo profesional. Eso me ha enseñado a no tener miedo al esfuerzo, a la presión ni a empezar desde abajo.

Entiendo la ciberseguridad como una combinación de conocimiento, método y capacidad de reacción. Me importa construir equipos sólidos, dar espacio al talento y mantener una cultura de trabajo exigente, pero también justa.

Quiero hacer crecer una empresa con ambición real, capaz de proteger mejor a las organizaciones y de demostrar que la excelencia también puede construirse desde una estructura ágil y muy pegada al terreno.

«La ciberseguridad no es solo tecnología, es disciplina, es método, es resiliencia»

«La mejor forma de poner al cliente en el centro es poner al profesional en el centro»

fracaso y entender que nadie regala nada».

Ese contexto le llevó a seguir el camino de las Fuerzas Armadas. Primero pasó por una unidad de operaciones especiales del Ejército de Tierra y después se incorporó al área técnica del Ejército del Aire, donde participó en la construcción de capacidades de ciberdefensa y en proyectos vinculados a la seguridad nacional. En 2014 fue uno de los fundadores de la dirección de ciberseguridad del Ejército del Aire, una experiencia que terminó de moldear su filosofía de trabajo. «La ciberseguridad no es solo tecnología, es disciplina, es método, es resiliencia. Lo aprendí en el ejército y lo inculco a mis compañeros cada día en Minery Report».

El salto al emprendimiento llegó en 2018. No fue sencillo. Empezó sin contactos ni inversión, apoyado únicamente en su conocimiento técnico y en una fuerte capacidad de trabajo. Tras su paso por Sanitas y por ECIJA, donde fue CTO mundial, consiguió convertir a este último en cliente de su empresa y abrir una etapa de crecimiento que ha llevado a Minery Report a escalar con rapidez en facturación y estructura.

Una cultura construida desde dentro

Miguel Ángel Romero defiende un modelo de dirección alejado del CEO puramente institucional. Su ventaja, explica, «está en haber conocido de cerca los planos técnico, táctico y operativo de la organización, lo que me permite acompañar al equipo sin caer en la microgestión». A ello suma una forma de trabajar iterativa, pragmática y empírica, basada en probar, corregir y acelerar cuando una vía funciona.

Pero si hay una idea que define su gestión es la centralidad del equipo. «En muchas empresas se pone al cliente en el centro. Entiendo esa filosofía, pero creo que hay que poner en el centro a los compañeros que realizan el trabajo», sostiene. «En una empresa de servicios el verdadero producto es el conocimiento y la experiencia de los profesionales». Por eso insiste en que cuidar al talento no es una cuestión cosmética, sino una decisión estratégica: «La mejor forma de poner al cliente en el centro es poner al profesional en el centro».

Esta visión también explica algunos de sus objetivos más inmediatos, como reforzar el área comercial para repartir mejor el peso del negocio, consolidar una estructura de dirección capaz de sostener la expansión y rescatar talento de la industria TIC al que no siempre se le da espacio para desarrollarse. La ambición también va más allá del mercado español. Minery Report estudia su crecimiento en LATAM y Estados Unidos y ya ha dado pasos en esa dirección con acuerdos en el continente americano.



Miguel Ángel Romero, de Minery Report, de María Francisca Caracuel y Juan Marín

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO

Israel Vieyte e Ignacio Teijón

Esencia gaditana que crece

PREMIO CEO DEL AÑO A LA EXPANSIÓN AL MEJOR PROYECTO GASTRONÓMICO: SABOR ANDALUZ

«Decidimos unir capacidades y experiencia para desarrollar un concepto propio»

Hay proyectos que nacen de una idea y otros que lo hacen de una experiencia compartida. En el caso de Israel Vieyte e Ignacio Teijón, CEOs de Er Pichi de Cádiz, todo empezó con un viaje a Cádiz que terminó convirtiéndose en un concepto gastronómico con identidad propia. «A raíz de ese viaje, motivado por una inquietud previa, planteamos desarrollar nuestra propia taberna gaditana», explican ambos, recordando ese momento.

Aquella decisión no fue improvisada. Venía respaldada por trayectorias que ya se habían cruzado anteriormente en el sector hostelero y por una relación profesional que

«La confianza de nuestros clientes es, sin duda, nuestro mayor reconocimiento»

había evolucionado hacia la confianza. «Decidimos unir capacidades y experiencia, constituyéndonos como socios para desarrollar un concepto propio y diferencial», señalan. En esta unión, cada uno aporta una mirada distinta, un equilibrio que se ha convertido en una de las claves del crecimiento de Er Pichi de Cádiz. «Nuestra diferencia de enfoques constituye una ventaja competitiva significativa», sostienen. Esta pluralidad permite analizar cada decisión desde ángulos complementarios, enriqueciendo el resultado final. Israel Vieyte pone en valor este equilibrio: «La gestión constructiva de las diferencias fomenta un entorno de debate saludable y orientado a resultados». Por su parte, Ignacio Teijón subraya la base que hace posible todo el trabajo: «Todo funciona porque hay respeto mutuo, confianza y una comunicación abierta y transparente».

El proyecto, nacido en Málaga en 2017, tenía un propósito claro desde el principio: trasladar la esencia de la gastronomía gaditana a otro territorio sin perder autenticidad. No se trataba solo de reproducir recetas, sino de recrear una cultura. Esa fidelidad al origen sigue marcando cada paso. «Nuestro objetivo fue popularizar los platos gaditanos más reconocidos y hacerlo manteniendo su identidad», explican.

«Crecer sin perder el alma del proyecto»
Consolidado el modelo, el siguiente paso ya está en marcha, y los dos CEO coinciden en

que el crecimiento debe ser ordenado y sostenible. «Queremos reforzar las bases operativas y de gestión para afrontar una expansión con garantías».

La ambición existe, pero también la prudencia: primero Andalucía, después, si el mercado lo permite, el salto nacional. Este equilibrio entre ambición y control define su manera de entender la empresa. No se trata solo de abrir nuevos locales, sino de mantener intactos los pilares que han sostenido el proyecto desde el inicio. «El trato personal con clientes, proveedores y empleados es un pilar estratégico», recalcan. Para ellos, la cercanía no es un valor añadido, sino parte esencial del modelo.

En esta misma línea, Ignacio Teijón pone el foco en el producto: «Tenemos un compromiso claro con la selección de los mejores productos de la tierra, asegurando una óptima relación calidad-precio». Israel Vieyte añade la dimensión humana: «Escuchar activamente y entender las necesidades de todos los que forman parte del proyecto es clave para construir algo sólido».

El reconocimiento recibido como CEO del Año a la Expansión al Mejor Proyecto Gastronómico: Sabor Andaluz llega como una confirmación del camino recorrido, pero también como un impulso. «Supone el respaldo a un proyecto que nació con incertidumbres y que hoy conecta con la gente», destacan de forma conjunta. Más allá del galardón, lo que realmente valoran es la fidelidad de sus clientes. «Esa confianza es, sin duda, nuestro mayor reconocimiento».

Los planes de futuro pasan por seguir afinando el modelo, entre ellos, la posible creación de un centro de elaboración propio que permita optimizar procesos sin renunciar a la calidad. El horizonte está definido, pero no cerrado: la expansión, la mejora de procesos y el refuerzo de la marca forman parte de una estrategia que busca crecer sin diluir lo que hace único al proyecto: calidad, cercanía y autenticidad.

Autorretrato

Somos dos perfiles distintos que han aprendido a construir juntos. Venimos de experiencias diferentes, pero compartimos una misma manera de entender la hostelería: desde el respeto al producto, al cliente y al equipo. Creemos en el trabajo constante, en la mejora continua y en la importancia de escuchar. Nos motiva ver cómo una idea que empezó casi como una intuición se ha convertido en un proyecto real, con identidad y recorrido. Disfrutamos del día a día, de los pequeños avances y de los retos. Sabemos que el crecimiento solo tiene sentido si se hace sin perder la esencia que nos define.



Israel Vieyte e Ignacio Teijón recogen el premio de manos de María Francisca Caracuel y Juan Marín

V PREMIOS CEO DEL AÑO ESPECIAL



Raúl Blanco posa con María Francisca Caracuel y Juan Marín

Autorretrato

Soy un profesional hecho en la obra, en la gestión y en la adaptación. He pasado por etapas muy distintas del sector y de todas he sacado aprendizaje. Me interesa ordenar proyectos, hacerlos viables y acompañar a las personas en procesos complejos. Creo en la visión a largo plazo, en la capacidad de reaccionar ante la incertidumbre y, sobre todo, en el valor del equipo. En las cooperativas he encontrado un modelo con mucho recorrido y también con una gran responsabilidad. Trabajo para que se gestione bien, se entienda mejor y ocupe el lugar que merece dentro del acceso a la vivienda.

de cooperativas del Consejo General de Enfermería de España. Durante siete años ocupó distintos puestos de responsabilidad y participó en el desarrollo de más de 800 viviendas en este régimen.

Más tarde se incorporó a Cooptima, primero como director general y después como CEO y socio. La compañía trabaja en el desarrollo de promociones residenciales en cooperativa con una idea clara: ayudar a personas, familias y empresas a encontrar suelo para levantar su proyecto de vida.

Acompañar desde la confianza

Blanco resume su filosofía de gestión en una idea central: «En la gestión de cooperativas, la filosofía que debe abanderar el negocio es la del acompañamiento cercano a nuestros clientes, basando este acompañamiento en la confianza mutua y constante diaria». En un modelo especialmente sensible a los tiempos y a las expectativas de quienes participan en él, esta confianza se convierte en un valor esencial compartido. También cuando el trabajo no siempre recibe reconocimiento.

Cuando define qué necesita un buen CEO, habla de «visión a largo plazo, liderazgo y capacidad de adaptación constante», pero enseguida desplaza el foco hacia lo colectivo: «Un CEO es su equipo sólido». Esta forma de entender la dirección conecta con su ambición para Cooptima: «Consolidarla como una gestora de referencia a nivel nacional y contribuir a eliminar ese peso negativo que todavía pesa sobre las cooperativas actuales hoy».

El premio, en este sentido, refuerza una convicción que Raúl Blanco repite con claridad: «El modelo cooperativo merece crédito, visibilidad y una gestión capaz de demostrar todo su potencial».

Raúl Blanco

Confianza para construir hogar

PREMIO CEO DEL AÑO EN GESTIÓN DE PROYECTOS COOPERATIVOS

«Este premio, al final, creo que es un premio a un modelo de negocio que no debemos subestimar si queremos ayudar a solucionar el problema de la vivienda». Raúl Blanco sitúa ahí el sentido de un reconocimiento que interpreta más allá de lo personal. CEO y socio de Cooptima, ha vinculado su trayectoria a la gestión de proyectos cooperativos y a la defensa de una fórmula que considera útil para facilitar el acceso a la vivienda y recuperar la confianza en el sector.

«Es el premio a un modelo que no debemos subestimar por el problema de la vivienda»

«La filosofía que debe abanderar el negocio es la de acompañar a nuestros clientes»

Arquitecto Técnico por la Universidad de Salamanca, Raúl Blanco inició su carrera en constructoras y promotoras, donde asumió responsabilidades de jefatura de obra y dirección de ejecución en distintos proyectos del norte de España. La crisis de 2008 marcó un punto de inflexión. En 2010 se trasladó a Madrid para incorporarse a uno de los primeros desarrollos residenciales que empezaban a activarse con timidez tras el desplome del sector. Después completó su formación como Ingeniero de la Edificación y, más tarde, amplió su perfil con un Máster en Dirección de Empresas en la EOI.

Hubo una etapa especialmente reveladora en ese recorrido: durante tres años trabajó en la gestión de proyectos inacabados para la banca, aprendiendo a ordenar promociones paralizadas y a devolverles viabilidad. Esa experiencia le dio una visión especialmente útil para manejar incertidumbre, una condición que sigue considerando decisiva en su trabajo. «El sector está muy acostumbrado a trabajar con certidumbres y en los momentos de mayor incertidumbre es donde creo que puedo aportar más valor a la empresa», afirma. Y añade que ahí su papel pasa por «abordar los problemas desde perspectivas creativas y diferenciadoras».

Su entrada en el ámbito cooperativo llegó en 2016, como director técnico de la gestora

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO

Francesc Ros Guilera

Desde la cercanía y la implicación

PREMIO CEO DEL AÑO POR SU LIDERAZGO ESTRATÉGICO Y EXCELENCIA EN LA EXPANSIÓN

Hay marcas que se reconocen por el volumen que alcanzan y otras por la huella que dejan. En Pizzerías Carlos conviven ambas dimensiones, y Francesc Ros Guilera lleva años empeñado en que una no borre la otra.

Su idea de negocio nunca ha consistido solo en crecer, sino en hacerlo sin perder «ese espíritu de pizzería de barrio, esa cercanía y dimensión humana que sigue dando alma al proyecto». Esta voluntad de mantener el carácter mientras la estructura se expande define tanto la identidad de la marca como su manera de dirigirla.

La empresa nació hace casi diecisiete años de una convicción sencilla y ambiciosa a la vez: había margen para hacer las cosas de otra manera. Con el tiempo, esa intuición se convirtió en una personalidad propia. Los clientes más fieles empezaron a llamarse «carlistas» de forma espontánea, y ese detalle, aparentemente menor, terminó revelando algo de fondo: la marca había logrado construir vínculo, no solo consumo.

Su historia profesional explica en buena medida esta mezcla de ambición y realismo. Antes de levantar su propia marca, recorrió el negocio desde abajo en una gran cadena de pizzerías. Aquella experiencia le

permitted conocer la operativa desde la base y, con el tiempo, asumir responsabilidades cada vez mayores hasta participar en su expansión internacional como director de Operaciones. Fue una etapa de aprendizaje decisiva, pero también el lugar donde empezó a tomar forma una inquietud más personal: desarrollar una visión propia del negocio.

En 2009, esa intuición se convirtió en decisión con la apertura del primer local en Alcobendas. No era el contexto más cómodo para emprender: la crisis y la caída del consumo dibujaban un escenario poco

«Un buen CEO debe actuar como un director de orquesta: rodearse, confiar y delegar»

«Queremos seguir creciendo sin perder ese espíritu de pizzería de barrio»

amable. Aun así, el modelo logró abrirse paso con una fórmula basada en calidad y precio competitivo. Un año después llegó un segundo establecimiento; en 2012, el sistema de franquicias, que empezó a crecer al mismo tiempo que lo hacían los locales propios. La incorporación de Xavier Crespo en 2014, hoy socio de la compañía, reforzó una evolución que ha llevado a Pizzerías Carlos a rozar el centenar de establecimientos.

Una marca grande de barrio

Francesc Ros habla del liderazgo con una mezcla de exigencia y cercanía. Haber vivido el negocio desde sus cimientos le permite tomar decisiones con una conexión real con la operativa y con el equipo. Una cercanía que no se presenta exclusivamente como un gesto amable, sino como una herramienta de gestión. Por eso insiste en preservar la esencia del ADN fundacional incluso mientras la empresa gana tamaño. «Mi prioridad no es solo crecer, sino evitar que el crecimiento diluya aquello que hizo reconocible a la marca».

Su definición del papel del CEO también dibuja bien su estilo: debe funcionar como «un director de orquesta, rodearse de talento, confiar, delegar con criterio y asumir el liderazgo con responsabilidad y valentía». A esto añade una idea que atraviesa todo su discurso: el nivel de implicación debe ser total. «No hay espacio para la complacencia, porque una marca que deja de exigirse empieza a perder valor ante el cliente y ante sí misma». Esta cultura interna se apoya en cuatro palabras que Francesc Ros repite como brújula: esfuerzo, compromiso, rigor e ilusión compartida.

El horizonte sigue siendo claro: consolidar Pizzerías Carlos como una gran marca nacional sin perder el enfoque de la proximidad. Pero el verdadero éxito es «seguir siendo merecedores de la confianza del consumidor».

Autorretrato

He vivido este negocio desde abajo y eso ha marcado mi forma de entender la empresa. Me gusta conocer la operativa, estar cerca del equipo y no perder de vista nunca al cliente. Empezar en 2009 fue una decisión valiente, pero también muy meditada: sentía que podía desarrollar una visión propia del sector. Sigo creyendo en el esfuerzo, en el rigor y en la ilusión compartida como motores reales de crecimiento. Me enorgullece ver hasta dónde ha llegado la marca, pero todavía valoro más que conserve una identidad reconocible, cercana y honesta.



Francesc Ros, CEO de Pizzerías Carlos, posa con María Francisca Caracuel y Juan Marín

V PREMIOS CEO DEL AÑO ESPECIAL



La doctora Margarita Gallardo, uno de los premios CEO del Año, junto a María Francisca Caracuel y Juan Marín

Centro Natum, concebido como un espacio especializado en seguimiento integral del embarazo y diagnóstico prenatal. «No se trata solo de controlar la evolución de la gestación, sino de detectar precozmente posibles alteraciones en el desarrollo fetal e incluso plantear tratamientos durante la vida intrauterina», afirma la doctora.

Un proyecto con estructura y propósito

Al frente del centro, Gallardo no separa la dirección de la práctica asistencial, porque considera que esa doble posición le permite conocer de primera mano las necesidades de las pacientes, detectar áreas de mejora y ajustar el funcionamiento del proyecto. «La toma de decisiones no puede desligarse de la práctica médica ni de las necesidades reales de las pacientes».

En esta filosofía de gestión, la excelencia no depende únicamente de la técnica, también pasa por la construcción de un equipo

«La toma de decisiones no puede desligarse de la práctica médica ni de las pacientes»

«Es un impulso para una forma de medicina basada en el cuidado de la salud antes de nacer»

«**C**uidamos a dos pacientes al mismo tiempo». En esta idea, que la Dra. Margarita Gallardo Arozena repite como declaración de principios, está resumida su manera de ejercer la medicina. La fundadora y directora médica de Centro Natum ha construido su trayectoria alrededor de la atención maternofetal, una disciplina que exige precisión clínica, capacidad de anticipación y sensibilidad para acompañar a la mujer embarazada en un momento tan decisivo. En su trabajo conviven el rigor, la tecnología de alta resolución y una mirada humana sobre la gestación.

Su recorrido arranca en la Universidad de La Laguna, en Tenerife, y toma forma durante su especialización en Obstetricia y Ginecología en el Hospital Universitario Nuestra Señora de Candelaria. Después llegó una etapa decisiva en el King's College Hospital de Londres, bajo la dirección del profesor Kypros Nicolaides, referencia en medicina fetal. A su regreso, orientó su actividad al diagnóstico prenatal y al manejo de gestaciones complejas, combinando asistencia, docencia e investigación. Más tarde sumó un Máster en Gestión y Dirección Sanitaria para levantar su proyecto.

Ese proyecto acabaría convirtiéndose en

Margarita Gallardo Arozena

Medicina antes de nacer

PREMIO CEO DEL AÑO EN INNOVACIÓN MÉDICA Y DIAGNÓSTICO PRENATAL

Autorretrato

Soy médica y he orientado mi carrera a cuidar una etapa de enorme trascendencia: el embarazo. Me mueve la idea de que la medicina maternofetal puede cambiar vidas desde muy pronto, incluso antes del nacimiento. Creo en una práctica rigurosa, apoyada en la evidencia y en la tecnología, pero también en una atención cercana, donde cada mujer se sienta acompañada y escuchada. He trabajado para construir un proyecto coherente con esa forma de entender la medicina. Me interesa seguir aprendiendo, formar equipo y abrir camino a una especialidad con mucho recorrido.

capaz de compartir una misma idea de atención sanitaria, e insiste en que, en un ámbito tan delicado como el embarazo, la calidad asistencial nace de la coherencia de todo el equipo, de la comunicación interna y de una voluntad constante de mejora. Por eso sitúa la formación continuada y la divulgación entre los pilares de su proyecto.

El premio CEO del Año en Innovación Médica y Diagnóstico Prenatal llega a reforzar esa línea de trabajo. Gallardo lo recibe como una satisfacción personal, pero también como una responsabilidad. «Este reconocimiento es un impulso para seguir defendiendo una medicina que actúa incluso antes del nacimiento y que encuentra en la innovación nuevas posibilidades terapéuticas para patologías congénitas. También es una validación del modelo asistencial de Centro Natum: un proyecto que apuesta por humanizar la atención privada sin renunciar a la evidencia científica, la tecnología ni el rigor».

Ahora, quiere consolidar el centro como referente asistencial, docente e investigador, formar a nuevos profesionales y avanzar en la incorporación de técnicas más complejas. La evolución apunta a un modelo más amplio, con un equipo multidisciplinar, de modo que la atención no se interrumpa en el parto, sino que acompañe también el después.

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO

Vicente Peiró Bataller

Diversificar para transformar

PREMIO CEO DEL AÑO EN DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

«Reducir la dependencia del turismo de sol y playa es el eje de nuestro proyecto»

Reducir la dependencia del turismo de sol y playa» no es solo un objetivo, sino el eje sobre el que Vicente Peiró ha construido una propuesta que redefine el posicionamiento de la Playa de Gandía.

Desde la dirección de Versus Gandía Palace Hotel, su planteamiento pasa por ampliar horizontes y atraer nuevos perfiles de visitante durante todo el año, con una oferta que trasciende lo estacional.

Esta visión no se queda en lo conceptual, sino que se traduce en una hoja de ruta clara: más actividades, más servicios y una apuesta constante por evolucionar el modelo. «Nuestro plan es seguir dotando al

«Podemos tener ideas brillantes, pero si no sabemos comunicarlas, pierden valor»

complejo de nuevas propuestas que nos permitan captar una mayor demanda y ser un elemento dinamizador del destino», explica. La ambición no es únicamente empresarial; también implica un compromiso con el entorno, reforzando el atractivo de Gandía como destino activo y diverso.

El premio recibido como CEO del Año en Diversificación de la Oferta Turística encaja en ese recorrido. «Es un logro colectivo», afirma, subrayando el papel de su entorno más cercano y del equipo que le acompaña en el día a día. La dimensión familiar —con su mujer implicada en la dirección comercial y la incorporación de su hijo— añade una capa de continuidad y evolución al proyecto. «Este premio confirma que estamos en el camino correcto y nos impulsa a seguir innovando».

Antes de llegar a este punto, su trayectoria había seguido un recorrido distinto. Inició su carrera en la empresa familiar vinculada a la promoción inmobiliaria, donde desarrolló una base sólida en gestión financiera y comercial. El salto al sector hostelero llegó en 2004 con la creación del grupo Versus, marcando un cambio de rumbo que acabaría consolidándose con la gestión del Gandía Palace. Este tránsito entre sectores le ha permitido construir una mirada amplia, combinando visión empresarial con sensibilidad hacia la experiencia del cliente.

Su manera de entender el liderazgo responde a esa misma lógica de equilibrio. «Es

fundamental rodearse de personas que sean mejores que tú», sostiene, poniendo el foco en el valor del equipo. Para Vicente Peiró, dirigir no es solo coordinar, sino inspirar y generar compromiso. «Podemos tener ideas brillantes, pero si no sabemos comunicarlas, pierden valor».

Un modelo turístico que rompe

El verdadero diferencial del proyecto aparece al analizar cómo se articula esa diversificación. Lejos de limitarse a una única línea de negocio, el hotel ha construido un ecosistema que combina turismo de negocios, deporte, ocio y gastronomía. La apuesta por el segmento MICE, con espacios preparados para grandes eventos, convive con una fuerte inversión en cicloturismo, fitness y bienestar, así como con una programación cultural y de entretenimiento orientada a un público adulto. «Poner al cliente en el centro es vital», insiste Vicente Peiró, quien entiende que la clave está en ofrecer experiencias completas y adaptadas a distintas motivaciones. La segmentación permite mantener la actividad durante todo el año y posicionar el establecimiento como algo más que un hotel tradicional.

La propuesta se completa con una oferta gastronómica renovada y con una clara apuesta por la calidad, así como con inversiones sostenidas en sostenibilidad y modernización. «Buscamos optimizar recursos, mejorar la eficiencia energética y ofrecer mayor confort sin perder nuestro compromiso con el entorno».

En conjunto, el modelo no solo impacta en la cuenta de resultados, sino también en el tejido local, ya que la generación de actividad económica y la colaboración con el entorno forman parte de una estrategia que aspira a consolidar Gandía como un destino competitivo durante todo el año. «Debemos estar abiertos a nuevas ideas que impulsen el crecimiento y nos mantengan en la vanguardia».

Autorretrato

Soy una persona que ha crecido profesionalmente desde la base, aprendiendo primero en la empresa familiar y evolucionando hacia nuevos retos en el sector hostelero. Siempre he creído en el trabajo constante, en la importancia de rodearse de buenos equipos y en la necesidad de adaptarse a los cambios. Me motiva construir proyectos que no solo funcionen a nivel empresarial, sino que también aporten valor al entorno en el que se desarrollan. Entiendo el liderazgo como una responsabilidad compartida, donde la comunicación, la implicación y la mejora continua son esenciales para avanzar.



Vicente Peiró, director del Versus Gandía Palace Hotel, posa con María Francisca Caracuel y Juan Marín

Iván González y Jorge Pérez

Cambio inmobiliario

PREMIO CEO DEL AÑO AL LIDERAZGO EN TRANSFORMACIÓN DEL MODELO INMOBILIARIO

Iván González y Jorge Pérez conocen el sector inmobiliario desde dentro. Antes de fundar NOOW Real Estate, pasaron por distintas etapas profesionales y vivieron de primera mano el funcionamiento de modelos de franquicia consolidados —redes con historia, con marca y con profesionales de alto nivel.

Fue precisamente ese recorrido el que les dio perspectiva. Conocieron desde dentro el funcionamiento de varias franquicias, con sus fortalezas, pero también con sus límites. Un modelo que no solo acompaña al asesor, sino que lo potencia de verdad con estructura real, herramientas propias y una forma de trabajar pensada para que el talento rinda al máximo.

NOOW Real Estate nació de esa convicción.

Ambos comparten una misma raíz profesional y una visión muy concreta del negocio, y haber asumido distintos roles dentro del sector les dio una perspectiva completa de la actividad, desde la operativa diaria hasta la gestión de equipos y la relación con los agentes. De ahí nació NOOW Real Estate, concebida como la empresa que a ellos les habría gustado encontrar cuando trabajaban como agentes y, después, como brokers. Así, NOOW Real Estate se plantea como una nueva manera de entender el ne-

gocio inmobiliario. Parte de una premisa clara: el modelo tradicional ya no responde a las aspiraciones del profesional que quiere crecer con autonomía, rentabilidad y visión de largo plazo. Frente a esa estructura, Iván González y Jorge Pérez han impulsado una red apoyada en tecnología, marketing y sistemas, pensada para que el agente construya un negocio sólido. «Nuestro objetivo como CEO es que cada asociado pueda cre-

cer de verdad, ganar más, gestionar mejor su tiempo y trabajar con una estructura que eleve su nivel profesional», aseguran.

Al mismo tiempo, buscan consolidar una compañía de referencia que demuestre que la inmobiliaria puede hacerse de otra manera: con más eficiencia, más colaboración y un estándar de calidad más alto. No dirigen desde la teoría, sino desde el conocimiento directo del negocio, y este contacto constan-

te con la realidad les permite ajustar decisiones con rapidez y mantener el proyecto conectado con el día a día.

Modelo con foco, cultura y ejecución

El horizonte que Iván González y Jorge Pérez dibujan para NOOW Real Estate resume bien su manera de entender el liderazgo: seguir creciendo en España, mejorar su tecnología y reforzar la propuesta de valor para sus asociados, pero sin convertir la expansión en un fin en sí mismo. «Crecer con sentido, no por crecer» condensa una hoja de ruta que aspira a situar a NOOW Real Estate como el lugar elegido por los mejores profesionales inmobiliarios, un espacio donde puedan desarrollar su potencial y construir un negocio a la altura de su ambición.

En esta meta hay también un propósito más amplio: elevar la profesionalización del sector y cambiar la percepción sobre la figura del agente. Por eso, su gestión se apoya en tres pilares: simplicidad, eficiencia y atención constante a lo que realmente genera valor. «Eliminamos lo innecesario, optimizamos procesos y ayudamos a los profesionales a centrarse en lo importante». Esto forma parte de una cultura que cuida el detalle y las relaciones duraderas. Ambos coinciden además en algo esencial: transformar el sector desde dentro, no solo con

Autorretrato

Somos dos perfiles unidos por una misma convicción: el sector inmobiliario necesita evolucionar de verdad. Hemos vivido este negocio desde dentro, en distintas etapas y responsabilidades, y eso nos permitió entender muy bien cual eran los límites y qué había que transformar. Nos mueve la ejecución, el foco y la voluntad de construir algo útil para los profesionales. Creemos en una inmobiliaria más eficiente, más colaborativa y más exigente con su propio estándar. También creemos en las personas, en el talento bien acompañado y en el valor de una cultura sólida. NOOW Real Estate nace de esta mezcla de experiencia, ambición y aprendizaje constante que seguimos aplicando cada día.



Iván González y Jorge Pérez, con el galardón, junto a Juan Marín

«Decidimos construir lo que nos habría gustado tener cuando éramos agentes»

«Este reconocimiento valida que el camino que estamos construyendo tiene sentido»

discurso, sino con estructura, herramientas y una visión muy concreta de hacia dónde quieren llevarlo. Esta misma lógica se traslada a su forma de dirigir. Cuando explican qué hace falta para hacerlo bien, no recurren a fórmulas grandilocuentes. Hablan de claridad de visión y de capacidad de ejecución, convencidos de que muchos proyectos no fracasan por falta de ideas, sino por falta de foco y consistencia. «El crecimiento de una empresa está ligado al de las personas que la integran, de ahí la importancia de rodearse bien y mantener la humildad para seguir aprendiendo».

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO



Ainara Hernando, CEO de Abyntek Biopharma, con Juan Marín

Ainara Hernando

Liderazgo científico con propósito

PREMIO CEO DEL AÑO EN EL SECTOR BIOTECNOLÓGICO

En ciencia, el tiempo no es una idea abstracta: es una variable decisiva. Ainara Hernando lleva casi dos décadas trabajando con esta convicción, convertida ya en brújula profesional. Farmacéutica de formación y CEO de Abyntek Biopharma, encontró muy pronto el lugar exacto desde el que quería contribuir al avance biomédico. No era la mesa del laboratorio, aunque su vocación naciera allí, sino el punto en el que la investigación necesita respuestas ágiles, herramientas fiables y aliados capaces de eliminar obstáculos. Su trayectoria se ha construido precisamente sobre esta intuición: ayudar a los investigadores a avanzar más rápido para que los nuevos tratamientos lleguen antes a la sociedad.

«En ciencia, el tiempo es oro, y si ayudamos a ahorrarlo, aceleramos los descubrimientos»

«Este premio marca el inicio de una nueva etapa de crecimiento y expansión»

En sus primeros años profesionales Hernando trabajó en un proyecto de investigación que buscaba reemplazar la experimentación animal mediante tejido humano. Aquella experiencia fue importante por lo que le enseñó y también por lo que le reveló: su pasión por la ciencia era total, pero su aportación no tenía por qué desarrollarse dentro del laboratorio. Podía ser igual de decisiva facilitando el trabajo ajeno, acercando innovaciones internacionales y resolviendo barreras operativas que ralentizan la investigación.

De esa certeza nació Abyntek Biopharma, empresa que cofundó con una idea muy clara: «En ciencia, el tiempo es oro, y si ayudamos a los investigadores a ahorrar tiempo, aceleramos el descubrimiento de nuevos tratamientos». La compañía se dedica al suministro y desarrollo de reactivos, anticuerpos y herramientas especializadas para investigación biomédica. Su objetivo es acelerar la ciencia a través de soluciones innovadoras, fiables y de alta calidad. A lo largo de casi veinte años, Abyntek ha consolidado una reputación apoyada en la excelencia científica, la cercanía con el cliente y un compromiso ético firme, acompañando a laboratorios, universidades, hospitales y compañías farmacéuticas tanto en España como en mercados internacionales.

Ainara Hernando define su liderazgo desde una combinación poco frecuente y muy eficaz: visión científica y visión empresarial. Esta mirada híbrida le permite entender las necesidades reales de quienes investigan, pero también tomar decisiones estratégicas para hacer crecer una compañía que empe-

Autorretrato

Soy una persona profundamente vinculada a la ciencia, aunque entendí muy pronto que mi forma de contribuir no estaba dentro del laboratorio, sino ayudando a que otros pudieran investigar mejor y más rápido. Me mueve el propósito, la curiosidad y la convicción de que la biotecnología puede transformar vidas. Creo en un liderazgo cercano, ético y coherente, y en la importancia de construir equipos donde el talento crezca de verdad. Sigo guiándome por la misma idea del principio: cuando la ciencia avanza sin barreras, toda la sociedad gana.

zó de forma modesta y hoy ocupa una posición reconocible y reconocida en el sector biotecnológico.

A esta capacidad suma un estilo de dirección basado en la escucha, la coherencia y la confianza. No presenta el liderazgo como una suma de gestos individuales, sino como un trabajo colectivo sostenido por el talento del equipo y por una cultura interna donde las personas puedan crecer.

Crece sin perder la esencia

Su hoja de ruta al frente de Abyntek se apoya en cuatro grandes ejes: impulsar la excelencia científica con tecnologías de vanguardia, consolidar un crecimiento sostenible e internacional, fortalecer Abylabel como marca propia de anticuerpos y bioreactivos innovadores, y cultivar talento, con especial atención al desarrollo de mujeres en puestos científicos y de liderazgo actuales. En esta arquitectura de objetivos hay una idea de fondo que atraviesa toda su gestión: la ciencia debe tener un propósito real y cada producto debe aportar valor añadido claro.

El reconocimiento como CEO del Año en el Sector Biotecnológico llega, además, en un momento simbólico para todo el equipo: el vigésimo aniversario de la compañía. Hernando lo interpreta como algo más que una distinción personal. «Representa veinte años de esfuerzo, resiliencia, decisiones difíciles y compromiso con un proyecto nacido desde la pasión por la ciencia. También reconoce una manera de liderar basada en la autenticidad, la ética y la coherencia, y refuerza la posición de Abyntek en plena expansión internacional».

La compañía trabaja en la incorporación de tecnologías emergentes en inmunología, diagnóstico, terapia celular y medicina personalizada; así como en el desarrollo de nuevas líneas de productos para reforzar la proyección internacional de Abylabel; y en la consolidación de su presencia en Europa y Latinoamérica mediante nuevos socios estratégicos.

Patricia Salmerón y Juan Francisco García

Rigor para transformar

PREMIO CEO DEL AÑO EN PROYECTOS INTEGRALES PARA LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA Y DESCARBONIZACIÓN EN EL SECTOR PÚBLICO

Hay sectores en los que una buena idea no basta, y Patricia Salmerón y Juan Francisco García lo detectaron después de años de experiencia en ingeniería, energía y contratación pública: «Muchos proyectos estaban bien planteados sobre el papel, pero se bloqueaban en la ejecución o no encontraban un encaje jurídico sólido».

De esta carencia nació Artecain, una consultora técnico-jurídica especializada en acompañar a las administraciones públicas en proyectos de transición energética con una visión integral, capaz de unir planificación, viabilidad, seguridad jurídica y ejecución real. Este diagnóstico compartido les llevó a diseñar una firma donde conviven perfiles técnicos, estratégicos y jurídicos, algo poco habitual en su ámbito y, precisamente por esto, diferencial en la resolución de proyectos complejos. Su estrategia se sostiene sobre tres pilares muy claros: rigor técnico, sostenibilidad económica y seguridad jurídica. «No basta con diseñar pro-

yectos; hay que garantizar que se puedan ejecutar, financiar y defender», subrayan. En esa frase se concentra buena parte de su modelo de trabajo: no ofrecer propuestas brillantes pero abstractas, sino soluciones viables y ajustadas a la realidad operativa de cada municipio.

Hacer viables los proyectos

Artecain trabaja con la idea de convertirse en socio de las administraciones públicas en todas las fases del proceso, desde la auditoría y la planificación hasta la estructuración contractual y la ejecución.

Su especialización en contratos complejos, especialmente en modelos de servicios energéticos y proyectos integrales de alumbrado y «Smart City», les ha permitido ocupar un lugar propio en un terreno donde la técnica, la normativa y la financiación se cruzan de forma constante.

Patricia Salmerón aporta con nitidez la defensa del enfoque transversal como herramienta para anticipar riesgos y ordenar decisiones. Juan Francisco García refuerza

la dimensión práctica de ese planteamiento: el valor de una consultora no está en formular teorías, sino en garantizar resultados efectivos y ajustados a las particularidades de cada administración.

Los dos coinciden, además, en un principio que consideran irrenunciable: «Nuestro papel no es vender soluciones, sino aportar criterio».

«No basta con diseñar proyectos; se tienen que poder ejecutar, financiar y defender»

«Nuestro papel como empresa no es vender soluciones, sino aportar criterio»

Cuando explican qué es imprescindible para dirigir bien, vuelven a hablar al unísono. Para ambos, un CEO debe combinar visión estratégica con capacidad de ejecución, entender el entorno en el que opera y asumir la responsabilidad de cada decisión. «Liderar no es solo dirigir, es tomar decisiones en entornos complejos y sostenerlas en el tiempo». A esto suman la «necesidad de rodearse de talento, construir equipos sólidos y mantener coherencia entre lo que se proyecta y lo que realmente se ejecuta».

Criterio, independencia y visión

La filosofía de gestión de Artecain se apoya en tres principios: rigor, planificación y transparencia. «Creemos en hacer las cosas bien desde el inicio», señalan. En el ámbito público, donde los errores tienen un impacto elevado, esta anticipación se convierte en una exigencia profesional y también en una forma de responsabilidad.

Su independencia técnica es una de las claves con las que quieren marcar distancia: «No trabajamos para colocar una solución preconcebida, sino para alinear cada decisión con el interés público».

El Premio CEO del Año en Proyectos Integrales para la Transición Energética y Descarbonización en el Sector Público lo interpretan como un espaldarazo, «un respaldo al posicionamiento alcanzado por la firma y como una confirmación de que el asesoramiento técnico y estratégico tiene un papel decisivo en la transformación energética del sector público». De forma conjunta, insisten en que «el reconocimiento no es solo individual, sino colectivo, vinculado al impacto generado y al trabajo compartido con todo el equipo». Sus planes pasan por crecer de forma sostenida, ampliar presencia nacional y reforzar líneas como la eficiencia energética en edificios, la descarbonización térmica y la digitalización de servicios urbanos. «Queremos ayudar a tomar mejores decisiones. Con criterio, con rigor y con visión de futuro».

Autorretrato

Somos dos perfiles que comparten una misma manera de entender el trabajo: combinar conocimiento técnico, visión estratégica e independencia para que los proyectos salgan bien de verdad. Creemos en la planificación, en la transparencia y en la responsabilidad de hacer las cosas bien desde el principio. Artecain nace de esa convicción y de una experiencia acumulada en el terreno que nos enseñó dónde estaban las carencias. Queremos seguir ayudando a las administraciones a tomar decisiones más sólidas, más viables y con un impacto real.



Juan Francisco García y Patricia Salmerón, con el premio, junto a Juan Marín

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO

Alberto Campillos

Visión y perseverancia

PREMIO CEO DEL AÑO EN EL SECTOR FARMACÉUTICO

Alberto Campillos llegó de Zaragoza a Sevilla en 2012 con una idea ya definida: crear su propia empresa. No fue una decisión improvisada, sino el resultado de un análisis de mercado y de una apuesta concreta por el canal farmacéutico. En 2014 fundó Óptima Farma con el objetivo de conectar a los laboratorios con las farmacias para facilitar la implantación de sus productos y asegurar el suministro a la población.

Ese arranque explica también su estilo de dirección, ya que Alberto Campillos sitúa la visión de negocio y la perseverancia como las cualidades que mejor le definen al frente de la compañía. Para él, liderar implica «tener los objetivos claros y trabajar con criterio y decisión, sin miedo a equivocarte». Esta combinación de ambición y método encaja con la evolución de una firma que ha consolidado una red de distribución con presencia en toda la península y una operativa basada en entregas rápidas.

Óptima Farma se ha abierto paso en la distribución mayorista de farmacia y parafarmacia con un catálogo de más de 5.000 referencias y una red de más de 3.500 farmacias asociadas. Desde su sede en Camas, presta cobertura diaria en Andalucía y opera también en Levante y Murcia, con una logística orientada a evitar roturas de stock y retrasos. A esta capacidad de servicio se suma una sólida estructura comercial, orientada a conectar de forma directa a los laboratorios con las farmacias y a facilitar una implantación más efectiva de sus productos.

Este crecimiento no aparece en el discurso de Alberto Campillos como una suma de cifras, sino como una manera de entender el servicio: ofrecer a la farmacia un respaldo real, ágil y adaptado a sus necesidades. Y, al mismo tiempo, ofrecer a los laboratorios un socio con capacidad real de llegada, interlocución y conexión con el canal farmacéutico. A lo largo de este recorrido, el empresario ha reforzado una convicción central: una compañía solo avanza cuando sabe a dónde quiere llegar. Por eso, cuando habla



Alberto Campillos recibe su premio de manos de Juan Marín

Autorretrato

Creo en las ideas cuando van acompañadas de trabajo y de constancia. Llegué a Sevilla con la intención de emprender y, después de analizar el mercado, aposté por un proyecto propio en el canal farmacéutico. Me definen la visión de negocio y la perseverancia, pero también la necesidad de tomar decisiones con criterio, sin miedo a equivocarme. Disfruto construyendo, haciendo crecer equipos y afrontando nuevos retos. Mi objetivo es seguir llevando a Óptima Farma cada vez más arriba, consolidar su crecimiento y abrirla a nuevos mercados, siempre con la ambición de mejorar y no poner límites al proyecto

de sus metas, lo hace sin rebajar la ambición. «Hacer de Óptima Farma una gran compañía, líder en el sector de distribución farmacéutica nacional e internacional», afirma. Y lo resume con una frase que condensa su horizonte empresarial: «Óptima Farma no tiene límite».

Crecer con criterio

El premio CEO del Año en el Sector Farmacéutico refuerza esta lectura de su trayectoria, y lo recibe como «orgullo y reconocimiento», y lo extiende a la compañía como una forma de prestigio compartido. No lo coloca como punto de llegada, sino como un estímulo para intensificar el trabajo.

En su caso, el reconocimiento no cambia el discurso: lo confirma. Sigue hablando de esfuerzo, de adaptación y de nuevos retos con el mismo tono con el que explica por qué creó la empresa hace más de una década.

También hay una coherencia clara entre la visión y la evolución reciente de Óptima Farma. La empresa se presenta hoy como distribuidora oficial de marcas y laboratorios relevantes del sector, mantiene un servicio profesional para farmacias y ha impulsado iniciativas ligadas a la formación, la digitalización y la mejora de procesos.

Todo ello refuerza la imagen de una firma que no entiende la distribución como un mero tránsito de producto, sino como una estructura de apoyo al farmacéutico en la gestión diaria del stock, la reposición y la disponibilidad.

Alberto Campillos sitúa el futuro en dos direcciones paralelas: seguir creciendo en el mercado nacional y abrir la puerta a la exportación. Ahí aparece el perfil más expansivo del directivo, pero también el más competitivo. No habla de conservar posición, habla de seguir subiendo. Y en esta voluntad de crecimiento hay una idea de liderazgo muy reconocible: avanzar con decisión, aun sabiendo que toda expansión obliga a revisar procesos, asumir riesgos y adaptarse a escenarios nuevos. «Seguir trabajando con más ilusión y esfuerzo que nunca, adaptándonos a los nuevos retos», concluye Campillos.

«Hay que tener los objetivos claros y trabajar con criterio y decisión»

«Quiero hacer de Óptima Farma una gran compañía, líder en el sector»

«La energía deja de ser un coste incontrolable para convertirse en una herramienta de ahorro, competitividad y seguridad».

En esa transformación se apoya la visión de Javier Becerra, una idea que no solo define el momento actual del sector, sino también el propósito de Quantica Renovables: ayudar a empresas y hogares a entender, producir y gestionar su propia energía de una forma más eficiente y estratégica.

El planteamiento va más allá de la instalación de placas solares, y Javier Becerra habla de acompañamiento, de un cambio profundo en la relación con la energía. Desde el diseño y la ingeniería hasta la financiación, la monitorización o el servicio, la compañía articula una propuesta integral que responde a un contexto en plena transformación. «Queremos impulsar un modelo energético más inteligente, más eficiente y más resiliente», explica, convencido de que la generación cercana al punto de consumo marcará el futuro del sistema energético. Un futuro que pasa por acelerar la electrificación, el autoconsumo y la gestión inteligente de la energía, con Quantica como plataforma de referencia en energía distribuida en España, consolidándose como un socio energético integral capaz de acompañar a clientes en todo el ciclo. «Crecer no significa solo vender más, sino hacerlo mejor», afirma. Esta idea se traduce en reforzar la experiencia del cliente, elevar la excelencia operativa y apostar por una innovación útil, capaz de aportar valor real.

Javier Becerra

Energía inteligente y liderazgo sereno

PREMIO CEO DEL AÑO EN INGENIERÍA SOLAR Y AUTOCONSUMO FOTOVOLTAICO

El reto de liderar la nueva energía

La trayectoria de Javier Becerra está profundamente ligada al desarrollo de proyectos energéticos y de infraestructura, especialmente en el ámbito del autoconsumo industrial. Este recorrido le ha permitido conocer de primera mano las necesidades reales de las empresas y entender el papel que puede desempeñar una compañía con capacidad técnica y visión estratégica. Su llegada a la posición de CEO responde «a una evolución natural dentro de un proyecto que conoce bien y en el que cree».

El Premio CEO del Año en Ingeniería Solar y Autoconsumo Fotovoltaico encaja en su enfoque, y Javier Becerra lo interpreta desde la gratitud y la responsabilidad. «Nin-

gún reconocimiento es verdaderamente individual», sostiene, poniendo el foco en el equipo y en el recorrido colectivo de la compañía. Para Quantica, el premio supone también la validación de una manera de entender la energía desde la ingeniería, la innovación y el servicio, reforzando la percepción de que la estrategia seguida es la adecuada.

Ingeniería, cultura y decisiones

La conexión directa con el negocio se refleja en su estilo de liderazgo. «Liderar no consiste en alejarse de la operación, sino en entenderla bien», afirma, reivindicando la cercanía con los equipos como una herramienta clave. Su manera de dirigir combina ambición con serenidad, exigencia con confianza y una visión de largo plazo con foco en la ejecución diaria. El objetivo no es solo marcar el rumbo, sino construir una cultura en la que las personas sepan qué se espera de ellas y se sientan parte de un proyecto con sentido.

Cuando define qué es imprescindible para un CEO, introduce un equilibrio claro entre estrategia y actitud. La visión para anticipar el mercado y la capacidad de decisión para actuar en contextos complejos conviven con dos elementos que considera irrenunciables: la escucha y la humildad. «Un CEO no puede dirigir bien si deja de escuchar, más en un sector donde el cambio es constante y obliga a aprender de forma continua».

Su filosofía de gestión se articula en torno a una idea sencilla: generar valor real, tanto para el cliente como para el equipo y para la sociedad. Esta cultura, basada en la excelencia técnica, el rigor y la confianza, actúa como ancla en un entorno exigente. «La credibilidad lo es todo», afirma, consciente de que el cliente deposita en la compañía decisiones estratégicas que afectan directamente a su competitividad.

«La energía deja de ser un coste incontrolable para convertirse en una herramienta estratégica»

«Un CEO no puede dirigir bien si deja de escuchar, más en un sector en cambio constante»



Javier Becerra, CEO de Quantica Renovables, posa con el premio con Juan Marín.

Autorretrato

He tenido la oportunidad de vivir la evolución del sector desde dentro, lo que me ha permitido entender tanto sus retos como sus oportunidades. Me motiva formar parte de un proyecto con impacto, en un momento clave para la transformación del modelo energético. Creo en el trabajo riguroso, en la cercanía con los equipos y en la importancia de escuchar para tomar mejores decisiones. Entiendo el liderazgo como una responsabilidad que exige compromiso, aprendizaje constante y una visión clara de hacia dónde queremos llegar.

ESPECIAL V PREMIOS CEO DEL AÑO



Eugenio Fumero González posa con Juan Marín

Autorretrato

He crecido entendiendo la logística desde dentro, aprendiendo cada detalle del sector y su evolución en un territorio tan singular como Canarias. He vivido de cerca cómo una empresa puede transformarse si mantiene su esencia pero apuesta por la innovación.

Creo firmemente en el trabajo en equipo y en el valor de las personas. Ningún avance tecnológico sustituye la implicación de quienes hacen posible que todo funcione. Mi objetivo siempre ha sido combinar eficiencia, cercanía y visión estratégica.

Me motiva seguir aprendiendo y adaptándome a los cambios, porque la logística nunca se detiene. Cada reto es una oportunidad para mejorar y ofrecer soluciones más completas y sostenibles.

Eugenio Fumero González

Logística con visión insular

PREMIO CEO DEL AÑO EN GESTIÓN DEL TRANSPORTE INTERINSULAR

Mover mercancías entre islas no es solo una cuestión de rutas, sino de entender un territorio fragmentado y convertirlo en una red eficiente y coordinada. Eugenio Fumero González ha construido su trayectoria precisamente sobre esa idea: eliminar las barreras de la insularidad y transformarlas en oportunidades logísticas.

Desde la dirección de Grupo Fumero, ha impulsado una evolución que va más allá del transporte tradicional, integrando servicios para ofrecer soluciones completas que optimizan la cadena de suministro.

La historia de la compañía está profundamente ligada al desarrollo logístico en Canarias. Con más de tres décadas de experiencia acumulada, el grupo ha pasado de ser un transportista convencional a convertirse en un operador integral capaz de

gestionar más de 1.000 contenedores mensuales entre islas, más de 4.500 transportes punto a punto al mes en las islas capitalinas y un reparto capilar de más de 15.000 puntos de entrega al mes. «Para ello dispone-

«Hay que entender la logística como un valor estratégico que elimina barreras»

«Este reconocimiento pertenece a todo el equipo que hace posible cada operación»

mos de una flota que supera los 250 elementos de transporte. No basta con mover mercancías; hay que aportar valor real al cliente, anticiparse y resolver», sostiene Eugenio Fumero, quien entiende la logística como «un engranaje estratégico en el que cada decisión impacta directamente en la competitividad empresarial».

Este salto cualitativo ha exigido también un cambio en la forma de dirigir: Grupo Fumero no se limita a gestionar, adopta el papel de socio estratégico, con una visión que combina conocimiento, adaptación y comprensión de la geografía operativa. «Hay que tener una visión periférica, entender el entorno y actuar con agilidad; el cliente necesita un consultor, no solo un gestor». Su filosofía de trabajo se apoya en un equilibrio claro: aplicar procesos avanzados sin renunciar al trato cercano. Así, Eugenio Fumero reivindica el factor humano como pieza clave. «Lo importante no es solo saber qué hacer, sino cómo gestionar a las personas y la incertidumbre». Pensamiento estratégico, empatía, capacidad de decisión y adaptación tecnológica forman parte de un liderazgo que busca cohesionar equipos y responder a escenarios cambiantes.

Logística como ventaja competitiva

La digitalización de los procesos, la geolocalización y la apuesta por la sostenibilidad marcan el rumbo. Su objetivo es ofrecer una ventaja competitiva basada en la integración de servicios, la reducción de costes y la simplificación administrativa.

En un territorio como Canarias, donde la

fragmentación geográfica condiciona cualquier operación, esta propuesta adquiere un valor diferencial. «Somos más que un transportista; somos un socio estratégico», subraya. Esta afirmación resume una transformación empresarial que ha reforzado la posición del grupo frente a grandes operadores: la combinación de experiencia, innovación y conocimiento local permite a la compañía responder en tiempo real a las necesidades del mercado, adaptándose a cada cliente con soluciones específicas.

El reconocimiento como CEO del Año en Gestión del Transporte Interinsular llega como consecuencia natural. Para Eugenio Fumero, sin embargo, el foco no está en lo individual. «Es un reconocimiento a la constancia. La logística es un sector de héroes silenciosos donde solo se nota cuando algo falla. Este premio pone en valor las horas de planificación y la capacidad de superar los retos de la insularidad». Y añade: «Es un premio para cada conductor, administrativo y mozo de almacén, y demuestra que, aunque tengamos raíces familiares, competimos al más alto nivel».

La proyección de futuro mantiene esta misma lógica de evolución constante. El objetivo es avanzar hacia una flota inteligente y multitemperatura, capaz de responder a la inmediatez del mercado con eficiencia energética, frecuencia y flexibilidad. Más allá de la tecnología, la clave seguirá siendo la capacidad de adaptación y la anticipación a las necesidades de un entorno en permanente cambio.