

ABC TOP 100

DIRECTIVOS
PYMES 2025

CAMBIAR DE TRABAJO NO ES FÁCIL

Cambiar tu nómina al Santander, sí

Trae tu nómina y suma mes a mes hasta

840€*
en dos años

sin permanencia

Es el momento

 Santander

*Promoción válida hasta el 30/10/2026 para clientes mayores de edad residentes en España que domicilien ingresos (nómina o pensión de al menos 800€/mes o con tu cuota de autónomos) y que no los tengan previamente domiciliados en el Banco. **Incentivo base por domiciliación de Ingresos:** 10€/mes para ingresos entre 800€ y 1.499€. 15€/mes para ingresos iguales o superiores a 1.500€. **Incentivos adicionales mensuales:** Para ingresos entre 800€ y 1.499€: 3 envíos de Bizum o 1 movimiento con Tarjeta de Crédito 10 €, 2 recibos domiciliados 10€. Incentivo máximo mensual total: hasta 30€/mes. Para ingresos iguales o superiores a 1.500€: 3 envíos de Bizum o 1 movimiento con Tarjeta de Crédito 10€, 2 recibos domiciliados 10€. Incentivo máximo mensual total: hasta 35€/mes. Bonificación mensual, variable y condicionada al cumplimiento de los requisitos en cada periodo, no acumulativa ni retroactiva durante un máximo de 24 meses. Sin permanencia. Importes sujetos a retención conforme a la normativa fiscal vigente. Consulta condiciones completas en bancosantander.es

Un merecido primer plano

Las pymes son la verdadera columna vertebral de la economía española, un incuestionable e irremplazable motor que representa más del 99% del tejido empresarial del país y genera en torno a dos tercios del empleo total. Ya sea una pequeña tienda que cohesiona el barrio, una prometedora startup que comienza a germinar su revolución en un garaje o un proyecto industrial que proporciona aliento a la España vaciada, detrás de cada negocio está el sueño de alguien que un día decidió arriesgar su patrimonio, su tiempo y su tranquilidad para construir algo propio y con evidente impacto en su entorno. Son 'héroes cotidianos' que dan forma al futuro desde la más absoluta invisibilidad o incluso señalados por viejos tópicos y estereotipos que aún persisten en buena parte de la sociedad en torno a la figura de empresario.

En colaboración con Banco Sabadell y Cepyme, la iniciativa 'ABC Top 100 Directivos Pymes' surge precisamente para poner en primer plano el esfuerzo de estos

arquitectos del mañana y de los equipos que les acompañan en la incierta aventura de sacar adelante sus proyectos sorteando crisis, recelos y barreras. Un reconocimiento que es también una llamada a allanar el empedrado camino por el que tratan de avanzar. Desde el mismo punto de partida, el día a día de estos negocios se convierte en una carrera de obstáculos fiscales, normativos y burocráticos que convierten su supervivencia en una odisea. Y el objetivo no debe ser resistir con el agua al cuello, sino consolidarse, innovar y crecer. Porque un país sin pymes sólidas acaba teniendo una economía más débil y una sociedad menos cohesionada.

En la elección de este Top 100 se han tenido en cuenta baremos económicos objetivos, pero también el afán por impactar en la sociedad, en el entorno y en el cuidado de ese activo esencial que es el talento. El resultado es un rico crisol de un tejido empresarial vivo y palpitante. Merecen todos los titulares.

Sumario

- 4 Una carrera de obstáculos**
Un análisis de las barreras coyunturales y estructurales que frenan la consolidación y el crecimiento de nuestras pymes
- 8 Tribuna**
Ángela de Miguel, presidenta de Cepyme, reivindica el valor de ser empresario en nuestro país y el papel clave de las empresas medianas
- 10 El principio del fin de los tópicos**
Los empresarios buscan mejorar su conexión con la sociedad para acabar de romper con los viejos estereotipos
- 16 La moneda en el aire de la IA**
Con un salto digital aún sin consolidar, las pymes se enfrentan a una revolución algorítmica que puede ser una gran oportunidad o una brecha insalvable
- 16 La batalla del talento**
En un contexto de gran sequía de perfiles cualificados, las pequeñas empresas juegan sus bazas de cercanía y flexibilidad
- 20 Los elegidos del Top 100**
Los directivos seleccionados detallan las claves de su gestión y el valor diferencial e impacto de su propuesta empresarial



ABC

DIRECTOR JULIÁN QUIRÓS | **COORDINADOR** FERNANDO PÉREZ | **REDACCIÓN** BELÉN RODRIGO, ALBERTO VELÁZQUEZ, LAURA SÁNCHEZ, ICÍAR MINER Y CHARO BARROSO | **DISEÑO** MCARMEN MORENO | **FOTOGRAFÍA** MATÍAS NIETO | **ESTRATEGIA Y PROYECTOS ESPECIALES** ANTONIO MENDOZA Y CAMILA PLATA | **MARKETING** INMACULADA OLIVA | **DIRECTORA COMERCIAL** SONSOLES NOCITO | **PUBLICIDAD** MARTA HERRERA | **IMPRIME** COMECO GRÁFICO | **DIRECTORA GENERAL** ANA DELGADO GALÁN

C/JOSEFA VALCÁRCEL, 40B, 28027 MADRID +34 91 33 99 000 WWW.ABC.ES

Las pymes piden un camino menos empedrado para su viaje de crecimiento

Además de los factores coyunturales que impactan en su actividad, la consolidación de este tejido empresarial esencial para nuestra economía se enfrenta a un impenetrable muro fiscal, normativo y burocrático

BELÉN RODRIGO

Las pymes son la base del tejido empresarial español y uno de los grandes e indiscutibles motores de la economía y de la generación de empleo. Son esenciales, pero en muchas ocasiones la creación y el crecimiento de estos proyectos se convierte en una compleja odisea plagada de laberintos burocráticos y complicaciones normativas. Como resalta un reciente estudio de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), las trabas empiezan desde el minuto cero.

A pesar de que se han producido algunos avances en los últimos años, constituir una empresa en España sigue siendo un proceso complejo y lento que exige permisos múltiples de distintas administraciones. Los problemas y las trabas no disminuyen las fases de consolidación y crecimiento, oscureciendo así un panorama coyuntural ya de por sí bastante complejo.

ENTORNO COMPLEJO

El segmento empresarial de las pymes se enfrenta actualmente a un contexto marcado por el estancamiento de la productividad, el incremento sostenido de los costes operativos y un entorno financiero exigente. «Aunque las pymes han experimentado un crecimiento tanto en número de empresas como en generación de empleo, su capacidad de expansión y transformación digital se encuentra limitada por factores como la elevada presión fiscal (situando a España entre los países con mayor carga tributaria de la Unión Europea en 2026) y las dificultades de acceso a financiación en condiciones favorables», resalta Cristina Isabel Dopacio, directora del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad CEU San Pablo.

Otros factores estructurales condicionan la expansión e incluso la supervivencia de estas empresas. Al superar ciertos umbrales de tamaño desde el punto de vista del número de empleados o de la facturación, las pymes pasan a estar sujetas a nuevas obligaciones en materia laboral, contable, fiscal y de gobernanza que implican mayores costes y una gestión más compleja. «Esta circunstancia genera incentivos para frenar el crecimiento o incluso para reorganizar la actividad empresarial con el fin de evitar superar di-

chos umbrales», recuerda Raúl Mínguez, director del Servicio de Estudios de Cámara de España.

Este lastre desincentivador en forma de carga burocrática, conocido como el 'efecto escalón', explica en buena medida la atomización de nuestro tejido empresarial. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), las pymes representan en nuestro país el 99,8% del conjunto de empresas activas. El porcentaje de microempresas supone el 94,4% del total empresarial, mientras que las pequeñas empresas constituyen en torno al 4,8% y las medianas empresas apenas alcanzan el 0,6%. «Esta configuración empresarial tiene importantes implicaciones económicas, entre las que destacan una menor capacidad de inversión, niveles reducidos



de productividad media, limitada internacionalización y una mayor vulnerabilidad ante episodios de inestabilidad económica y financiera», resalta Dopacio.

Desde Cámara de España explican que las dificultades para crecer no se muestran de manera gradual, sino que se concentran en segmentos de tamaño muy concretos. Sobre todo, se identifican frenos al crecimiento cuando una pyme se plantea pasar de nueve a diez trabajadores, en el entorno de los veinte empleados y, de forma especialmente intensa, al aproximarse a los 50 trabajadores. «En estos tramos, el número de empresas observadas es sensiblemente inferior al que cabría esperar de acuerdo con la distribución que sigue el tejido productivo», indica Mínguez. Además, en los tramos de veinte y cincuenta trabajadores también se observa una acumulación de pymes en los segmentos de empleo inmediatamente anteriores.

«Este comportamiento refuerza la idea de que puedan existir dificultades o barreras que motivan que las empre-

sas sean reacias a superar dichos umbrales», matiza. De ahí que no se trate de una falta de capacidad de crecimiento, «sino de una respuesta racional a los incentivos negativos que genera el entorno regulatorio y administrativo», puntualiza.

La Cámara de España apuesta por avanzar hacia un entorno más favorable en el que se incentive el crecimiento empresarial y en el que aumentar el tamaño de la empresa no suponga afrontar barreras adicionales que desanimen su expansión. Una de las prioridades sería la revisión de las obligaciones regulatorias y administrativas que se activan al alcanzar los umbrales detectados. «El objetivo sería reducir las cargas que dificultan el desarrollo normal

SOLUCIONES

Los expertos instan a eliminar regulaciones duplicadas o innecesarias y a utilizar el principio de proporcionalidad en su aplicación

de la actividad empresarial y frenan el crecimiento de las pymes», explica el director del Servicio de Estudios de la Cámara de Comercio de España.

En este sentido, este experto defiende la aplicación efectiva del principio de proporcionalidad en la regulación, de forma que las exigencias normativas se adapten mejor al tamaño real de las empresas. «El crecimiento debería ser un proceso progresivo, y no implicar saltos bruscos en costes y obligaciones que rompan la continuidad de la actividad empresarial y generen incentivos para mantenerse por debajo de ciertos tamaños», aclara. Asimismo, se plantea la necesidad de simplificar el marco normativo mediante la eliminación de regulaciones duplicadas o innecesarias.

MOMENTO DELICADO

La carga burocrática es un problema estructural que complica un momento ya de por sí difícil. Según datos ofrecidos por Cepyme, en términos de impacto económico, las pymes generan aproximadamente entre el 61% y 62% del Valor Añadido Bruto (VAB) nacional y concentran cerca del 66% del empleo total en España. Sin embargo, durante los últimos años se ha observado una desaceleración de las ventas y una pérdida de productividad, en un contexto donde los costes operativos han aumentado alrededor de un 25% desde 2019.

«A ello se suma el encarecimiento de la financiación empresarial, reflejado en un tipo de interés medio cercano al 4,81% para las pymes, lo que incrementa significativamente la carga financiera y reduce la capacidad de inversión y crecimiento empresarial», resalta Cristina Isabel Dopacio.

Para casi la mitad de las pymes, el coste del capital sigue siendo el principal obstáculo, agravado por la exigencia de avales y garantías que, asegura Dopacio, resultan difíciles de cumplir para los negocios de menor escala. «A esto se suma el impacto de la morosidad, que mantiene previsiones de estabilidad o ligero repunte para este año, presionando los márgenes de beneficio y tensando la liquidez justo cuando más se necesita para competir», añade la docente del CEU.

En materia de financiación, el portavoz de la Cámara de Comer-



cio cree que «resulta fundamental reforzar la información y el acompañamiento a las empresas para facilitar el uso de los distintos instrumentos disponibles, de manera que la falta de financiación no actúe como un freno al crecimiento empresarial».

«Muchas empresas sienten que el acceso a la financiación se ha estrechado progresivamente», afirma en este sentido Fernando Jesús Santiago Ollero, presidente del Consejo General de los Colegios de Gestores Administrativos. El Barómetro de Primavera 2026 de esta entidad refleja precisamente esa fragilidad estructural: casi una de cada cinco empresas presenta ya problemas graves de liquidez y cerca de un 20% reconoce haber incrementado sus necesidades de financiación. «Además, el gran problema es que muchas empresas están vendiendo más, pero ganando menos. Eso significa que necesitan más circulante para sostener la actividad ordinaria, lo que incrementa todavía más su dependencia financiera», matiza.

DETERIORO RECIENTE

El presidente del Consejo General de los Colegios de Gestores Administrativos tiene claro que hay una absoluta relación entre financiación y crecimiento. «La pyme vive del equilibrio diario entre liquidez, capacidad de inversión y margen operativo. Cuando la financiación desaparece o se encarece demasiado, la empresa deja de crecer, empieza a aplazar inversiones, reduce capacidad de contratación y entra en una dinámica defensiva», subraya. Y cuando esa situación se prolonga, aparecen las pérdidas y el cierre. «Lo preocupante es que estamos viendo un deterioro reciente. Más del 26% de las empresas que hoy están en pérdidas han entrado en pérdidas precisamente durante 2025. Eso significa que el problema no es heredado de la pandemia o de ejercicios anteriores, sino que responde al entorno actual: incremento de costes, presión fiscal, incertidumbre y exceso de burocracia», se lamenta. Sin financiación suficiente, «una pyme no solo no crece: pierde capacidad de resistir», puntualiza.

Para mejorar el escenario de la financiación empresarial, desde el Consejo General de los Colegios de Gestores Administrativos apuestan por recuperar una visión más cercana y más pegada a la realidad de la pyme. «Muchas decisiones financieras se toman hoy desde modelos excesivamente au-

Sin acceso a la contratación pública

El informe de la CNMC 'Estudio sobre las barreras a la creación y crecimiento de las pymes y su participación en la contratación pública' ahonda especialmente en el impacto nocivo en la actividad empresarial de la fragmentación y la complejidad normativa. Unas barreras que surgen ya durante la fase de constitución empresarial, en la que «la fragmentación institucional y la necesidad de interacción con múltiples organismos públicos pueden constituir obstáculos relevantes». La burocracia frena también el acceso a la contratación pública. «Las pymes encuentran dificultades para obtener información y la complejidad de la normativa o el propio diseño de los pliegos reduce sus opciones como adjudicatarias y les desincentiva a participar. Esto ocurre, especialmente, cuando hay requisitos innecesarios o desproporcionados que generan costes excesivos», subraya el informe del regulador.



tomatizados, alejados del conocimiento real del negocio y del empresario», indica su presidente.

También ve necesario reducir la incertidumbre. «No se puede pedir a las entidades financieras que asuman riesgo cuando el propio entorno económico y regulatorio transmite inseguridad permanente», añade. Y simplificar radicalmente la burocracia una vez que muchas pequeñas empresas destinan demasiados recursos a sobrevivir administrativamente. «Cuando una empresa pierde tiempo, recursos y rentabilidad en cumplir cargas administrativas crecientes, también empeora su perfil financiero», destaca.

Este contexto plagado de dificultades en el día a día complica procesos claves para la competitividad de las empresas como su digitalización y adaptación tecnológica o la expansión internacional. A pesar de todo, desde Crédito y Caución, compañía especializada en seguros de crédito interior y a la exportación, observan una mayor apertura a nuevos mercados por parte de las empresas. Un viaje decisivo en el que, de nuevo, la financiación «juega un papel fundamental porque a medida que aparecen nuevos clientes internacionales, más importante es la manera en la que se financian esas operaciones comerciales».

MOTIVOS PARA LA ESPERANZA

Precisamente, Crédito y Caución acaba de publicar el último 'Estudio de Gestión de Riesgo', elaborado junto con Iberinform y en el que han participado cerca de 600 empresas de toda España, de las que el 90% son pymes. Entre las cuestiones que aborda el informe se encuentran las principales amenazas y retos a los que se enfrentan las compañías españolas actualmente. «Así, mientras la incertidumbre geopolítica y el entorno económico se sitúan en las primeras posiciones para el 47% y el 38% de las empresas, respectivamente, sólo un 9% señala el acceso a la financiación como una de las principales dificultades, en estos momentos», resaltan desde la entidad.

Según los datos mensuales sobre constitución de empresas que ofrece Iberinform, filial de Crédito y Caución, el tejido productivo español está presentando buen comportamiento en lo que va de año. «Con los últimos datos disponibles relativos al mes de abril, en los cuatro primeros meses de 2026 la creación de empresas ha experimentado un crecimiento del 23%, en compa-

ración con el mismo período del año anterior», avanza.

Por otra parte, si nos fijamos en las compañías que ya están creadas y que buscan ampliar su liquidez para aumentar su capacidad de inversión y crecimiento, «el número de operaciones de ampliación de capital ha crecido un 2,3% en el conjunto del año, de acuerdo con el seguimiento que realiza Iberinform de los datos publicados en el Registro Mercantil», avanzan. Ambos indicadores apuntan una tendencia al alza, tanto de la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales como de la ampliación de recursos por parte de las que ya están constituidas.

Son datos esperanzadores en un contexto plagado de dificultades e incertidumbres. «La pyme española sigue resistiendo. No estamos ante un escenario de colapso inmediato. Pero sí ante un desgaste progresivo», indica Fernando Jesús Santiago Ollero. Las empresas mantienen empleo, siguen operando y continúan sosteniendo buena parte de

IMPACTO

Un país sin pymes fuertes acaba teniendo también una economía más débil, menos cohesionada socialmente y que resiste peor las crisis

la economía española, pero lo hacen cada vez con menos margen, más presión y mayor riesgo acumulado. Y con este contexto, «el gran riesgo es normalizar esa situación. Una economía puede seguir funcionando durante bastante tiempo mientras se erosiona lentamente la rentabilidad empresarial. Pero cuando desaparece el margen, desaparece también la inversión, la innovación y la capacidad de crecer», alerta. Y un país sin pymes fuertes acaba teniendo también una economía más débil y menos cohesionada socialmente. Raúl Mínguez coincide en la idea de que cuando las pymes no crecen, «la economía en su conjunto se resiente». Son muchos los estudios

que evidencian que las empresas de mayor tamaño presentan, en media, mejores niveles de productividad, mayor capacidad para innovar, una presencia internacional más sólida y una mayor resistencia ante crisis económicas. «Un tejido empresarial excesivamente atomizado limita el aprovechamiento de economías de escala y reduce la inversión en capital humano y tecnológico», subraya. Por eso hace especial hincapié en eliminar las trabas estructurales que frenan este necesario estirón. Facilitar que las pymes crezcan no es solo una política de apoyo empresarial, «sino una condición necesaria para reforzar el modelo productivo, mejorar la calidad del empleo, incrementar la productividad y, por ende, sostener el crecimiento económico a medio y largo plazo».

España no solo necesita más empresas, necesita también que sean más fuertes y grandes. Es el momento de poner las cosas fáciles, de allanar el camino a los proyectos que construyen y dan forma a nuestra economía.

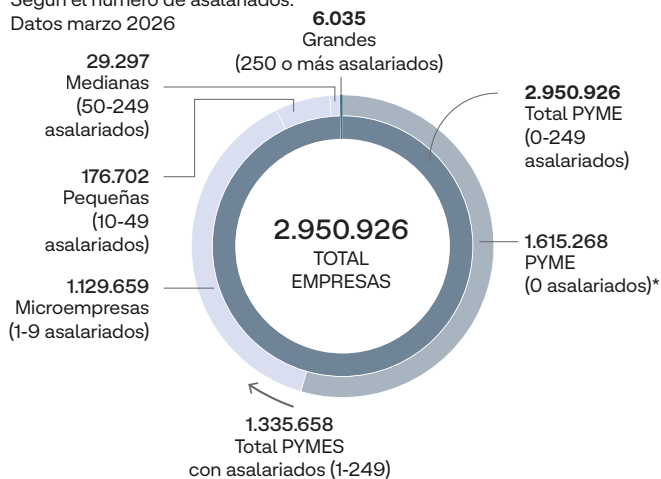
Distribución de empresas por tamaño y por sector

Según el número de asalariados. Datos marzo 2026

Empresas Por Tamaño	Agrario		Industria		Construcción		Servicios		Total
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	
PYME (0-249 asalariados)	258.964	99,9%	162.320	99,2%	333.871	99,9%	2.195.771	99,8%	2.950.926
PYME sin asalariados (0 asalariados)*	165.314	63,8%	61.548	37,6%	201.063	60,2%	1.187.343	54%	1.615.268
PYME con asalariados (1-249)	93.650	36,1%	100.772	61,6%	132.808	39,8%	1.008.428	45,8%	1.335.658
Microempresas (1-9)	85.349	32,9%	69.608	42,6%	110.574	33,1%	864.128	39,3%	1.129.659
Pequeñas (10-49)	7.238	2,8%	25.358	15,5%	20.235	6,1%	123.871	5,6%	176.702
Medianas (50-249)	1.063	0,4%	5.806	3,5%	1.999	0,6%	20.429	0,9%	29.297
Grandes (250 o más)	172	0,1%	1.254	0,8%	179	0,1%	4.700	0,2%	6.305
Total Empresas	259.136	100%	163.574	100%	334.050	100%	2.200.471	100%	2.957.231

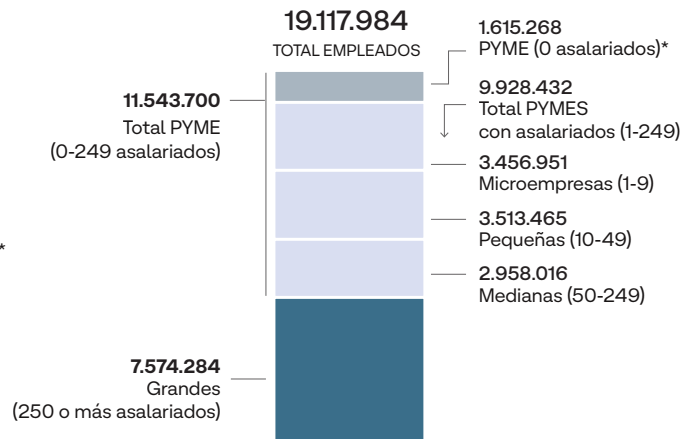
Empresas por tamaño

Según el número de asalariados. Datos marzo 2026



Empleo generado por tamaño de empresa

Según el número de asalariados. Datos marzo 2026



Fuente: Ministerio de Industria y Turismo

(*): Datos IV* trimestre de 2025

ABC

ÁNGELA DE MIGUEL

EL VALOR DE SER EMPRESARIO EN LA ESPAÑA DE HOY

La presidenta de Cepyme subraya que «España necesita reconocer más el esfuerzo empresarial. Necesita comprender que apoyar a quienes crean empleo y riqueza no es solo una cuestión económica, sino también social. La competitividad del país depende en gran medida de la capacidad de nuestras empresas para crecer, innovar y consolidarse»

España vive un momento decisivo. La incertidumbre geopolítica, los conflictos internacionales, la transformación tecnológica y la creciente competencia global están redefiniendo el papel de las empresas europeas. En este contexto, conviene situar en el centro del debate económico una realidad esencial: el valor estratégico de la mediana empresa española y de quienes la lideran.

La mediana empresa representa uno de los principales pilares de nuestra economía. Son compañías que generan empleo estable y cualificado, impulsan la innovación, exportan, vertebran el territorio y aportan competitividad al país.

España necesita más empresas medianas, más compañías capaces de crecer, internacionalizarse y ganar dimensión. Porque son precisamente estas empresas las que fortalecen el tejido productivo y permiten afrontar con mayor solidez los retos económicos actuales.

Y esos retos son especialmente complejos. La actual coyuntura internacional está teniendo un impacto directo sobre miles de empresas españolas. Los conflictos bélicos abiertos en distintas regiones del mundo han alterado cadenas de suministro, incrementado costes energéticos y logísticos y generado una volatilidad que dificulta la planificación empresarial y frena inversiones.

Para muchas medianas empresas industriales, exportadoras o vinculadas a sectores estratégicos, la incertidumbre internacional ya forma parte de su realidad diaria. A ello se suma un entorno marcado por el aumento de costes, la presión regulatoria y la necesidad de afrontar inversiones constantes en digitalización, sostenibilidad y modernización tecnológica.

La mediana empresa española compite en mercados globales, pero lo hace con menos capacidad financiera y menos recursos que las grandes corporaciones. Y, aun así, sigue demostrando una extraordinaria capacidad de adaptación, esfuerzo y resiliencia.

Por eso es más importante que nunca reivindicar el valor de ser empresario. Detrás de cada empresa hay personas que asumen riesgos, toman decisiones complejas, generan oportunidades y sostienen millones de puestos de trabajo. Ser empresario hoy exige visión, responsabilidad y capacidad para gestionar escenarios de enorme incertidumbre.

También implica compromiso con los trabajadores, los clientes, conocimiento de la innovación y proyección de futuro. Los directivos de medianas empresas representan, además, un liderazgo especialmente cercano y vinculado al territorio.

ÁNGELA DE MIGUEL

Presidenta de la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (Cepyme)



LA MEDIANA EMPRESA REPRESENTA UNO DE LOS PRINCIPALES PILARES DE NUESTRA ECONOMÍA



España necesita reconocer más ese esfuerzo empresarial. Necesita comprender que apoyar a quienes crean empleo y riqueza no es solo una cuestión económica, sino también social. La competitividad del país depende en gran medida de la capacidad de nuestras empresas para crecer, innovar y consolidarse.

En demasiadas ocasiones, el empresario ha sido percibido únicamente desde la óptica de la exigencia, pero pocas veces se pone suficientemente en valor lo que supone emprender, invertir y mantener una actividad empresarial en un contexto tan cambiante como el actual.

Por eso, iniciativas como 'ABC Top 100 Directivos Pymes' tienen un significado especial. No solo reconocen trayectorias profesionales de éxito, también visibilizan el talento, el esfuerzo y el compromiso de quienes cada día impulsan empresas competitivas, innovadoras y generadoras de empleo desde todos los rincones del país.

Reconocer a nuestros directivos y empresarios es también reconocer el papel esencial de las pymes en el crecimiento económico, la cohesión social y el futuro de España. Porque apostar por la mediana empresa es apostar por una economía más fuerte, más dinámica y mejor preparada para afrontar los desafíos del presente y del futuro.



BANCA DE EMPRESAS

Cerca de tu negocio para ayudarte a llegar más lejos.

- Asesoramiento
- Internacionalización
- Especialización



Infórmate en [bankinter.com/empresas/](https://www.bankinter.com/empresas/) o en nuestras 365 oficinas.

La figura del empresario comienza a sacudirse el peso de los estereotipos

Con la idea de que la reputación «no se reclama, sino que se construye» con transparencia y buen gobierno, las compañías avanzan en su conexión con la sociedad, aunque algunos viejos tópicos siguen muy arraigados

LAURA SÁNCHEZ

España parece haber empezado a reconciliarse con la empresa, aunque todavía no del todo con el empresario. La imagen social de quienes crean, financian o dirigen compañías atraviesa un momento de transición: se reconoce cada vez más su papel en la generación de empleo, inversión, innovación y crecimiento económico, pero persisten recelos culturales, brechas generacionales y una cierta sospecha hacia el éxito empresarial. El debate ya no gira solo en torno a cuánto aportan las empresas, sino también a cómo lideran, cómo reparten valor y qué vínculo construyen con la sociedad.

El informe 'Empresarios y sociedad, de tú a tú', elaborado por Grant Thornton y la Cámara de Comercio de Madrid a partir de una encuesta a más de 1.000 ciudadanos y 250 empresarios y directivos, retrata bien esa ambivalencia. El 81% de los ciudadanos considera a los empresarios actores fundamentales para el progreso de España, pero solo el 45% mantiene una percepción positiva del empresariado. La distancia se agranda entre los menores de 29 años: apenas el 31% tiene una imagen favorable de los empresarios españoles.

TAN LEJOS, TAN CERCA

La contradicción es significativa. La sociedad acepta la importancia económica de la empresa, pero no siempre traduce ese reconocimiento en confianza hacia el empresario. Alejandro Sánchez, socio director de BPS y director de la oficina de Grant Thornton en Madrid, lo resumió durante la presentación del informe al señalar que «no hay tantas cosas que separan a empresarios y sociedad como muchas veces refleja el debate público», aunque sigue existiendo una asignatura pendiente con los jóvenes.

Una de las claves de esa distancia está en la falta de contacto directo. Se-

gún el estudio, el 90% de los ciudadanos no tiene relación directa con empresarios o directivos. Esa ausencia de cercanía favorece una mirada abstracta, a veces alimentada por estereotipos. José María García, presidente de Air Rail, apuntó en el encuentro que la percepción cambia cuando hay conocimiento mutuo: la distancia entre empresa y sociedad nace muchas veces de no conocer la realidad cotidiana de las compañías.

Desde la Asociación Española de Directivos, Xavier Gangonells introduce un matiz relevante: conviene distinguir entre empresario y directivo. El primero suele asumir el riesgo emprendedor o patrimonial; el segundo lidera organizaciones, equipos, transformación y decisiones complejas. No son figuras equivalentes, pero comparten una responsabilidad esencial en la creación de valor, empleo, innovación y confianza. Para la AED, la percepción social de ambos perfiles está evolucionando, aunque todavía conviven avances con prejuicios culturales hacia el éxito empresarial.

Ese prejuicio se expresa, según Gangonells, en una mirada ambivalente hacia crecer, asumir riesgos o alcanzar posiciones de responsabilidad, como si el éxito empresarial tuviera que explicarse siempre desde la sospecha. En su opinión, la legitimidad social de la empresa ya no depende solo de los resultados obtenidos, sino de cómo se consiguen. La reputación empresarial «no se reclama: se construye», insiste la AED, con buen gobierno, transparencia, respon-

sabilidad, ejemplaridad y contribución real al progreso económico y social.

Juan María Nin Génova, presidente del Círculo de Empresarios, coincide en que la función empresarial es esencial para el sistema económico y social. Los empresarios asumen riesgos, invierten, innovan, crean empleo y ofrecen bienes y servicios en los mercados. Todo ello genera oportunidades, progreso económico, prosperidad y cohesión social. Sin embargo, advierte de que en algunos debates la imagen del empresario sigue anclada en caricaturas antiguas: la del capitalista enriquecido a costa del res-

MUNDOS PARALELOS

Más del 90% de los ciudadanos no tienen relación directa con empresarios o directivos, una cifra que resume la distancia entre la sociedad y la empresa



to de la sociedad, una figura más cercana a los 'robber barons' del siglo XIX que al tejido empresarial español actual.

La percepción pública, por tanto, no es homogénea. Nin Génova recuerda que casi tres millones de pymes representan el 60% del empleo privado, lo que significa que buena parte de la sociedad convive de alguna manera con empresarios cercanos, especialmente en pequeñas y medianas compañías. Pero también advierte de posibles brechas sociales y demográficas, especialmente entre los jóvenes, cuya desconfianza hacia la empresa puede convertirse en un problema de futuro si no se aborda con pedagogía, comunicación y hechos.

La cuestión generacional aparece como uno de los grandes retos reputacionales. Las nuevas generaciones reclaman empresas más humanas, con mejores condiciones laborales, mayor

flexibilidad, planes de carrera, conciliación y propósito. En el informe de Grant Thornton y la Cámara de Madrid, la mejora salarial emerge como la principal demanda social hacia las empresas: seis de cada diez ciudadanos señalan los bajos salarios como el principal punto débil del empresariado. Además, el 71% de la ciudadanía considera prioritaria una mejora salarial, frente al 40% de empresarios que la identifica como reto relevante para 2026.

IMPACTO COTIDIANO

Esa diferencia de prioridades explica parte de la brecha de confianza. Para muchos ciudadanos, especialmente jóvenes, la empresa ideal no se mide solo por su capacidad de crecer, internacionalizarse o innovar, sino también por su impacto en la vida cotidiana de los trabajadores. El estudio señala que la sostenibilidad es mencionada por el 95% de

los encuestados como rasgo deseable de la empresa del futuro, seguida de la internacionalización y la innovación. Las organizaciones empresariales admiten que la comunicación también es otro factor importante, aunque insuficiente si no va acompañada de ejemplaridad. Para la AED, no se trata de construir un relato complaciente ni de idealizar al empresario, sino de mostrar una realidad más completa: detrás de muchas empresas hay personas que arriesgan, lideran, invierten, innovan, crean empleo, desarrollan talento y toman decisiones difíciles en contextos de gran complejidad.

Nin Génova también subraya la necesidad de que las organizaciones empresariales sean más eficaces al comunicar con el público. En su opinión, deben aprovechar mejor los nuevos medios y depurar sus mensajes para cerrar las brechas de percepción. Pero





●●● añade otra obligación: posicionarse con claridad frente a conductas empresariales antisociales, como daños medioambientales, incumplimientos legales o escándalos. Los casos son minoritarios, pero perjudican la imagen del conjunto. La defensa de la empresa exige también defender códigos éticos y buenas prácticas.

El otro gran factor cultural es el fracaso. España ha avanzado, pero equivocarse todavía pesa. Para la AED, el miedo al error sigue condicionando la asunción de riesgos: cuando una sociedad castiga demasiado el fracaso, se innova menos, se emprende menos y se toman menos decisiones transformadoras. Ese temor afecta tanto a empresarios como a directivos, que en muchas organizaciones pueden percibir que el coste profesional de equivocarse supera el reconocimiento por intentar abrir nuevos caminos.

El Círculo de Empresarios aporta datos que refuerzan esa idea. En el informe del Observatorio de Emprendimiento Mundial de 2024, un 52% de las personas encuestadas citaba el miedo al fracaso como obstáculo al emprendimiento. Además, España aparece como un país donde se perciben pocas oportunidades para emprender: solo el 29% detecta oportunidades, frente al 82% en Estados Unidos. Para Nin Génova, fallan ambos lados de la ecuación: se perciben demasiados riesgos y costes, y pocas oportunidades claras.

La penalización del error también obliga a repensar el lenguaje. Si alrededor del 60% de las empresas no supera los cinco años de vida y el 25% de las nuevas desaparece en el primer año, como recoge Nin Génova citando estimaciones de Cepyme, cerrar un proyecto empresarial no debería entenderse automáticamente como fracaso personal o mala gestión. En muchos casos, es simplemente uno de los desenlaces

frecuentes de emprender.

Guido Stein, profesor ordinario del Departamento de Dirección de Personas en las Organizaciones del IESE Business School y director de su Unidad de Negociación, observa una mejora cultural. A su juicio, la mirada española sobre el empresario ha cambiado de forma apreciable. Durante años persistió una lectura ideológica que identificaba al empresario con el especulador o con quien se apropiaba de un valor generado por otros. Esa visión no ha desaparecido, pero se ha relajado.

NUEVA CULTURA

Stein atribuye parte del cambio a la nueva cultura emprendedora, visible en jóvenes que cuentan sus proyectos en internet y redes sociales. Esa exposición ha normalizado la figura de quien arriesga, prueba, se equivoca y vuelve a empezar. La sociedad mira hoy con menos sospecha a quien lanza una iniciativa propia, y el fracaso empresarial pesa menos que antes como marca personal.

Sin embargo, Stein introduce una advertencia: no conviene confundir emprendedor con empresario. El emprendedor puede abrir una tienda, lanzar un proyecto digital o poner en marcha un negocio de subsistencia. El empresario aparece cuando esa iniciativa adquiere consistencia: cuando hay nóminas, activos, clientes recurrentes, cuenta de resultados, balance y responsabilidad sostenida sobre otras personas. La prueba no está solo en empezar, sino en permanecer.

Por eso, el debate sobre la reputación empresarial no puede limitarse al entusiasmo por el emprendimiento. La

EFECTO STARTUPS

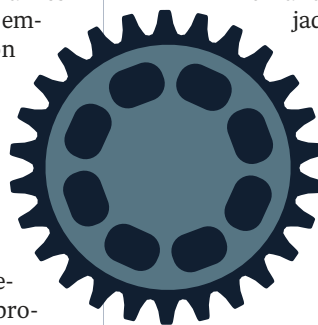
La visibilidad de jóvenes que cuentan sus proyectos en internet y redes ayuda a mejorar la percepción de la actividad empresarial

empresa no es solo impulso inicial, sino gestión, gobierno, continuidad y decisiones en contextos imperfectos. Stein advierte de que el momento actual combina mayor disposición a financiar proyectos con cierto componente especulativo. Cuando baje la marea, sostiene, caerán los proyectos oportunistas y quedarán aquellos con raíces empresariales sólidas, disciplina de gestión y vocación de permanencia.

Esa idea conecta con otro perfil que Stein considera relevante: profesionales de más de 55 años o personas prejubiladas que compran una empresa, se ponen al frente de ella y la convierten en su inversión de futuro. Para ellos, el negocio no es una aventura romántica ni una apuesta pasajera, sino casi un fondo de pensiones gestionado en primera persona. La experiencia, en esos casos, no es un obstáculo, sino un activo: ayuda a medir riesgos, distinguir lo importante de lo accesorio y evitar decisiones arrastradas por modas.

La reflexión de Stein introduce una dimensión menos habitual en el debate público. La cultura empresarial no se juega solo en la imagen del joven emprendedor tecnológico, sino también en la capacidad de sostener empresas ordinarias, con clientes, trabajadores, márgenes, deuda, proveedores y decisiones diarias. La reputación del empresario se construye en ese terreno menos vistoso: el de la permanencia, la responsabilidad y la gestión.

La empresa española queda así atrapada entre dos exigencias. Por un lado, debe explicar mejor su contribución: empleo, inversión, innovación, internacionalización, impuestos, formación, tecnología y cohesión territorial. Por otro, debe escuchar las demandas sociales que condicionan su legitimidad: salarios, estabilidad, conciliación, sostenibilidad, transparencia y buen gobierno. El empresario español ya no está condenado al estereotipo, pero tampoco cuenta con un cheque en blanco. La sociedad le reconoce como motor de progreso, aunque le exige demostrar que ese progreso es compartido. En esa tensión se juega la reputación empresarial del futuro: no en convencer a la ciudadanía de que la empresa importa, sino en probar, cada día, que importa para todos.



Para las ventas a crédito de tu empresa,
toda la seguridad de las mejores pólizas
con toda la libertad de elegir.

Con Máster Flexible, Elige elegir.

Porque sea cual sea el nivel de riesgo de tus clientes a crédito,
a la hora de asegurarlos, tú eliges cuántos, y tú eliges cuáles.



¡LLÁMANOS!

900 104 438
cesce.es



EDUARDO CURRÁS

DIRECTOR DE BANCA
DE EMPRESAS DE BANCO SABADELL

«HEMOS ACOMPAÑADO
SIEMPRE A LAS EMPRESAS
CON ASESORAMIENTO
Y SOLUCIONES
ADAPTADAS A
SU NEGOCIO»



El directivo de esta entidad tradicionalmente muy próxima a las pymes subraya que el elemento diferencial de su propuesta es tener un profundo conocimiento de cada sector para ir un paso más allá de la financiación tradicional y convertirse en un socio estratégico

BELÉN RODRIGO

Siempre se ha señalado el acceso al crédito como uno de los grandes desafíos de las pymes. ¿Ha mejorado en los últimos años?

—La situación del tejido empresarial ha mejorado sustancialmente. Las empresas han recuperado actividad y han avanzado en su transformación, de manera que se han fortalecido y han elevado su eficiencia y productividad. Hoy son compañías más profesionalizadas, con un foco mayor en la internacionalización, la digitalización y la sostenibilidad. Todo ello contribuye a mejorar su acceso a la financiación.

El reto es facilitar el crédito de forma inteligente, acompañando a las pymes en su crecimiento, digitalización y transición energética. La clave está en combinar financiación, asesoramiento y conocimiento sectorial. Desde Banco Sabadell, hemos acompañado siempre a las empresas con asesoramiento experto, entendiendo el negocio y su contexto, y ofre-

ciendo soluciones de financiación adaptadas. La mejor prueba de ello es el crecimiento de nuestra nueva financiación a medio y largo plazo, que en 2025 aumentó cerca de un 2% respecto al año anterior y que en el primer trimestre siguió al alza. Además, mantenemos más de 20.000 millones de euros en líneas preautorizadas, lo que aporta a las empresas mayor agilidad, seguridad y capacidad de planificación.

—¿Cuál es la propuesta diferencial de Banco Sabadell para estas compañías?

—Nuestra propuesta se basa en tres pilares: especialización, proximidad y soluciones integrales. Contamos con equipos dedicados exclusivamente al segmento empresarial, con un profundo conocimiento de las necesidades de cada sector, lo que nos permite ir más allá de la financiación tradicional y convertirnos en un socio estratégico. Disponemos, asimismo, de unidades expertas en comercio exterior, financiación estructurada y banca de inversiones, circulante y proyectos a medio y largo plazo, con lo

que podemos ofrecer soluciones adaptadas a cada fase del ciclo empresarial. Nuestra red y nuestro modelo de relación se basan en la cercanía, la agilidad y la confianza a largo plazo, con gestores especializados que acompañan de forma continua y aportan valor más allá de operaciones puntuales.

Además, entendemos que las necesidades de las pymes no se limitan al crédito. Por ello, combinamos financiación con asesoramiento en ámbitos clave como sostenibilidad e internacionalización. En Banco Sabadell, incorporamos la innovación y la digitalización como elementos transversales para mejorar la experiencia del cliente, agilizar la toma de decisiones y ofrecer respuestas más rápidas y eficientes, sin renunciar al componente humano.

—¿Es el asesoramiento personalizado la clave en la relación de los bancos con las pymes? ¿La digitalización y la tecnología son un freno o un aliado?

—El asesoramiento personalizado sigue siendo, sin duda, el gran valor añadido en la relación con las pymes. La mayoría de las empresas no quiere elegir entre lo digital o lo humano, sino combinar ambos. Solo un 20% opta por un modelo totalmente digital, mientras que la mayoría prefiere un enfoque híbrido. Más del 60% de las pymes recurre a su gestor cuan-



ISABEL PERMUY

do no puede resolver una necesidad a través de canales digitales, lo que demuestra que esta figura sigue siendo clave.

La tecnología no es un sustituto, sino un aliado que facilita mayor eficiencia y mejor información, pero que requiere capacidades adicionales y acompañamiento. Es precisamente el gestor quien aporta ese acompañamiento, criterio y conocimiento del negocio que le da la capacidad de adaptar soluciones a cada empresa. La tecnología, por tanto, es una gran palanca, pero el gestor sigue siendo el eje de la relación. Las pymes no buscan menos relación bancaria, sino una mejor: más digital en lo operativo y más personalizada en lo estratégico.

—¿Qué peso tienen las pymes en el negocio de Banco Sabadell? ¿Quiéren que sigan ganando protagonismo?

—El segmento de pymes es absolutamente central en el modelo de negocio de Banco Sabadell, forma parte de nuestro ADN y nuestra ventaja competitiva desde siempre. Hoy sigue siendo uno de nuestros principales motores de actividad y diferenciación. Mantenemos una posición muy fuerte y reconocida en el mercado español, donde somos un referente. Para Banco Sabadell, las pymes no son un segmento más, sino un pilar estratégico. Además, el cliente pyme está evolucionando y demanda mayor especialización, agili-

dad y capacidad de asesoramiento, ámbitos donde precisamente Banco Sabadell aporta un valor diferencial. Nuestra apuesta se sigue basando en ser el banco principal de las mejores empresas y nuestra ambición es continuar incrementando nuestra cuota de clientes, especialmente en aquellas zonas geográficas donde tenemos un mayor potencial.

—¿Qué importancia tiene la sostenibilidad en su oferta para pymes? ¿Cómo trabaja su banco en este ámbito?

—La sostenibilidad se ha consolidado como factor clave de competitividad para las pymes. Integrar criterios sostenibles no solo tiene impacto ambiental positivo, sino que también aporta valor añadido y facilita el acceso a nueva financiación en mejores condiciones. En los últimos años, se ha incorporado de forma progresiva al diálogo con empresas y autónomos, lo que nos ha permitido identificar retos, como el coste de la transición energética o la complejidad normativa, y desarrollar soluciones adaptadas. El banco ofrece productos con condiciones más favorables y servicios como el asesoramiento para acceder a ayudas públicas.

Nuestro acompañamiento incluye tanto financiación como el apoyo de especialistas que ayudan a identificar las mejores soluciones para cada sector. El objetivo es aumentar la financiación destinada a proyectos con impacto positivo en energías renovables, eficiencia energética, economía circular o movilidad sostenible. Esto incluye tanto préstamos específicos como soluciones vinculadas a objetivos de sostenibilidad en otro tipo de proyectos. Para las pymes, esto se traduce en mejores condiciones de financiación y apoyo para reducir emisiones, optimizar el consumo energético y avanzar hacia modelos más sostenibles. La sostenibilidad se está consolidando así como un motor de transformación y crecimiento.

—La internacionalización es un salto adelante que genera mucho vértigo en las pymes. ¿Cómo apoya Banco Sabadell este proceso?

—La internacionalización es una decisión estratégica relevante, especialmente por la inversión necesaria y la complejidad operativa, regulatoria y de riesgos que conlleva, a lo que se suma la actual

inestabilidad geopolítica. En Banco Sabadell, nuestro apoyo va mucho más allá de la financiación puntual. Se basa en tres pilares: conocimiento experto, acompañamiento real y una paleta completa de productos y servicios especializados. Contamos con equipos dedicados exclusivamente al negocio internacional que acompañan desde los primeros pasos hasta fases avanzadas, ayudando a tomar decisiones y evitar errores. El acompañamiento es integral y personalizado, incluyendo la gestión de cobros y pagos internacionales, la documentación, la resolución de incidencias y el apoyo en momentos críticos como los riesgos de cambio de divisa, aportando seguridad y tranquilidad al empresario. La oferta incluye financiación especializada para exportaciones e importaciones, circulante, pre-financiación y productos de 'trade finance' como créditos documentarios, garantías o avales, además de servicios para gestionar riesgos comerciales y de tipo de cambio.

Todo ello se apoya en una red internacional con oficinas de representación, sucursales, acuerdos con bancos corresponsales y una amplia experiencia en distintos países. También como la única entidad en España que desarrollamos programas formativos e informativos para que las empresas preparen planes de internacionalización objetivos y profesionales. Nuestro mensaje a las pymes es claro: internacionalizarse es un paso valiente y en muchos casos necesario para crecer, pero no tiene por qué hacerse en solitario.

—España vive también una eclosión de proyectos emprendedores innovadores

¿Cómo se posiciona su banco?

—Banco Sabadell participa en este ecosistema con una iniciativa pionera, BStartup, creada en 2013 como 'partner' financiero para estas empresas. Ofrecemos un servicio muy especializado con gestores y analistas 100% dedicados a las 'startups'. El año pasado financiamos a nuestros más de 6.000 clientes de este segmento con casi 500 millones de euros. También invertimos en capital, con 106 operaciones desde 2014. Tenemos un comité de inversión mensual en el que decidimos entrar en el capital de empresas punteras de salud, energía, IA o industria 4.0.



NUESTRA
PROPUESTA TIENE
TRES PILARES:
ESPECIALIZACIÓN,
PROXIMIDAD Y
SOLUCIONES
INTEGRALES

LA TECNOLOGÍA ES
UNA GRAN
PALANCA Y UN
ALIADO, PERO EL
GESTOR SIGUE
SIENDO EL EJE DE
LA RELACIÓN



El complejo desafío de atrapar la oportunidad histórica de la IA

Para que la irrupción de los algoritmos sea un verdadero impulso competitivo y no una nueva brecha, las pymes deben resolver retos de gobernanza, financiación, resistencia cultural y talento

CHARO BARROSO

La consultora McKinsey ha publicado recientemente un informe en el que sobresalen dos conclusiones, una buena y una mala, como narra el chiste. La provechosa, que España puede incrementar un 10% su PIB en el próximo lustro si acelera la automatización de procesos. Y eso, fundamentalmente, se logra con la implementación de la inteligencia artificial (IA). La negativa, en el entorno laboral, es que el 60% de las horas que se trabajan podrían hacerlas la IA y los robots. Funcas, en otro análisis, indica que la próxima década habrá 700.000 puestos de trabajo menos.

La IA puede ser el gran agente transformador para las pymes, según Francisco Hortigüela, presidente de la Asociación Multisectorial de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Electrónica (Ametic): «Supone una oportunidad histórica de dar un salto de competitividad que en condiciones normales les habría llevado años». «Hablamos de herramientas que les permiten automatizar procesos, tomar mejores decisiones basadas en datos, personalizar su oferta y competir en igualdad de condiciones con empresas mucho más grandes», añade.

El 'Barómetro de la Economía Digital 2025' realizado por la asociación muestra, no obstante, datos preocupantes: solo el 11,3% de las empresas españolas ha adoptado la IA, frente a un objetivo europeo del 75% para 2030. «La brecha es enorme –plantea Hortigüela–, y en las pymes la situación es aún más delicada. Por eso, desde Ametic insistimos tanto en la necesidad de un pacto de Estado por el talento y en políticas públicas que acompañen esta transformación con recursos reales, no solo con declaraciones de intenciones».

Ametic propone un diálogo a tres bandas entre la oferta tecnológica, la

demanda empresarial y la administración pública para que no existan problemas de acceso a la inteligencia artificial. «Una pyme que no tiene competencias digitales básicas, que no cuenta con un perfil técnico en su plantilla, que desconoce qué soluciones existen o cómo financiarlas... puede percibir la IA como una amenaza o simplemente ignorarla».

Para impulsar el desarrollo tecnológico de las pymes, desde la Administración se ha apostado por el Kit Digital y Kit Consulting con «el foco donde había que ponerlo: en las pequeñas empresas, que representan el grueso del tejido productivo español y que históricamente han quedado al margen de los grandes programas de digitalización; el impulso fue real y ha dejado huella», expresa el presidente de Ametic.

Sin embargo, considera que la ejecución ha sido desigual: «Ha habido fricciones burocráticas y el impacto real en la madurez digital de las empresas beneficiarias no siempre ha sido el esperado. Digitalizar una pyme no es instalar un software: se trata de un proceso que requiere acompañamiento, formación y seguimiento. España necesita un compromiso sostenido con la digitalización de sus pymes, no programas puntuales», explica Hortigüela.

DEBERES SOBRE LA MESA

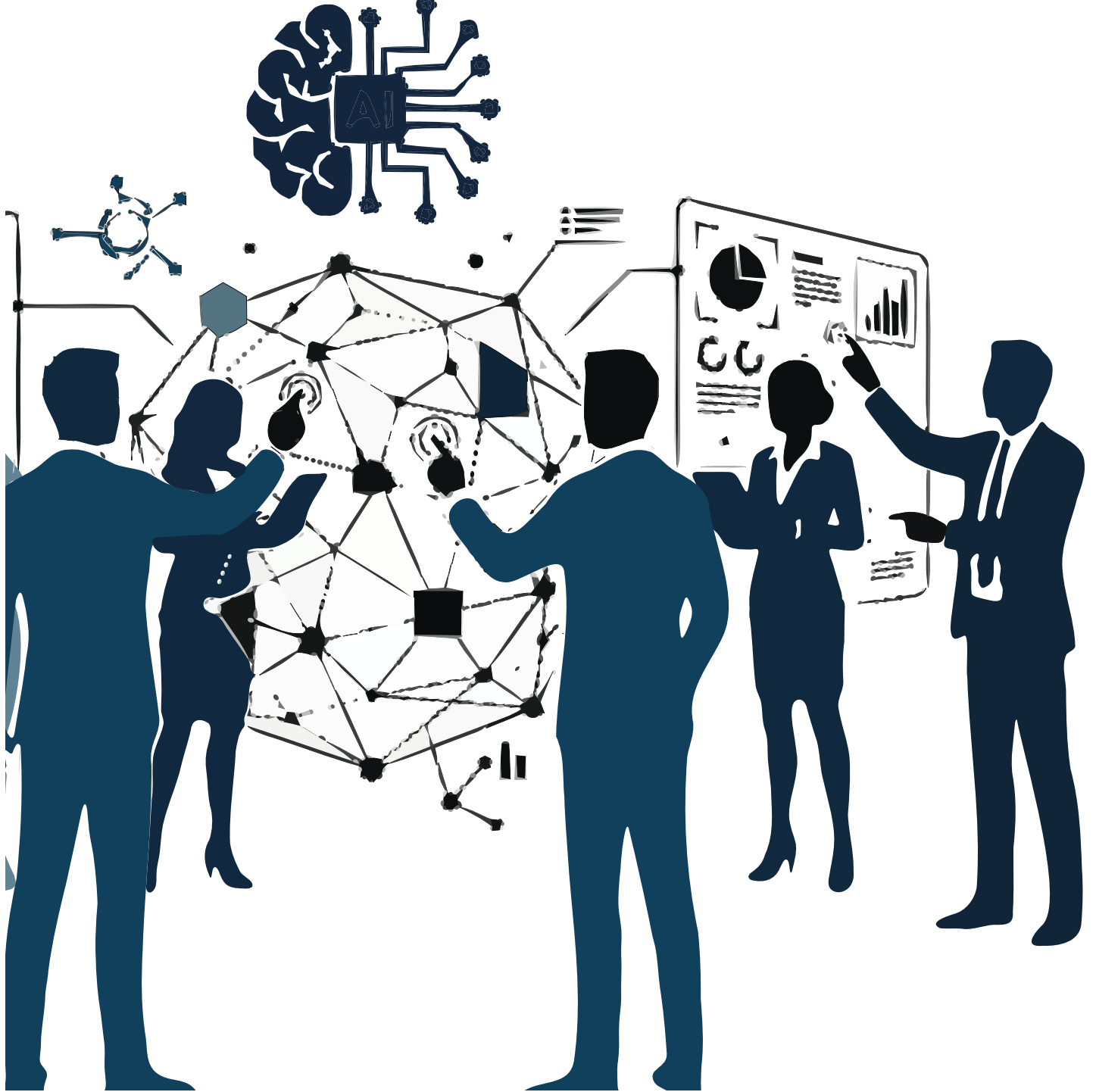
Las pymes parten de una posición más frágil por su tamaño y su estructura organizativa. Suelen carecer de perfiles especializados y de la capacidad de formar equipos al ritmo que exige la evolución de la tecnología. Según los últimos datos oficiales del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (Ontsi), en 2024 la adopción de inteligencia artificial en las empresas españolas se situaba en el 11,4% en el caso de las pymes, frente al 44% en las grandes empresas.

Justo Hidalgo, director de Inteligen-



cia Artificial de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital), comenta que estudios más recientes apuntan a «una aceleración significativa de la adopción impulsada por la IA generativa, con estimaciones que sitúan ya el uso en más del 20% de las empresas de más de 10 empleados, aunque con niveles de madurez e integración muy desiguales».

Otros obstáculos son, a juicio de Hidalgo, «el acceso a financiación, que condiciona tanto la inversión tecnológica como la capacidad de experimentación»; la gobernanza, que «no es exclusivo de las pymes, pero incorporar IA de forma adecuada implica cumplir con el marco regulatorio europeo, garantizar transparencia y asegurar que los sistemas sean fiables», y el compo-



nente organizativo, pues «la introducción de la IA obliga a revisar procesos, roles y dinámicas internas, y en muchos casos introduce cambios culturales profundos».

El beneficio principal de las pymes que incorporan la IA es la progresiva competitividad. «En un primer momento, hay una fase de productividad individual, donde los equipos aprenden a trabajar con modelos de IA y cambian su forma de interactuar con la información. Después, una fase de productividad organizativa, donde la inteligencia artificial se comienza a utilizar para automatizar procesos, conectar sistemas internos y mejorar la eficiencia de equipos completos. Y finalmente, una fase más avanzada, donde se integra en el propio funcionamiento del

IR MÁS ALLÁ

Digitalizar una pyme no es instalar un software: se trata de un proceso que requiere acompañamiento, formación y seguimiento, defienden desde Ametic

negocio, casi como una capa estructural. Es decir, la IA pasa a formar parte del sistema operativo de la empresa», sostiene el director de Inteligencia Artificial de Adigital.

La ciberseguridad es otro de los retos de las pymes. Datos que lo avalan: en 2024 solo el 31,85% de las pymes utilizaban servicios en la nube, frente al 73,59% de las grandes compañías. El desafío actual, subraya, «ya no consiste

únicamente en proteger infraestructuras o dispositivos como en los últimos años; la rápida adopción de servicios cloud, la llegada e implantación de la inteligencia artificial generativa y, en los últimos meses pero a gran velocidad, de los sistemas basados en agentes IA, está transformando profundamente la superficie de exposición de las empresas». El problema: «Muchas pymes están incorporando soluciones digitales muy avanzadas sin disponer todavía de capacidades equivalentes de supervisión, control o gobernanza», relata Hidalgo.

Las pymes no necesitan desarrollar modelos IA propios ni invertir en infraestructura compleja. Según Diego García Puado, socio responsable de IA en EY España, «lo más práctico es

●●● aprovechar soluciones de IA ya integradas en herramientas o productos de productividad personal que probablemente ya utilizan como Microsoft 365 Copilot, Google Workspace con Gemini o soluciones de IA embebida en software as a service (Saas), como pueden ser herramientas de contabilidad (sage, contaplus) o CRMs». Para necesidades más específicas, propone «los modelos de lenguaje accesibles».

PREGUNTAS CLAVES

Con el objetivo de identificar cuáles son las iniciativas con más valor y con retorno rápido, claro y seguro, valora que «una pyme se pregunte: ¿dónde pierdo más tiempo en tareas repetitivas?, ¿qué procesos podrían beneficiarse de respuestas automáticas o análisis más rápidos? La respuesta a esas preguntas determina qué tipo de solución explorar, y hoy existen opciones asequibles para prácticamente cualquier sector».

No cree García Puado que existan diferencias entre las pymes españolas y las de nuestro entorno: «Esto es un cliché y, aunque tradicionalmente siempre se ha percibido una brecha en la adopción tecnológica de las empresas españolas frente a sus homólogas europeas, la realidad actual es que la IA tiene una característica democratizadora que no se había dado antes. Hoy existe una mayor conciencia empresarial sobre el impacto de la IA en la productividad, eficiencia y competitividad. Además, confluyen varios factores que están acelerando esta adopción: el impulso de los fondos europeos y los programas de digitalización. El marco regulatorio europeo cataliza su adopción estableciendo un marco común y reduciendo la incertidumbre. Y por último, la madurez del ecosistema de startups tecnológicas, su talento y la capacidad de adaptación».

El responsable de IA en EY España pronostica que «en los próximos dos a tres años veremos la transición de una fase de experimentación a una adopción masiva y operativa». «Y lo más relevante es que las pymes no van a necesitar construir grandes departamentos de IT para beneficiarse de la IA. Podrán apoyarse en soluciones de mercado de forma escalable y segura», expone.

Para garantizar la privacidad o el gobierno de los datos, García Puado señala que no se requieren «grandes presupuestos o inversiones, sino una estrategia clara y de buenas decisiones desde el inicio». «El primer paso es entender que la protección de los datos no solo

11,4%

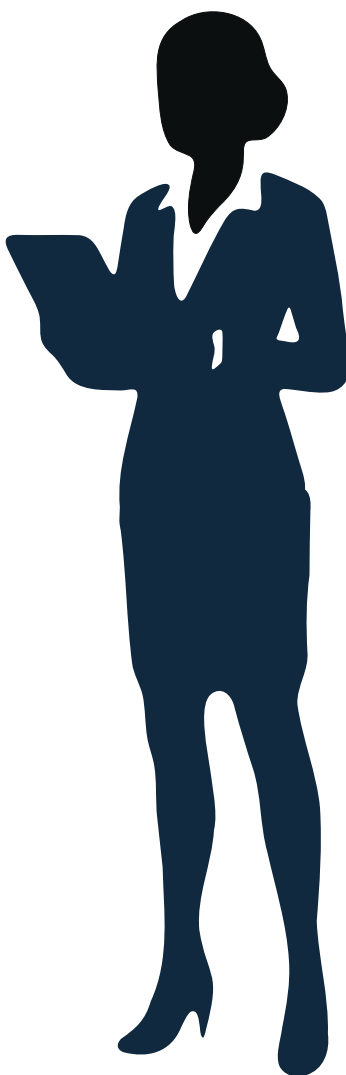
Es el porcentaje de adopción de la inteligencia artificial en las pymes españolas, frente al 44% en las grandes empresas, según datos del Ontsi

10%

Un informe de McKinsey apunta que España podría aumentar su PIB en este porcentaje en el próximo lustro si acelera la automatización de procesos

60%

Son las horas de trabajo que podrían realizar la IA y robots, según la misma fuente. Funcas indica que la próxima década habrá 700.000 empleos menos



depende de la tecnología, sino también del proceso y de la gobernanza de dichos datos. En el ámbito tecnológico, mi recomendación es la utilización de entornos privados o empresariales (entornos estancos), donde los datos nunca salen de la compañía y se garantiza que tus datos no serán utilizados para entrenar modelos públicos. Y para complementar, se debe intentar minimizar los datos que se compartan, o anonimizar estos datos antes de compartirse».

DESDE LAS AULAS

El talento se cultiva con formación. Y para Eduardo César Garrido Merchán, investigador de IA del Instituto de Investigación Tecnológica de Comillas y profesor de Métodos Cuantitativos en ICADE (Madrid), «las universidades se están poniendo las pilas con toda la ola de IA agéntica». Ejemplos, el grado en Business Analytics o la ingeniería en IA. «A nivel técnico, tenemos talento de sobra para la transformación digital», estima.

La implantación de la innovación disruptiva puede contribuir a aumentar la brecha tecnológica entre grandes empresas y pymes, aunque depende, según Garrido «de la estrategia de las pymes y del sector». No le queda otra remedio a las empresas que situarse en primera línea. «La productividad ha crecido en muchos sectores el último año gracias a la IA agéntica. Las pymes deben implementar el desarrollo», dice.

Existen distintos métodos de incorporar la IA al producto, aclara el docente: «Puede ser mediante APIs, que son llamadas a proveedores tipo GPT, Cloud... en las que pagas por tokens, relativamente barato, pero tiene el problema de la dependencia de proveedores». «También se puede comprar infraestructura, aunque precisa inversión — afirma Garrido— para disponer de un servidor, con un modelo de lenguaje, una herramienta de IA agéntica, con tus propios datos. Sirve especialmente para despachos de abogados».

¿Pero deben las distintas administraciones ayudar a que las pymes salven la brecha tecnológica? El profesor de Métodos Cuantitativos en ICADE piensa que «sería un acierto total la colaboración público-privada; desde la perspectiva del consumidor, pero también de la empresa, porque contribuiría a un fuerte incremento de la productividad». «La aceleración de los procesos de formación en las empresas supondría una medida positiva para la economía española», sentencia.



MINOR PRO SE CONSOLIDA COMO LA PROPUESTA COMERCIAL PUNTERA PARA PROFESIONALES DEL SECTOR HOTELERO

Esta oferta B2B de Minor Hotels engloba todos los servicios, soluciones y programas dirigidos a profesionales del sector.

Lo que distingue una empresa que cosecha éxitos es el afán de mejora constante. Mientras algunas compañías se acomodan en una determinada postura, otras innovan para crecer, trazar nuevos caminos y responder a las siempre cambiantes necesidades del mercado.

Aquí es donde se enmarca Minor PRO, la oferta para profesionales de Minor Hotels, una muestra de que son mucho más que un grupo hotelero, consolidando su estrategia comercial B2B. Minor PRO es un ecosistema de soluciones diseñada específicamente para profesionales del sector.

De este modo, Minor Hotels refuerza su postura como un actor unificador con el foco en el consumidor final, amén de una sólida estrategia de distribución, un cuidado programa de fidelización y la renovada propuesta comercial B2B que representa Minor PRO.

UN ECOSISTEMA CON VENTAJAS ESPECÍFICAS PARA PROFESIONALES

Minor PRO se erige como un epicentro para facilitar la vida de todos los profesionales vinculados al sector hotelero, ya sean agencias, organizadores de eventos corporativos o personas que viajan a menudo por trabajo. Minor PRO cuenta con su propia plataforma B2B, un sitio web único desde el que es

posible hacer reservas en tiempo real para reuniones y grupos; disponer de tarifas exclusivas y ventajas para empresas; y acceder a ventajas personalizadas y comisiones para agencias de viajes.

Esta propuesta B2B busca responder a las necesidades específicas de distintos perfiles profesionales. Por ello, reúne en un mismo ecosistema todos los recursos, herramientas y beneficios destinados a profesionales. A través del ecosistema Minor PRO, se puede acceder a los más de 560 hoteles del grupo, distribuidos en 57 países, con un catálogo de marcas que incluye Anantara, Elewana Collection, The Wolseley Hotels, Tivoli, Minor Reserve Collection, NH Collection, nhow, Avani, Colbert Collection, NH, Oaks, y iStay.

“Con esta oferta y plataforma, avanzamos con determinación en nuestra estrategia de transformación, apostando por una propuesta B2B más internacional, digital y cohesionada. Hemos creado una plataforma moderna y global que responde a las necesidades reales de nuestros clientes profesionales, al tiempo que refleja la amplitud, diversidad y solidez de nuestro porfolio hotelero”, en palabras de Fernando Vives, Chief Commercial Officer de Minor Hotels Europe & Americas.

Si lo que necesitas es un espacio para

planificar una reunión, un foro o una conferencia, podrás escoger entre su cartera de más de 3.400 salas equipadas con tecnología puntera.

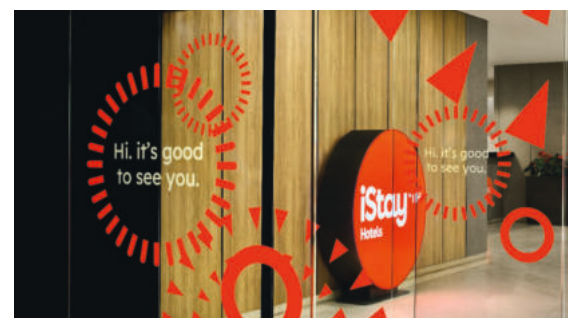
Para empresas y emprendedores, garantizan una experiencia de servicios de calidad, además de la posibilidad de reservar estancias –tanto de negocios como de ocio– con las mejores tarifas disponibles. Y en el caso de las agencias, como socios estratégicos fundamentales que son, un lugar donde encontrar de forma intuitiva su completa selección de hoteles en los destinos más deseados, pudiendo gestionar las reservas de manera rápida y segura, con acceso a tarifas exclusivas y comisiones.

LO QUE ESTÁ POR VENIR

Minor PRO es la punta de lanza de la estrategia comercial para profesionales de Minor Hotels. Es por ello que el proyecto cuenta con su propia identidad visual y concentra en una única web todos los beneficios y planes creados especialmente para cada segmento profesional. Entre ellos destaca el programa corporativo Minor PRO Business Programme, con ventajas tales como descuentos de hasta un 25% en estancias, un 10% en bares y restaurantes y un 5% en reuniones y eventos, entre otros. Además, recientemente se ha lanzado Minor PRO Agencies Programme, un programa dirigido a agencias de viajes en el que se ofrecen altas comisiones, junto con otros beneficios adicionales.

Pero queda más camino por recorrer, puesto que Minor PRO mantiene la mirada fija en el horizonte con la proyección de seguir trabajando en nuevos planes específicos para distintos colectivos profesionales, siempre un paso por delante de las necesidades del sector. Porque aquí es donde reside la clave del éxito, en poner a los huéspedes y, especialmente en este caso, a los profesionales en el centro de cada iniciativa.

MINORPRO



Un plan de acción para competir en la feroz lucha por el talento cualificado

Mientras las grandes corporaciones atraen a estos cotizados perfiles por marca, salario y proyección, las pymes juegan las bazas de la autonomía, la cercanía, la flexibilidad y el protagonismo en la toma de decisiones

ICIAR MINER

La escasez de talento cualificado representa uno de los desafíos estructurales más significativos para el tejido empresarial actual y, en particular, para las pymes, que se manifiesta de manera significativa en sectores como industria, energía, logística o tecnología. Desde especialistas en tecnologías de la información (IT), expertos en automatización, análisis de datos, mantenimiento industrial, así como cualquier perfil relacionado directamente con los procesos de transformación digital, la escasez de estos profesionales responde a una combinación de factores estructurales y de mercado que han generado un desajuste profundo entre la oferta y la demanda.

Según explica Martín Rodríguez, director general de Executive Education & Digital Learning en IE University, «el mercado pide adaptación y cambios rápidos que en muchos casos los modelos formativos tradicionales no son capaces de obtener». Una situación que a su vez se agrava por la alta demanda de especialistas en áreas como la inteligencia artificial, el análisis de datos y la automatización, que permite a estos profesionales recibir múltiples ofertas simultáneamente y tomar decisiones de contratación con gran rapidez, analiza Julia Carpio, directora de servicio de Adecco Staffing. «Y en perfiles digitales o técnicos eso se nota todavía más, porque son profesionales muy demandados. También influye que muchas veces las pymes buscan perfiles muy completos desde el inicio, cuando quizá la clave está más en incorporar talento con potencial y desarrollarlo dentro de la empresa».

Esta carencia de formación específica y de experiencia previa obliga, en muchos casos, a invertir tiempo y recursos adicionales en procesos de adaptación y capacitación, subraya también

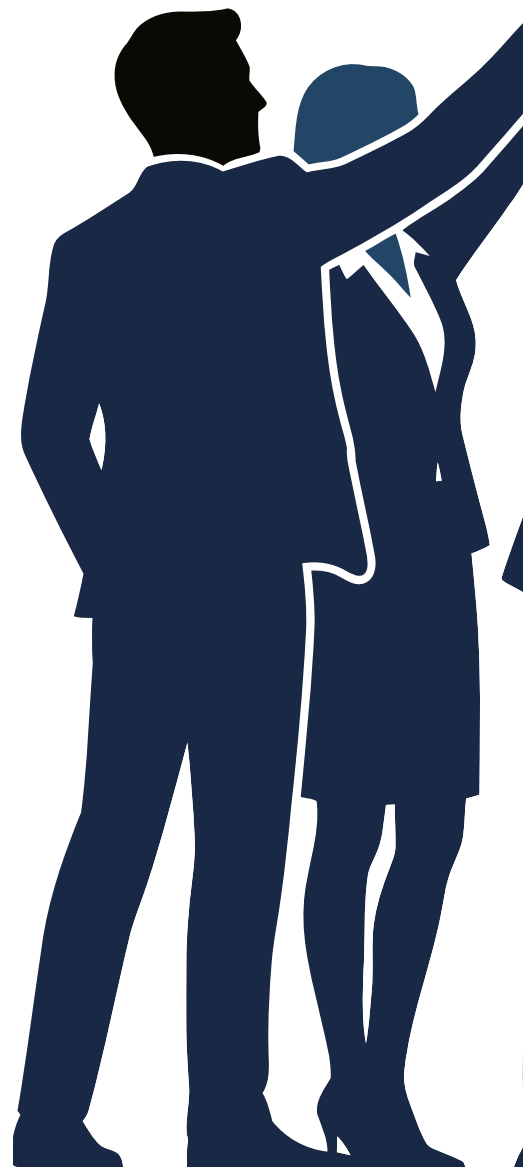
Cristina Isabel Dopacio, directora del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad CEU San Pablo. «La mayoría de las pymes señalan que encontrar profesionales con las competencias necesarias constituye el principal obstáculo en los procesos de contratación». A esto se suma la falta de motivación e interés de muchos candidatos por incorporarse a empresas de menor tamaño. «En numerosas ocasiones, los trabajadores perciben que las grandes compañías ofrecen mejores oportunidades de desarrollo profesional, estabilidad y beneficios laborales, lo que reduce el atractivo de las pymes como opción de empleo», puntualiza.

MÁS ALLÁ DEL SUELDO

El salario, en este contexto, sigue siendo importante, pero ya no es lo único, indican desde Adecco. «Mucha gente también busca un proyecto donde pueda aprender, tener flexibilidad o sentir que su trabajo tiene impacto y en eso, las multinacionales suelen tener muy trabajada su marca como empleadoras y eso genera confianza». Del mismo modo, Daniel Fraga, socio responsable de KPMG en Galicia, afirma que hoy en día las empresas tienen que enamorar para atraer y retener talento. «Realmente el que tiene que convencer al candidato es la empresa y no al revés. Y ahí las pymes no sólo tienen que ofrecer unas condiciones laborales cercanas a las de las empresas más grandes como salario, carrera profesional, beneficios sociales, formación, etc., sino que tienen que explotar sus características di-

ferenciales comunicando eficazmente su propósito, la relevancia de su impacto en las comunidades donde operan, así como un ambiente de trabajo cercano y familiar donde se maximice el vínculo empleado-empleador y el orgullo de pertenencia».

Otro factor relevante son los elevados costes que supone la contratación para este tipo de empresas. «Las limitaciones presupuestarias dificultan ofrecer salarios competitivos o incentivos atractivos, especialmente en com-



SER O NO SER

La escasez de talento se percibe ya como un desafío estructural que condiciona y cuestiona la viabilidad futura del negocio



paración con grandes corporaciones que cuentan con mayores recursos económicos», continúa explicando Cristina Isabel Dopacio. Además, esta problemática no se limita exclusivamente a los especialistas técnicos de base, ya que también existe una carencia notable de mandos intermedios que cuenten con experiencia previa y capacidad contrastada de gestión. En esta carrera, las grandes corporaciones suelen partir con ventaja gracias a una mayor notoriedad de marca, estructuras profesionales más definidas y una capacidad de inversión superior en beneficios y retribución. Sin embargo, «el desarrollo en una pyme, puede ser más rápido y transversal debido a la naturaleza de las funciones», puntualiza Martín Rodríguez.

Además de todas estas dificultades,

la mayor preocupación de las pymes ante esta escasez de talento radica en la pérdida de competitividad y en la limitación de su capacidad para innovar y crecer, explica Alberto Albitre, Director Financiero y Responsable de Cultura y Talento de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD). «A medio plazo, el principal riesgo que identifican es una pérdida progresiva de productividad y una ampliación de la brecha competitiva respecto a aquellas organizaciones que sí logren atraer y desarrollar el talento necesario para adaptarse al nuevo contexto económico y tecnológico».

MÁXIMA PRIORIDAD

Algo especialmente crítico en lo que respecta a la transformación digital y la implementación de la IA, por ser áreas que las empresas consideran prioritarias para su supervivencia según recoge el informe 'Perspectivas KPMG 2026'. Además, según los directivos consultados el reto a futuro es el talento, tanto desde la perspectiva del desarrollo de sus capacidades y competencias, como de la atracción y fidelización de los mejores profesionales, indica Daniel Fraga. «La lucha actual por el talento es máxima. Hay que tener en cuenta que el terreno de juego se ha ampliado exponencialmente en los últimos años, ya que la facilidad que existe hoy en día para la movilidad nacional e internacional, así como existencia de puestos trabajo que ofrecen la modalidad del teletrabajo desde cualquier lugar del mundo hace que esta tarea sea titánica». Aunque desde la APD, matizan un poco. «También observamos entre nuestra comunidad numerosos casos de éxito que demuestran que el tamaño no determina la capacidad de atracción», explica Albitre.

Además, la escasez de talento no se percibe solo como una dificultad de contratación, sino como un desafío estructural que condiciona la viabilidad futura del negocio. También preocupa «caer en un círculo vicioso en el que la falta de modernización por carencia de personal preparado acelere la fuga hacia grandes empresas o al extranjero puede dejar a las pymes con plantillas envejecidas o menos preparadas», puntualiza. Lo que las empresas tienen claro es que sólo con talento especializado se puede innovar, adaptarse al cambio y crecer. Por ello, «además de

la especialización, modernización y utilización masiva de la tecnología, nuestras pymes tienen que crecer para poder competir mejor».

¿Qué pueden hacer entonces las pymes para no quedar fuera de esta carrera? En palabras de Julia Carpio «deben centrarse en potenciar sus ventajas diferenciales y dejar de competir exclusivamente en el terreno salarial, donde las grandes corporaciones suelen tener ventaja». Para KPMG, «las pymes pueden sacar partido a su agilidad y tamaño reducido donde el profesional suele tener más visibilidad y participación, sintiéndose parte activa del proyecto empresarial viendo cómo sus decisiones tienen impacto en los negocios». La flexibilidad y la cercanía son otros pilares fundamentales. Los profesionales actuales valoran enormemente los modelos de trabajo basados en la confianza y la autonomía, así como una cultura organizativa más humana y ágil en la toma de decisiones, recomienda Alberto Albitre.

CUESTIÓN DE CONFIANZA

«Muchos directivos nos trasladan que el reto ya no está tanto en disponer de herramientas, sino en consolidar modelos de liderazgo capaces de gestionar con eficacia entornos basados en la confianza, la autonomía y la orientación a resultados». En todo este proceso, la cultura organizativa se ha convertido en un factor decisivo ya que las permite competir no desde la escala o el salario, sino desde la autenticidad y la calidad de la experiencia profesional que ofrecen.

«Hoy liderar implica repensar profundamente la propuesta de valor que las organizaciones ofrecen a sus profesionales», explican desde la APD y por ello, «muchos directivos están entendiendo que rediseñar la experiencia del empleado no es una cuestión táctica ni exclusiva del área de personas, sino una decisión estratégica que condiciona di-

rectamente la competitividad futura de la organización». Una de las grandes conclusiones que emerge de esas conversaciones es que competir por el talento exige, antes que nada, «evolucionar la forma de dirigir».

Operativamente, desde Adecco, apuntan que deben aprovechar su menor tamaño para implementar procesos de selección mucho más rápidos, evitando perder candidatos frente a corporaciones con burocracias más lentas que no pueden igualar la velocidad de respuesta necesaria en perfiles técnicos. Asimismo, resulta estratégico apostar por el desarrollo de talento interno mediante programas de 'reskilling' y 'upskilling', contratando perfiles con potencial para formarlos en las competencias técnicas específicas que el mercado no provee.

Finalmente, algo que no se puede obviar en todo este proceso, es el peso que está teniendo la digitalización. Los datos del estudio del informe de KPMG, indican que la transformación digital no es solo una opción, sino una prioridad estratégica; de hecho, cerca del 50% de los directivos la sitúan entre sus objetivos principales, mientras que un 60% incluye la IA como una prioridad de inversión para el futuro próximo. Una consecuencia que es doble porque, por un lado, hay vacantes que permanecen abiertas

durante meses y por otro, los profesionales necesitan seguir formándose fuera de los circuitos tradicionales.

La respuesta, en opinión de los expertos, pasa por asumir que la formación ya no es una etapa, sino un proceso continuo. «La formación continua no solo mejora capacidades, también fideliza talento y prepara a la empresa para competir, esto es cada vez más relevante en nuestro entorno de cambio rápido», insiste Martín Rodríguez. «Y eso pasa por una colaboración mucho más estrecha entre empresa y universidad». Una tendencia que favorecerá a las empresas que integren el aprendizaje y desarrollo en su estrategia, porque «serán las que mejor compitan por talento y mejor se puedan desarrollar y apalancar en la tecnología». Algo que, en la práctica, obliga a las pymes a cambiar de lógica de dejar de buscar el candidato perfecto y empezar a construirlo.

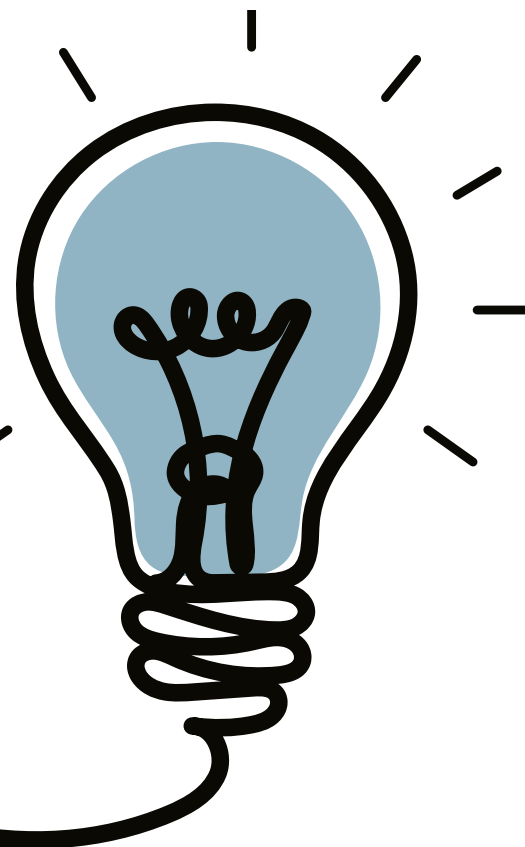
La persistencia de este fenómeno a medio plazo, concluye Daniel Fraga, plantea riesgos tanto para las propias pymes como para la economía española en su conjunto. «Las pymes son la base del empleo y el tejido productivo, si no logran modernizarse o expandirse por falta de profesionales, su productividad seguirá rezagada respecto a las grandes empresas y a otras economías europeas».

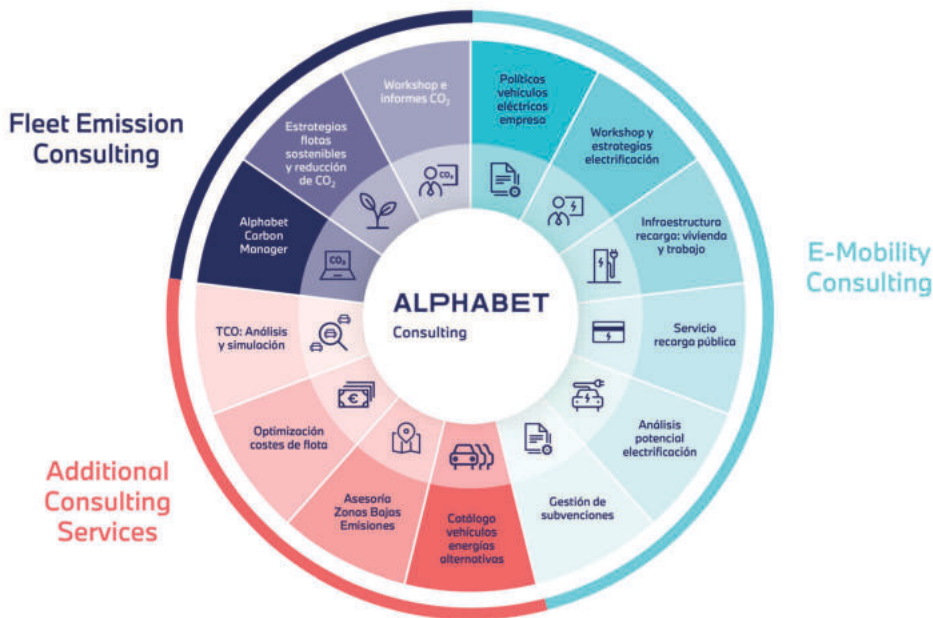
VALOR DIFERENCIAL

La formación continua no solo mejora capacidades, también fideliza talento y prepara a la empresa para competir

AGILIDAD

Las pymes deben crear procesos de selección rápidos para ganar terreno frente a las corporaciones más lentas y burocráticas





ALPHABET SE CONSOLIDA COMO SOCIO ESTRATÉGICO PARA TRANSFORMAR LA MOVILIDAD EMPRESARIAL

La gestión de la movilidad se enfrenta a nuevos retos que exigen una visión más estratégica. En este escenario, contar con el acompañamiento adecuado permite a las empresas anticiparse a los cambios, optimizar su gestión y avanzar con una visión de futuro.

Hoy en día, la sostenibilidad ha pasado de ser una aspiración a convertirse en un eje estratégico para las empresas. No se trata de una iniciativa aislada, sino de una forma de entender el negocio de manera que se impulse la eficiencia y la competitividad. En este contexto, la movilidad adquiere un papel estratégico clave para las empresas, ya que conecta de forma directa los objetivos de sostenibilidad con la operativa diaria. Gestionarla de forma responsable y eficiente se ha convertido, por tanto, en una palanca clave de transformación.

Avanzar hacia modelos de movilidad más sostenibles representa, además, una oportunidad para optimizar costes, mejorar procesos y adoptar soluciones tecnológicas que aportan valor a largo plazo. En este camino, muchas empresas están apostando por acom-

pañarse de partners especializados como Alphabet, que les ayudan a tomar decisiones informadas y a evolucionar con mayor agilidad. Contar con la experiencia y la visión adecuada facilita una transición más ordenada hacia la electrificación y permite aprovechar todo su potencial.

TRES CLAVES PARA TRANSFORMAR LA MOVILIDAD DE LAS EMPRESAS

Alphabet, compañía de movilidad corporativa del Grupo BMW, lleva cerca de 30 años acompañando a las empresas en la evolución de su movilidad. En un entorno marcado por nuevos marcos regulatorios, avances tecnológicos y cambios en los modelos de uso, su papel va más allá de la gestión operativa: actúa como guía para ayudar a las organizaciones a adaptar su movilidad con una visión estratégica, flexible y orientada al futuro

Excelencia operativa, innovación y cercanía se dan la mano. Por un lado, la excelencia operativa implica trabajar bajo los más altos estándares de calidad que definen al Grupo BMW, asegurando una gestión eficiente que libera a las empresas de la complejidad del día a día. Por otro, la innovación se entiende como la capacidad de anticiparse a

las necesidades del mercado, desarrollando soluciones que permiten a las empresas avanzar con mayor agilidad y visión de futuro. Por último, la cercanía se refleja en una relación continua con los clientes en la que el servicio se concibe como una forma de estar presentes, entendiendo cada realidad y adaptando la movilidad con soluciones flexibles y ajustadas a cada contexto.

SOLUCIONES QUE SE ADAPTAN A CADA CLIENTE

Adaptar la movilidad a un nuevo escenario marcado por las exigencias normativas, la rápida evolución tecnológica y la transformación de los modelos de uso, hace imprescindible contar con un acompañamiento experto. A través de Alphabet Consulting, la compañía acompaña a las organizaciones en este proceso, con soluciones diseñadas para responder a sus necesidades reales.

Para ello, Alphabet Consulting articula su propuesta en torno a tres líneas de trabajo que abarcan todo el ciclo de decisión de la movilidad. Acompaña a las empresas en la definición de su estrategia de electrificación (E-Mobility Consulting), abordando la integración del vehículo eléctrico en sus flotas, el diseño de infraestructuras de recarga y la adaptación de sus políticas de movilidad a este nuevo contexto. A ello se suma la asesoría sobre medición y gestión y reducción de emisiones (Fleet Emission Consulting), que ofrece la solución exclusiva Alphabet Carbon Manager, una herramienta única que ofrece a las empresas información detallada y actualizada sobre su impacto ambiental, permitiéndoles tomar decisiones informadas para reducir su huella de carbono. Y, además, ofrece servicios relacionados con la configuración y optimización de la gestión y costes de la flota, como el análisis del Coste Total de Propiedad (TCO), la gestión de subvenciones, el catálogo de vehículos de energías alternativas o la asesoría de Zonas de Bajas Emisiones (ZBE).

A través de estas tres dimensiones de consultoría, Alphabet ofrece una visión integral para que la movilidad deje de gestionarse como un conjunto de decisiones aisladas y pase a abordarse como una palanca estratégica, donde cada paso se apoya en datos, visión y acompañamiento experto. Un enfoque que permite no solo adaptarse al cambio, sino aprovecharlo como una oportunidad para avanzar con mayor solidez y visión de futuro.

ALPHABET





RESOLVER DESDE EL TERRITORIO LA FALTA DE PERFILES ESPECIALIZADOS, LA APUESTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA

El mercado laboral demanda perfiles técnicos que muchas pymes no consiguen encontrar. El programa FP Pyme, impulsado por la Cámara de Comercio de España, nace para tender ese puente entre la formación y la empresa.

Mecánicos industriales, soldadores homologados, especialistas en ciberseguridad, técnicos de inteligencia artificial, de logística o de administración. El mercado laboral demanda cada vez más perfiles técnicos y especializados. Sin embargo, las empresas no consiguen cubrir estos perfiles. Esta disyuntiva no solo afecta a las grandes compañías, sino que impacta directamente sobre la productividad y el crecimiento de pymes y microempresas. En este contexto, la empresa se ha consolidado como uno de los principales espacios de formación, hasta el punto de que una parte significativa de los trabajadores ha adquirido sus competencias en los últimos años dentro de su propia organización. Sin embargo, todavía existen múltiples barreras que dificultan la conexión de las pymes con la Formación Profesional.

FP PYME: REDUCIR LA DISTANCIA ENTRE EDUCACIÓN Y EMPRESAS

El reto, por tanto, es ayudar a las empresas de menor tamaño y recursos a incorporar perfiles especializados a su plantilla a través de la Formación Profesional. Para ello, la Cámara de Comercio de España ha creado el programa FP Pyme, un proyecto que cuenta con el apoyo del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes y

está cofinanciado por la Unión Europea a través del Fondo Social Europeo Plus. Su objetivo es facilitar que las pymes y micro empresas se incorporen al sistema de Formación Profesional.

La empresa se ha convertido en uno de los principales espacios de formación: una parte significativa de los trabajadores ha adquirido sus competencias en los últimos años dentro de su propia organización. FP Pyme busca que ese aprendizaje también ocurra en las pequeñas y medianas empresas.

FP Pyme conecta a las empresas con institutos y centros de FP de cada territorio favoreciendo una colaboración directa y adaptada a sus necesidades. Una función en la que resulta fundamental la capilaridad de las pymes y su cercanía y conocimiento del tejido productivo, para que las empresas pueden trasladar sus demandas de talento y los centros ajustar sus currículos y oferta formativa para darles respuesta.

Este enfoque local permite a las pymes implicarse en la formación de futuros profesionales, incorporar perfiles técnicos adaptados a su actividad y reducir así los desajustes entre oferta formativa y demanda empresarial. Igualmente, los centros formativos se

benefician de este modelo, ya que sus estudiantes cuentan con una salida garantizada para realizar sus prácticas curriculares y multiplican sus posibilidades de encontrar un puesto de trabajo.

EL ACOMPAÑAMIENTO, UN PUENTE ENTRE EMPRESA Y SISTEMA EDUCATIVO

Una figura clave en este engranaje son los técnicos especializados de las cámaras de comercio, que conocen de cerca a las pymes de cada territorio y sus necesidades. Gracias a este conocimiento, realizan un acompañamiento personalizado a las empresas que participan en FP Pyme: las asesoran, identifican sus requerimientos de personal cualificado y les proponen ciclos formativos adecuados y dónde encontrarlos.

Además, les orientan en ámbitos como el diseño del plan formativo, los convenios de colaboración, la normativa vigente y sus derechos y deberes como agentes formativos de estudiantes en prácticas de FP. El seguimiento es continuo también con las instituciones educativas, que reciben apoyo para identificar empresas interesadas en los ciclos formativos que se imparten en su demarcación.

FP Pyme no solo beneficia a las pymes. Los centros formativos también ganan: sus estudiantes cuentan con salidas reales para realizar prácticas curriculares y multiplican sus posibilidades de insertarse en el mercado laboral en su propio entorno territorial.

LA FP, UNA PALANCA PARA DERRIBAR BARRERAS

El presidente de la Cámara de Comercio de España, José Luis Bonet, resume así este enfoque: "Las pymes son el verdadero corazón del tejido productivo español, pero durante años han tenido más dificultades para participar en la FP. Este programa nace precisamente para derribar las barreras".

"Las Cámaras, por su capilaridad territorial, conocen de primera mano la realidad del tejido empresarial", afirma Bonet. "Esa cercanía permite explicar la FP con claridad, resolver dudas, ordenar la relación con los centros educativos y, sobre todo, generar la confianza necesaria para que las empresas den el paso. Sin este acompañamiento, muchas pymes no entrarían en la FP; gracias a las cámaras de comercio, pueden hacerlo con seguridad".

LOS PROTAGONISTAS DEL TOP 100 DE ABC



RELACIÓN COMPLETA DE LOS SELECCIONADOS: Arturo Álvarez Bautista [26] | Arturo Álvarez Vázquez [27] | Darío Arévalo Marcos [26] | Baldemar Asensio García [26] | Rafael Ausejo Urbizu [27] | Charo Baqué Delas [28] | Sergio Barreda Coy [30] | Marta Barredo Unamunzaga [27] | Guillermo Beleña Tórtola [28] | Miguel Benito Barrionuevo [28] | María Luisa Berenguer Muñoz [30] | Carlos Antonio Bonell Pascual [30] | Adriá Bosch Vidal [31] | Adriana Botelho [31] | José J. Burgos Lancero [32] | Ignacio Campoy Aguilar [32] | Alberto Cantalapiedra Torrecilla [33] | Silvia Carbonell Lagunilla [31] | Silvia Carné Masllorens [33] | Eduardo Casado Cárdbaba [34] | Adriana Casillas Barros [32] | Anna Cejudo Mercado [33] | Juan Manuel Chueca García [34] | Luis Cid-Fuentes Gómez [36] | Raul Cort és Fibla [36] | Alejandro Costa Jiménez [37] | Cristina Cruzado Díaz [37] | Alberto de Blas de Pablo [38] | Juan de Cominges Carballo [38] | Almudena de la Mata [39] | Mar de las Heras Muñoz [39] | Carlos Díez de la Lastra [34] | Antonio Espinosa de los Monteros Darnaude [40] | Reyes Estévez Santiago [40] | Íñigo Fernández de Piérola [42] | Antón Fernández Gutiérrez [42] | Mario Fernández Martín [43] | Elena Fernández Sánchez [43] | Marcos Fernández Souto [44] | Senén Ferreiro Páramo [36] | Álvaro García Cano [44] | Fernando García Moya [44] | Laura García Perdomo [37] | Ángel García-Muñoz Rodríguez [44] | Luis García-Torremocha [45] | Jorge Gómez Benito [45] | Emilio-Álvaro Gómez García [46] | Esmeralda Gómez López [46] | Ángel González Cava [38] | Juan Graña Rodríguez [39] | Lara Guerrero Fuster [48] | Rubén Hernández Pérez [48] | Juan Tomás Hernani [40] | Pedro Infante Peralta [42] | Eduardo W. Jorgensen [48] | Pablo Linz de Juan-Creix [43] | Jesús López Conde [48] | Stephanie Marin [49] | Belén Martí Junco [49] | Reyes Martín de las Mulas [50] | Sergio Martínez Valtueña [50] | Cristina Menéndez Torralba [51] | Ana Mesonero Castilla [51] | Juan Miguel Mínguez [45] | Aarón Molina Galán [52] | Ana Molina Jurado [52] | Rita Monreal Urzai z [52] | Álvaro Moz ón Blanco [52] | Carlos Mosquera [54] | Romina Moya López [54] | Juan Ramón Muñoz Montano [54] | Abel Navajas [46] | Lidia Navarro Cuesta [54] | Paco Nicolas 'Paconi' [55] | Cristian Nocito [55] | Luis Olarte Sanz [56] | Óscar Pérez Hernández [56] | Tamara Pérez Hernández [56] | Jose María Planas Rodríguez [56] | José Ángel Plaza García [57] | Inmaculada Pose Parra [49] | Irene Prieto Rodríguez [50] | Pilar Puértolas [57] | María de los Reyes Queraltó Hernández [58] | Pablo Ramos Pérez [58] | Eduardo Ruiz Jara [60] | Javier Salas Isequilla [60] | Carmen San Martín Gutierrez [60] | Carlos Sánchez Castillo [51] | Paula Sánchez Collado [55] | Elena Sánchez Escobar [60] | Noemí Sánchez Fernández [61] | Mauricio Sanchis Cano [61] | David Santiago Vicente [57] | Alfonso Santos Sánchez [62] | Carlos Roberto Sanz Ramírez [62] | Roberto Ureña Pérez [62] | Gregorio David Valle Rodríguez [62] | Rafael VázquezCalleja [58] | Fran Villabalba Segarra [61]

**DARÍO
ARÉVALO MARCOS**
DIRECTOR COMERCIAL
IDEAS Y COLORES, SL.

- Incremento de la facturación en 2025
8%
- Evolución del Ebitda
12%
- Crecimiento de la plantilla
12%

Desde mi ámbito de actuación he contribuido a que la compañía alcance una facturación superior a los 6 millones de euros con apenas 10-12 trabajadores, con ebitdas muy favorables de manera sostenida, incluso en años de crisis, en la actividad de nuevos contratos de distribución con marcas extranjeras (dos en el último año; otras dos en los cinco anteriores). Hemos lanzado al mercado una marca de recubrimientos ecológicos que potencian la sostenibilidad y la eficiencia energética (nuestras nuevas marcas nos abren al mundo, a los cinco continentes en solo dos años de internacionalización), con una decidida apuesta por la IA como apoyo a nuestra red comercial y de marketing.

Destaco que en nuestra empresa (ha registrado cuatro altas en 2025), no se ha ido ningún trabajador en los 35 años de historia (hay empleados con esa antigüedad). Se favorece al máximo la conciliación (horarios flexibles, teletrabajo, jornadas reducidas...). ¡Una pequeña familia en constante evolución!



ARTURO ÁLVAREZ BAUTISTA
FUNDADOR

ARTURO ALBA



- Incremento de la facturación en 2025
+71%, 10 millones de euros
- Evolución del Ebitda
75%
- Crecimiento de la plantilla
60%

Lo que he conseguido en estos últimos años representa mucho más que un crecimiento empresarial; es la materialización de una visión, de una manera distinta de entender la cosmética y de una convicción personal profundamente arraigada: que la verdadera innovación nace cuando el conocimiento científico, la sensibilidad por el detalle y la valentía para hacer las cosas de manera diferente convergen en un mismo propósito. En solo tres años, he logrado desarrollar y consolidar una marca dermocosmética capaz de protagonizar uno de los crecimientos más relevantes dentro del mercado, alcanzando una posición de referencia hasta situarse entre el Top 20 del sector.

Este hito, que podría parecer solo una cifra o una posición en un ranking, es en realidad el resultado de cientos de decisiones estratégicas, de miles de horas de estudio, investigación, desarrollo y análisis, y, sobre todo, de una visión clara acerca de lo que debía representar la marca. Mi principal aportación ha sido entender que en dermocosmética no basta con seguir tendencias ni replicar fórmulas. El liderazgo nace de la capacidad de interpretar la ciencia,

cuestionar lo establecido y transformar el conocimiento en soluciones reales para las personas. Con esa filosofía, he impulsado una metodología basada en la excelencia formulativa, poniendo el foco en la selección rigurosa de ingredientes activos, en su concentración óptima y en la creación de sinergias eficaces.

Más allá de los resultados comerciales, uno de mis mayores logros ha sido contribuir a redefinir la percepción de la cosmética, elevándola a una nueva dimensión donde la ciencia y el arte dejan de ser conceptos separados para convertirse en una misma expresión. Ciencia, porque cada fórmula nace del rigor; la investigación y la precisión. Arte, porque comprender la piel, interpretar sus necesidades y transformar principios activos en experiencias capaces de generar confianza, bienestar y transformación requiere una sensibilidad que va más allá de la técnica. Construir en tan poco tiempo una marca con esta capacidad de impacto ha sido fruto de una unión de visión estratégica, conocimiento técnico, capacidad de ejecución, resiliencia y determinación constante por no conformarme con lo establecido. Creo que ese es mi mayor mérito: haber convertido una idea en una realidad sólida, diferencial y capaz de dejar huella en un mercado muy competitivo.



**BALDEMAR
ASENSIO GARCÍA**
CEO

**ASPOR FACILITY
& SERVICES SL**

- Incremento de la facturación en 2025
138%
- Evolución del Ebitda
270%
- Crecimiento de la plantilla
38%

Hemos logrado el desarrollo exitoso de proyectos logísticos de gran envergadura (plataformas de más de 9.000 m² con decenas de muelles de carga), acompañando a clientes en su crecimiento operativo y contribuyendo al impulso del ecosistema logístico en la Comunidad Valenciana. Mi gestión se ha caracterizado por una apuesta decidida por la innovación mediante el uso de tecnologías avanzadas como BIM y metodologías Lean e integración de certificaciones sostenibles (Breeam, Leed, Passivhaus), lo que ha permitido mejorar la eficiencia en diseño, ejecución y operación de activos logísticos.

Además, he impulsado un modelo de gestión del talento basado en especialización técnica y cultura colaborativa, consolidando un equipo multidisciplinar altamente cualificado en ingeniería logística e industrial, lo que ha permitido mantener una estructura ágil con alta eficiencia operativa y fuerte compromiso interno.



**RAFAEL
AUSEJO URBIZU**
FUNDADOR Y CEO
RURALKA HOTELES

- Incremento de la facturación en 2025
15%
- Evolución del Ebitda
20%
- Crecimiento de la plantilla
0%

Fundé Ruralka con un propósito claro: impulsar el desarrollo del turismo rural en España y Portugal poniendo en valor la autenticidad, el talento local y la conexión con el territorio a través de alojamientos independientes con altos estándares de calidad. A lo largo de estos años, he logrado construir una marca sólida y reconocible dentro del sector. Actualmente grupo más de 170 hoteles cuidadosamente seleccionados por su singularidad, excelencia y enfoque sostenible.

En un mercado con miles de alojamientos rurales, detectamos que nadie había sido capaz de crear un operador que realmente seleccionara, conectara y transformara esos hoteles independientes en una marca con identidad y propósito. Ese ha sido uno de los grandes logros. Otro ha sido evolucionar hacia un modelo de negocio diversificado y escalable, construyendo un ecosistema que conecta hoteles, viajeros, ecommerce, experiencias, eventos, proyectos con grandes marcas y una central de compras para alojamientos rurales.



ARTURO ÁLVAREZ VÁZQUEZ
FUNDADOR Y CEO
ALPHATECH

- Incremento de la facturación en 2025
Empresa creada en 2025, +76% en lo que va de 2026
- Evolución del Ebitda 48%
- Crecimiento de la plantilla 100%

Alphatech es una empresa de servicios informáticos para empresas que nació con el objetivo de transformar la manera en que las organizaciones entienden y utilizan la tecnología. Ofrecemos servicios de consultoría y mantenimiento de soluciones informáticas y tecnológicas, adaptándonos a las necesidades específicas de cada cliente y apostando por el acompañamiento, la confianza y la excelencia técnica en un contexto donde el soporte tecnológico era reactivo y escasamente estratégico. El gran hito ha sido convertirnos en socio tecnológico de referencia para nuestros clientes, acompañándoles en cada decisión y ayudándoles a transformar la informática en pilar estratégico de sus organizaciones, generando un impacto real y medible.

En solo seis meses, logramos un Ebitda positivo de más del 50% y un free cash flow positivo, demostrando que una estrategia bien definida y un equipo excepcional pueden superar cualquier expectativa. Este hito no es fruto de la casualidad, sino de un modelo de negocio que he diseñado para crecer de forma sostenible, escalable y orientada al cliente. Nuestro compromiso con un servicio téc-

nico impecable nos ha proporcionado una gran aceptación en el mercado y un crecimiento exponencial del que nos sentimos profundamente orgullosos.

Nuestro día a día se apoya en tres grandes convicciones: acompañar, comprometer y entregar. Ofrecemos a cada cliente un servicio integral que cubre todas sus necesidades, aportando soluciones a medida, garantías de continuidad operativa y una relación basada en la confianza a largo plazo. Cada proyecto es una oportunidad de demostrar que la tecnología, bien gestionada, es uno de los grandes motores que impulsa el crecimiento de las empresas.

Pero los resultados nacen siempre de las personas. Creo que he construido una cultura donde el desarrollo profesional continuo es una prioridad real, donde el ambiente de trabajo es un activo estratégico y donde la conciliación es un valor innegociable. Creemos que los equipos motivados y equilibrados son los que generan resultados extraordinarios, y esa convicción guía mis decisiones de liderazgo. Todo ello nos posiciona como una empresa referente, con una propuesta diferencial clara y una vocación decidida de liderazgo en la transformación del tejido empresarial español. Hemos redefinido lo que significa ser un referente tecnológico. Y esto es solo el principio.



**MARTA BARREDO
UNAMUNZAGA**
CEO
HERDIT

- Incremento de la facturación en 2025
2%
- Evolución del Ebitda
3%
- Crecimiento de la plantilla
1,99%

En Herdit participamos en proyectos de economía circular que combinan innovación industrial y regeneración ambiental. Desarrollamos soluciones para la reutilización de materiales y la fabricación de estructuras diseñadas para alargar su ciclo de vida, reduciendo residuos y optimizando recursos. Destaco nuestra colaboración con Ocean Estructures en el proyecto de la Princess Elisabeth Island, en el Mar del Norte. En esta iniciativa, hemos fabricado estructuras marinas específicamente diseñadas para favorecer la regeneración de la flora y fauna submarina, contribuyendo a la creación de un arrecife artificial.

He impulsado la aplicación de la IA con acciones concretas para optimizar procesos y mejorar la eficiencia. En el ámbito del talento, desarrollamos acciones que refuerzan nuestros valores, como planes de formación y de carrera personalizados. Destaco el programa de mentoring para mujeres jóvenes, con objetivos definidos, seguimiento mensual y participación de perfiles senior.



GUILLERMO BELEÑA TORTOLA

CEO

BEALAR S.L.

- Incremento de la facturación en 2025 30%
- Evolución del Ebitda 50%
- Crecimiento de la plantilla 25%

En los últimos tres años, he logrado que Bealar experimente una importante evolución estratégica gracias a la colaboración con empresas relevantes de la industria de la salud. Esta diversificación ha permitido separar las líneas de negocio tradicionales de alimentación y crear nuevas áreas de alto valor añadido, ampliando nuestro alcance en mercados internacionales.

Considero que la actividad de la compañía contribuye a la creación de empleo en zonas rurales, ayudando tanto a fijar población como a dinamizar el territorio (con ejemplos como el rescate y mantenimiento del cultivo tradicional del azafrán en Castilla-La Mancha).

La innovación es un eje estratégico fundamental para nuestro crecimiento y competitividad. Una de las principales líneas de trabajo se centra en la mejora agronómica del cultivo del azafrán, desarrollando proyectos que optimizan su rendimiento, calidad y sostenibilidad, respetando la tradición de este cultivo tan característico.



CHARO BAQUÉ DELAS

CEO

CAFÉ DROMEDARIO

- Incremento de la facturación en 2025 7%
- Evolución del Ebitda 8%
- Crecimiento de la plantilla 1,5%

Llevo ejerciendo como consejera delegada del grupo de empresas que componen Café Dromedario desde hace 25 años. En este tiempo, ha liderado una profunda transformación empresarial basada en el crecimiento sostenible, la innovación y la consolidación de la marca como una de las más reconocidas del sector cafetero nacional. Hace 25 años, Café Dromedario, la empresa cafetera más antigua de España, contaba con una facturación de 6,5 millones, una plantilla aproximada de 45 trabajadores y un Ebitda de 0,5 millones. Su presencia comercial se concentraba principalmente en Cantabria, Valladolid y Cádiz.

En aquel momento, se definió un ambicioso plan estratégico para impulsar el crecimiento de la compañía y posicionarla entre los operadores más importantes del sector. Se puso en marcha una estrategia de expansión basada en la compra de nuevas compañías, el fortalecimiento de las delegaciones existentes y la apertura de otras nuevas en distintos puntos geográficos. Con esta visión de largo plazo, Café Dromedario ha logrado aumentar de modo significativo su dimensión, manteniendo siempre sus valo-



res y compromiso con la calidad. En la actualidad, factura 28 millones, con previsión de alcanzar los 30 este año. Además, suma un Ebitda cercano a los 4,5 millones y una plantilla de 103 personas. Estos resultados reflejan la consolidación de un modelo empresarial sólido y competitivo.

Este éxito se ha logrado con una estrategia basada en varios pilares. En primer lugar, la calidad, que nos ha permitido ser la empresa española con más galardones internacionales relacionados con la excelencia de sus productos. También destaca su firme apuesta por la RSC, apoyando actividades deportivas, culturales y solidarias. Otro aspecto clave ha sido la sostenibilidad, implantando procesos cada vez más respetuosos con el medio ambiente, como el uso exclusivo de cápsulas compostables, la instalación de placas solares o la obtención del sello Saica Vertedero Zero.

Además, el equipo humano ha sido esencial, ya que considero que sin personas motivadas, comprometidas y felices es imposible crecer de forma sostenible. Por último, nos hemos adaptado a los nuevos tiempos con una fuerte apuesta por la digitalización y la tecnología, entendiendo que una empresa con más de 155 años de historia solo puede mantenerse líder si evoluciona de un modo constante.



MIGUEL BENITO BARRIONUEVO

SOCIO DIRECTOR / DEPARTAMENTO LABORAL

AMAGNA LEGAL SLP

- Incremento de la facturación en 2025 160%
- Evolución del Ebitda 150%
- Crecimiento de la plantilla 110%

Nuestro proyecto ha seguido una línea clara: aplicar una lógica distinta a un sector tradicional, utilizando la divulgación como herramienta para transformar la forma de ejercer la abogacía. He contribuido a desarrollar un modelo que integra contenido digital, captación orgánica y ejercicio profesional, permitiendo construir una comunidad de más de 2 millones de seguidores y superar los 2.000 millones de visualizaciones, con un alcance mensual de unos 15 millones. Este enfoque ha mejorado la forma de conectar con los clientes y refleja una tendencia en el sector legal: un modelo más accesible, digital y centrado en el usuario. En el ámbito de la innovación, colaboré con otros socios en el impulso de una plataforma 360° del cliente que profesionalizó el desarrollo de negocio, reforzó el enfoque analítico y aceleró la toma de decisiones.

Con esta estrategia, el año pasado alcanzamos una facturación de 2 millones en 2025, con una previsión de 5 millones en 2026, atendiendo unos 5.000 clientes al año.





Borja Adanero, Co-founder & CEO de thePower, explicando los ejes de su modelo educativo global.

NUEVAS FORMAS DE APRENDER PARA LOS TRABAJOS DEL FUTURO

Con más de 225.000 alumnos en más de 60 países, y un modelo avalado por compañías como Google, Telefónica o PwC, thePower lidera una nueva era en la que el reskilling continuo, la formación flexible y la conexión directa con las empresas se coronan como ejes para un nuevo modelo educativo global.

El 39% de las habilidades que hoy consideramos clave dejarán de serlo antes de 2030. Es una de las principales conclusiones del 'Future of Jobs Report 2025' del World Economic Forum. La consecuencia está clara: millones de profesionales deberán adquirir nuevas competencias si quieren seguir siendo relevantes en un mundo laboral en constante cambio debido a la Inteligencia Artificial, la automatización y la transformación digital.

Ante este nuevo escenario, el sistema educativo se queda corto. Ya no basta con formarse una vez: es necesario continuar aprendiendo. «El sistema educativo no puede seguir siendo lineal ni estático. La realidad es que aprender se ha convertido en un proceso continuo y vitalicio. Nuestro compromiso es acompañar a cada estudiante en todas las etapas de su vida profesional, ofreciéndole las herramientas y el conocimiento que necesita en cada momento, sin importar dónde esté o cuál sea su situación», afirma Rafael Gozalo, co-CEO y cofundador de thePower Education.

thePower lleva desde 2017 transformando el modelo de la educación tradicional con una idea muy clara: ofrecer formación de calidad accesible, flexible para adaptarse a la vida real, conectada con profesionales en activo y alineada con las demandas del presente. El grupo ha pasado de revolucionar la educación online con thePowerMBA, el máster en negocios más vendido de la historia con más de 120.000 alumnos en su primer programa,

a consolidarse como un referente global con más de 225.000 estudiantes en más de 60 países.

UN NUEVO MODELO DE APRENDIZAJE GLOBAL Y ACCESIBLE

El aprendizaje debe considerarse un derecho humano y un bien común, señala la UNESCO en su informe 'Embracing a culture of lifelong learning'. En ese sentido, thePower Education tiene la misión de democratizar la educación de calidad, y para ello apuesta por un modelo digital, flexible y accesible, que combina metodologías colaborativas con la aplicación directa al entorno profesional, como contraposición al sistema tradicional, centrado en los títulos.

Para ello, thePower Education ha sabido suprimir las barreras económicas, geográficas y de tiempo que han limitado históricamente el acceso a la formación de alto nivel. Cualquier persona, desde un emprendedor en Latinoamérica hasta un profesional en Europa o Asia, puede acceder a programas diseñados con y para las empresas.

Su impacto se ha hecho notar: LinkedIn la reconoció como la mejor startup española de 2020. Además, cuenta con la participación de referentes globales como los fundadores de Netflix, Spotify, YouTube, Tesla, Waze o Shazam, que han participado como docentes y mentores en sus programas. Asimismo, thePower colabora con grandes corporaciones y gobiernos, convirtiéndose en un socio estratégico tanto para el sector privado

Rafael Gozalo Co-founder & CEO de thePower.



como para las instituciones públicas. Una alianza que refleja la confianza que organismos e industrias de primer nivel depositan en su modelo: ágil, basado en resultados y diseñado para responder a los desafíos reales del mercado laboral. Porque transformar el futuro del empleo no es tarea de una sola empresa, sino de un ecosistema que involucra a todos los actores clave de la sociedad.

MIRANDO AL FUTURO

Consolidado su modelo, thePower Education pone ahora el foco en lo que viene: anticipar las necesidades del mercado y acompañar a los profesionales en los desafíos del futuro. De cara a los próximos años, la compañía planea seguir expandiendo su red de escuelas y creando nuevas líneas educativas que respondan a las tendencias emergentes en la adquisición de nuevas habilidades. Entre ellas destacan la inteligencia artificial aplicada al negocio, la sostenibilidad y transición energética, la ciberseguridad, o la formación técnica especializada en sectores industriales en auge.

«El futuro del empleo dependerá de la capacidad de los profesionales para reinventarse una y otra vez. Nosotros hemos demostrado que se puede aprender de forma diferente, más accesible y conectada con las empresas. Ahora queremos que ese modelo sirva para todas las áreas de conocimiento y para todas las etapas de la vida laboral», explica Borja Adanero, cofundador de thePower Education.

Una visión que resume su ambición de futuro: consolidarse como uno de los ecosistemas educativos más innovadores y ambiciosos de Europa y Latinoamérica, ofreciendo a los profesionales una vía real para adaptarse al cambio y aprovechar las oportunidades de la economía digital.



MARÍA LUISA BERENGUER MUÑOZ

CEO

FARMALIDER

- Incremento de la facturación en 2025
1,6%
- Evolución del Ebitda
11,9%
- Crecimiento de la plantilla
1,3%

En Farmalider y su ecosistema biotecnológico de compañías participadas, liderar no es solo crecer: es construir cultura, sostener resultados y anticipar el futuro de la salud con responsabilidad. Trabajo para consolidar una empresa modelo global: innovadora, industrial, ética, sostenible y diversa, capaz de competir internacionalmente sin perder compromiso social ni cercanía.

Mi forma de liderar se basa en construir equipos donde el talento individual no compete, sino que se potencia; equipos en los que cada diferencia suma perspectiva y multiplica resultados. Presentes en más de 80 países y con más de 300 solicitudes de patente, creamos puentes entre investigación pública y escalabilidad privada. Desde una pyme española con ambición global, participamos en startups y spin-off biotecnológicas junto a referentes como el Hospital Gregorio Marañón y el Hospital Clínico San Carlos, para transformar ciencia en soluciones viables, sostenibles y de alto impacto para pacientes y sociedad.



SERGIO BARREDA COY

CEO

KEEPERS

- Incremento de la facturación en 2025
21%
- Evolución del Ebitda
22%
- Crecimiento de la plantilla
31%

He enfocado Keepers no solo como una agencia, sino como una compañía que lidera la evolución del marketing de influencia en España. Hemos pasado de ejecutar campañas a diseñar estrategias basadas en data, tecnología y visión de negocio. La integración de IA en nuestros procesos nos ha permitido ser más eficientes y escalables, optimizando desde la selección de talento hasta la medición de resultados. En paralelo, trabajamos con marcas globales y desarrollamos proyectos con vocación internacional, adaptando nuestro modelo a distintos mercados. Como presidente de Apide, además, estoy impulsando la profesionalización del sector, estableciendo estándares que posicionan a España como un referente en la industria.

En los últimos años, esta estrategia se ha traducido en un crecimiento sólido y sostenido, mejorando su Ebitda ejercicio tras ejercicio y registrando un crecimiento a doble dígito anual tanto en ingresos como en rentabilidad. Este desempeño es resultado de un enfoque claro: priorizar la calidad del servicio, la eficiencia operativa y la construcción de relaciones a largo plazo con clien-

tes y creadores. No buscamos volumen, sino impacto real en negocio, desarrollando estrategias que generan resultados medibles y recurrentes. Además, impulsamos un modelo de influencia más responsable, promoviendo la transparencia y las buenas prácticas dentro del sector. Estoy convencido de que el crecimiento de esta industria pasa por su profesionalización, y ese es el impacto que buscamos liderar desde Keepers, combinando rentabilidad con sostenibilidad a largo plazo.

Desde que fundé Keepers, también he tenido claro que el talento no se gestiona, se impulsa. Hemos construido una cultura donde la confianza, la responsabilidad y el crecimiento van de la mano, permitiendo que perfiles jóvenes lideren proyectos estratégicos desde fases tempranas. Apostamos por planes de desarrollo individualizados y una estructura flexible que prioriza la conciliación real. Contamos con una alta representación femenina en puestos de liderazgo, algo que no es una cuota, sino consecuencia natural de apostar por el mejor talento. Mi enfoque siempre ha sido liderar desde la cercanía y el ejemplo, creando un entorno donde las personas sienten el proyecto como propio. Esto nos ha permitido no solo atraer talento, sino fidelizarlo en una industria altamente competitiva.



CARLOS ANTONIO BONELL PASCUAL

PRESIDENTE Y CEO

MONFORT & BONELL ABOGACÍA Y ASESORÍA DE EMPRESA, S.L.P.

- Incremento de la facturación en 2025
24,61%
- Evolución del Ebitda
41,93%
- Crecimiento de la plantilla
11,54%

Mi gestión prioriza el valor humano y la solidez financiera: en 2024, acompañamos siete nacimientos en el equipo, reflejo de una cultura de conciliación real. Tras un crecimiento excepcional, decidí reinvertir la totalidad de los beneficios en la mejora de salarios e incremento de plantilla, fortaleciendo nuestros fondos propios en lugar de priorizar el crecimiento de facturación para 2025. Nuestros servicios de asesoramiento y gestión 360, impulsados por el potencial de nuestra área laboral, garantizan una fidelización orgánica desde autónomos hasta grandes corporaciones.

Considero que somos pioneros en sostenibilidad, calidad y compromiso social: además de haber implantado voluntariamente nuestro Plan de Igualdad, mantenemos un firme compromiso con las políticas de gestión ambiental, calidad y máxima seguridad de la información. Este respaldo ético y organizativo es hoy nuestro mayor valor diferencial: una gestión moderna, humana y financieramente robusta.



ADRIÀ BOSCH VIDAL
CEO
MYCHEFTOOL

- Incremento de la facturación en 2025
75%
- Evolución del Ebitda
30%
- Crecimiento de la plantilla
15%

He posicionado MyChefTool como una plataforma SaaS de referencia para la gestión integral del restaurante, integrando IA en el ciclo comercial y operativo. La digitalización que aportamos reduce, además, el consumo de papel y los desplazamientos administrativos en cada restaurante cliente.

La hoja de ruta contempla consolidar los resultados en Cataluña, extender el modelo presencial a Barcelona y desplegarlo progresivamente al resto de España. Con esta estrategia, hemos cerrado marzo de 2026 con 23.989 euros de MRR y 287.872 euros de ARR, creciendo a un ritmo medio del 6,05% mensual durante el último año y medio. Las métricas unitarias son sólidas: ARPA de 110,79 euros, 'churn' del 1,18% a doce meses, CAC medio trimestral de 272,73 euros y un Customer Lifetime Value a cinco años de 6.022 euros. Somos rentables a nivel operativo, y la proyección para el segundo trimestre apunta a 30.759 euros de MRR y más de 300 clientes activos en junio, un +28% en tres meses.



SILVIA CARBONELL LAGUNILLA
CEO
NEW LINE EVENTS S.L.

- Incremento de la facturación en 2025
12,72%
- Evolución del Ebitda
4,01%
- Crecimiento de la plantilla
32%

Hace 27 años aposté por New Line Events, una de las agencias españolas de outsourcing e implementación de personal del panorama actual más relevantes por volumen de negocio y tipo de proyecto. ¿Mi secreto? Constancia, flexibilidad y seriedad en cada colaboración.

Como CEO y fundadora, impulso un modelo centrado en las personas, la eficiencia y el impacto real, con una cultura basada en la igualdad, el desarrollo del talento y el orgullo de equipo, gracias a iniciativas internas y alianzas que fomentan entornos diversos e inclusivos, algo intrínseco de nuestro ADN.

A nivel estratégico, he conseguido mantener la compañía en beneficios, liderando un crecimiento sostenido que ha multiplicado x10 la facturación en una década. ¿Cómo? Impulsando modelos de gestión y monitorización apoyados en la digitalización, la optimización operativa y la consolidación de clientes clave; la implementación de SAP ha sido clave para mejorar la trazabilidad y la toma de decisiones. Esto nos ha permitido atraer ta-

lento extraordinario, pasando de ser tres empleados a más de sesenta, y armar una importante base de datos con más de 75 mil personas contratadas y más de 300 clientes, entre ellos, marcas líderes como IFEMA, Real Madrid, Pernod Ricard, British American Tobacco o Mahou San Miguel.

Desde 2015, como miembros del Pacto Mundial y siguiendo la Agenda 2030 de la ONU, alineamos nuestra actividad con los ODS mediante acciones concretas, medibles y de impacto social y ambiental.

Para ello, colaboramos con Fundación Exit, Fundación Madrina, A LA PAR, Teamworkz, United Way, Babies Uganda o la Feria de Discapacidad de la Comunidad de Madrid, y participo activamente en asociaciones como ADEAPE, WomenCEO, REF o WiR, en contacto directo con el mercado para fomentar empleabilidad, integración e igualdad de oportunidades, algo que ya tenía sentido para mí desde los inicios de mi actividad.

En definitiva, mi enfoque integra resultados y compromiso social, con una visión clara: hacer empresa de forma responsable, eficiente, bonita y coherente con nuestros valores, siempre con mi equipo de New Lineers bien cerca.



ADRIANA BOTELHO
CEO
KEEPCODING

- Incremento de la facturación en 2025
-17,34%
- Evolución del Ebitda
0,3%
- Crecimiento de la plantilla
-31,75%

En KeepCoding hemos sido pioneros en la aplicación de tecnología al modelo educativo. Desde 2012 apostamos por la formación en streaming como eje principal de negocio, y en 2019 evolucionamos a un modelo 100% remoto, anticipándonos varios años a la pandemia. Mi estrategia también pasa por la automatización de procesos como palanca estratégica. Desde hace más de tres años contamos con un equipo dedicado en exclusiva a automatizar áreas clave, lo que nos ha permitido reducir en torno al 30% los costes estructurales. También he adaptado nuestra oferta hacia áreas como IA, ciberseguridad y data, en línea con las necesidades del mercado global.

Además, he ayudado a construir una cultura centrada en el desarrollo real del talento, combinando exigencia profesional con acompañamiento humano. Somos una organización con mayoría femenina tanto a nivel societario como en dirección y staff, algo diferencial en el sector tecnológico.



JOSE J. BURGOS LANCERO

CEO Y FUNDADOR

BOOSTER BY FRESH PEOPLE

- Incremento de la facturación en 2025 250%
- Evolución del Ebitda -10%
- Crecimiento de la plantilla 35%

Inspirado por mi abuelo, pionero de los RR.HH. en España, fundé Fresh People para romper el statu quo de un sector donde el software solo digitalizaba procesos. Mi enfoque estratégico transforma la gestión del talento en un motor de negocio mediante Inteligencia Artificial nativa. Lideré la evolución de la empresa hacia Booster tras cerrar una ronda de 2,6 millones de euros. Booster es un copiloto de liderazgo por IA integrado en Teams o Slack que ayuda a los managers a tomar decisiones operativas, optimizar dinámicas y traducir la estrategia corporativa en acciones y resultados en 5 minutos al día.

Hoy impactamos en firmas como Acciona o LaLiga con más de 2.000 Managers activos, reduciendo la rotación y elevando los objetivos. Este éxito nos ha llevado a ser reconocidos entre las 50 startups más innovadoras de 2024 por Emprendedores, como la mejor startup de RR.HH. en los European Technology Awards, y a mí a ingresar en la prestigiosa lista Forbes 30 under 30.



ADRIANA CASILLAS BARROS

CEO Y COFUNDADORA

TEBRIO

- Incremento de la facturación en 2025 17%
- Evolución del Ebitda -21%
- Crecimiento de la plantilla 34,21%

Como CEO y cofundadora de Tebrio he conseguido crear una nueva industria de proteína de insecto en Europa, actividad en la que fuimos pioneros en 2014. En este proceso, he liderado autorizaciones sanitarias clave e impulsado la construcción de :oFarm, la mayor planta mundial de cría de tenebrio molitor en Salamanca (90.000 m², más de 50 millones de inversión), con eficiencia tecnológica digitalizada que multiplica producción en más de 100 respecto a los métodos tradicionales. He impulsado la innovación tecnológica propia, con el 100% de la tecnología con la que Tebrio opera en sus plantas, como sistemas de cría automatizados y software de control, desarrollada internamente. Estas decisiones han permitido expandir mercados a Latam, Asia y África, posicionando a Tebrio como líder en innovación sostenible.

Mi compañía está generando impacto tangible con nuestro modelo de economía circular, utilizando residuos orgánicos como sustrato para cría de larvas y reduciendo drásticamente el uso de agua y tierras frente a proteínas convencionales. Con-

tribuimos decisivamente a la soberanía alimentaria europea mediante suministro a acuicultura y petfood. :oFarm genera 150 nuevos empleos directos cualificados y 1.350 indirectos en Salamanca, impulsando desarrollo rural. He intentado impulsar en la compañía una cultura corporativa centrada en el impulso de la diversidad y el crecimiento interno del talento. He impulsado programas de desarrollo profesional y mentorización, logrando una retención superior al 90% anual pese al crecimiento exponencial de dos a los actuales 56 empleados en los 10 últimos años. Todo este esfuerzo se ha traducido en la reciente recertificación B Corp que ha logrado la compañía.

Otros logros recientes son el Premio Nacional Pyme del Año 2025 (entregado por SM Rey), Premio PYME Expansión 2025, contratos estratégicos con multinacionales globales, rentabilidad vía patentes en 150 países y liderazgo en exportaciones biotech. Destaco además mi presidencia de IPIFF (Federación Internacional de Productores de Insectos para Alimento y Pienso), impulsando regulaciones en la UE como la introducción de productos derivados del Tenebrio molitor para la elaboración de biofertilizantes y piensos, vía Comisión Europea y EFSA.



IGNACIO CAMPOY AGUILAR

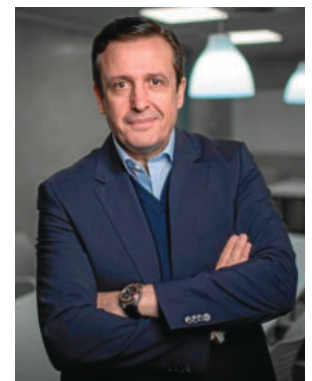
CEO

FORMACIÓN UNIVERSITARIA

- Incremento de la facturación en 2025 -5%
- Evolución del Ebitda -12%
- Crecimiento de la plantilla 17,70%

He liderado una transformación estratégica que ha convertido Formación Universitaria en un referente en innovación, digitalización y acceso global a la formación. El modelo flexible y tecnológico que hemos construido nos ha permitido formar a más de 300.000 alumnos de más de 90 países, democratizando el acceso a la educación de calidad y eliminando barreras geográficas y económicas. La apuesta por plataformas digitales accesibles, metodologías online innovadoras y contenidos adaptados a distintos perfiles ha mejorado la eficiencia operativa y la experiencia del alumnado.

Además, he impulsado alianzas estratégicas con entidades sociales, instituciones y organizaciones internacionales, ampliando el alcance de los programas y fortaleciendo nuestro impacto social. Con esta visión, hemos logrado aumentar la facturación de 5,7 millones en 2013 a más de 14,1 millones en 2024, fortaleciendo nuestro posicionamiento como referente en formación online y empleabilidad.



ALBERTO CANTALAPIEDRA TORRECILLA

GERENTE

PISUERGA RENT SL

- Incremento de la facturación en 2025 30%
- Evolución del Ebitda 60%
- Crecimiento de la plantilla 20%

En nuestro negocio de alquiler, venta y reparación de maquinaria de construcción hemos apostado por la innovación como palanca de crecimiento y eficiencia, incorporando herramientas digitales para la gestión integral del negocio, optimizando la logística, el control de flota y la atención al cliente. Hemos diversificado la actividad incorporando nuevas líneas y soluciones, adaptándonos a las necesidades del mercado. Mi visión estratégica se centra en la profesionalización del sector y en buscar acuerdos con fabricantes y partners internacionales, lo que nos permite acceder a tecnología más avanzada y mejorar nuestra competitividad.

Esta gestión se traduce en resultados tangibles, con un crecimiento sostenido y una facturación de más de 2 millones de euros en 2025. Además, he impulsado un modelo de liderazgo cercano, basado en la profesionalización, la estabilidad laboral y la igualdad de oportunidades en un sector tradicionalmente masculinizado.



ANNA CEJUDO MERCADO

COFUNDADORA Y CO-CEO

FOUNDERZ

- Incremento de la facturación en 2025 92,5%
- Evolución del Ebitda 42%
- Crecimiento de la plantilla 100%

Fundamos Founderz para transformar la educación de calidad y crear la mejor experiencia educativa online, accesible e inclusiva, como palanca de transformación económica y social. Hoy somos Microsoft Worldwide Training Partner en IA y hemos lanzado iniciativas gratuitas de formación a gran escala en más de 13 idiomas. Nuestra tecnología propia con IA pone a las personas en el centro y nos permite ofrecer atención hiperpersonalizada 24/7, en cualquier idioma, a más de 550.000 alumnos en todo el mundo. He impulsado colaboraciones con organizaciones globales de 'women-in-tech' y entidades sociales para acercar la formación en IA y reducir la brecha digital y de género. Hoy somos la escuela online líder en formación aplicada en IA en Europa. En 2025, fui reconocida con el Visionary Award de HearstLab y con la Medalla al Mérito en el Comercio por mi labor en el impulso del papel de la mujer y la internacionalización.

Founderz alinea mi propósito personal y profesional de transformar la vida de millones de personas a través de la educación de calidad, accesible e inclusiva. Más allá de ser rentables y sostenibles,

Founderz

creo que una empresa debe tener 'alma', un propósito que convierta la innovación en una herramienta de impacto positivo. En seis años y con crecimientos anuales de más del 90%, somos rentables desde 2023, contamos con un equipo de 67 personas, más de 1.400 empresas formadas y más de 630.000 alumnos en todo el mundo. Impulsamos iniciativas de formación en IA gratuitas, accesibles e internacionales. Solo en 2026, AI Skills 4 Women ha formado ya a más de 80.000 mujeres, y fue destacada por el World Economic Forum en Davos.

Entiendo el liderazgo como la capacidad de conectar a las personas con una visión y propósito compartido, ayudarles a crecer y generar la confianza para avanzar también en momentos de incertidumbre. He impulsado una cultura centrada en las personas, esfuerzo, aprendizaje, responsabilidad y crecimiento. Hoy el 47% del equipo son mujeres. Como madre de tres hijos, defiendo un liderazgo exigente y humano, comprometido con la conciliación y la igualdad de oportunidades. Desde Founderz colaboramos con la Fundación Princesa de Girona, Fundación ONCE o Fundación ASTI para acercar la formación al talento. Como patrona de Female Startup Leaders impulso la visibilidad de proyectos innovadores liderados por mujeres.



SILVIA CARNÉ MASLLORENS

CEO

FERRER MIRANDA, SLU

- Incremento de la facturación en 2025 10%
- Evolución del Ebitda 50%
- Crecimiento de la plantilla 10%

Ferrer Miranda es una compañía dedicada a la elaboración de vinos tranquilos con una clara vocación por traspasar fronteras y una apuesta decidida por el maridaje de la innovación con el mimo y el cuidado artesanal y la sabiduría ancestral. Mi estrategia al frente de la compañía se ha centrado en ahondar en estas coordenadas. Así, hemos reforzado nuestra internacionalización con la apertura de nuevos mercados y el desarrollo de los ya existentes (45 países). También he apoyado la implantación de la inteligencia artificial en nuestros procesos, la mejora de la robotización y la búsqueda de la eficiencia energética. Todo esto se ha traducido en una revisión de costes fijos y ahorros del 20%.

Otro gran foco de mi gestión es el cuidado de ese activo tan valioso que son las personas. Mi objetivo ha sido hacer crecer al equipo, contratar al mejor talento y formar a los colaboradores. Porque tengo la certeza de que sin ellos ningún proyecto es posible.



EDUARDO CASADO CÁRDABA
SOCIO FUNDADOR
AUSTRALIAN WAY

- Incremento de la facturación en 2025 30%
- Evolución del Ebitda 9%
- Crecimiento de la plantilla 10%

Desde 2010 lidero junto a mi socio Alberto Cuervo un proyecto con propósito transformador: abrir oportunidades globales que cambian vidas. En ese recorrido hemos acompañado a más de 10.000 personas a desarrollarse personal y profesionalmente con experiencias internacionales de impacto real y duradero. He impulsado un crecimiento sólido y sostenido, pasando de dos fundadores a un equipo de más de 50 profesionales, con presencia en España, Latinoamérica y Australia, y operaciones en más de 10 destinos. Este desarrollo se apoya en una cultura corporativa en la que el liderazgo humano, la autonomía y el propósito son claves.

Junto a la internacionalización, la gran palanca de crecimiento es la innovación, entendida como un equilibrio. La tecnología potencia, pero no sustituye, el valor del talento humano. Así, hemos creado un modelo híbrido donde la tecnología convive con un enfoque personalizado para lograr posicionarnos como actor de referencia en la educación internacional.



CARLOS DÍEZ DE LA LASTRA
CEO
LES ROCHES MARBELLA

- Incremento de la facturación en 2025 9,91%
- Evolución del Ebitda 25,5%
- Crecimiento de la plantilla 7,52%

Mi labor al frente de Les Roches se centra en consolidar nuestro campus de Marbella, fundado en 1995, como un hub internacional de referencia en la educación en gestión del hospitality, turismo de lujo y sectores de la economía de la experiencia.

En este contexto, hemos situado a Les Roches como la 2.ª institución educativa más importante del mundo en Gestión de Hospitality y Ocio (QS World University Ranking by Subject, 2025 y 2026), reforzando su liderazgo global desde una base con un fuerte anclaje en España.

Desde esta visión, hemos impulsado un modelo académico diferencial que integra rigor académico suizo, aprendizaje práctico, innovación aplicada en programas y dentro del aula, y una estrecha colaboración con la industria. El campus de Marbella desempeña un papel clave en este posicionamiento, formando talento global desde España, con estudiantes de más de 100 nacionalidades y preparados para liderar la industria, en conexión con más de 200 empresas líderes y una red de +16.000 antiguos alumnos en posiciones clave en España y más de

140 países. En paralelo, mantenemos una participación activa en asociaciones, organizaciones, congresos y foros estratégicos en España, contribuyendo al posicionamiento del país como referente en talento, innovación y liderazgo en la economía de la experiencia.

Hemos ampliado nuestra oferta académica, desde grados, hasta másteres y formación ejecutiva, incorporando programas especializados en ámbitos como la gestión deportiva, los cruceros de lujo o la aviación privada, con titulaciones respaldadas por acreditaciones académicas internacionales (SAC y NECHE).

Asimismo, hemos reforzado la conexión con el tejido empresarial mediante iniciativas como el programa Meliá Future Talent, diseñado para formar talento alineado con las necesidades de la compañía y facilitar su incorporación a su red internacional de hoteles.

La innovación se articula en proyectos como SPARK Innovation Sphere, nuestro hub en Marbella, que conecta empresa, tecnología y talento.

Mi objetivo es seguir posicionando Marbella como punto de encuentro global donde se define el futuro de la industria a través del talento, la innovación y la colaboración.



JUAN MANUEL CHUECA GARCÍA
SOCIO DE
TRANSFORMACIÓN DIGITAL
PKF ATTEST

- Incremento de la facturación en 2025 23%
- Evolución del Ebitda 25%
- Crecimiento de la plantilla 20%

Desde mi posición como socio en PKF Attest, he contribuido de manera activa al crecimiento y evolución del área de Consultoría y Tecnologías de la Información (ITC), en estrecha colaboración con otros socios de la firma. Adicionalmente, formo parte del Comité Comercial.

El trabajo conjunto desarrollado en la firma ha permitido consolidar una evolución sostenida en rentabilidad y facturación, apoyada en el desarrollo de capacidades comerciales, el refuerzo del equipo y la orientación a resultados. Este crecimiento se ha acompañado de inversiones estratégicas en infraestructuras, destacando la apertura de una nueva oficina en Madrid, diseñada bajo criterios de eficiencia y alta tecnología.

Destaco, además, que PKF Attest promueve una cultura basada en la equidad, en la transparencia y en el desarrollo profesional, apoyada en diversas iniciativas como el Plan de Igualdad, un canal ético y un plan de carrera estructurado con evaluaciones objetivas.



HP E INTEL ACELERAN EL FUTURO DEL TRABAJO PARA LAS PYMES

Preparado para la era de la inteligencia artificial, el nuevo HP EliteBook X G2i quiere convertirse en un aliado tecnológico para impulsar la transformación digital de las pymes. Descubre la potencia de Intel Inside® con el procesador Intel® Core™ Ultra 7 Serie 3 con Intel vPro®.

En nuestro país hay casi 3 millones de pymes (empresas de 0 a 249 asalariados), según el informe 'Cifras Pymes' elaborado por el Ministerio de Industria y Turismo. Es decir, cuando hablamos del futuro del trabajo, hablamos del día a día de millones de pequeñas y medianas empresas que sostienen buena parte de nuestra economía. Y su forma de trabajar está cambiando a la misma velocidad que el entorno empresarial.

Estar conectado no es suficiente: hay que ser más ágil, más eficiente y más inteligente. Las pymes viven en un equilibrio constante entre productividad, competitividad y recursos limitados. Por eso elegir bien la tecnología con la que trabajan es fundamental.

ASÍ ES EL NUEVO HP ELITEBOOK X G2i: EL PORTÁTIL PARA IMPULSAR A LAS PYMES

Consciente de esta transformación, HP da un paso más en su apuesta por acompañar a las pymes durante toda su evolución tecnológica. Lo hace con el lanzamiento del nuevo HP EliteBook X G2i, un dispositivo concebido para un entorno profesional donde la inteligencia artificial empieza a redefinir la productividad. Su llegada refuerza además HP Impulsa, la iniciativa de la compañía para ayudar a las pequeñas y medianas empresas a modernizar sus herramientas de trabajo y ganar competitividad.

RECONOCIDA CON EL CES 2026 INNOVATION AWARD la serie HP EliteBook X G2i refuerza su posicionamiento como referente en el desarrollo de dispositivos premium pensados para los profesionales que marcan el rumbo del nuevo entorno laboral.

Esta innovación tiene premio: la serie HP EliteBook X G2i ha sido reconocida con el CES 2026 Innovation Award, destacando su liderazgo en el desarrollo de dispositivos premium para profesionales que están definiendo el futuro del trabajo.

Diseñada para un entorno laboral cada vez más dinámico, esta nueva generación combina rendimiento de IA preparado para el futuro, seguridad de nivel empresarial y un diseño ultramóvil que hace que el trabajo inteligente sea más intuitivo, ágil y eficiente.

PRODUCTIVIDAD Y SEGURIDAD PARA CUALQUIER LUGAR DE TRABAJO

En un entorno donde el trabajo puede suceder tanto en una oficina como en casa o en una cafetería, la portabilidad es una necesidad. Por eso, el HP EliteBook X G2i responde a los nuevos modos de trabajo con un rediseño completo que apuesta por la ligereza y la robustez. Su pantalla de 14" con opciones OLED y niveles reducidos de luz

ELITEBOOK X G2i

está disponible en distintos acabados: Atmospheric Blue, Glacier Silver y el nuevo Eclipse Gray.

azul permite trabajar cómodamente durante todo el día, mientras que la experiencia de entrada mejora con un teclado rediseñado y un trackpad háptico más grande y preciso.

Impulsado por el procesador Intel® Core™ Ultra 7 Serie 3 con Intel vPro®, el EliteBook X G2i es capaz de ejecutar cargas de trabajo basadas en inteligencia artificial de forma local, sin depender de la nube. Gracias a una NPU de hasta 50 TOPS, el dispositivo puede acelerar procesos como el análisis de datos, la automatización de documentos o la mejora de la colaboración en videollamadas, ofreciendo mayor velocidad y eficiencia a los equipos de trabajo.

La integración de soluciones como Microsoft Copilot, funciones avanzadas de cámara impulsadas por IA y sistemas de optimización inteligente del rendimiento permite a los empleados centrarse en tareas de mayor valor añadido y reducir el tiempo dedicado a actividades menos productivas.

El EliteBook X G2i incorpora HP Wolf Security for Business, un sistema de defensa con protección a nivel de hardware que blindo el dispositivo desde la BIOS hasta el navegador frente a las amenazas actuales.



LUIS CID-FUENTES GÓMEZ

CEO

GOMEZ GROUP METERING

- Incremento de la facturación en 2025 11,32%
- Evolución del Ebitda 22,90%
- Crecimiento de la plantilla 0%

En mi compañía, especializada en la gestión de consumos energéticos, he apostado decididamente por la innovación como motor de crecimiento. Hemos desarrollado un equipo interno de IT que trabaja de forma continua en nuevas soluciones tecnológicas adaptadas a nuestras necesidades y a las de nuestros clientes, y estamos integrando la IA en nuestro día a día para automatizar procesos, reducir costes operativos y mejorar la eficiencia.

He impulsado iniciativas orientadas a la sostenibilidad y la eficiencia operativa. Hemos transformado nuestra flota corporativa incorporando vehículos GLP y eléctricos. Además, hemos adoptado un firme compromiso de papel cero. En el liderazgo humano, he implementado planes de carrera que fomentan la promoción interna y refuerzan la retención del talento, generando un alto nivel de compromiso. Apostamos por la inclusión real, incorporando y promoviendo el talento femenino en oficios tradicionalmente masculinizados, como la fontanería.



SENÉN FERREIRO PÁRAMO

SOCIO Y PRESIDENTE EJECUTIVO

VALORA CONSULTORES



- Incremento de la facturación en 2025 29,18%
- Evolución del Ebitda 175%
- Crecimiento de la plantilla 2%

Mi visión estratégica se ha basado durante estos años en anticipar riesgos y oportunidades globales para cada modelo de negocio y su cadena de valor, situando la sostenibilidad y la digitalización como ejes principales para la competitividad.

Tras consolidarnos como aliado experto de multinacionales del retail y la moda en Europa y los Estados Unidos, iniciamos una ambiciosa expansión internacional con filiales en Turquía, Francia, Reino Unido y Países Bajos. En 2012 constituimos nuestra sociedad en México y en 2025 en Colombia y desde ellas operamos en toda la región andina y Caribe.

Destaco, además, hitos de nuestro trabajo en 2021, cuando reforzamos la apuesta por el sector financiero y asegurador, acompañando actualmente a más de 50 bancos de Europa y América, tanto en servicios corporativos, como en la movilización de financiación e inversión sostenible. Hemos facilitado más de 70 operaciones de financiación con criterios ESG, por un valor superior a 2.500 millones de euros en los últimos ejercicios. Como resultado de esta especialización,

hemos sido reconocidos como miembros del Consejo de Finanzas Sostenibles de España del Ministerio de Economía.

Dirigiendo a un fantástico equipo de profesionales, hemos logrado que Valora acredite un impacto tangible en vectores de desarrollo como competitividad, rentabilidad, internacionalización y sostenibilidad. Como resultado, destaco que contamos, en la actualidad, con una excepcional cartera de más de 1.000 clientes de 40 sectores, a los que damos una eficiente respuesta profesional en más de 45 países. El negocio internacional representa el 45% del volumen total de la compañía.

Creo que el verdadero impacto de Valora reside en haber impulsado durante 24 años la transformación de modelos de negocio de compañías cotizadas y familiares, analizando riesgos, integrando sostenibilidad, formación a consejos y soluciones estratégicas orientadas hacia una inversión más sostenible, con resultados medibles y con una capacidad de influencia sectorial relevante.

He impulsado, además, un modelo de liderazgo basado en el desarrollo de talento especializado, la diversidad, el empleo de calidad multirregional. En la actualidad, más de 230 personas trabajan en Valora.



RAÚL CORTÉS FIBLA

CEO

AEROX ADVANCED POLYMERS

- Incremento de la facturación en 2025 25,6%
- Evolución del Ebitda 11,8%
- Crecimiento de la plantilla 21%

En un mercado dominado por grandes multinacionales, Aerox ha consolidado su posición como socio tecnológico especializado, gracias a una combinación de innovación industrial, proyectos públicos de I+D y una cartera completa de recubrimientos y adhesivos para el sector eólico, que nos permite liderar nichos clave de alto valor añadido. La estrategia de mi compañía se apoya en una innovación orientada a resolver desafíos industriales del sector eólico (en 2025, dio un paso adicional con la creación de una nueva línea de innovación en 'tooling' y automatización aplicada). Considero que somos pioneros en el desarrollo de sistemas de aplicación automática para la protección del borde de ataque de la pala.

Nuestras soluciones se utilizan hoy en más de 10.000 turbinas de algunos de los principales fabricantes europeos y americanos, reflejando la tracción internacional de la compañía y nuestra capacidad para generar valor tecnológico sostenido para nuestros clientes.



ALEJANDRO COSTA JIMÉNEZ
CEO Y COFUNDADOR
ÉXXITA

- Incremento de la facturación en 2025
25
- Evolución del Ebitda
78
- Crecimiento de la plantilla
8,97

Éxxita, grupo empresarial español con más de 20 años de trayectoria, está especializada en economía circular aplicada al ámbito tecnológico. Mi liderazgo se basa en la convicción de que la tecnología solo tiene sentido cuando está al servicio de las personas y del planeta, entendiendo la circularidad como una palanca real de competitividad, resiliencia y creación de valor.

Bajo mi dirección, Éxxita ha evolucionado desde un proyecto local hasta uno internacional, desarrollando soluciones circulares a lo largo de toda la cadena de valor tecnológica. Integra actualmente tecnología propia, 35.000 licencias software y más de 10.000 m² de infraestructura industrial, con el Circular Innovation HUB como eje estratégico y el respaldo del fondo de impacto GSI.

Defiendo un liderazgo humano, exigente y orientado al largo plazo, ya que entiendo el éxito empresarial como la capacidad de generar impacto duradero y desarrollar modelos capaces de combinar rentabilidad, innovación y transformación positiva.



LAURA GARCÍA PERDOMO
CEO
CREAHOLOC S.L. / ZAPATO FERROZ



- Incremento de la facturación en 2025
-12%, 9,5 millones de euros
- Evolución del Ebitda
-27%, 2,1 millones de euros
- Crecimiento de la plantilla
0%, 14 empleados

En 2025, he consolidado en Zapato Feroz una visión estratégica basada en eficiencia, control y decisiones sostenibles a largo plazo. Creo que la innovación no consiste en añadir complejidad, sino en eliminar ineficiencias: producción bajo demanda, análisis de datos en tiempo real y digitalización completa del ciclo operativo. Este sistema permite que un equipo de solo 14 personas gestione más de 300.000 pares y cerca de 200.000 pedidos al año, alcanzando una facturación de 9,5 millones. La tecnología se utiliza para tomar mejores decisiones: reducir errores, ajustar la producción y optimizar recursos. En paralelo, la internacionalización avanza de forma controlada, consolidando mercados cercanos como Portugal y explorando otras oportunidades sin comprometer el modelo. Además, iniciamos un estudio científico, único en el sector, sobre el desarrollo del pie infantil y presentamos sus primeros resultados en el Congreso Nacional de Podología. Transformamos los datos en conocimiento. No innovamos para hacer mejor. Innovamos para hacerlo mejor.

He demostrado que impacto y rentabilidad no son opuestos, sino

consecuencia del mismo sistema. La empresa alcanzó 1,7 millones de beneficio en 2025 y un Ebitda de 2,1 millones, operando sin deuda y sin inversión externa, con un modelo basado en control y eficiencia. En sostenibilidad, los resultados son medibles: 98% de rotación, más de 240.000 pares en uso y solo un 0,01% de producto inutilizable. Nada se desecha: se reacondiciona, se repara o se reutiliza. El impacto trasciende el producto. Además, Ferozland se consolida como extensión física del modelo, con más de 5.000 familias participando en actividades, formación y proyectos sociales, reforzando una relación directa con la comunidad. No hablamos de impacto. Lo medimos, lo ejecutamos y lo vivimos.

También he consolidado un modelo de gestión del talento basado en una decisión clara: adaptar la empresa a las personas, no al revés. La conciliación no es una política, es parte del sistema: jornadas flexibles, horarios concentrados y ausencia de festivos o fines de semana. Nuestro enfoque ha sido reconocido con el Premio Aseme 2025 por liderazgo y conciliación. El modelo une estabilidad y evolución, con incorporaciones alineadas con la cultura y formación continua en áreas clave como IA y ciberseguridad. El resultado es un equipo comprometido, autónomo y eficiente.



CRISTINA CRUZADO DÍAZ
PRESIDENTA EJECUTIVA
GRUPO VÉRTICE

- Incremento de la facturación en 2025
15%
- Evolución del Ebitda
22%
- Crecimiento de la plantilla
3%

He apostado por la innovación basada en la tecnología, la creatividad y el aprendizaje, en el sector de la formación, con hitos como VeGA, la primera agente de IA, que personaliza la formación de cada estudiante. O (IN)COMPLETOS, formación socioemocional en formato serie de ficción, como método de aprendizaje nunca antes vista en el mercado. Con Powerminds, ofrecemos LXP gamificada para fomentar el aprendizaje de soft skills.

Mi estrategia pasa por un equipo de alta implicación y conocimiento, productos y servicios que resuelven necesidades reales y forjar alianzas estratégicas para poder asegurar el impacto en nuestros clientes. Un ejemplo es el partnership con LinkedIn, integrando suscripciones a la plataforma dentro de sus proyectos, aportando un valor tanto diferencial como medible, siendo su único partner oficial en España. Y junto a Cremades & Calvo-Sotelo hemos creado Gesinnova, la escuela digital para la gestión e innovación en la compra pública.



ALBERTO DE BLAS DE PABLO

DIRECTOR GENERAL

ENERGÍA ACCESIBLE

- **Facturación**
Inicio de actividad en Q4 de 2025, 1.000% en lo que va de 2026
- **Evolución del Ebitda** 100%
- **Crecimiento de la plantilla** 200%

Mi compañía desarrolla una solución tecnológica de baterías preparadas para funcionar sólo con la entrada de la red eléctrica (a fecha de hoy, solución única en el mercado) y realizar una gestión de consumo óptima en función de las tarifas eléctricas (los spreads de precios entre las diferentes horas del día son cada vez mayores) y del perfil del consumidor (aplicación con inteligencia artificial para tomar las mejores decisiones). Creo que aportamos una solución técnica con funcionalidades únicas para este sector, asegurando pagar siempre la electricidad al menor coste posible del mercado y ayudando al sistema eléctrico en general a poder dar más entrada de energía renovable.

Considero que el gran valor añadido de nuestra solución principal es resolver el problema de aquellos que no disponen de 'un tejado' para implementar fotovoltaica y reducir su coste eléctrico, además de garantizar la continuidad de suministro en todo momento.



ÁNGEL GONZÁLEZ CAVA
PRESIDENTE

MODULAR HOME



- **Incremento de la facturación en 2025** 13,2%
- **Evolución del Ebitda** 220%
- **Crecimiento de la plantilla** 24,6%

Modular Home nació con el objetivo de transformar la construcción en España a través de la industrialización, apostando por la innovación, la calidad y la eficiencia en un contexto donde la calidad era incierta. Nuestro principal hito ha sido el desarrollo del sistema constructivo propio y homologado MH System®, mediante paneles autportantes de hormigón que permite crear viviendas con altos estándares de calidad.

Tras más de veinte años, nos hemos consolidado como una compañía pionera en construcción industrializada, aplicando la 'Personalización Estandarizada', que permite adaptar volumetría, distribución y acabados sin comprometer calidad, plazos ni costes.

Mi estrategia ha pasado por consolidar un día a día que se apoya en tres grandes pilares: construir, acompañar y garantizar. Ofrecemos un servicio 360° al autopromotor, cubriendo todas las fases de un proyecto: elección de terreno, diseño, construcción y entrega 'llave en mano', aportando garantías y servicio posventa y un precio cerrado. Integramos diseño, in-

geniería, producción en fábrica y montaje final, optimizando tiempos y reduciendo riesgos. Además, aplicamos rigurosos controles en cada fase para asegurar trazabilidad, eficiencia y calidad. Contamos con una red de franquicias en España y Portugal que refuerza nuestra cercanía al cliente y coherencia de marca.

Nuestro trabajo ha sido reconocido en los últimos años con los Premios PYME de la Cámara de Comercio de Cáceres en 'Formación y Empleo' (2023) y 'Tecnología e Innovación' (2025), además de ser una de las 16 candidatas al Premio Nacional PYME del Año 2025. Además de otros reconocimientos en certámenes especializados en arquitectura y construcción que refuerzan nuestro posicionamiento como referente en innovación constructiva.

Además impulsamos proyectos de I+D: CDTI, MarginUp! y Proyecto PIT, centrados en industrialización y sostenibilidad. Asimismo, promovemos los Modular Awards, que reflejan nuestros valores y fomentan la innovación y el talento en el sector. Con todo ello, he posicionado a Modular Home como una empresa referente, con una propuesta diferencial y vocación de liderazgo en la transformación del sector de la construcción.



JUAN DE COMINGES CARBALLO

GERENTE

GETFISH S.L.

- **Incremento de la facturación en 2025** 15%
- **Evolución del Ebitda** 20%
- **Crecimiento de la plantilla** 20%

Somos una empresa especializada en la comercialización de pescados, mariscos y cefalópodos congelados. El gran valor de la estrategia que he contribuido a desarrollar en estos años es que contamos con profesionales con muchos años de experiencia en el mundo de la comercialización de pescado congelado, distribuidos por los principales mercados mundiales, lo que nos permite seleccionar la mejor mercancía en origen y así poder ofrecer a nuestros clientes un producto de mejor calidad y a un precio más competitivo. Otra gran apuesta ha sido reforzar el departamento ventas de exportación para buscar nuevos clientes internacionales y buscar mercados alternativos. Así hemos conseguido un gran aumento en facturación y beneficio durante los dos últimos años.

Todo es posible gracias a nuestra plantilla, formada por cuatro mujeres y cuatro hombres. A todos se les valora por igual sus responsabilidades y todos formamos un gran equipo, del que estamos muy orgullosos.



ALMUDENA DE LA MATA

CEO

BLOCKCHAIN INTELLIGENCE

- Incremento de la facturación en 2025 78,62%
- Evolución del Ebitda 367%
- Crecimiento de la plantilla 0%

He liderado nuestro crecimiento internacional como centro de excelencia en blockchain, activos digitales, tokenización e IA aplicada, con presencia en Latinoamérica y Alemania. Nuestra actividad ha crecido en 'advisory' para sector financiero, empresas y administraciones públicas, con soluciones en tecnologías descentralizadas, regulación digital, transformación institucional y capacitación. Desarrollamos marcos regulatorios y estructuras institucionales vinculadas a activos digitales y tecnología en siete países y trabajamos con organismos como ONU, Comisión Europea, BEL...

He impulsado el primer centro especializado en formación ejecutiva en activos digitales, blockchain, tokenización e IA (más de 43 ediciones internacionales) y un metaverso educativo para nuevos modelos de aprendizaje. También la integración de blockchain, IA y entornos inmersivos en nuevos modelos de negocio y aplicaciones vinculadas a sostenibilidad e impacto ambiental con ciudades.



JUAN GRAÑA RODRÍGUEZ

CEO

NEUROLOGYCA

- Incremento de la facturación en 2025 15,4%
- Evolución del Ebitda 88,1%
- Crecimiento de la plantilla 45%

En Neurologyca estamos anticipando una de las grandes evoluciones tecnológicas: la necesidad de que la inteligencia artificial entienda a las personas. Sobre esta visión, he impulsado la creación de una nueva categoría, integrando IA y comportamiento humano en soluciones aplicables a múltiples sectores, como medios, telecomunicaciones, seguridad, salud o educación, entre otros muchos. He liderado la transición desde un modelo de consultoría a una compañía tecnológica con desarrollo propio, orientada a producto y escalabilidad.

Este giro estratégico se ha acompañado de la expansión internacional hacia Estados Unidos, con presencia en Silicon Valley y acceso a los principales ecosistemas de innovación. Desde esta posición, Neurologyca trabaja con grandes corporaciones como WPP Media, Atresmedia, Verisure, Telefónica u Ogury, y avanza en acuerdos con líderes tecnológicos globales como Google, Oracle, Perplexity o LinkedIn, reforzando su posicionamiento internacional.

Más allá de los resultados, mi enfoque contribuye a una evolu-

neurologyca

ción de la tecnología hacia modelos más responsables y humanos, centrados en comprender mejor a las personas y mejorar la toma de decisiones en organizaciones y en la sociedad.

La transformación de la compañía —con impacto directo en facturación— desde un modelo consolidado de servicios a la construcción de una compañía tecnológica escalable fue un cambio asumido con alto riesgo y respaldado por inversores estratégicos. Para ello he alineado al equipo en torno a una visión ambiciosa y de largo plazo. En otras palabras: estamos trabajando para renunciar a lo seguro para construir el futuro de la inteligencia artificial.

En este empeño, he construido un equipo multidisciplinar que integra perfiles científicos, tecnológicos y de negocio, operando de forma coordinada entre Europa y Estados Unidos. La cultura se basa en la exigencia, la autonomía y la responsabilidad compartida, fomentando la participación activa en proyectos estratégicos.

Además, he apostado por conseguir que la compañía tenga una fuerte conexión con universidades y programas formativos, contribuyendo al desarrollo de talento en áreas emergentes como comportamiento humano e inteligencia artificial.



MAR DE LAS HERAS MUÑOZ

DIRECTORA GENERAL ADJUNTA

PROCESIA

- Incremento de la facturación en 2025 17,14%
- Evolución del Ebitda 58,16%
- Crecimiento de la plantilla 3,84%

El sector público, concretamente el área de Justicia, supuso el comienzo de nuestro camino. Más de una década después, hemos sumado áreas como Empleo o Defensa, con una creciente actividad en el ámbito privado. Uno de nuestros últimos hitos ha sido la firma de un importante contrato para ejecutar el bastionado automatizado en la Administración con nuestra rompedora herramienta KeepArmor, que cumple con marcos regulatorios de ciberseguridad tan exigentes como el Esquema Nacional de Seguridad (ENS). Otro nos llevó a acompañar, simultáneamente, a más de 40 entidades públicas para cumplir el ENS en colaboración con la Agencia Estatal de Administración Digital (antigua SGAD).

Desde mi puesto, he contribuido a nuestra aportación en el ámbito de la IA, donde hemos desarrollado soluciones que hacen más eficientes a las organizaciones, como ShellPods, plataforma de IA agéntica para migrar, generar y mantener software que está transformando el mercado.



ANTONIO ESPINOSA DE LOS MONTEROS

CEO

LIUX

- Previsión de facturación para 2026
4 millones
- Previsión de Ebitda
0,4 millones
- Previsión de plantilla
77 empleados

Liux es la startup que he fundado junto a David Sancho para fabricar vehículos urbanos más ligeros, más eficientes y asequibles para un futuro neutro en carbono. Estamos revolucionando la producción de vehículos a través de materiales de base biológica, la modularidad y la impresión 3D. Con este objetivo hemos desarrollado, homologado e industrializado el coche más sostenible del mundo, el LIUX BIG, con tecnología propia de 'powertrain' y de biocomposites, y con nuestra propia fábrica montada en Azuqueca de Henares, que tendrá capacidad para fabricar 15.000 vehículos al año a partir de 2028 y cuenta con una superficie de 5.550 m².

Nos hemos abierto paso en el mercado europeo, con acuerdos de distribución ya en Italia, España y Francia y con grandes operadores de flotas. El impacto sostenible de nuestra propuesta es evidente, con una reducción masiva de la huella de CO₂ en el ciclo de vida completo del coche de entre un 30 y un 90% con respecto a turismos estándar.



JUAN TOMÁS HERNANI

CEO

SATLANTIS



- Incremento de la facturación en 2025
81,74%
- Evolución del Ebitda
73,35%
- Crecimiento de la plantilla
42,75%

Mi visión estratégica se ha centrado en acelerar la internacionalización con un crecimiento sostenible y el desarrollo de talento. Desde nuestra sede de origen en la Universidad de Florida, Satlantis USA ha impulsado, bajo la marca 'By Satlantis', la adquisición de SuperSharp y la apertura de filiales como Satlantis France y Satlantis Astrabudua, consolidando su presencia en mercados estratégicos. Esta expansión se ha reforzado con la participación en programas de la European Space Agency y la European Commission, como el programa Copernicus CCM (detección global de emisiones de metano), así como en eventos internacionales B2B y B2G y foros científicos, fortaleciendo nuestras capacidades tecnológicas y generando nuevas oportunidades de crecimiento.

La innovación continua de nuestra tecnología impulsa el desarrollo de soluciones de alto rendimiento y satélites de última generación, evolucionando desde el desarrollo de 'payloads' ópticos hacia la creación de misiones satelitales completas orientadas a resolver retos como la monitorización climática y la transición hacia energías verdes. Nuestra

tecnología de cámaras de muy alta resolución permite medir emisiones de CO₂ y fugas de metano con alta precisión, contribuyendo a la lucha contra el cambio climático y apoyando la toma de decisiones de gobiernos y organizaciones. Estos desarrollos refuerzan nuestra posición en contratos estratégicos del sector espacial, incluyendo colaboraciones con compañías estadounidenses de Oil & Gas, que generan un impacto real en sostenibilidad, alineando innovación, rentabilidad y compromiso ambiental bajo los ODS.

Nuestro liderazgo se basa en la transparencia, la cohesión de equipos y el desarrollo del talento. Impulsamos iniciativas como 'Meet the CEO' y jornadas de empresa semestrales, donde se comparten avances y resultados para alinear a toda la organización. Además, organizamos una convención anual de dos días centrada en la innovación y la generación de nuevos proyectos. Complementamos estas acciones con charlas en universidades para atraer talento joven y promover la diversidad, y reforzamos nuestra cultura corporativa mediante iniciativas de impacto social y deportivo, como el patrocinio de equipos femeninos y la participación en causas solidarias. Además, fomentamos activamente la igualdad de oportunidades a través de nuestro Plan de Igualdad.



REYES ESTÉVEZ SANTIAGO

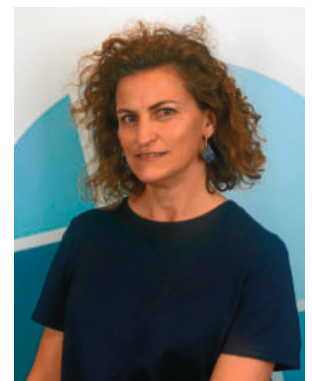
CEO

LINEAS Y CABLES, S. A.

- Incremento de la facturación en 2025
20%
- Evolución del Ebitda
38%
- Crecimiento de la plantilla
4,7%

En Líneas y Cables S.A. ofrecemos soluciones fiables en ingeniería y desarrollo, distribución e instalación en diversas áreas: Telecomunicación, IT, IOT, Energía, Defensa, Climatización, Seguridad, PCI, Agua y Gas. Diseñamos, planificamos, asesoramos y ejecutamos las soluciones óptimas para cada proyecto y cada cliente. Nuestro equipo comercial está formado íntegramente por ingenieros, ofreciendo una atención técnica adecuada a cada proyecto.

Desde mi incorporación a la compañía he procurado desarrollar una nueva visión cultural y organizativa que nos ha llevado a más que duplicar la facturación en 5 años (crecimiento del 156%). En el plano tecnológico he impulsado, entre otros hitos, un cambio del sistema informático de la compañía, la digitalización del archivo y hemos logrado la obtención de certificado ENS de seguridad alto. En el ámbito del talento, implementamos la jornada intensiva todo el año para favorecer la conciliación, además de proporcionar más autonomía a los equipos.





Vista cenital de las 'cuatro torres' de Madrid, el área de negocios más moderna de la ciudad.

MADRID COMO ENCLAVE ESTRATÉGICO PARA LA CREACIÓN Y LA EXPANSIÓN DE EMPRESAS

Invest in Madrid es una iniciativa que busca la atracción de inversión extranjera y el impulso al tejido empresarial de la Comunidad de Madrid, como motor económico, de empleo y de atracción de talento.

Más allá de dar con una buena idea de negocio y trabajar en su desarrollo, cuando se trata de poner un proyecto en marcha, o bien de hacerlo crecer, resulta fundamental contar con aliados estratégicos en los que confiar. En un mundo cada vez más competitivo y globalizado, el lugar donde establecer o expandir un negocio marca la diferencia entre crecer con éxito o quedarse atrás. Por eso, Invest in Madrid reivindica el papel de la Comunidad de Madrid como uno de los destinos más atractivos de Europa para la inversión extranjera. Pero no basta con decirlo, también hay que demostrarlo. Por eso, el principal cometido de este organismo es acompañar a cada empresa en ese camino de crecimiento. Actúan como la puerta de entrada y el punto único de contacto de las empresas o emprendedores internacionales con interés en instalarse, crecer o consolidar su pre-

sencia en la región. Para ello, cuentan con un sólido equipo de profesionales que prestan su asistencia tanto a proyectos emergentes como a empresas ya establecidas a fin de impulsar su crecimiento. Por supuesto, de manera gratuita y confidencial.

ACOMPañAMIENTO EN CADA ETAPA DEL PROYECTO

El objetivo de Invest in Madrid es impulsar la llegada de inversión extranjera a la Comunidad, como motor de crecimiento económico y para la generación de empleo. Para ello, brindan acompañamiento a cada inversor o empresa durante toda la vida de su proyecto, desde los trámites iniciales hasta la instalación y la expansión. Ofrecen soporte personalizado y especializado según el sector y las necesidades específicas de cada proyecto, lo cual contempla aspectos administrativos, legales, operativos y estraté-

gicos, actuando como un socio local implicado desde el primer día.

También conectan a los empresarios con otros agentes clave del ecosistema, como administraciones públicas, centros tecnológicos o redes de talento, brindan asesoramiento sobre la localización estratégica de la empresa y actúan como un canal directo con la administración, resolviendo obstáculos regulatorios y acelerando proyectos. Además, la Comunidad de Madrid está trabajando en la primera Estrategia de Internacionalización con un doble propósito: atraer inversión a la región y acompañar la internacionalización de empresas españolas.

Asimismo, disponen de estrategias para impulsar el crecimiento de las empresas, como ayudas a la inversión para la creación, ampliación o modernización de instalaciones; programas de I+D+i; incentivos para la formación y contratación de talento; y apoyo a proyectos de sostenibilidad, descarbonización y transformación digital.

¿POR QUÉ ESCOGER MADRID?

Madrid es un referente internacional desde el punto de vista del emprendimiento y el crecimiento económico. Esta región destaca por su economía robusta, la seguridad jurídica, la agilidad administrativa y los incentivos fiscales para las inversiones extranjeras y el emprendimiento. Cabe resaltar otro pilar esencial, y es que la Comunidad de Madrid atesora un nutrido talento que da forma a una fuerza laboral diversa, preparada y con apetito por las nuevas oportunidades.

Prueba de todo ello es que Madrid es el motor económico de España, aportando casi un euro de cada cinco de PIB. También es la segunda región de la Unión Europea en cuanto al empleo relacionado con la tecnología y fue líder en la creación de nuevas empresas en 2025 a nivel nacional.

Otras fortalezas de esta región son su ubicación geoestratégica privilegiada, sus potentes infraestructuras físicas y digitales y la garantía de un proyecto de vida más allá de lo laboral. Abundan las oportunidades laborales, pero también de ocio, amén de su riqueza cultural, su variada gastronomía y su atmósfera cosmopolita. En definitiva, si estás pensando en dar el salto internacional con tu empresa, Invest in Madrid es la respuesta como hub estratégico en Europa.



ÍÑIGO FERNÁNDEZ DE PIÉROLA

CEO

NEURONUP

- Incremento de la facturación en 2025
43%
- Evolución del Ebitda
40%
- Crecimiento de la plantilla
43%

He impulsado una estrategia basada en la innovación, la digitalización y la expansión internacional, integrando datos e inteligencia artificial para crear soluciones digitales eficientes y escalables en nuestra plataforma web de neurorrehabilitación y evaluación. Durante 2025, consolidamos nuestra presencia en 75 países —con foco en España, Latinoamérica y Europa— alcanzando un impacto de más de 3.500 clientes, 7.000 profesionales y 200.000 usuarios.

Nuestra gestión financiera y operativa ha fortalecido la facturación, los contratos estratégicos y el empleo cualificado, respaldada por tecnología propia y la certificación ISO 27001. Asimismo, reforzamos el compromiso científico con más de 20 estudios publicados y 20 investigaciones activas junto a universidades de referencia. Además he promovido una cultura corporativa de alto rendimiento fundamentada en la autonomía, el talento y el propósito social, logrando anticiparnos a las necesidades del mercado.



PEDRO INFANTE PERALTA

CEO

COANDA / KYOCERA

- Incremento de la facturación en 2025
13,31%
- Evolución del Ebitda
7,47%
- Crecimiento de la plantilla
64,78%

Somos una compañía especializada en sistemas de impresión que ofrece soluciones avanzadas para empresas que buscan optimizar su productividad. A lo largo de mi trayectoria he impulsado el crecimiento de la compañía mediante decisiones estratégicas orientadas a mejorar la rentabilidad, ampliar nuestras capacidades y consolidar un modelo de negocio más competitivo y escalable. Mi enfoque se basa en identificar oportunidades, optimizar recursos y desarrollar nuevas líneas de negocio que refuercen nuestro posicionamiento y permitan responder de forma eficiente a las necesidades de clientes y mercados en diferentes regiones.

En este contexto, operaciones estratégicas como la incorporación de Coanda-Rof Servicio Levante han supuesto un paso clave para reforzar nuestra capacidad operativa y presencia en nuevas zonas geográficas, consolidando además nuestra cercanía y capacidad de respuesta al cliente. Asimismo, la creación de la nueva unidad de negocio Coanda Technologies Solutions representa una evolución natural dentro de la compañía, orientada a ampliar nuestra propuesta de valor más allá del área tradicional de impresión. A través de esta nueva línea, acompañamos a las empresas en procesos de automatización, gestión documental, consultoría IT y transformación digital, reforzando nuestro posicionamiento como partner tecnológico integral.

El aumento del equipo humano ha permitido ampliar capacidades internas, sobre todo en el periodo del 2021 al 2023. Mejorando los tiempos de respuesta y afrontando nuevos proyectos con mayores garantías de calidad, eficiencia y continuidad. La compañía ha apostado por incorporar perfiles especializados en áreas clave como tecnología, soporte técnico, consultoría, automatización de procesos, gestión documental y desarrollo de negocio, alineando así su crecimiento organizativo con las nuevas demandas del mercado y la transformación digital de las empresas.

Gracias a esta estrategia, la compañía mantiene una evolución positiva y sostenida del Ebitda durante los últimos ejercicios, superando en 2025 los 1,6 millones de euros. Estos resultados reflejan la consolidación del crecimiento operativo y la capacidad de la empresa para seguir generando rentabilidad de forma recurrente.



ANTÓN FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ

CEO

NAECO GROUP

- Incremento de la facturación en 2025
5,11%
- Evolución del Ebitda
9,34%
- Crecimiento de la plantilla
16,04%

Puse en marcha Naeco Group impulsado por una profunda vocación medioambiental y una firme voluntad de mejorar el mundo en el que vivimos. La visión a largo plazo y la capacidad para tomar decisiones estratégicas en entornos de incertidumbre han sido determinantes para convertir la compañía en un referente de la economía circular. Tras haber liderado personalmente cada fase de transformación del negocio, la decisión más ambiciosa del último año ha sido la puesta en marcha de Naeco Fibers, con la idea de transformar el residuo plástico procedente de botellas en fibras discontinuas de poliéster.

En 2025, la compañía ha evitado más de 39.000 toneladas de CO₂, ha reciclado 361 millones de envases del contenedor amarillo y 14.465 toneladas de residuo plástico han sido transformadas en nuevas soluciones sostenibles. En esta trayectoria he moldeado un estilo de liderazgo humano, basado en la convicción de que las personas son el mejor activo que se puede tener.



MARIO FERNÁNDEZ MARTÍN

CEO

WARDEM

- Incremento de la facturación en 2025 100%
- Evolución del Ebitda 120%
- Crecimiento de la plantilla 60%

Lidero una compañía que acompaña a otras empresas y organizaciones en su crecimiento digital, con proyectos para multinacionales como en los casos de Suzuki, Lamborghini o Iberdrola BP Pulse en el sector privado. También somos proveedores de tecnología en el sector público. Además, somos uno de los principales partner del sector fashion y turismo pyme de España.

En los últimos meses, hemos logrado posicionarnos en países como México, Colombia e Italia. Además, hemos sido pioneros en aplicación de técnicas de aprendizaje federado y AI Data Grounding permitiendo el end-to-end en la implementación de soluciones de IA. Estas nuevas palancas suponen ya más del 35% de nuestro crecimiento.

Llevo años impulsando un modelo híbrido de trabajo con el objetivo de conseguir el equilibrio tanto en horarios, como en formación, objetivos... Con ello, he logrado que seamos una empresa con una retención de talento superior al 95%.



PABLO LINZ

COFUNDADOR Y CEO

IMMFLY

- Incremento de la facturación en 2025 10%
- Evolución del Ebitda 200%
- Crecimiento de la plantilla 3%

Desde el primer día, mi visión del modelo de negocio ha sido clara: transformar la experiencia a bordo mediante un ecosistema digital capaz de evolucionar al ritmo de la industria. Esa ambición ha guiado cada etapa del crecimiento hasta su consolidación como referente global en digitalización a bordo. A lo largo de trece años hemos pasado de ser una empresa centrada en publicidad a convertirnos en un proveedor de soluciones digitales modulares y escalables, evolucionando nuestra tecnología para permitir a aerolíneas de todos los tamaños integrar servicios digitales de forma ágil, eficiente y sin inversiones complejas. Hoy día estamos presentes en Europa, Norteamérica, Latinoamérica y Asia-Pacífico, con una infraestructura que nos permite desplegar soluciones consistentemente en diversas flotas.

Uno de los avances recientes más significativos ha sido la compra de Data Clarity, fortaleciendo nuestra capacidad analítica y consolidando una estrategia basada en datos para mejorar eficiencia, ingresos y toma de decisiones. Esto ha permitido a Immfly ampliar su propuesta de valor y ofrecer a las aerolíneas una visión

IMMFLY

completa del rendimiento de sus operaciones digitales. Los resultados son tangibles: más de 50 aerolíneas, presencia en 2.800 aeronaves y un alcance anual de 400 millones de pasajeros, con acuerdos estratégicos con aerolíneas líderes como Iberia, KLM y China Airlines, posicionándonos como socio tecnológico clave en un mercado muy competitivo.

La sostenibilidad también ha sido un eje central. Hemos desarrollado soluciones que reducen el uso de papel, optimizan consumos y minimizan hardware. Las aerolíneas que adoptan nuestra tecnología han logrado una reducción de hasta 20% de residuos gracias a la digitalización de procesos y un 'provisioning' a bordo más eficiente. Además, hemos mejorado la rentabilidad mediante modelos basados en datos y servicios digitales que reducen costes operativos para Immfly y para nuestros clientes.

En Immfly hemos consolidado una cultura corporativa basada tanto en la transparencia como en la colaboración. Hoy somos un equipo multicultural distribuido entre España, Reino Unido, Norteamérica y Turquía, con más de 20 nacionalidades que aportan diversidad, talento y una visión global, compartiendo una identidad común centrada en la innovación y el impacto real en la industria.



ELENA FERNÁNDEZ SÁNCHEZ

FUNDADORA Y CEO

MORFEO

- Incremento de la facturación en 2025 34%
- Evolución del Ebitda 40%
- Crecimiento de la plantilla 0%

He convertido a Morfeo en una marca de referencia del descanso premium en España, con crecimiento sostenido en facturación y rentabilidad y apertura simultánea de canales clave. Desde un canal único DTC a una arquitectura multicanal con presencia internacional en menos de doce meses.

En los últimos meses he abierto el canal Maisons du Monde Francia, negociado con Vente-Privée para 'fulfillment' europeo y he lanzado BePure, una línea premium para hostelería, posicionada en hoteles boutique y de lujo. En paralelo, he integrado IA generativa (GPT-4, Gemini, n8n) en operaciones de marketplace, atención al cliente multilingüe y automatización de procesos administrativos, reduciendo tiempos y costes operativos. También hemos apostado por el rediseño de nuestra plataforma Shopify con estética editorial premium y el desarrollo de contenido optimizado para indexación en motores generativos (LLMs), anticipándome al cambio de paradigma SEO.



MARCOS FERNÁNDEZ SOUTO

CEO Y FUNDADOR

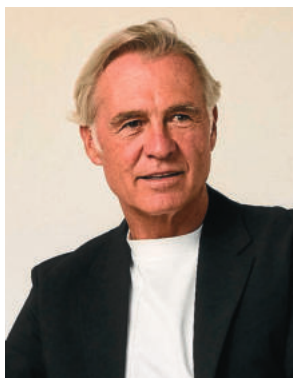
SOMETHING BEAUTIFUL, S. L.

- Incremento de la facturación en 2025 24%
- Evolución del Ebitda 56%
- Crecimiento de la plantilla 21%

En mi empresa nos apasiona la moda, las tendencias y tenemos especial debilidad por las cosas bonitas. Sabemos que un básico no necesita nada más, son una parte esencial de nuestra propuesta, pero también diseñamos colecciones especiales, llenas de color y personalidad, prendas versátiles y alegres para que las puedas tener en tu armario por mucho tiempo.

Hago especial hincapié en conseguir resultados sostenibles, combinando tanto crecimiento como eficiencia y responsabilidad, para lograr, y mantener, un impacto medible en negocio, entorno y sociedad, en un trabajo colectivo que nos ha llevado a un crecimiento sostenible con innovación y digitalización, impulsando eficiencia y expansión internacional con entrada estratégica en Portugal.

Considero que es esencial poner a las personas en el centro, y así lo hacemos en Something Beautiful: impulsando talento, compromiso y bienestar con impacto en productividad y desarrollo a largo plazo.



ÁLVARO GARCÍA CANO

CEO

THE CONCRETE HOME

- Incremento de la facturación en 2025 11,38%
- Evolución del Ebitda 18,76%
- Crecimiento de la plantilla 10,53%

Mi visión estratégica se centra en tomar decisiones que nos permitan escalar la compañía sin perder eficiencia ni control. Por eso, estamos implementando distintos sistemas CRM y ERP integrados con IA en todos los departamentos. El objetivo es optimizar procesos internos, reducir costes y mejorar la toma de decisiones en tiempo real. Esto nos permite ser más ágiles, anticiparnos a problemas y dedicar más recursos a lo realmente importante: el cliente. Logramos así reducir la demanda energética, mejorar el confort interior y garantizar una eficiencia que se traduzca en ahorro para el cliente y menor impacto ambiental. Utilizamos sistemas constructivos industrializados que permiten mayor control, menos residuos y mejores prestaciones térmicas.

Apostamos además por el talento joven, integrando perfiles en prácticas que, tras su periodo formativo, pasan a formar parte de la empresa con contrato indefinido y un plan de carrera definido, fomentando así la retención y el desarrollo interno.



FERNANDO GARCÍA MOYA

DIRECTOR GENERAL

CRESTANEVADA

- Incremento de la facturación en 2025 38%
- Evolución del Ebitda 100%
- Crecimiento de la plantilla 63%

Crestanevada, dedicada a la compra/venta de vehículos de ocasión, ha pasado, en los últimos cinco años, de operar únicamente en Granada a contar con más de 40 centros a nivel nacional. Desde el inicio, mi apuesta ha sido utilizar la tecnología como elemento diferencial en un mercado históricamente poco digitalizado.

Hemos desarrollado soluciones digitales que impactan directamente en toda la cadena de valor y en las distintas unidades de negocio. Destaca una app de tasaciones con motor de IA, utilizada por el 8% de los concesionarios de España, así como una aplicación de fidelización y postventa con más de 4.000 clientes activos.

Además, hemos integrado inteligencia artificial en procesos clave para optimizar compras y generar economías de escala. Bajo el lema 'Felicidad de serie' he impulsado una cultura basada en la confianza y en los resultados. Este crecimiento ha sido reconocido por el Financial Times Top1000Europe y Best Place to Work 22/23.



ÁNGEL GARCÍA-MUÑOZ RODRIGO

CEO

ÁTICA REDEX S.L.

- Incremento de la facturación en 2025 44%
- Evolución del Ebitda 100%
- Crecimiento de la plantilla 10%

En Ática Redex hemos trabajado día a día hasta convertirnos en la principal empresa europea proveedora de servicios especializados para distribuidores de maquinaria industrial, agrícola y de construcción. Mi enfoque estratégico es que la compañía opere como una central que agrupa volúmenes de compra de productos o servicios e información comunes, con el fin de conseguir mejores condiciones de compra. Así, hemos logrado que las empresas asociadas (90) compitan sin complejos con las grandes multinacionales.

Somos también la primera marca de maquinaria sin fábrica y estamos trabajando en las posibilidades de la IA aplicada a la reparación. También apostamos por la electrificación de la maquinaria y la robótica (equipos autónomos). Con estos parámetros, he conseguido que la compañía alcance los 16 millones de facturación y un Ebitda de 800.000 euros. Y estos resultados han llegado acompañados con una valoración de nueve en clima laboral ISO 9001.



LUIS GARCÍA-TORREMOCHA

CEO

MOVILEX

- Incremento de la facturación en 2025 34%
- Evolución del Ebitda 30%
- Crecimiento de la plantilla 43%

He liderado una de las transformaciones empresariales más relevantes del sector: convertir una compañía que nació como desguace en una empresa líder en reciclaje, RAEE, logística inversa y economía circular. Mi visión estratégica ha consistido en anticipar la evolución del mercado y entender que el residuo tecnológico no es el final de un ciclo, sino el inicio de una nueva cadena de valor. Hemos invertido en capacidades industriales, procesos avanzados, innovación operativa y posicionamiento, consolidándonos como operador integral en un mercado cada vez más regulado y exigente.

Mi gestión ha generado un impacto tangible en crecimiento, empleo, rentabilidad y sostenibilidad. Y lo he hecho construyendo Movilex sobre una cultura de confianza, compromiso y crecimiento interno. En una compañía con apenas 16 años, el 80% de su comité de dirección está formado por profesionales promocionados internamente, un dato que refleja una forma de liderar basada en la estabilidad y la meritocracia.



JUAN MIGUEL MÍNGUEZ

DIRECTOR OPERATIVO

MILFSHAKES



- Incremento de la facturación en 2025 97,3%
- Evolución del Ebitda 10,7%
- Crecimiento de la plantilla 71,43%

Partiendo de cero estructura empresarial, diseñé e implementé todas las áreas funcionales actuales sobre un modelo que hoy demuestra solidez en los resultados. Entre 2024 y 2025 duplicamos la facturación, pasando de 1,14 a 2,29 millones. Y cuadruplicamos el Ebitda, con un margen que escaló del 4,96% al 10,07%. He visto a empresas decepcionarse por objetivos inalcanzables; tenemos claro que el crecimiento debe ser sostenible para proyectar sostenible a futuro. Aún así, seguimos creciendo a ritmo fuerte, y apuntamos a llegar a los 4 millones este año, multiplicando el equipo por cuatro.

Nuestro modelo tiene cuatro líneas de negocios: ecommerce DTC fashion, ecommerce DTC de items (desde experiencias hasta productos muy limitados y variados como relojes, tartas de queso, u otros), agencia creativa / collabs de marca y distribución POS y wholesale internacional. Esa arquitectura permite diversificar riesgo, optimizar márgenes por canal y generar sinergias que una marca de una sola línea no puede alcanzar. Este año el foco es fortalecer la cultura de control financiero en tiempo real que im-

pregna todas las áreas del equipo. Hemos construido un equipo desde cero, definido estructuras que funcionan con independencia de personas concretas y establecido procesos replicables que nos permiten operar con agilidad.

Otro sesgo de sostenibilidad e innovación es uno de los elementos más distintivos de MilfShakes: la concepción del packaging como parte integral del producto. Nuestros embalajes están diseñados con el mismo nivel de cuidado y detalle que el producto en sí, pensados para tener una segunda vida y reducir el impacto de residuos. Un ejemplo es la colección 'Save the Turtles', en la que vendimos ropa en latas reutilizables, un formato que combinó humor, sostenibilidad y creatividad, y que llegó a manos de Will Smith.

En dos años, hemos liderado colaboraciones con marcas como SEAT, Mahou, Alex Cordobés, McDonalds y MediaMarkt, desarrollando proyectos de cobranding que generan valor económico y reputacional. Cada alianza ha sido concebida como parte de una estrategia de posicionamiento a largo plazo. Dirigir MilfShakes demuestra que una DNVB española no solo goza del poder de una pre-comunidad, sino que puede competir, innovar y destacar con fundamentos sólidos, sin renunciar a la creatividad ni a los valores que la diferencian.



JORGE GÓMEZ BENITO

CEO

GRUPO UREKA

- Incremento de la facturación en 2025 16%
- Evolución del Ebitda 4%
- Crecimiento de la plantilla 18%

Mi estrategia al frente del Grupo Ureka ha estado centrada en impulsar la digitalización de procesos clave y en orientarnos hacia la internacionalización, al integrar soluciones innovadoras de rehabilitación energética que nos posicionan como referente en sostenibilidad y accesibilidad en el sector de la construcción. Hemos logrado así un crecimiento sostenible y una rentabilidad superior. Además, hemos cerrado contratos estratégicos para rehabilitar barrios completos, lo que fortalece nuestra posición en el mercado. El compromiso con el medio ambiente se refleja en la integración de tecnologías sostenibles, como la aerotermia y la instalación de paneles solares en proyectos de rehabilitación.

Priorizo el desarrollo de talento con un proceso de becarios y/o perfiles Junior. Los incorporamos en etapas de formación y, si superan las evaluaciones, les asignamos posiciones dentro de la empresa. Un modelo que permite retener talento y crear un equipo comprometido.



EMILIO-ÁLVARO GÓMEZ GARCÍA

DIRECTOR GENERAL

IMP CONSULTORES

- Incremento de la facturación en 2025
6%
- Evolución del Ebitda
0%
- Crecimiento de la plantilla
11%

Desde 1994, he construido en IMP Consultores un modelo de liderazgo exigente y cercano, donde el rendimiento y el desarrollo de las personas son inseparables. Mi enfoque estratégico se basa en anticipar las necesidades reales de las empresas, estructurar soluciones aplicables y garantizar su ejecución con disciplina operativa, transformando la estrategia en resultados tangibles. Bajo esta filosofía, he liderado proyectos en más de 1.000 organizaciones, impulsando la productividad, reduciendo costes y profesionalizando el tejido empresarial, especialmente a las pymes. Esta aportación de valor real y medible nos otorga una alta recurrencia de clientes y un crecimiento sostenido del 15-20% anual.

Actualmente dirijo un equipo de quince profesionales técnicamente sólidos. Para potenciar su talento, he implantado planes de carrera, formación continua y un modelo de 'salario emocional', consolidando una cultura corporativa fuerte basada en la responsabilidad y la mejora continua.



ABEL NAVAJAS

CEO Y COFUNDADOR

STAMP

- Incremento de la facturación en 2025
219%
- Evolución del Ebitda
-748%
- Crecimiento de la plantilla
150%

Con STAMP he contribuido a crear la nueva generación del Tax Free global, estableciéndonos como referente mundial y alternativa real al modelo de devolución posterior a la compra que han operado durante décadas los dos grandes incumbentes de la industria, Global Blue y Planet. Sin cambio regulatorio, hemos desarrollado una tecnología que activa el beneficio fiscal en el momento del pago, eliminando intermediarios, colas y comisiones opacas.

Desde Madrid, con hub en Valencia (Lanzadera) y operaciones en Milán, he internacionalizado el modelo en menos de tres años a España, Italia y Portugal. Somos partners estratégicos de WeChat Pay y Alipay, la solución líder para el turista chino en España. En 2024 fuimos nombrados Mejor Fintech de España por Expansión y en 2025 ganamos el Fashion StartUp Contest con Mango, EY e ICEX. La inteligencia artificial es el núcleo de nuestra escalabilidad hacia el Tax Free del futuro.

En menos de tres años, hemos cerrado acuerdos con más de 1.500 comercios activados en Italia, hemos lanzado operacio-

nes en España y Portugal, y contamos con FC Barcelona y Thibaut Courtois como inversores estratégicos a través de Barça Innovation Hub y NXTplay. En enero de este año cerramos una ronda de cuatro millones de euros liderada por Dozen con participación de Ebisu Digital y business angels internacionales. Somos B Corp certificada —una de las pocas startups españolas con menos de tres años en conseguirlo—, lo que acredita nuestro impacto medible en personas, comunidad y medioambiente.

En el ámbito del talento, en menos de tres años he conseguido construir un equipo multidisciplinar desde cero en tres países, combinando perfiles de tecnología, operaciones, finanzas y negocio internacional. Como CEO, he apostado por una cultura donde la inteligencia artificial no sustituye el talento humano, sino que lo amplifica: nuestras herramientas de inteligencia artificial liberan al equipo de tareas operativas para que cada persona pueda enfocarse en decisiones de mayor valor. Implementamos OKRs trimestrales, feedback continuo y planes de desarrollo individualizados. Estoy convencido de que construir empresa con impacto real empieza por cómo tratas a las personas de dentro.



ESMERALDA GÓMEZ LÓPEZ

FUNDADORA Y CEO

ESMERALDA GÓMEZ LÓPEZ S.L. (ECONOKY)

- Incremento de la facturación en 2025
40%
- Evolución del Ebitda
20%
- Crecimiento de la plantilla
10%

Soy fundadora y CEO de tres empresas, coordinadora académica, inversora, escritora y comunicadora. Como fundadora y CEO de Econoky, la primera red social de economía del mundo, lidero un ecosistema empresarial y educativo diseñado para redefinir la salud financiera de la sociedad. Dirijo proyectos junto a instituciones, universidades y corporaciones para transformar la relación de las personas con el dinero desde la educación, la tecnología y el impacto social.

Este ecosistema es extremadamente ágil, escalable e internacional, basado en la automatización inteligente, la diversificación estratégica de perfiles y la capacidad de iteración constante. Mi trabajo ha convertido la educación financiera en una herramienta real de transformación social y patrimonial, con acciones que han alcanzado a más de diez millones de personas. No construyo solo empresas: construyo libertad financiera, patrimonio y cambio cultural duradero en la forma en que la sociedad entiende y utiliza el dinero.





EL COMERCIO EN ZARAGOZA: LOCAL, CERCANO Y CON RÉCORD DE VENTAS AÑO TRAS AÑO

El comercio, la hostelería, las pymes y los autónomos reconocen en el Ayuntamiento de Zaragoza a un aliado de confianza, comprometido y con un profundo espíritu innovador que ha contribuido a construir una ciudad preparada para el futuro.

Volver a la cafetería donde nada más entrar saben lo que vas a pedir, volver a la frutería donde te aconsejan con cariño lo que está mejor ese día, volver a esa tienda pequeña de electrodomésticos donde te preguntan por la familia. Volver al barrio, a lo cercano, a los negocios a pie de calle que construyen, cada vez que suben la persiana, la identidad de una ciudad.

En Zaragoza el verbo volver es una idea con un impacto real. Volveremos, el programa impulsado por el Ayuntamiento, ha logrado algo poco frecuente: convertir el apoyo al comercio local en un hábito compartido por miles de ciudadanos.

'VOLVEREMOS' PARA APOYAR AL COMERCIO DE PROXIMIDAD

Ha revolucionado la escena comercial de Zaragoza: se trata de Volveremos, la iniciativa del Ayuntamiento de Zaragoza que nació en 2020 como respuesta a los efectos que produjo la pandemia y la fuga de clientes hacia la venta online. Un programa de fidelización para que el consumidor compre en el comercio local a través de incentivos

al consumo. Una iniciativa que se ha convertido en un fenómeno social, en una referencia para los consumidores y comerciales locales y desde 2025 ya se extiende por la mayoría de los municipios de Aragón.

Mediante Volveremos, las compras en los comercios adheridos generan un reembolso para seguir comprando con descuento en otros establecimientos de los comercios adheridos de la ciudad, exclusivamente pequeño comercio gestionado por autónomos y pymes locales. Las cifras avalan su éxito: desde 2020 ha generado casi 300 millones de euros de ventas adscritas a este programa, con más de 100.000 usuarios activos y batiendo siempre récords anuales. En 2025 se generaron más de 81 millones de euros en ventas y la media mensual por comercio de ingresos a través de Volveremos en Zaragoza superó los 3.200 euros. O lo que es lo mismo: cada euro municipal invertido está generando más de 18 euros en compras que directamente impactan de manera positiva en las cuentas de resultados de este tejido comercial.

Pero reducir el compromiso del

Ayuntamiento de Zaragoza con el tejido económico local únicamente a Volveremos sería quedarse corto. La apuesta también se traduce en líneas de apoyo dirigidas a modernizar mercados, impulsar la innovación comercial, respaldar a autónomos, acompañar nuevos proyectos emprendedores o facilitar el relevo generacional en negocios, reforzando así un ecosistema donde comercio, hostelería y pequeña empresa encuentran un aliado estable.

EL IMPULSO AL AUTÓNOMO QUE DA CONTINUIDAD AL COMERCIO LOCAL

Fortalecer el comercio local no consiste solo en atraer clientes, también implica acompañar a quienes levantan la persiana cada día, facilitar nuevos comienzos y evitar que negocios con historia desaparezcan por falta de relevo. Desde esta perspectiva, el Ayuntamiento de Zaragoza abrió hace un año la Oficina de Impulso al Autónomo, que trabaja para asesorar, de manera gratuita, a todo el que necesite escuchar una voz autorizada en cualquier proceso de los que se producen en el día a día de los autónomos: desde la puesta en marcha de un nuevo negocio o la resolución de dudas administrativas hasta procesos de traspaso, relevo generacional o inicio de actividad.

A través de una página web, el Ayuntamiento de Zaragoza propicia el "Match" entre la oferta y la demanda, propietarios que se jubilan o dejan su puesto en un mercado o en su tienda, y quienes aspiran a sucederlos. De esta forma, casi 30 negocios de la ciudad han encontrado la continuidad que necesitaban, con una actividad rentable y que sostiene el servicio a los clientes de su barrio. Además, una nueva línea de subvenciones creada en 2025 y dotada en 2026 con 500.000 euros acompañará a estos nuevos autónomos a cubrir una parte de la inversión inicial necesaria para emprender un negocio.

Dentro de la transformación que está experimentando la ciudad, con una profunda renovación de la escena urbana y con inversiones millonarias en puntos clave de Zaragoza, también aparece la mano tendida del consistorio con una subvención a aquellos negocios que hayan visto mermados sus ingresos por la presencia de obras de larga duración en la calle. Los beneficiarios perciben 1.200 euros trimestrales desde el pasado otoño.

LARA GUERRERO FUSTER

CEO

PEPINA PASTEL

- Incremento de la facturación en 2025 19,20%
- Evolución del Ebitda 15%
- Crecimiento de la plantilla 6%

Pepita Pastel es un negocio de tartas artesanales en el que he impulsado una visión estratégica orientada al crecimiento, la eficiencia y la mejora continua, tomando decisiones que han permitido profesionalizar procesos, optimizar recursos y elevar la calidad del servicio. Mi capacidad para detectar oportunidades me ha llevado a introducir nuevas formas de organización, comunicación y gestión que han mejorado el funcionamiento del equipo y la experiencia del cliente.

He apostado por la innovación práctica: herramientas digitales, procesos más ágiles, control de costes, planificación operativa y mejora de la productividad sin perder la esencia humana. He trabajado con mentalidad expansiva, buscando que la marca tenga una identidad sólida, diferenciada y preparada para crecer más allá del entorno local. Mi enfoque es creatividad, análisis y ejecución, convirtiendo el esfuerzo diario en resultados visibles, equipos comprometidos, clientes satisfechos y una marca con futuro.



RUBÉN HERNÁNDEZ PÉREZ

CEO

GRUPO NANI

- Incremento de la facturación en 2025 10%
- Evolución del Ebitda 0,5%
- Crecimiento de la plantilla 14,99%

Mi enfoque estratégico se ha basado en intentar anticipar los cambios que experimenta el mercado y convertirlos en oportunidades de crecimiento, apoyándome en la innovación como palanca de eficiencia y en la expansión como vía de consolidación empresarial.

Mi gestión se ha orientado a obtener resultados tangibles, combinando rentabilidad con una visión sostenible en nuestro negocio de movilidad, venta, posventa y servicio para todo tipo de vehículos y motorizaciones, asegurando el crecimiento a largo plazo sin comprometer la eficiencia ni el entorno.

A lo largo de mi trayectoria profesional siempre he procurado impulsar modelos de gestión centrados en las personas, alineando el crecimiento empresarial con el desarrollo del talento y la creación de entornos inclusivos. Mi enfoque combina visión estratégica con ejecución práctica, logrando resultados medibles tanto en rendimiento como en cultura corporativa.



EDUARDO W. JORGENSEN

CEO

MEDICSEN

- Incremento de la facturación en 2025 28,2%
- Evolución del Ebitda 385%
- Crecimiento de la plantilla 20%

Mi camino en la innovación comenzó hace 15 años en la práctica clínica, al ver que la medicina necesita soluciones más humanas y accesibles. El punto de inflexión fue conocer a una niña que rechazaba su bomba de insulina por el miedo a las agujas y el estigma del catéter. Ahí entendí que mi vocación era resolver problemas de raíz a escala global uniendo medicina y 'deep tech'. Desde entonces, he fundado tres compañías biosanitarias. Como director de Medicsen, he captado más de 10 millones en financiación, lidero un equipo de 20 profesionales, he consolidado acuerdos con farmacéuticas internacionales y desarrollado productos patentados.

Mi trayectoria ha sido reconocida por el MIT y Forbes. Hoy, a través de Medicsen y Kanara, mi compromiso va más allá de la diabetes: buscamos eliminar miles de millones de agujas como residuo. Me postulo como un directivo comprometido con que la innovación española sea el estándar mundial de una medicina sostenible y humana.



JESÚS LÓPEZ CONDE

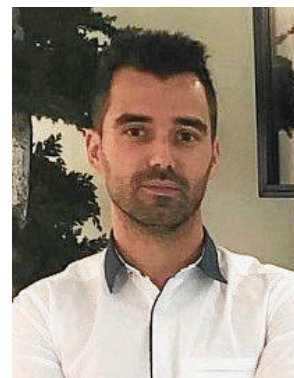
GERENTE

ALUMINIOS GALISUR

- Incremento de la facturación en 2025 3,05%
- Evolución del Ebitda 70%
- Crecimiento de la plantilla 10%

Con más de 45 años de experiencia, nuestra premisa siempre ha sido dar un servicio excelente en la distribución de perfiles de aluminio y accesorios destinados al sector de la carpintería de aluminio. La estrategia para el crecimiento de la empresa ha tenido varios focos. Al tiempo que hemos iniciado la expansión por Norteamérica, hemos potenciado nuestras capacidades tecnológicas implementando un laboratorio de ensayos con túnel de viento y agua y automatizando los procesos. Además, hemos incrementado el personal cualificado y reforzado nuestra red de distribución con almacenes propios.

La sostenibilidad está en nuestro foco. Producimos 1,3 megavatios hora con luz solar, lo cual nos permite el pleno abastecimiento de nuestra fábrica durante el día. Y hemos sustituido los hornos de combustión por eléctricos. Hemos desarrollado además un proyecto único en el mundo en el proceso de anodizado con una planta compacta con menor impacto medioambiental.



STEPHANIE MARIN

FUNDADORA Y CEO

WORK YOUR FACE

- Incremento de la facturación en 2025
15%
- Evolución del Ebitda
15%
- Crecimiento de la plantilla
23%

La visión estratégica que he desarrollado en Work Your Face se ha basado en redefinir el cuidado facial desde un enfoque innovador, combinando técnica manual, bienestar y tecnología para crear una nueva categoría: el 'facial workout'. A nivel de innovación hemos integrado protocolos propios y una línea de skincare made in Spain y vegana, que acompaña los resultados y diferencian claramente nuestra propuesta en el mercado. En cuanto a internacionalización, hemos iniciado la expansión fuera de España con la apertura de nuevos mercados como Portugal, replicando un modelo de negocio sólido y adaptable y sentando las bases para futuras aperturas.

He consolidado así un modelo de negocio sólido, basado en una alta fidelización del cliente y una experiencia diferencial que impulsa la recurrencia. Hemos alcanzado una ocupación media cercana al 60% y un crecimiento sostenido del ticket medio, reflejo de la confianza y el valor percibido.



INMACULADA POSE PARRA

DIRECTORA GENERAL

FAEMA SALUD MENTAL ÁVILA



- Incremento de la facturación en 2025
9,41%
- Evolución del Ebitda
6,84%
- Crecimiento de la plantilla
7,75%

Mi trayectoria en FAEMA Salud Mental comenzó en el año 2001 desde la base, como voluntaria, una etapa fundacional que me permitió comprender a fondo las necesidades reales de los usuarios y de sus familias. Desde entonces, he tenido el gran privilegio de liderar un crecimiento sólido, estratégico y sostenido dentro de la organización, logrando consolidar un equipo de 170 profesionales altamente comprometidos con la misión social de la entidad.

A lo largo de estos veinticinco años de dedicación ininterrumpida, he impulsado con éxito la creación, financiación y desarrollo de servicios clave para nuestro ecosistema asistencial, tales como centros de día, viviendas supervisadas, asistencia personal, programas de inserción laboral y la gestión integral de un centro especial de empleo que hoy es un referente.

Mi estilo de liderazgo, caracterizado por ser cercano, empático y participativo, se fundamenta en la escucha activa y la toma de decisiones consensuada, un enfoque que ha favorecido la cohesión interna, el orgu-

llo de pertenencia y la retención del talento dentro de la entidad. Para mí, el capital humano es el pilar fundamental; por ello, he promovido de forma prioritaria políticas activas de igualdad mediante la implantación de planes específicos, medidas reales de conciliación y flexibilidad laboral, protocolos de lenguaje no sexista y herramientas firmes para la prevención de cualquier tipo de acoso.

Considero que esta gestión transformadora al frente de FAEMA Salud ha tenido un impacto estratégico y especialmente relevante en el fomento del empleo femenino y en la inclusión laboral de personas con discapacidad, logrando una especial incidencia en los entornos rurales de nuestra región, donde las oportunidades suelen ser históricamente más limitadas y la vulnerabilidad es mayor.

Mi compromiso con las personas no es solo un valor corporativo plasmado en papel, sino una realidad diaria que se traduce en oportunidades tangibles de desarrollo profesional y bienestar personal dentro de la organización, demostrando que una gestión eficiente, la viabilidad económica y el impacto social positivo no solo son totalmente compatibles, sino que deben ir siempre de la mano en el tercer sector.



BELÉN MARTÍ JUNCO

CEO

CHARHADAS CREATIVA

- Incremento de la facturación en 2025
2,27%
- Evolución del Ebitda
18%
- Crecimiento de la plantilla
30%

Somos una agencia creativa y productora audiovisual, especializada en estrategias 360°, donde aportamos nuestra autenticidad, fidelidad, confianza y creatividad. Creo que hemos sido capaces de ofrecer una comunicación distinta, cercana y efectiva en cada proyecto. Considero que nuestro trabajo tiene un sello inconfundible, sin perder la esencia de cada cliente. En los últimos meses, hemos dado un paso adelante tecnológico con el uso de la IA para diseñar y crear piezas audiovisuales de forma más ágil y sostenible, optimizando recursos, reduciendo tiempos y minimizando el impacto ambiental. La integración de campañas en grandes grupos tecnológicos ha logrado ampliar el espectro de actuación ofreciendo nuevos servicios que complementan nuestro compromiso con las marcas.

Avances que se apoyan en el cuidado del talento, con políticas como programas de mentoría, liderazgo femenino, flexibilidad, espacios creativos y redes de apoyo que impulsan el desarrollo profesional y la diversidad.



REYES MARTÍN DE LAS MULAS BAEZA

CEO

MAYORES VIDA

- Incremento de la facturación en 2025 26.36%
- Evolución del Ebitda 37,93%
- Crecimiento de la plantilla 25%

Frente al desafío de una España con la pirámide poblacional invertida, lideré un pivoteo estratégico hacia la hiperespecialización en dependencia. Mi visión ha sido consolidar un modelo 100% independiente: somos una empresa puramente privada, sin financiación de fondos de inversión ni ayudas públicas, creciendo de forma orgánica gracias a la excelencia en el servicio. Esta soberanía financiera nos permite priorizar la dignidad del paciente sobre el crecimiento agresivo basado en capital externo.

Para escalar esta personalización, hemos desarrollado sistemas tecnológicos propios que optimizan la gestión operativa. Esta infraestructura in-house nos permite ser un 40% más ágiles que la competencia tradicional, garantizando una respuesta inmediata sin perder el factor humano. El impacto de mi gestión (y de mi socio/hermano) se traduce en un modelo de crecimiento 100% orgánico, con un incremento anual sostenido de entorno al 30% en los últimos años



IRENE PRIETO RODRÍGUEZ

CEO

ESSAE

- Incremento de la facturación en 2025 29%
- Evolución del Ebitda 100%
- Crecimiento de la plantilla 5%

Hace más de 20 años que fundé ESSAE con el propósito de transformar la formación profesional sanitaria en España y conectar la educación con oportunidades laborales reales. Desde entonces, he liderado un proyecto que se ha convertido en la mayor plataforma de talento sanitario especializado en formación de auxiliares técnicos en España, con centros en Madrid, Barcelona, Zaragoza, Valencia, Alicante, Málaga, Sevilla y A Coruña. Mi contribución se ha centrado en crear un modelo de educación innovador y flexible adaptado a las necesidades del mercado laboral, lo que nos ha llevado a establecer una red sólida de colaboración de más de 20.000 acuerdos con empresas del sector sanitario, del bienestar y del deporte. Esto permite a nuestros estudiantes hacer prácticas en entornos reales, como hospitales, clínicas, aseguradoras y centros especializados.

Una de las claves de nuestro crecimiento ha sido nuestra capacidad para adaptarnos constantemente a un sector tan dinámico como el sanitario. Contamos con 143 programas formativos que combinan formación propia y Formación Profesional oficial, con

soluciones que dan respuesta a las nuevas demandas sociales y profesionales. Además, garantizamos las prácticas profesionales por contrato. Gracias a esto, hemos conseguido que más de 50.000 alumnos hayan pasado por nuestras aulas en dos décadas de historia y afianzar un modelo educativo de enorme impacto social.

También he impulsado un crecimiento sostenido y rentable. En 2025 alcanzamos una facturación de 10,1 millones de euros, reflejo de la solidez del proyecto construido sobre la innovación educativa, la cercanía al alumno y la conexión con el mercado laboral. Además, siempre he entendido el liderazgo desde una perspectiva profundamente humanista, un enfoque clave para construir un equipo formado actualmente por 90 profesionales entre docentes, tutores y asesores pedagógicos, que comparten la misma vocación y excelencia educativa.

Mi objetivo es seguir expandiendo ESSAE a nivel nacional (próximamente abriremos en Bilbao) e internacional, reforzando nuestro papel como referente en formación sanitaria. Creo firmemente que la sanidad será uno de los grandes sectores estratégicos de las próximas décadas y quiero que ESSAE siga liderando esa transformación desde la formación, el talento y la generación de oportunidades.



SERGIO MARTÍNEZ VALTUEÑA

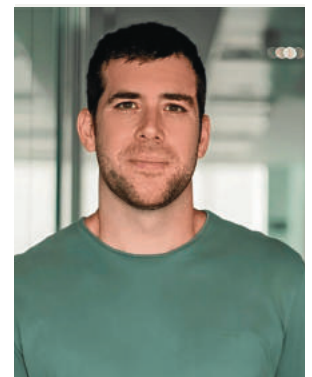
CEO

ZEBRA VENTURES S.L.

- Incremento de la facturación en 2025 203%
- Evolución del Ebitda 5,28%
- Crecimiento de la plantilla 500%

Lidero la evolución de la compañía hacia una nueva etapa: convertirnos en el partner de transformación hacia la IA, apostando por la mejora continua. Mi visión estratégica se articula en torno a un enfoque diferencial: personas, procesos y tecnología como un sistema integrado, no como elementos aislados.

Bajo mi dirección, la empresa ha desarrollado soluciones de software con IA a medida, centradas en automatización de procesos y digitalización de operaciones, acompañando a sus clientes desde el diagnóstico hasta la implantación. Entre el cierre de 2024 y el cierre de 2025, la empresa triplicó su facturación, un resultado excepcional que refleja la solidez del modelo de negocio en un mercado altamente competitivo. Este crecimiento no es únicamente financiero, el equipo ha crecido de 2 a 20 profesionales especializados en la IA y transformación digital a día de hoy, contrayendo una organización escalable y con talento de alto nivel.



CRISTINA MENÉNDEZ TORRALBA

CEO

INDUSTRIAL PRO THINKING BEYOND

- Incremento de la facturación en 2025
14,31%
- Evolución del Ebitda
-13,2%
- Crecimiento de la plantilla
0%

Somos una central de compras y servicios especializada en el sector de los suministros industriales, ferreterías y bricolaje. Trabajamos para las pymes, y por eso entiendo la transformación digital como una responsabilidad ética para garantizar su supervivencia. Más que instalar tecnología, he liderado una evolución centrada en optimizar procesos, tomar decisiones basadas en datos y mejorar infraestructuras críticas. Este proceso lo he guiado bajo una estricta prudencia financiera, integrando la sostenibilidad económica y ambiental, controlando el endeudamiento y buscando la solvencia a largo plazo.

Para mí, el pilar clave es el factor humano. He priorizado la estabilidad del empleo, protegiéndolo incluso en momentos de reorganización. Mi liderazgo se basa en la confianza mutua, la autonomía y la diversidad, promoviendo el talento femenino y la conciliación. No busco crecer a cualquier precio, sino construir una organización ágil, humana y sólidamente preparada para el futuro.



CARLOS SÁNCHEZ CASTILLO

CEO

BE A LION



- Incremento de la facturación en 2025
11%
- Evolución del Ebitda
6,8%
- Crecimiento de la plantilla
12,5%

Si hay algo que ha definido mi trayectoria es la convicción de que las empresas no crecen solas, crecen las personas que las forman. Ese aprendizaje lo fui construyendo en etapas clave de mi carrera en Vocento y PRISA Brand Solutions, lo puse en práctica como emprendedor en Animal Maker y actualmente en BE A LION.

Siempre he creído en trabajar con «gente buena y buena gente». No es solo una frase, es una forma de construir cultura. En BE A LION hemos convertido los valores —familia, innovación, inconformismo, rigor, compromiso y pasión— en una herramienta real de crecimiento para el equipo, los clientes y la compañía. Nuestro objetivo ha sido crecer sin perder la esencia, manteniendo una cultura sólida incluso en momentos de expansión y transformación.

Esto nos ha permitido impulsar el talento interno (80 % de promociones), incorporar jóvenes profesionales y mantener una rotación muy por debajo del sector, con un 95 % de ratio de recomendación. Nuestra encuesta de clima laboral, realiza-

da en marzo de 2026, refleja una valoración global de 8,71, destacando especialmente el ambiente, la calidad humana de las personas, la flexibilidad y una cultura cercana que forma parte del ADN de la compañía. Todo ello se complementa con planes de bienestar, formación y desarrollo de carrera.

Al mismo tiempo, la innovación ha sido siempre una constante en mi forma de entender el negocio. Hoy es la gran palanca para crecer y evolucionar. Por eso, en BE A LION hemos apostado por integrar tecnología, creatividad y datos desde el inicio, desarrollando proyectos pioneros como Alba Renai, la primera influencer virtual hispanohablante creada y entrenada con IA generativa bajo un código ético propio desarrollado junto a la Universidad de Málaga.

Todo esto tiene sentido si se traduce en resultados. Desde 2018, hemos crecido más de un 700% en ingresos y EBITDA, manteniendo una base sólida y sostenible. Pero, más allá de las cifras, me quedo con haber construido un proyecto donde las personas quieren estar, crecer y desarrollarse. Además, he querido devolver a la industria parte de lo que me ha dado, asumiendo por tercera vez la presidencia de IAB Spain.



ANA MESONERO CASTILLA

CEO

ASLAM

- Incremento de la facturación en 2025
30,93%
- Evolución del Ebitda
16,16%
- Crecimiento de la plantilla
22%

En Aslam he guiado una estrategia que combina innovación tecnológica e internacionalización para lograr un crecimiento sostenible. He enfocado la compañía hacia el desarrollo de producto propio y la consolidación de un departamento de I+D+i especializado en inteligencia artificial aplicada a la salud, creando sistemas de detección temprana de patologías cardíacas que impactan directamente en la calidad de vida y salvan vidas. Nuestra capacidad nos permite abordar proyectos de alta complejidad, desde sistemas para controladores aéreos hasta soluciones para grandes redes hospitalarias, consolidándonos como proveedor preferente en sectores exigentes. En paralelo, hemos abordado una sólida expansión en Latinoamérica

Al frente de un equipo de 120 profesionales, he consolidado una cultura basada en la estabilidad, el desarrollo y la equidad, apostando por contratos indefinidos y proyectos de largo recorrido que fortalecen el talento interno y reducen la rotación.



AARÓN MOLINA GALÁN
COFUNDADOR Y CTO
HOTTA

- Incremento de la facturación en 2025 201%
- Evolución del Ebitda -45%
- Crecimiento de la plantilla 62%

Hotta es una innovadora startup española nacida en Soria que fusiona el sector tecnológico con el de la eficiencia energética. Desde mi posición de Chief Technology Officer he contribuido a consolidar un proyecto que se centra en el diseño y fabricación de sistemas de calefacción e instalaciones modulares, cuya tecnología principal radica en reutilizar el calor residual generado por servidores informáticos y centros de datos de última generación. A través de su sistema de refrigeración por inmersión líquida, en Hotta conseguimos transformar este calor en energía térmica limpia para producir agua caliente y calefacción, logrando reducir drásticamente el coste energético tanto en hogares como en industrias.

Respaldada por entidades como el CDTI y el grupo Mondragón, nuestra compañía se posiciona como un referente de economía circular, digitalización sostenible y descarbonización, ofreciendo una alternativa innovadora frente a las calderas tradicionales.



ANA MOLINA JURADO
CEO
ODDERS

- Incremento de la facturación en 2025 16,7%
- Evolución del Ebitda 120,6%
- Crecimiento de la plantilla 1,4%

En 2019, impulsé una decisión estratégica poco habitual: concentrar Odders exclusivamente en realidad virtual (VR) y extendida (XR). Esa apuesta temprana ha permitido lanzar seis productos en seis años, construir un know-how difícil de replicar y situar a una empresa española en las principales plataformas XR internacionales: Meta, PlayStation, Steam, PICO, Apple y Android XR. Bajo mi dirección, Odders ha pasado del gaming inmersivo al fitness XR con Les Mills, y en 2025 hemos abierto una nueva línea estratégica en realidad aumentada (AR) y smart glasses con respaldo estratégico de CaixaBank DayOne y Axon Partners Group.

La compañía ya integra agentes de IA, AR y movimiento inteligente para crear experiencias de entrenamiento más adaptativas, escalables y globales. Nuestra visión no sigue el mercado: intentamos anticipar el siguiente dispositivo y desarrollar productos nativos para él, posicionándonos como el líder de fitness en AR a nivel internacional.



RITA MONREAL URZAIZ
CEO
MÁS HUMANOS

- Incremento de la facturación en 2025 38,8%
- Evolución del Ebitda 65%
- Crecimiento de la plantilla 28%

Mi gestión al frente de una empresa de RR. HH ha logrado un giro financiero histórico. Recibí una empresa con un Ebitda negativo de -29.793 euros en 2022 y, mediante una reestructuración operativa y comercial, he proyectado un Ebitda de casi 330.000 euros para 2025. He logrado transformar un negocio local en una operadora con presencia en ocho comunidades. Las decisiones estratégicas han priorizado la eficiencia tecnológica, con una digitalización propia. Actualmente lidero el desarrollo de una plataforma tecnológica exclusiva para digitalizar la selección y fidelización de talento, permitiendo escalar el modelo de negocio sin perder cercanía humana.

He posicionado mi gestión por encima de las multinacionales con una estrategia de personalización y agilidad, logrando ratios de cobertura de vacantes inferiores a 48 horas. Y he logrado generar empleo para más de 3.000 personas desde 2023, con una media de 400 contrataciones mensuales, muchas de ellas de colectivos vulnerables.



ÁLVARO MOZÓN BLANCO
CEO
DEUSENS

- Incremento de la facturación en 2025 64,3%
- Evolución del Ebitda 31,5%
- Crecimiento de la plantilla 62,5%

DeuSens es una agencia especializada en servicios de realidad virtual y realidad aumentada, creación de soluciones interactivas y exploración del metaverso. En 2025 he logrado que la compañía dé el salto internacional, constituyendo DeuSens Hyperxperience Italia S.R.L., nuestra primera sociedad fuera de España, con estructura propia y country manager dedicado, replicando en Europa el modelo que la ha convertido en la mejor empresa XR de España. Esta implantación responde a un roadmap de expansión europea con visión a largo plazo. También hemos sido seleccionada por la Unesco para desarrollar Dive into Heritage, plataforma de exploración virtual del Patrimonio Mundial en Estados Árabes, y por Aena para simuladores de formación en realidad virtual.

Hemos cerrado así un año con resultados históricos: 2,76 millones de facturación, Ebitda de 347.000 euros (+31,5%) y plantilla de 39 profesionales, todo ello con recursos propios, sin financiación externa ni deuda.





Las conclusiones del informe sobre la evolución del crédito a las pymes se presentó recientemente en Madrid | Julia Robles

LA DEMANDA DE FINANCIACIÓN DE LAS PYMES CRECE POR PRIMERA VEZ DESDE 2021

La XV edición del 'Informe de Financiación de la Pyme en España' de Cesgar revela que más de la mitad de las empresas recurrieron al crédito en un ejercicio en el que las SGR inyectaron 3.084 millones de euros

B. RODRIGO

En 2025, aumentaron las necesidades de financiación de las pymes españolas a la vez que mejoraron las condiciones de acceso a las mismas y se produjo un destacado ascenso en la demanda de financiación destinada a circulante por parte de las empresas. Estas son algunas de las principales conclusiones de la XV edición del 'Informe de Financiación de la Pyme en España', elaborado por la Confederación Española de Sociedades de Garantía (SGR-Cesgar) de manera anual.

Más de la mitad de las pymes (51,2%), más de 1,8 millones de empresas, necesitaron algún tipo de financiación en 2025. Por su parte, la exigencia de garantías a las empresas que han obtenido financiación bancaria disminuyó ligeramente, del 40,3% en 2024 al 39,2% en 2025, pero se sigue manteniendo en niveles elevados. El informe señala también una evolución favorable en el acceso a financiación bancaria, con un mayor porcentaje de pymes que la han obtenido y aceptado: 92,8% en 2025, frente al 90% en 2024.

Este informe ya es un referente en el sector «gracias a su análisis en profundidad sobre las necesidades de financiación y el acceso a esta por parte de las pymes», resalta el presidente de SGR-Cesgar, José Pedro Salcedo. En esta edición del estudio hay datos positivos, como el relativo a la situación económica de las pymes, con un mayor número de empresas en situación de estabilidad financiera, 48,6% frente al 43,6% en 2024, con perspectivas de crecimiento moderadas.

Sin embargo, también muestra que, tras una senda descendente en la demanda de crédito iniciada en 2021, en 2025 se produjo un repunte significativo. Se pasó del 47,7% registrado en 2024 al ya referido 51,2% en 2025. Tal y como resalta Maribel Martínez, directora de Abay Análisis, «este repunte es bastante importante para darse en un solo año». Desde SGR-Cesgar se marcan como objetivo en 2026 «incrementar la financiación facilitada a pymes y autónomos, y así contribuir a la mejora de la situación financiera de este sector fundamental para el tejido productivo de nuestro país», matiza su presidente.

Pese a la mejora en el acceso al crédito, la falta de garantías solicitadas es uno de los grandes obstáculos para las pymes, según el informe. «El papel de las sociedades de garantía sigue siendo imprescindible para que las pymes consigan la financiación que necesitan, ofreciendo mejores condiciones en los plazos de devolución y tipos de interés, entre otras ventajas», recuerda Salcedo. En 2025, las SGR inyectaron 3.084 millones a pymes y autónomos, a partir de 25.075 avales formalizados. «Esto supuso un incremento del 14% en el importe facilitado con respecto a 2024», añade. El presidente de SGR-Cesgar considera positivo que, también según indica el informe, el grado de conocimiento de las sociedades de garantía entre las pymes haya crecido en el último año, incrementándose entre las empresas que han tenido necesidades de financiación, y «más aún entre las que han solicitado financiación bancaria».

MODERADO OPTIMISMO

En el informe se observa una moderación en las perspectivas de crecimiento de las pymes, aunque siguen siendo positivas: el 39,8% de las empresas prevé que su facturación aumente en los próximos doce meses. Por su parte, aumenta de manera notable el peso de las empresas que consideran permanecerán estables (50%) y se reduce el de las que creen que su facturación va a decrecer, del 12,4% al 10,2%. Estas perspectivas de crecimiento en la facturación no se trasladan al empleo, que sigue mostrando un comportamiento moderado. Un 83% de las pymes considera que no aumentará su plantilla y que el empleo permanecerá estable en los próximos doce meses. Mientras, un 12,2% afirma que creará nuevos puestos de trabajo, un porcentaje ligeramente superior al registrado en 2024 (10,8%).

CARLOS MOSQUERA

CEO

GLOBAL GEOSYSTEMS S.L.

- Incremento de la facturación en 2025
15%
- Evolución del Ebitda
20%
- Crecimiento de la plantilla
20%

Llevo más de 25 años liderando una empresa especializada en soluciones topográficas y de precisión para los sectores de la construcción, la ingeniería y la geomática. La clave de mi visión estratégica es apostar por el equipo humano, con las mejoras en sueldos y sobre todo en condiciones de jornada y horarios. Tenemos jornada laboral de 35 horas semanales, sin cambio de condiciones y contratos a 40 horas. También jornada continua, para facilitar la conciliación.

He procurado construir relaciones cercanas con nuestros clientes, ofreciendo no solo tecnología avanzada, sino también un acompañamiento técnico y humano. Mi enfoque une innovación, atención personalizada y una comprensión profunda del trabajo de campo. Así ayudamos a ingenieros, topógrafos, fabricantes y otros profesionales a trabajar con la mayor precisión y seguridad. Una estrategia que nos permite ya sumar más de 50 empleados, alcanzar 15 millones de facturación y lograr un Ebitda de más de 22 millones.



ROMINA MOYA LÓPEZ

DIRCTORA GENERAL

GESTIÓN DE ÁREAS INDUSTRIALES BY ROMINA MOYA - GAIN

- Incremento de la facturación en 2025
12%
- Evolución del Ebitda
9%
- Crecimiento de la plantilla
50%

El 100% de la gestión de la empresa está digitalizada a través de un software desarrollado por la propia marca y ajustado a la labor de gestión de áreas industriales generando una herramienta comercializable (a través de la marca Industrial-Tech, propiedad de Grupo GAIN) y totalmente personalizable para otras compañías, asociaciones o autónomos dedicados al sector. Mi empresa ha impulsado la creación del 37% de las Entidades de Gestión y Modernización de áreas industriales activas en la Comunidad Valenciana y gestiona más del 30%. Nuestro trabajo ha permitido a los polígonos multiplicar sus inversiones en infraestructuras y servicios y desarrollar proyectos de seguridad industrial.

En 2025, el 50% de nuestros trabajadores se formaron en la empresa a través de convenios con universidades públicas y empresas de gestión de talento. Las mujeres ocupan el 87% de la plantilla incluidos puestos intermedios y dos de los tres puestos en el comité de dirección.



JUAN RAMÓN MUÑOZ MONTAÑO

DIRECTOR GENERAL

PROTEOS BIOTECH S.L.

- Incremento de la facturación en 2025
-2,76%
- Evolución del Ebitda
30,28%
- Crecimiento de la plantilla
-5,4%

Somos una empresa biotecnológica productora de enzimas de uso en biomedicina y cosmética. Mi estrategia en 2025 se centró en tecnología e internacionalización, con el desarrollo de una IA interna orientada a homogeneizar mensajes científicos y comerciales, capacitar a la fuerza de ventas y facilitar su uso en cualquier idioma mediante una plataforma multilingüe. Esta herramienta refuerza la coherencia global de PB Serum y mejora la transmisión de conocimiento en todos los mercados.

En 2025 impulsé también la apertura en nuevos países, con Brasil como referente mundial en medicina estética, la expansión en Latinoamérica y el avance en mercados del sudeste asiático, junto con la entrada en Singapur. Destaco, además, la firma de un acuerdo estratégico con un gran distribuidor de EE.UU. y Canadá.

En Proteos Biotech, el liderazgo humano orienta cada decisión. Las mujeres representan el 67,02% de nuestra plantilla y ocupan el 83,33% de los puestos directivos.



LIDIA NAVARRO CUESTA

CEO

MANC RECYCLAPLAST

- Incremento de la facturación en 2025
33%
- Evolución del Ebitda
40%
- Crecimiento de la plantilla
33%

He impulsado la evolución de Manc Recyclaplast hacia un modelo de partner industrial en economía circular, enfocado en transformar residuos en materias primas recicladas de alta calidad. La compañía ha apostado por la innovación y la digitalización, avanzando hacia un modelo de industria 4.0 mediante la implantación de sistemas de trazabilidad digital, un proyecto reconocido con el premio Goldpack por su contribución a la mejora de procesos.

En un entorno marcado por cambios legislativos constantes, una de nuestras claves ha sido anticiparnos, adaptando procesos y sistemas antes de la entrada en vigor de los requisitos. Además, participamos en proyectos de I+D+i financiados y en colaboración con centros tecnológicos y empresas del sector, lo que nos permite seguir desarrollando nuevas aplicaciones y mejorar nuestra propuesta de valor. Esta estrategia se ha materializado en la puesta en marcha de nuevas capacidades productivas con mejoras tecnológicas.



PACO NICOLÁS 'PACONI'

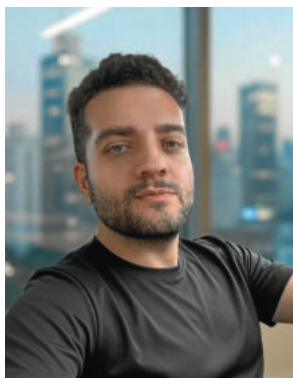
CEO

PACONI HUB S.L.

- Incremento de la facturación en 2025
300%
- Evolución del Ebitda
33,33%
- Crecimiento de la plantilla
75%

Inicié mi camino en 2015 en el marketing digital y la representación de creadores, viviendo desde dentro el nacimiento de una industria en constante evolución. Tras trabajar en varias agencias, en 2021 fundé Paconi Hub. Desde el inicio, tuve claro que representar talento no es solo gestionar campañas, sino construir relaciones reales a largo plazo, ayudándoles a crecer como personas, perfiles digitales y marcas.

Mi rol va más allá de la gestión tradicional; me involucro activamente en la estrategia de contenido y negocio, centrando mi día a día en el youtuber Plex y sus proyectos. Busco aportar visión y soluciones globales, lo que nos ha llevado a diversificar con proyectos propios como nuestra marca de café de especialidad, Pacoffee, además de nuevos lanzamientos este año. Con un equipo autónomo alineado con esta filosofía, me enorgullece formar parte de la primera generación que profesionalizó este sector en España, donde sigo innovando y aprendiendo cada día.



PAULA SÁNCHEZ COLLADO

FUNDADORA Y CEO

COCIRCULAR

- Incremento de la facturación en 2025
33%
- Evolución del Ebitda
200%
- Crecimiento de la plantilla
15%

Junto a mi equipo he impulsado una transformación estratégica basada en la digitalización de un sector tradicionalmente manual y opaco como la gestión de residuos. La principal decisión que he tomado junto a mi socio Leo ha sido desarrollar una plataforma tecnológica propia (SaaS 360° Advisor) que integra inteligencia artificial y trazabilidad en tiempo real, convirtiendo un proceso operativo en un sistema eficiente, medible y escalable. Además, ha impulsado un enfoque innovador al dirigirse al productor del residuo —y no a las gestoras—, generando un cambio estructural en la toma de decisiones del sector.

En paralelo, hemos promovido la diversificación hacia sectores como industria y energías renovables, y hemos sentado las bases de nuestra internacionalización comenzando a operar en Portugal. Estas decisiones han permitido mejorar la eficiencia operativa, reforzar la competitividad y construir un modelo de crecimiento sólido y replicable.

Esta estrategia ha demostrado un impacto real combinando crecimiento económico y sos-

tenibilidad. CoCircular ha multiplicado su facturación, consolidando un modelo B2B con más de 200 clientes, entre ellos algunas de las constructoras y promotoras más importantes del país

En términos ambientales, el impacto es igualmente tangible: más de 6,3 millones de toneladas de residuos valorizados, superando el 90% de recuperación frente al 30% de media en España, evitando más de 94.000 toneladas de dióxido de carbono y preservando más de 766.000 metros cuadrados de suelo natural.

Además, nuestro modelo permite a las empresas reducir costes (hasta un 26%), mejorar su eficiencia operativa y cumplir con la normativa, demostrando que la sostenibilidad puede ser rentable, medible y escalable.

La compañía está liderada por una mujer y el 57% de la plantilla son mujeres. Al ser una empresa con ADN en impacto medioambiental tenemos un equipo muy sintonizado con la misión y eso hace que hayamos podido desarrollar una cultura de empresa muy centrada en el cuidado de nuestro entorno, haciendo que los empleados sientan que su trabajo contribuye a algo más grande que el propio beneficio de los clientes o los accionistas.



CRISTIAN NOCITO

CEO

MR. NOK CATERING

- Incremento de la facturación en 2025
27%
- Evolución del Ebitda
33%
- Crecimiento de la plantilla
50%

Mr. Nok nació con el objetivo claro de ofrecer una respuesta fresca, ágil y de máxima fiabilidad a la restauración corporativa. En el año 2025 he conseguido consolidar el modelo de negocio: superamos los 100 eventos y reforzamos el crecimiento, posicionándonos como colaborador habitual de las principales agencias nacionales e internacionales. Actualmente, mi estrategia se centra en consolidar la compañía como el catering de referencia en Madrid.

Destaco nuestra versatilidad operativa: gestiono desde grandes producciones internacionales y congresos masivos hasta comités de dirección que requieren alta confidencialidad. Mi valor diferencial es actuar como un partner estratégico. No impongo menús cerrados, sino que adapto la gastronomía, la estética y el servicio a cada cliente, integrándome en su marca. Además, planifico minuciosamente semanas antes junto a los organizadores para analizar flujos y aspectos técnicos, eliminando la improvisación.



LUIS OLARTE SANZ

CEO

ENTROL

- Incremento de la facturación en 2025
39%
- Evolución del Ebitda
151%
- Crecimiento de la plantilla
25%

Desde su fundación en 2005, en Entrol hemos consolidado la internacionalización con más de 140 simuladores entregados en 40 países de los cinco continentes. He liderado un modelo competitivo que se basa en el desarrollo de tecnología propia y soluciones a medida para escuelas de vuelo, operadores y organismos públicos. Esta estrategia ha permitido expandir el catálogo de cuatro a más de 25 simuladores, alcanzando hitos como la entrada en el segmento de los Full Flight Simulators (FFS) e integrando realidad extendida y sistemas visuales LED.

A nivel organizativo, hemos crecido hasta superar los 70 profesionales, impulsando un proceso clave de profesionalización estructural. Para acompañar esta expansión, hemos optimizado la comunicación interna con planes de onboarding, transmisión de conocimiento y la definición de procesos claros. Así, unimos la excelencia técnica en seguridad aeronáutica con una cultura de colaboración, mejora continua y planes de carrera.



ÓSCAR PÉREZ FERNÁNDEZ

CEO

BESS GROUP

- Incremento de la facturación en 2025
3.23%
- Evolución del Ebitda
23.91%
- Crecimiento de la plantilla
17.65%

En BeSS he impulsado una estrategia basada en la integración de procesos, tecnología y operaciones para transformar la logística pública. Actuamos como integradores de grandes cuentas, conectando clientes y proveedores para garantizar una gestión unificada y eficiente de la cadena de suministro. Desarrollamos soluciones propias y comercio electrónico B2G en contratos estratégicos para el Ministerio de Defensa, donde llevamos más de una década aportando herramientas clave como la gestión de materiales reparables bajo modelos de economía circular. Nuestro esfuerzo por la sostenibilidad ha sido respaldado por las certificaciones ISO 9001, 14001 y 27001.

Entiendo nuestro negocio desde una perspectiva humana. Cultivamos una cultura flexible y de confianza, con una plantilla mayoritariamente femenina (63%) y fuertes políticas de conciliación, retribución flexible y bienestar. Asimismo, canalizamos nuestro impacto social mediante planes de RSC en colaboración con diversas ONG.



TAMARA PÉREZ HERNÁNDEZ

CEO

GRUPO TRECECASAS

- Incremento de la facturación en 2025
11%
- Evolución del Ebitda
28%
- Crecimiento de la plantilla
15,38%

En Trececasas he impulsado una forma distinta de entender el negocio. Hoy, el grupo funciona como una empresa de servicios para el hogar, con cuatro líneas principales: servicios inmobiliarios, arquitectura e interiorismo, alquiler vacacional en Costa Blanca y el desarrollo de un centro comercial previsto para 2027. También he trabajado una propuesta específica para el cliente internacional, pensada para acompañarle en gestiones como en los casos de banca, ministros o educación, y captar así demanda directa.

En paralelo, he llevado la marca a entornos estratégicos como el deporte profesional y como los acuerdos con multinacionales, acercándonos a clientes de alto valor. El canal digital propio también ha ganado peso, superando los 108.000 seguidores, y situando a la compañía en una destacada posición en el top 3 nacional del sector. Todo esto se apoya en una cartera seleccionada, visitas mejor preparadas y servicios que continúan después de la operación.



JOSE MARÍA PLANAS RODRIGUEZ

PROPIETARIO
Y DIRECTOR GENERAL

JOSÉ COMBALÍA, S.A.

- Incremento de la facturación en 2025
6,1%
- Evolución del Ebitda
85,5%
- Crecimiento de la plantilla
2%

Dirijo la empresa desde el 2007, pasando de una facturación de 14 millones de euros a una previsión de casi 30 millones de euros el 2026, convirtiéndonos en un referente en Europa en cuanto a la fabricación de tapones corona.

Con un claro proyecto de futuro, tengo definido el objetivo de buscar la excelencia productiva en cuanto a productividad, calidad y servicio, incorporando todos los avances tecnológicos que pueda ofrecer el mercado. Siempre con el objetivo de conseguir la satisfacción de nuestros clientes.

Además de exportar cerca del 40% de nuestra producción, los grandes embotelladores de este país han decidido apostar fuertemente por nosotros, asignándonos hasta el 80% de sus necesidades con contratos en algunos casos a tres años vista. En cuanto a sostenibilidad somos Empresa Residuo Zero y estamos comprometidos con los objetivos marcados por la ONU, y con el de reducir nuestras emisiones en un 30% de aquí al 2030.



**JOSÉ ÁNGEL
PLAZA GARCÍA**
DIRECTOR MADRID
INTERTRANSIT, S.A.

- Incremento de la facturación en 2025
8,1%
- Evolución del Ebitda
12%
- Crecimiento de la plantilla
57%

Al frente de la delegación de Intertransit, S.A. en Madrid, y tras más de 25 años de experiencia como director, he desarrollado un modelo de liderazgo centrado en las personas como eje del crecimiento sostenible y la transformación del negocio. Entre 2024 y 2025, la delegación de este operador logístico, que también tiene presencia en Barcelona y Valencia, ha experimentado un crecimiento significativo, pasando de 14 a 22 profesionales (+57%) y aumentando la facturación un 8,1%, acompañado de una mejora en la productividad y en los márgenes operativos.

En el ámbito estratégico, destaco la consecución de la certificación Operador Económico Autorizado (OEA), lograda con la participación activa en un proyecto colaborativo a nivel compañía. Este hito refuerza nuestra competitividad en el ámbito logístico internacional. Asimismo, se ha impulsado el crecimiento con el aumento de contratos internacionales, fortaleciendo nuestra presencia en mercados exteriores y diversificando fuentes de ingresos.



DAVID SANTIAGO VICENTE
CEO Y FUNDADOR

PCEX SOURCING INDUSTRIES SLU



- Incremento de la facturación en 2025
13%
- Evolución del Ebitda
10%
- Crecimiento de la plantilla
10,20%

Desde el inicio, mi visión ha sido la de transformar un sector tradicional como el recambio de automoción a través de la tecnología y la internacionalización. Apostamos por el desarrollo de herramientas propias, como nuestro comparador inteligente de precios y la plataforma B2B integrada con clientes, que han permitido automatizar procesos, mejorar la eficiencia y ofrecer mayor transparencia y valor añadido. Esta digitalización nos ha dado una ventaja competitiva sostenible, reflejada en el crecimiento del canal online, que ya representa cerca del 60% de la facturación. En paralelo, hemos construido una estrategia internacional sólida, operando en 37 países y con más del 97% de nuestra facturación procedente de exportaciones. Nos hemos especializado en mercados complejos, apoyándonos en alianzas locales que nos permiten adaptarnos y crecer de forma sostenida.

Creo que en PCEX Group he construido un modelo de crecimiento sólido, alcanzamos en 2024 una facturación superior a 44 millones de euros. Pero nuestro impacto no se mide solo en resultados financieros, sino en

nuestra capacidad de transformar el sector. En este sentido, hemos impulsado proyectos estratégicos como TERA Batteries (empresa que pertenece al mismo grupo), con una inversión prevista de 1,5 millones de euros e incluido en el Plan Estratégico de la Industria Valenciana. A través de TERA, desarrollamos soluciones en torno a la batería para movilidad eléctrica y almacenamiento energético, contribuyendo a la descarbonización y a la creación de un nuevo ecosistema industrial sostenible.

Entiendo que el crecimiento sostenible solo es posible a través de las personas. En 2024 incrementamos nuestra plantilla en un 50 %, con el 100 % de contratos indefinidos, apostando por la estabilidad y el desarrollo a largo plazo del talento. La igualdad es un pilar real de nuestra cultura. Hemos impulsado la incorporación de talento femenino, con un crecimiento del 44 %, en un sector tradicionalmente masculinizado. Además, garantizamos equidad retributiva basada en mérito y contribución, con datos que reflejan incluso diferencias salariales a favor del talento femenino en determinados departamentos. He reforzado políticas de conciliación, como la flexibilidad horaria y mejoras en bienestar laboral, y aumentado un 129 % la inversión en formación.



**PILAR
PUÉRTOLAS**
CEO
SANMY S.L.

- Incremento de la facturación en 2025
5%
- Evolución del Ebitda
0%
- Crecimiento de la plantilla
7%

Hace más de 32 años comencé mi trayectoria en la empresa familiar, como parte de la cuarta generación de la familia Puértolas al frente de la fábrica de refrescos. A los 29 años asumí la gerencia con la voluntad de aportar una forma de trabajar más participativa y cercana. En aquel momento éramos 25 personas y ahora la compañía suma 69 profesionales.

Una vez asumí la dirección general, me centré en la vertiente comercial para identificar nuevas oportunidades. La empresa pasó de una fabricación centrada en sifones, gaseosas de vidrio y algunos refrescos orientados al canal horeca, a abrirse también al gran consumo. En este proceso, reinventamos nuestro producto más icónico, el sifón de vidrio, con un nuevo sistema de botella más sostenible. En los últimos diez años, la compañía ha cuadruplicado su facturación, y ya está presente en 25 países. Actualmente, se ha incorporado la quinta generación, impulsando la digitalización y reforzando nuestros pilares estratégicos.



REYES QUERALTÓ

CEO

QUELTON VENTURES / GRUPO R. QUERALTÓ

- Incremento de la facturación en 2025 98%
- Evolución del Ebitda 196%
- Crecimiento de la plantilla 3%

Bajo mi visión estratégica, he redefinido por completo el modelo de negocio de la compañía, transformándola de una organización tradicional de venta hospitalaria en una entidad altamente digitalizada, donde el comercio digital representa más del 90% de nuestras ventas. Asimismo, hemos expandido nuestras fronteras geográficas desde el mercado nacional hacia países europeos clave como Alemania, Francia, Italia y Países Bajos, e iniciado operaciones en Emiratos Árabes Unidos y Estados Unidos. Este crecimiento se sustenta en la tecnología, especialmente en el desarrollo de nuestro software propio, Rolando Digital.

En la última década, el impacto de Grupo R. Queraltó y Quelton Ventures ha sido sólido, multiplicando por diez la facturación hasta alcanzar los 30 millones. Esta consolidación se apoya en alianzas de alto valor con empresas como Bidafarma, Cruz Roja y Amazon. Todos estos logros nos han validado el reconocimiento en los premios Cepyme como una de las mejores pymes de España.



RAFAEL VÁZQUEZ CALLEJA

GERENTE

ASTEX



- Incremento de la facturación en 2025 5,43%
- Evolución del Ebitda 64,29%
- Crecimiento de la plantilla 33%

ASTEX nació en 1992 con un propósito muy claro que hoy sigue abanderando desde la dirección: especializarnos en la segunda transformación del tomate y en la creación de salsas de alto valor añadido. Ubicados estratégicamente en Villafranco del Guadiana, en pleno corazón de las Vegas del Guadiana —una de las principales zonas productoras de tomate industrial de Europa—, operamos desde el primer día trabajando con materia prima de proximidad y la más alta calidad.

Mi estrategia al frente de la compañía ha estado centrada en tres pilares: la innovación constante, la internacionalización y la sostenibilidad logística agroindustrial. A través de este enfoque, nos orientamos de manera prioritaria hacia el desarrollo de soluciones a medida dentro del segmento de productos terminados, con destino principalmente al sector retail internacional. Esta especialización nos ha consolidado bajo modelos B2B y de marca privada como el socio estratégico ideal para las grandes cadenas de distribución europeas.

Como miembro de la segunda generación familiar, he impulsado la consolidación de nuestra

oferta, que hoy suma un catálogo sumamente diversificado que incluye desde recetas tradicionales e infantiles hasta bases de pizza y desarrollos personalizados para la industria. Mantener la confianza de los gigantes del mercado nos exige una inversión continua en automatización, sistemas avanzados de envasado y un fuerte departamento de I+D+i. Gracias a este esfuerzo, entre los ejemplos de cadenas que históricamente aparecen como clientes o distribuidores de nuestros productos destacan firmas como Lidl, Aldi, Auchan o Intermarche, junto a marcas de alimentación de la talla de Panzani y Pastas Gallo.

Nuestra gran ventaja competitiva, y la que considero nuestra mayor fortaleza hacia el cliente, radica en la tranquilidad y seguridad que ofrecemos al mercado. Actualmente somos una compañía plenamente integrada verticalmente; controlamos exhaustivamente todo el proceso desde la planta en el invernadero hasta el producto listo para comer, lo que nos permite asegurar una calidad excelente y una trazabilidad total del producto desde el inicio de la cadena. Con todo ello, he logrado posicionar ASTEX como una empresa referente, con una propuesta diferencial y vocación de liderazgo en el sector de las salsas preparadas y soluciones alimentarias globales.



PABLO RAMOS PÉREZ

CEO Y DIRECTOR GENERAL

RAMOS STS

- Incremento de la facturación en 2025 11,2%
- Evolución del Ebitda 190,71%
- Crecimiento de la plantilla 5%

Desde nuestra internacionalización en Polonia (2008), hemos logrado nuestra expansión a Portugal y Marruecos, y actualmente validamos soluciones en la minería chilena y la industria farmacéutica egipcia. Aunque no contamos con un área formal de I+D+i, considero esencial la anticipación a las necesidades del mercado, con foco en la sostenibilidad con tejidos compostables y programas de economía circular. Destaco, además, la consolidación de nuestro compromiso medioambiental sumando la certificación ISO 14001 a las existentes. Como especialistas en vestuario de protección desechable (EPI, CleanRoom y producto sanitario), respondemos ante catástrofes naturales y crisis sanitarias globales. Esto nos posiciona como socio estratégico para la industria y la defensa.

Mantenemos la esencia de empresa familiar promoviendo la igualdad, captando talento joven y valorando la experiencia sénior (aplazamos jubilaciones mediante programas adaptados para retener su valioso conocimiento).



BBVA ACERCA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL A LAS PYMES

La alianza estratégica entre BBVA y OpenAI abre una nueva etapa en la que las pymes también pueden acceder, de forma práctica y segura, a herramientas capaces de transformar su manera de trabajar.

La inteligencia artificial ya no es una conversación de futuro sino una herramienta con aplicaciones reales en el presente empresarial. Desde automatizar tareas repetitivas hasta agilizar procesos administrativos, analizar información o mejorar la atención al cliente, esta tecnología empieza a abrir nuevas posibilidades para negocios de todos los tamaños.

De hecho, las pequeñas y medianas empresas, que representan el 99,8 % del tejido empresarial de la Unión Europea según el Informe anual sobre las pymes europeas 2024/2025 de la Comisión Europea, están incorporando tecnologías, como la IA, que hasta no hace mucho parecían limitadas a las grandes corporaciones. Y es que en el contexto actual dar el salto hacia la digitalización ya no es una opción, sino una necesidad para mantenerse competitivo.

«La inteligencia artificial se ha convertido en una palanca clave de transformación que nos ayuda a redefinir la relación con nuestros clientes, evolucionar nuestra propuesta de valor y acelerar la toma de decisiones con impacto real en el negocio», asegura José Luis Serrano, responsable de Pymes de BBVA en España.

Esta digitalización inteligente permite a las empresas adaptarse con agilidad a un mercado cambiante, integrando tecnologías disruptivas que optimizan procesos y potencian la experiencia del cliente. Esto supone una revolución total en la gestión diaria de las pymes.

LA IA LLEGA A MÁS DE 6.000 PYMES DE LA MANO DE BBVA

BBVA ha puesto en marcha una propuesta pensada precisamente para pequeñas empresas: facilitarles el acceso a inteligencia artificial aplicada al negocio con dos licencias de ChatGPT Business gratuitas durante un año, acompañadas de contenidos formativos para aprender a utilizarla con un enfoque práctico. Una iniciativa a la que ya se han sumado más de 6.000 pymes

en España y que se ha desarrollado con el objetivo de que las empresas experimenten con esta tecnología, entiendan su impacto real y puedan aplicarla para mejorar su productividad. «La buena acogida de esta iniciativa refleja un cambio de tendencia dentro del tejido empresarial español, donde la digitalización ya no se limita a la adopción de herramientas, sino que empieza a transformar la forma en la que las em-

LA COMBINACIÓN DE ACCESO A TECNOLOGÍA

y acompañamiento formativo busca facilitar una incorporación progresiva a la inteligencia artificial.

LA DIGITALIZACIÓN INTELIGENTE

permite a las empresas adaptarse con agilidad a un mercado cambiante

presas operan y compiten. En este escenario, la inteligencia artificial se consolida como una palanca clave para ganar escala y afrontar nuevos retos», afirma el responsable de Pymes de BBVA en España, José Luis Serrano.

El plan ChatGPT Business incluye acceso a modelos avanzados de inteligencia artificial, capacidad de trabajar con documentos, navegación web y un entorno colaborativo pensado para equipos, con garantías específicas en materia de protección de datos empresariales. Estas funcionalidades permiten a las empresas incorporar la inteligencia artificial en tareas cotidianas sin necesidad de contar con perfiles técnicos especializados.

Esto encaja además con una apuesta estratégica más amplia. Porque el movimiento de BBVA hacia la inteligencia artificial no se limita a ofrecer herramientas puntuales, sino que forma parte de una visión de transformación más profunda. La entidad se ha convertido en socio fundador de OpenAI Deployment Company, la nueva compañía impulsada por OpenAI para ayudar a acelerar el despliegue de soluciones de IA en empresas. Esta colaboración entre BBVA y OpenAI demuestra que una relación basada en coreación, desarrollo conjunto e implementación práctica, puede acelerar la transformación de una gran organización.




**EDUARDO
RUÍZ JARA**
GERENTE
ANEDILCO S.L.

- Incremento de la facturación en 2025 12,75%
- Evolución del Ebitda 8,03%
- Crecimiento de la plantilla 0%

Mi objetivo ha sido ofrecer una visión estratégica sólida en un momento de profunda transformación del canal de distribución de alimentación congelada en hostelería. He impulsado planes para adaptar Aneldico a un entorno más exigente, competitivo y orientado a la especialización, promoviendo nuevas líneas de crecimiento en seco, refrigerado y 5ª gama, así como modelos comerciales más profesionalizados y alineados con las necesidades de los distribuidores y del cliente final. Creo que hemos conseguido evolucionar desde un modelo más transaccional hacia uno de mayor valor añadido.

En la gestión de personas, dirijo un equipo directo íntegramente femenino, con un dato excepcional de absentismo 0 en los últimos 6 años, reflejo de compromiso, clima laboral y organización. También he impulsado una forma de dirección en la que resultado y sostenibilidad se refuerzan mutuamente. Ese enfoque se concreta en una RSC aplicada y presupuestada, con aportaciones anuales a proyectos de impacto real.



**JAVIER SALAS
ISEQUILLA**
FUNDADOR Y CEO
**GLOBARTIA SERVICIOS
GENERALES S.L.**

- Incremento de la facturación en 2025 100,6%
- Evolución del Ebitda 282,04%
- Crecimiento de la plantilla 20%

En Globartia he implementado en España una nueva forma de asegurar la garantía mecánica obligatoria de vehículos mediante tecnología e inteligencia artificial propias. Nuestro sistema automatiza la contratación conectando directamente con la DGT a través de la matrícula, y nuestra analítica avanzada de IA resuelve de forma inmediata el 60% de los siniestros. En solo dos años, esta innovación nos ha permitido dar servicio a más de 2.500 profesionales y liderar el mercado de particulares, proyectando ya nuestra expansión a Portugal, Francia e Italia. Reducimos drásticamente las reclamaciones aportando soporte asegurador y jurídico. Por ello, grandes brókeres y grupos de automoción confían en nosotros.

Internamente, apuesto por un organigrama horizontal donde el talento impulsa el crecimiento bajo valores de honestidad y determinación. Reflejando este compromiso con el talento, el 21% de nuestros empleados participa directamente de los beneficios del grupo.



CARMEN SAN MARTÍN
DIR.ª GRAL / CEO
**HIJOS DE ALBERTO
GUTIÉRREZ (BODEGAS
DE ALBERTO)**

- Incremento de la facturación en 2025 3%
- Evolución del Ebitda 5%
- Crecimiento de la plantilla 0,4%

Me incorporé en junio de 2012 a la empresa fundada en 1941 por mi bisabuelo, que arrastrada por la crisis de 2007 atravesaba el peor momento de su historia reciente. Fueron años complicados, y en los que resultaron claves la reestructuración financiera de la deuda y la gestión de los RRHH. Gracias a la reorganización interna y a la progresiva entrada de un nuevo equipo de profesionales se dio un giro radical. La firma se transformó, y ahora está entre las diez bodegas más exportadoras de la D.O. Rueda.

Creo que la innovación a veces es también mirar al pasado. Y por eso apostamos por recuperar unos vinos olvidados, los históricos Dorados y Pálidos. Esa apuesta por la diferenciación ha concedido una enorme visibilidad, con un irrepetible palmarés de premios donde destacan los 100 Puntos Atkin otorgados a nuestra última creación, De Alberto VORR. Pero la cultura de la innovación está implantada en una empresa tan tradicional a todos los niveles.



**ELENA SÁNCHEZ
ESCOBAR**
DIRECTORA CLÍNICA
Y DE OPERACIONES
YEES!

- Incremento de la facturación en 2025 53%
- Evolución del Ebitda 49%
- Crecimiento de la plantilla 30%

He sido clave en la evolución de Yees! hacia un modelo integral de bienestar emocional en las organizaciones, pasando de intervenciones reactivas a estrategias preventivas basadas en datos y experiencia de usuario. He liderado el diseño e implementación del programa PETRA, un modelo innovador de prevención de la conducta suicida en el entorno organizacional, reconocido por el Instituto Regional de Seguridad y Salud en el Trabajo (IRSST). El programa integra sensibilización, detección precoz y actuación estructurada, posicionando a las organizaciones como agentes activos en la protección de la salud mental.

Además, he desarrollado programas como los 'Mental Health Mentors' y protocolos específicos para la detección precoz del sufrimiento emocional en entornos laborales, integrando la psicología en la estrategia empresarial. Mi enfoque une evidencia científica con aplicabilidad real, posicionando el bienestar emocional como palanca clave para la sostenibilidad y el rendimiento organizacional.



NOEMÍ SÁNCHEZ FERNÁNDEZ

DIRECTORA GENERAL

AUTOCINES

- Incremento de la facturación en 2025
96%
- Evolución del Ebitda
68%
- Crecimiento de la plantilla
35%

Mi estrategia se basa en un crecimiento a través de nuestros propios recursos y visión a medio plazo, diversificando el negocio de forma transversal. Comenzamos en 2017 y hoy somos un espacio de referencia nacional en ocio y cultura con aforo para más de 5.000 personas, especializado en grandes eventos y eventos corporativos.

Además de explotar todos los servicios del recinto, contamos con una promotora propia de conciertos y festivales generando líneas de ingresos adicionales. En 2021 abrimos un segundo recinto en Málaga con capacidad para 12.000 personas, y en 2026 inauguramos The Garage, recinto indoor de referencia en Madrid para más de 5.000 personas, posicionado en pocos meses como el espacio de moda de la capital.

En 11 años hemos pasado de facturar 800.000 euros a casi 10 millones, consolidando nuestra escalabilidad y diversificando a través de tres sociedades para la explotación de recintos, producción y food & beverage.



FRAN VILLALBA SEGARRA

CEO

INTERNXT

- Incremento de la facturación en 2025
50%
- Evolución del Ebitda
100%
- Crecimiento de la plantilla
40%

Mi visión estratégica para Internxt se define por la anticipación tecnológica. Hemos liderado la transición hacia la encriptación post-cuántica, una innovación pionera que nos sitúa por delante de gigantes como Google o Microsoft frente a las amenazas de la computación cuántica. Esta ventaja competitiva ha sido avalada por el CDTI con 1,4 millones para I+D+i. Con una facturación que crece al 100% anual y una valoración de 40 millones de euros, nuestra estrategia ha sido la internacionalización desde el primer día: el 95% de nuestros ingresos proviene del mercado exterior, sirviendo a más de un millón de usuarios. Haber atraído el respaldo de inversores como Juan Roig (Lanzadera), Prosegur, Notion Capital y Telefónica consolida nuestra decisión de competir globalmente desde Valencia, demostrando que la soberanía digital europea es una realidad estratégica y tecnológicamente superior.

Internxt demuestra que la rentabilidad y la responsabilidad son inseparables. Estamos creciendo nuestro 'net revenue' en un 100% cada año de forma rentable. Hemos alcanzado hitos tangibles como el Premio de la Agencia Es-

pañola de Protección de Datos y contratos estratégicos con entidades como PcComponentes, ESET, Vodafone y Prosegur. Nuestro impacto ambiental es central; operamos con centros de datos donde más del 90% de la energía es renovable, utilizando refrigeración líquida para optimizar el consumo de agua y energía. Nuestro compromiso para 2025 es eliminar totalmente los residuos en vertederos y depender exclusivamente de energías limpias. Proporcionamos una nube sostenible que reduce la huella de carbono digital, generando un impacto positivo real tanto en la seguridad de los datos como en la preservación del planeta.

Mi liderazgo se basa en la resiliencia y la ética, valores que trasladan la transparencia de nuestro producto a la cultura interna. Hemos formado un equipo de 40 profesionales, fomentando un entorno de alta cualificación donde la formación continua es prioritaria. Impulsamos la retención de talento con un modelo de trabajo flexible y basado en la confianza. Como joven emprendedor, apuesto por el talento emergente y la diversidad, rompiendo barreras generacionales en el sector tecnológico. Nuestra cultura corporativa busca crear un internet ético, misión que actúa como el mayor factor de orgullo de pertenencia para el equipo.



MAURICIO SANCHÍS CANO

CEO

LARIMIDE

- Incremento de la facturación en 2025
57,69%
- Evolución del Ebitda
89,30%
- Crecimiento de la plantilla
17,03%

Mi visión estratégica para la industria cosmética sustituye el marketing por resultados reales, mediante un sistema integrado de producción y formulación. Contamos ya con presencia en más de 80 países en clínicas, retail y online, ofreciendo soluciones que abarcan desde sérums faciales hasta cosmética para mascotas y tintes de culturismo. Nuestro sérum de pestañas es un éxito mundial, con más de un millón de unidades anuales desde 2020.

Fundé la empresa en el año 2012 con tan solo tres personas y gracias a un préstamo de 60.000 euros. Conseguimos superar las limitaciones iniciales y posteriormente el impacto del Covid adaptando nuestro modelo, lo que me valió el premio a la resiliencia de la Cámara de Comercio de Alicante. Procuero basar mi liderazgo en el ejemplo directo y la eficiencia. En estos momentos dirijo a sesenta personas y alcanzamos una facturación superior a los 7 millones de euros entre Larimide y Larimide.



ALFONSO SANTOS SÁNCHEZ

CEO

GRUPO LOGÍSTICO SANTOS

- Incremento de la facturación en 2025
2%
- Evolución del Ebitda
-0,9%
- Crecimiento de la plantilla
10,3%

Sin duda, la inversión en tecnología es lo que más puede generar un cambio en la forma de trabajar y en la rapidez de mejoras que podemos trasladar al cliente. Por ello, y de la mano de dos socios potentes, he apostado por implantar las soluciones más idóneas de IA y de tecnología aplicada a la gestión de flotas y TMS. La mejora la vemos en el día a día de nuestro tráfico y en la capacidad de absorber nuevas peticiones de los clientes.

Nuestro negocio es la carga completa por carretera, y el consumo de combustible es inherente a esta actividad. Lo que no quiere decir que no se pueda ir paulatinamente haciendo cambios como la utilización de HVO, la mejora de consumos eléctricos con fuentes 100% renovables o mejorando la flota y formando a los chóferes en conducción eficiente. Somos ambiciosos pero moderados con las acciones referentes a la sostenibilidad. De este modo, hemos conseguido nuestra estrella Lean & Green y seguiremos siguiendo siendo abanderados de esta certificación.



CARLOS SANZ RAMÍREZ

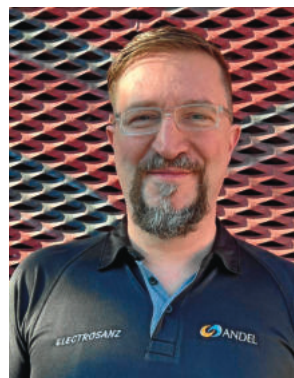
GERENTE

ELECTROSANZ

- Incremento de la facturación en 2025
15%
- Evolución del Ebitda
10%
- Crecimiento de la plantilla
15%

Somos una empresa con 80 años de historia centrada en los recambios de automoción multimarca. Mi posición en la empresa como tercera generación es no sólo salvaguardar el legado, formas y maneras de Electrosanz, también impulsar a futuro la empresa. La apuesta es por las personas que forman los equipos, con una perspectiva de carrera a largo plazo. Tanto es así que contamos con personal que lleva 20 y 30 años trabajando en Electrosanz.

Además, lidero un proyecto de expansión con la apertura de nuevos puntos de venta en la región de Madrid. Esta expansión se realiza consolidando equipos humanos en las áreas elegidas; no es una expansión rápida, la preferencia es realizarlo priorizando la capacidad de atención al cliente y servicio, alcanzan un cierto nivel antes de plantear la siguiente apertura. Asimismo nuestra transformación digital se ha acelerado en los últimos cinco años. Con esta estrategia hemos logrado un crecimiento sostenido de dos dígitos constante desde hace más de una década.



ROBERTO UREÑA PÉREZ

CEO

GRUPO SERCON

- Incremento de la facturación en 2025
10%
- Evolución del Ebitda
22%
- Crecimiento de la plantilla
12%

La estrategia que he liderado se centra en evolucionar desde un modelo tradicional de servicios de seguridad hacia soluciones más eficientes, escalables y apoyadas en entornos remotos. Hemos desarrollado e implantado sistemas de control y supervisión no presencial, que permiten gestionar operativas en tiempo real. Este enfoque ha mejorado la eficiencia, la trazabilidad y la capacidad de respuesta, aportando mayor valor al cliente. Paralelamente, he impulsado la diversificación hacia servicios tecnológicos y de gestión remota, ampliando nuestro posicionamiento. Esta transformación nos sitúa en una posición diferencial dentro del sector.

Entre los principales logros de esta estrategia destaco el crecimiento progresivo del volumen de negocio, acompañado de una mejora de márgenes mediante la optimización de recursos y la implantación de sistemas de control que permiten una gestión más precisa. Asimismo, se ha logrado acceder y competir en contratos de mayor complejidad técnica.



GREGORIO DAVID VALLE RODRÍGUEZ

DIRECTOR GERENTE

METALÚRGICA MADRILEÑA, S.A.

- Incremento de la facturación en 2025
5,04%
- Evolución del Ebitda
18,72%
- Crecimiento de la plantilla
5,80%

En el objetivo de convertir a mi compañía en referente en la fundición de acero he abierto nuevos mercados y sectores. Ya exportamos el 77,4% de la facturación, en un sector con barreras de entrada muy altas. Hemos ampliado la base de clientes, vendiendo piezas a 67 empresas de diferentes tamaños. También hemos colaborado en la puesta en marcha de proyectos de investigación para el uso de arenas de moldeo y aglutinantes más avanzados y sostenibles. Y hemos iniciado investigaciones con tratamientos térmicos innovadores para mejorar las propiedades mecánicas del acero.

Destaco la participación en el proyecto europeo Green Life Casting, con centros de investigación, asociaciones y empresas de cinco países. Su objetivo es demostrar la viabilidad técnica y ambiental del uso de nuevos aglutinantes inorgánicos, en lugar de los orgánicos tradicionales, en fundiciones de hierro y acero, permitiendo una reducción en la liberación a la atmósfera de compuestos peligrosos.



ABC

The
Economist

PIENSA
DOS VECES
CON ABC Y
THE ECONOMIST

- ⊗ Acceso ilimitado a web y app de ABC y The Economist
- ⊗ Edición PDF de ambos
- ⊗ The Economist Insider, podcast y newsletters exclusivas
- ⊗ Acceso a ABC desde 4 cuentas de email

~~42,34€~~ Ahorras un 47%

22,42€ al mes

Pago único anual de 269€



Oferta exclusiva para nuevos suscriptores The Economist

B Sabadell

**Si crees
en ti,**



**nosotros
también.**

El banco de las mejores
empresas es el tuyo.

bancosabadell.com