

Entrevista a Silvia Llerena, directora de Desarrollo de Negocio de Mercasa



"Me ilusiona trabajar en un sector con propósito, que tiene un impacto directo en la vida de las personas"

Toda una vida dedicada a garantizar el abastecimiento alimentario en España. Silvia Llerena, actual directora de Desarrollo de Negocio de Mercasa, describe en esta entrevista cómo ha vivido la evolución del sector, el papel de la mujer en un mundo laboral muy masculinizado y qué retos habrá que afrontar en los próximos años. Desde una visión integral, Llerena destaca la importancia del modelo público español, que garantiza la seguridad a toda la ciudadanía y la vertebración y solidaridad de los territorios.

¿Qué te llevó a optar por este sector?

Desde mis años de formación en la Universidad Politécnica de Madrid sentí una gran admiración por la actividad de Mercasa. Sus publicaciones eran una referencia constante en nuestros trabajos académicos sobre la cadena alimentaria y me fascinaba su papel estratégico en el sistema agroalimentario español. Me atraía especialmente su capacidad de generar impacto positivo, tanto en el sector productor como en el consumidor, actuando como un eslabón clave en la mitad de la cadena de valor.

Por eso, en cuanto finalicé mi proyecto de fin de carrera, no dudé en optar a un puesto en esta empresa. Desde entonces he desarrollado toda mi trayectoria profesional en Mercasa, con la convicción de que contribuyo cada día a un modelo que garantiza el acceso de la población a los productos frescos, fomenta formación de precios en concurrencia y contribuye a la cohesión territorial.

¿Cómo has vivido la evolución del sector en estos años?

La Red de Mercas ha actuado como eje vertebrador del sistema alimentario español, adaptándose con agilidad a los cambios del mercado, la tecnología y las políticas públicas.

Durante la primera década del siglo XXI, las Mercas se consolidaron como el principal canal de distribución mayorista de productos frescos. Las 24 Unidades Alimentarias se convirtieron en nodos logísticos clave en España. Entre 2010 y 2020, el auge de la distribución organizada y los formatos de proximidad modificaron la cadena de valor. Las grandes superficies comenzaron a comprar directamente a productores, lo que redujo la dependencia de los mercados mayoristas. A pesar de ello, las Mercas mantuvieron su relevancia gracias a su eficiencia logística y capacidad de concentración de operadores.

En los últimos años, la transformación digital, la sostenibilidad y la resiliencia han marcado el rumbo. La pandemia aceleró la digitalización, la logística de última milla y la conciencia medioambiental. Las Mercas se han posicionado como infraestructuras estratégicas para garantizar el acceso de la población a los productos frescos, con proyectos de ampliación, modernización y transición energética.

¿En qué aspectos crees que ha mejorado?

La Red de Mercas ha mejorado en múltiples aspectos. Hoy contamos con sistemas de gestión más ágiles y una mayor capacidad de adaptación a las necesidades del

mercado. Además, la expansión de las unidades alimentarias es un objetivo estratégico de Mercasa, pues es esencial para poder dar respuesta a las necesidades de espacio de los operadores.

¿Qué se ha perdido en el camino?

Uno de los impactos más visibles de la evolución del sector ha sido la pérdida de un número significativo de establecimientos detallistas de alimentación fresca, especialmente pescaderías. Esta tendencia se ha intensificado en los últimos años, con una caída del consumo de pescado fresco en los hogares.

La falta de relevo generacional, la competencia de las grandes superficies y la percepción de que el pescado es caro o difícil de preparar han contribuido a esta erosión.

¿Cómo ves el relevo generacional? ¿Hay más mujeres interesadas por un sector tan masculinizado?

Afortunadamente cada vez hay más mujeres interesadas en el sector agroalimentario, aunque sigue siendo un entorno muy masculinizado. El relevo generacional está llegando con perfiles más diversos, más digitales y más comprometidos con la sostenibilidad. Es fundamental seguir fomentando vocaciones desde la Universidad y visibilizar referentes femeninos en todos los niveles.

En la Red de Mercas el horario de la mayoría de los mercados supone una importante barrera para garantizar el relevo generacional y la retención del talento y es algo en lo que es necesario trabajar buscando el consenso de todos los agentes implicados.

¿Qué crees qué aporta la mirada y el liderazgo femenino dentro de la Red?

El liderazgo femenino dentro de la Red aporta una visión integradora y una forma colaborativa de trabajar, que complementa diferentes enfoques de liderazgo. La presencia de mujeres en puestos de responsabilidad demuestra que la diversidad en la toma de decisiones fortalece las estrategias y contribuye a los resultados. Promover distintos enfoques y experiencias en los equipos contribuye a una Red más equilibrada y efectiva. En definitiva, la diversidad en los equipos enriquece la toma de decisiones y mejora los resultados.

¿Qué crees que se debería hacer para que haya más mujeres que se sientan atraídas por la cadena agroalimentaria?

Es clave trabajar desde la educación, mostrar que este sector ofrece oportunidades reales de desarrollo profesional y personal. También es importante que las

empresas fomenten políticas de igualdad, conciliación y visibilidad. Las mujeres deben verse reflejadas en los liderazgos del sector para sentirse parte de él.

¿Qué tiene como incentivo este sector?

Es un sector con propósito, que garantiza el acceso a la alimentación fresca, que conecta con el territorio y que tiene un impacto directo en la vida de las personas. Además, ofrece retos constantes: innovación, logística, sostenibilidad, digitalización... Es un entorno dinámico, estratégico y con mucho futuro.

¿Cuál destacarías como tu mayor logro desde tu incorporación a Mercasa?

Los logros nunca son individuales, sino fruto del trabajo en equipo. Me siento profundamente orgullosa del equipo que me acompaña y del conjunto de profesionales que forman parte de las 24 Mercas de la Red.

De manera conjunta hemos conseguido poner en valor la importancia de contar con una red estatal de mercados mayoristas capaz de garantizar el acceso de la población a los productos frescos en cualquier circunstancia: desde la pandemia hasta fenómenos meteorológicos extremos como Filomena o la DANA, pasando por los paros del transporte.

Además, en los últimos ejercicios, hemos alcanzado hitos históricos para la compañía, como los avances en los procesos de eliminación del límite temporal de muchas de las participadas, un aspecto clave dentro de la estrategia de Mercasa, que nos permite reforzar la Red.

También trabajamos intensamente en la expansión de las Mercas, respondiendo a una creciente demanda de espacio por parte de los operadores. Este proceso no solo implica crecimiento físico, sino también modernización, sostenibilidad y adaptación a los nuevos retos logísticos y tecnológicos.

En definitiva, creo que el mayor logro ha sido contribuir a que Mercasa y su Red de Mercas se consoliden como infraestructuras estratégicas para el sistema alimentario español, con una visión de futuro, resiliente y comprometida con la sociedad.

¿Qué ventajas tiene el modelo español de la Red de Mercas?

Mercasa impulsa y vertebría la mayor Red pública de unidades alimentarias del mundo que, integrada por 24 Mercas, cubre toda la geografía española. Un modelo del que, como país, podemos sentir mucho orgulloso, ya que supone un referente absoluto a nivel mundial.

Se trata de empresas de capital eminentemente público, con una responsabilidad compartida con las entidades

locales, en su composición y gestión, que forman la Red de Mercas.

El servicio público de Mercasa y la Red de Mercas se concreta en poner a disposición de los operadores (mayoristas, minoristas, HORECA, distribuidores, etc.) los espacios, las infraestructuras y los servicios necesarios para que sus transacciones comerciales puedan realizarse con eficiencia, transparencia, seguridad y sostenibilidad.

Un modelo que supone un referente a nivel mundial debido a la actividad desarrollada en las 24 Mercas de la Red que genera más de 30.000 empleos y acoge más de 3.100 empresas en el año 2024, canalizando 9,1 millones de toneladas de productos frescos. Esta actividad económica ha generado un valor de más de 24.000 millones de euros, lo que equivale, aproximadamente, al 1,51% del PIB.

Pero quizás la cifra que a mí más me sigue sobrecogiendo es la de los 30 millones de personas que alimentamos cada día a través de nuestra Red de Mercas.

La Red de Mercas de Mercasa es también un referente por su aportación de valor al conjunto de la cadena de distribución de productos frescos.

Respecto al eslabón productivo, la Red es esencial para la comercialización de la producción agraria, la especialización, la calidad y la logística. Cabe destacar que cerca del 70% de las frutas y verduras, el 80% de las carnes y el 65% de los pescados y mariscos que se venden en la Red de Mercas son de origen nacional, favoreciendo así la comercialización de la producción agrícola, ganadera y pesquera en España.

En lo que afecta al eslabón detallista, la Red de Mercas es la central de compras para el comercio minorista especializado, permitiendo al consumidor elegir entre varios formatos comerciales. Todo ello contribuye a la generación de tejido comercial, empleo y, por tanto, a un modelo de ciudad más habitable y sostenible.

Finalmente, con seguridad, lo más importante es valorar las aportaciones al conjunto de la población. Las estructuras de la Red de Mercas garantizan capacidad de elección de las y los consumidores, con diversidad de productos y competencia de formatos comerciales.

Esta Red convierte a España en el primer país del mundo en cuanto a variedad de consumo de productos de la pesca y la acuicultura, frutas, hortalizas y carnes.

¿Cómo se viven situaciones de crisis como la pandemia del COVID-19, la DANA o huelgas de transporte en la Red de Mercas? ¿Qué aprendizaje sacaste?

Se viven con mucha responsabilidad, coordinación y trabajo en equipo. Las Mercas han demostrado ser infraestructuras capaces de garantizar el acceso de la población a los productos frescos incluso en los momentos más difíciles.

“La Red de Mercas actúa como eje vertebrador del sistema alimentario español, adaptándose a los cambios de mercado, tecnología y políticas públicas”

El aprendizaje principal es que la planificación, la resiliencia y la colaboración son claves. También que debemos seguir invirtiendo en modernización y eficiencia operativa.

Mercasa cumple 60 años en 2026. ¿Qué desafíos crees que tendrá que afrontar en los próximos años?

Los principales desafíos son la sostenibilidad, la digitalización, la adaptación a nuevos hábitos de consumo y la expansión de nuestras infraestructuras.

Me hacen especial ilusión los proyectos de integración de la Red de Mercas en los corredores Atlántico y Mediterráneo, así como el hecho de seguir avanzando para conseguir una distribución de última milla eficiente y sostenible.

Estoy convencida de que la energía será determinante para el desarrollo de las empresas instaladas en nuestra Red, por eso estamos trabajando en proyectos de autoconsumo colectivo.

También me parece muy importante seguir reforzando nuestra visibilidad institucional y social y consolidar nuestro papel como actor estratégico en la cadena agroalimentaria.

El futuro pasa por ser más eficientes, más sostenibles y estar más conectados.

¿Qué es para ti el éxito profesional?

Es contribuir a un proyecto colectivo que tenga impacto positivo en la sociedad. Es crecer profesionalmente sin perder la vocación de servicio público. Es formar parte de un equipo que comparte valores, objetivos y compromiso. Y, sobre todo, es sentir que lo que haces tiene sentido.

¿Algún deseo por cumplir en el ámbito laboral?

Seguir impulsando la transformación de Mercasa y de la Red de Mercas, consolidar su papel estratégico y lograr que se reconozca su valor en todos los ámbitos. ■

Entrevista a Mónica Suárez, directora general de Mercalaspalmas



“Hay que empezar por la base, por las niñas. La educación es siempre el primer paso para desarraigar estereotipos”

Mónica Suárez es la última mujer incorporada a la dirección general de una de las Mercas de la Red Mercasa. Desde el pasado verano, es la máxima responsable de Mercalaspalmas, a donde llegó ilusionada y con una visión del trabajo para seguir avanzando hacia la plena igualdad entre hombres y mujeres.

¿Qué ha sido clave en tu trayectoria para llegar a tu puesto actual?

Mi lista de factores clave es larga, pero podría destacar la autoexigencia, la constancia y un toque de inconformismo que me lleva a plantear constantemente nuevas metas y objetivos retadores.

¿Qué es lo que más te ha sorprendido de las Mercas?

Las cifras me han sorprendido mucho. Por ejemplo, la Red de Mercas aporta el 1,51% del PIB estatal. A este dato, añado las políticas ESG. Y es que la gran apuesta por la Sostenibilidad que desde Mercasa se está impulsando en las 24 Mercas es otro tema destacable con resultados muy positivos en toda la Red.

¿Cuál destacarías como tu mayor logro desde tu llegada a Mercalaspalmas?

Es demasiado pronto para hablar de logros. Me incorpore a la dirección de Mercalaspalmas el pasado mes de agosto así que, siendo honesta, podría decirse que aún

estoy en lo que Graham Wallas llamaría la “Fase de Preparación”, es decir, es momento de recopilar información, escuchar con atención y aprender de las personas que me rodean. A partir de ahí plantearnos desafíos y espero que, en una próxima ocasión, pueda presentar algunos de los logros alcanzados.

¿Algún deseo por cumplir en el ámbito laboral?

Muchos. De hecho, comenzaba esta entrevista confesando que soy algo inconformista. No obstante, mi mayor deseo profesional actualmente es cumplir con los objetivos que a medio y largo plazo se plantean para Mercalaspalmas.

Viendo el día a día de las Mercas, ¿cuáles crees que son los principales desafíos tanto en tu Merca como en la Red?

En Mercalaspalmas nuestro mayor desafío es la ampliación de la Unidad Alimentaria. Tenemos una ocupación por encima del 90% desde hace años y ya no cabe duda

de que ampliar será la respuesta a nuestras empresas mayoristas y operadores actuales, pero también a nuevas empresas y personas autónomas que quieren tener su base de operaciones en Mercalaspalmas. Multiplicaremos los metros cuadrados disponibles, apostando también por nuevos servicios complementarios que mejoren las actividades empresariales desarrolladas en Mercalaspalmas y, por extensión, en la cadena alimentaria de influencia. En cuanto a la Red, cada una de las Mercas tiene su propia problemática y su casuística particular por lo que generalizar desafíos quizás sería un error por mi parte.

¿Cómo valoras el modelo colaborativo de Mercasa con los Ayuntamientos?

Es una asociación inteligente. Mercasa aporta su *Know-how* nacional e incluso internacional sobre el modelo de negocio que nos guía a todas las Mercas. Sus casi 60 años de existencia como organización le han proporcionado un profundo conocimiento de todas las actividades que participan en la cadena alimentaria y de ello nos beneficiamos toda la Red. Por su parte, los Ayuntamientos aportan el conocimiento local que debe ser considerado en la actividad de cada Merca. Los Ayuntamientos nos guían para que miremos hacia ciertos problemas municipales que deben ser resueltos, aportemos valor con nuestros servicios a la población de influencia y para que no perdamos de vista aspectos sociales locales que se deben afrontar. Esta fórmula colaborativa podría explicarse con esa famosa máxima: “Piensa global (Mercasa), actúa local (Ayuntamientos)”.

¿Qué le dirías a una joven que quiera adentrarse en el sector de la cadena alimentaria?

Que es un mundo apasionante, lleno de desafíos y retos. Que va a formar parte de un sector de actividad top en importancia, donde el abastecimiento alimentario a la población es el objetivo final y conseguir ese objetivo conlleva una gran responsabilidad. Por último, que escuche con atención a todas las partes de la cadena, desde el sector agrícola hasta los consumidores, pasando por todos los eslabones que hay en medio. Esta es la mejor manera de comprender que el todo, en la cadena alimentaria, es mucho más que la suma de las partes.

¿Qué crees que se debería hacer para que haya más mujeres que se sientan atraídas por el mundo agroalimentario?

Empezar por la base, por las niñas. La educación es siempre el primer paso para desarraigar en los y las peques esos estereotipos de género que aún siguen determinando lo que hemos llamado siempre “trabajos

de hombres o trabajos de mujeres”. Hay que instruir en contenidos lectivos propios apoyados con talleres prácticos, visitas guiadas, charlas, etc. Este sería un buen comienzo: trabajar la cantera del equipo, como en el deporte profesional.

Las mujeres podemos y debemos seguir haciéndonos un hueco en el mundo alimentario porque hay oportunidades laborales y condiciones para ello, pero todos sabemos que lo que no se comunica, no se conoce; así que, desde aquí, aprovecho para demandar más foros sectoriales enfocados a la mujer donde podamos conocer proyectos, ayudas, empleabilidad, formación y las historias personales de otras mujeres del sector que nos animen.

¿Qué crees que se podría cambiar en el entorno laboral para avanzar aún más hacia la igualdad?

Soy positiva en este punto y Mercasa, con sus porcentajes internos, es un claro ejemplo en este sentido. Opino que estamos en el camino hacia el cumplimiento de este gran objetivo, pero también soy realista y considero que un cambio social tan profundo no se consigue tan rápido como desearíamos esperar. Insistir en la lucha, plantear cambios en aquellas áreas aún mejorables y no dar un paso atrás en lo ya conseguido, Ésa es mi propuesta. La igualdad enriquece el entorno laboral y eso siempre ayuda a mejorarlo.

¿Qué crees qué aporta la mirada y el liderazgo femenino dentro de la Red?

Otro tipo de sensibilidades, otra forma de ver los negocios. No digo que sea ni mejor, ni peor, tan solo diferente. En cuanto al liderazgo, creo firmemente que las y los profesionales de la gestión debemos aspirar a convertirnos en líderes auténticos. Este tipo de líder posee 4 cualidades que lo hacen diferente: una perspectiva moral muy alta, un autoconocimiento profundo, aplica la transparencia relacional y practica la escucha activa con su equipo, incluso ante las críticas. Con todo ello, es capaz de influir en el comportamiento de su equipo mejorando su rendimiento, a la vez que la satisfacción y el bienestar personal.

¿Qué es para ti el éxito profesional?

Finalizar la jornada con el convencimiento de que lo he dado todo para alcanzar la excelencia en mi trabajo ante mi equipo, las accionistas y el resto de grupos de interés, incluso cuando las circunstancias no me han acompañado y los resultados no son los esperados. Esto me hace sentir el éxito en mi día a día y por qué no decirlo, me hace estar en paz conmigo misma. ■

Entrevista a Dolores Mejía, directora general de Mercalicante



“Las mujeres jóvenes desempeñan un papel fundamental en el sector y en la construcción de una sociedad más sostenible y comprometida”

Dolores Mejía, Lita, lleva casi 30 años trabajando en Mercalicante y desde 2018 es su directora general. Desde su posición ha visto la transformación del sector y la evolución de la figura de las mujeres en toda la cadena alimentaria. En esta entrevista, Mejía reflexiona sobre la realidad actual de Mercalicante, el modelo español de Red de Mercas y su trascendencia para la distribución alimentaria. Un entorno en el que destaca que las mujeres jóvenes son cruciales, porque impulsan la innovación, la sostenibilidad y la revitalización del entorno rural al emprender nuevos modelos de negocio.

¿Qué ha sido clave en tu trayectoria para llegar a tu responsabilidad actual?

Sin duda, la proactividad y la curiosidad por seguir aprendiendo han sido pilares fundamentales en mi trayectoria. A ello se suma una sólida experiencia en la optimización de procesos y en la gestión integral de distintas áreas de la empresa. Creo que tan importante como alcanzar resultados medibles es saber comunicarlos, motivar a los equipos y generar una cultura compartida. En mi caso, alinear mi estilo de liderazgo con los valores de Mercalicante ha sido determinante para crecer profesionalmente dentro de la organización.

¿Qué es lo que más te ha sorprendido de las Mercas?

Lo que más me ha sorprendido de las Mercas es el engranaje y lo bien diseñada que está toda la Red. Creo que asombra a cualquiera que la conoce. Canaliza millones de toneladas de alimentos y genera empleo para miles de personas, todo dentro de un marco de seguridad y transparencia, con un impacto positivo en la sostenibilidad al reducir

la huella de carbono y luchar contra el desperdicio alimentario, entre otras iniciativas.

Y, por supuesto, engancha el colorido, la frescura y los aromas de los productos recién traídos del campo cuando pasan por nuestro mercado mayorista. Trabajar en un sector tan dinámico como éste ha sido realmente enriquecedor y muy constructivo a nivel profesional.

¿Cuál destacarías como tu mayor logro desde tu llegada?

Desde mi incorporación a Mercalicante, en 1998, siempre me he marcado metas ambiciosas en cada una de las áreas en las que he trabajado. Pero, si tuviera que destacar un logro, sin duda mencionaría uno de los mayores hitos en la historia de la empresa: la consecución de la vida indefinida de la sociedad bajo una titularidad 100% pública. Además, otro paso muy importante ha sido la apuesta de los accionistas de la sociedad por el crecimiento de Mercalicante con la ampliación de capital en 2024, que permitirá aumentar nuestra superficie en 20.000 m² y seguir impulsando el desarrollo empresarial del clúster agroalimentario.

¿Algún deseo por cumplir en el ámbito laboral?

He tenido la gran suerte de que mis expectativas a lo largo de mi trayectoria profesional se han ido cumpliendo, he tenido un satisfactorio crecimiento profesional y personal, un ambiente laboral positivo y unas excepcionales relaciones con los compañeros y compañeras de trabajo, y he conseguido las metas propuestas. Sólo me gustaría estar presente en el crecimiento de la dimensión empresarial de Mercalicante.

Viendo el día a día de las Mercas, ¿cuáles crees que son los principales desafíos tanto en tu Merca como en la Red?

Uno de los principales desafíos, tanto para Mercalicante como para el conjunto de la Red de Mercas, es adaptarse a las necesidades del mercado alimentario actual y anticiparse a las del futuro en un entorno cada vez más cambiante.

Debemos seguir potenciando nuestro papel como referentes en la distribución y el abastecimiento de productos frescos, garantizando la seguridad alimentaria y la eficiencia en toda la cadena.

¿Cómo valoras el modelo colaborativo de Mercasa con los Ayuntamientos?

El modelo colaborativo de Mercasa con los Ayuntamientos es, sin duda, un ejemplo de gestión pública que funciona. Se trata de un modelo único en el que se pone en valor la colaboración entre distintas instituciones para impulsar y posicionar el sector agroalimentario español.

Gracias a este modelo, las Mercas se consolidan como infraestructuras esenciales para la distribución alimentaria, con una gestión eficiente, transparente y comprometida con el desarrollo económico y social de sus territorios.

¿Qué le dirías a una joven que quiera adentrarse en el sector de la cadena alimentaria?

Las mujeres jóvenes son cruciales en el sector agroalimentario porque impulsan la innovación, la sostenibilidad y la revitalización del entorno rural al emprender nuevos modelos de negocio. Su participación es vital para el desarrollo económico, la seguridad alimentaria y la lucha contra la despoblación. Además, su empoderamiento a través de la tecnología y la formación digital contribuye a aumentar la productividad y a reducir la brecha de género.

Las jóvenes desempeñan un papel fundamental en la construcción de una sociedad más sostenible y comprometida con el cuidado del medio ambiente, y su incorporación al sector es una oportunidad para seguir transformándolo desde una mirada más diversa, inclusiva y consciente.

¿Qué crees que se debería hacer para que haya más mujeres que se sientan atraídas por el mundo agroalimentario?

Para seguir avanzando, es fundamental potenciar las medidas de conciliación laboral y familiar, y fomentar estilos de direc-

ción diversos que permitan aprovechar al máximo el talento y los recursos humanos disponibles.

Además, dejando a un lado las cuestiones de género, creo que en el ámbito de la comunicación tenemos una gran oportunidad de mejora. Debemos dar a conocer más nuestro sector para atraer nuevo talento y ser más competitivos. Es imprescindible trasladar el conocimiento sobre el potencial y dinamismo del sector agroalimentario y el papel que puede desempeñar la mujer en él. Su presencia en la toma de decisiones es clave para avanzar en igualdad y construir un modelo más equilibrado y sostenible.

¿Qué crees que se podría cambiar en el entorno laboral para avanzar aún más hacia la igualdad?

Los sistemas alimentarios son una importante fuente de empleo para las mujeres: a nivel mundial, emplean al 36% de las trabajadoras. Sin embargo, la forma en que hombres y mujeres participan en ellos, y lo que reciben a cambio de su labor, sigue sin ser equitativa. Para avanzar hacia una verdadera igualdad es fundamental promover la igualdad de oportunidades mediante la eliminación de sesgos de género en los procesos de contratación y promoción, ofrecer programas de capacitación y desarrollo profesional, y garantizar la equidad salarial.

Asimismo, debemos seguir sensibilizando a la sociedad sobre la relevancia del papel de las mujeres en el sector y combatir los prejuicios que aún persisten, esos que, en ocasiones, se traducen en una percepción errónea sobre su capacidad para liderar y tomar decisiones. Solo desde la igualdad real podemos construir un sector agroalimentario más justo, competitivo y sostenible.

¿Qué crees qué aporta la mirada y el liderazgo de las mujeres dentro de la Red?

El liderazgo femenino aporta una mirada más humana y colaborativa dentro de la Red. Se enfoca en las relaciones personales y en la escucha activa, lo que permite conectar mejor con las necesidades de los equipos y fortalecer su compromiso.

Además, aporta empatía, capacidad de gestión emocional y una visión integradora que favorece la cohesión y el trabajo conjunto. Creo firmemente que este estilo de liderazgo contribuye a generar entornos laborales más equilibrados, inclusivos y productivos.

¿Qué es para ti el éxito profesional?

Apostar por la sostenibilidad, las energías renovables y la reducción de la huella de carbono es, sin duda, un factor esencial para ganar en competitividad, mejorar la reputación y atraer inversores. Pero considero que el éxito empresarial va más allá de los logros y objetivos económicos que, por supuesto, son necesarios.

Para mí, una empresa exitosa es aquella que obtiene buenos resultados financieros y mantiene su crecimiento desde la rentabilidad y la buena gestión, pero que al mismo tiempo contribuye de manera positiva al entorno y a la sociedad que la acoge. ■