

-
**La revista con foco
internacional y exclusiva
para los líderes de las
empresas**

Editada por AECOC



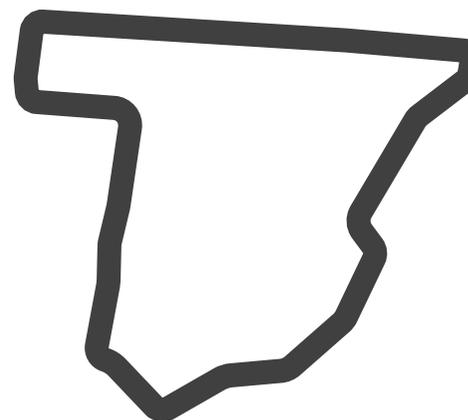
10 mil
ejemplares
de tirada

100% **lectores**
de la alta dirección



3

ediciones
al año



100%
de la distribución
española

Una publicación con visión internacional, estratégica y de vanguardia del mundo de los negocios.

Fuente de inspiración e ideas para tomar decisiones



Entrevista a los líderes de las empresas internacionales más prestigiosas

EMPRESA Y PERSONAJE

Hubert Weber
Presidente de P&G

Gary Coombe

CEO de P&G

"PARA GANAR EL FUTURO TENEMOS QUE COCINAR VALOR"

Hubert Weber, CEO de P&G, es un hombre que sabe lo que quiere. Desde su llegada a la compañía en 2011, ha liderado una transformación que ha convertido a P&G en una de las empresas más valiosas del mundo. Su filosofía es clara: "Para ganar el futuro tenemos que cocinar valor".

Hubert Weber, CEO de P&G, es un hombre que sabe lo que quiere. Desde su llegada a la compañía en 2011, ha liderado una transformación que ha convertido a P&G en una de las empresas más valiosas del mundo. Su filosofía es clara: "Para ganar el futuro tenemos que cocinar valor".

EMPRESA Y PERSONAJE

Hubert Weber
Presidente de P&G

Oscar Farinetti

Fundador de Eat360

Eat better, live better, live more

"SIEMPRE TRATO DE PONER PIESIA A CADA COSA QUE HAGO"

Oscar Farinetti, fundador de Eat360, es un hombre que sabe lo que quiere. Desde su llegada a la compañía en 2011, ha liderado una transformación que ha convertido a Eat360 en una de las empresas más valiosas del mundo. Su filosofía es clara: "Siempre trato de poner pies a cada cosa que hago".

Oscar Farinetti, fundador de Eat360, es un hombre que sabe lo que quiere. Desde su llegada a la compañía en 2011, ha liderado una transformación que ha convertido a Eat360 en una de las empresas más valiosas del mundo. Su filosofía es clara: "Siempre trato de poner pies a cada cosa que hago".

EMPRESA Y PERSONAJE

Hubert Weber
Presidente de Mondelēz

Power Brands

Hubert Weber
Presidente de Mondelēz

"UNA CULTURA DE LA DIVERSIDAD COMIENZA A UNA MAYOR INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD"

Hubert Weber, Presidente de Mondelēz, es un hombre que sabe lo que quiere. Desde su llegada a la compañía en 2011, ha liderado una transformación que ha convertido a Mondelēz en una de las empresas más valiosas del mundo. Su filosofía es clara: "Una cultura de la diversidad comienza a una mayor innovación y creatividad".

Hubert Weber, Presidente de Mondelēz, es un hombre que sabe lo que quiere. Desde su llegada a la compañía en 2011, ha liderado una transformación que ha convertido a Mondelēz en una de las empresas más valiosas del mundo. Su filosofía es clara: "Una cultura de la diversidad comienza a una mayor innovación y creatividad".

EMPRESA Y PERSONAJE

Hubert Weber
Presidente de P&G

Peter Brabeck-Letmathe

Presidente de Unilever

"LA SALUD ES EL GRAN DESAFÍO QUE TIENE HOY LA INDUSTRIA ALIMENTARIA"

Peter Brabeck-Letmathe, Presidente de Unilever, es un hombre que sabe lo que quiere. Desde su llegada a la compañía en 2011, ha liderado una transformación que ha convertido a Unilever en una de las empresas más valiosas del mundo. Su filosofía es clara: "La salud es el gran desafío que tiene hoy la industria alimentaria".

Peter Brabeck-Letmathe, Presidente de Unilever, es un hombre que sabe lo que quiere. Desde su llegada a la compañía en 2011, ha liderado una transformación que ha convertido a Unilever en una de las empresas más valiosas del mundo. Su filosofía es clara: "La salud es el gran desafío que tiene hoy la industria alimentaria".

Reflexiones sobre la economía mundial, la gestión y la estrategia



**Gilles
Lipovetsky**



**Markus
Brunnermeier**



**Mauro
Porcini**



**Jonas
Ridderstråle**



**Juergen
B. Donges**



**Benjamin
M. Friedman**



**Tim
Harford**



**Sir
Christopher
Pissarides**



**Vijay
Govindarajan**



**Rohit
Bhargava**



**Parag
Khanna**



**Joseph
Stiglitz**

Las estrategias de gestión y el estilo de liderazgo de los altos directivos

ANA MARIA LLOPIS
Presidenta no ejecutiva de CA

"HOY LA ESTRATEGIA TIENE MUCHA MENOS IMPORTANCIA QUE LA EXPERIMENTACIÓN Y LA TÁCTICA"

Paula Ripoll
Directora de Recursos Humanos

Paula Ripoll es una mujer de negocios, ama el trabajo, ama el deporte, ama el teatro y ama el arte. En su vida profesional, ha ocupado puestos de responsabilidad en grandes empresas, como la Banca, el sector de seguros y el sector de servicios. En su vida personal, es una mujer activa y comprometida con su familia y con su comunidad. En su vida profesional, ha ocupado puestos de responsabilidad en grandes empresas, como la Banca, el sector de seguros y el sector de servicios. En su vida personal, es una mujer activa y comprometida con su familia y con su comunidad.

Abertis

Francisco Reynés
Presidente de Abertis

"EL LIDERAZGO ESTA CADA VEZ MÁS ASOCIADO CON LA TRANSPARENCIA Y EL EJEMPLO"

Paula Ripoll
Directora de Recursos Humanos

Paula Ripoll es una mujer de negocios, ama el trabajo, ama el deporte, ama el teatro y ama el arte. En su vida profesional, ha ocupado puestos de responsabilidad en grandes empresas, como la Banca, el sector de seguros y el sector de servicios. En su vida personal, es una mujer activa y comprometida con su familia y con su comunidad. En su vida profesional, ha ocupado puestos de responsabilidad en grandes empresas, como la Banca, el sector de seguros y el sector de servicios. En su vida personal, es una mujer activa y comprometida con su familia y con su comunidad.

MIKEL PALOMERA
Director de Seat España

"LOS COCHES TIENEN QUE EMPEZAR A HABLAR ENTRE ELLOS"

Paula Ripoll
Directora de Recursos Humanos

Paula Ripoll es una mujer de negocios, ama el trabajo, ama el deporte, ama el teatro y ama el arte. En su vida profesional, ha ocupado puestos de responsabilidad en grandes empresas, como la Banca, el sector de seguros y el sector de servicios. En su vida personal, es una mujer activa y comprometida con su familia y con su comunidad. En su vida profesional, ha ocupado puestos de responsabilidad en grandes empresas, como la Banca, el sector de seguros y el sector de servicios. En su vida personal, es una mujer activa y comprometida con su familia y con su comunidad.

Siemens

Rosa Carro
Directora de Recursos Humanos

"EL CEO TIENE QUE SER EL CHIEF ENGAGEMENT OFFICER"

Paula Ripoll
Directora de Recursos Humanos

Paula Ripoll es una mujer de negocios, ama el trabajo, ama el deporte, ama el teatro y ama el arte. En su vida profesional, ha ocupado puestos de responsabilidad en grandes empresas, como la Banca, el sector de seguros y el sector de servicios. En su vida personal, es una mujer activa y comprometida con su familia y con su comunidad. En su vida profesional, ha ocupado puestos de responsabilidad en grandes empresas, como la Banca, el sector de seguros y el sector de servicios. En su vida personal, es una mujer activa y comprometida con su familia y con su comunidad.

Inspiración para los directivos de la mano de start-ups disruptivas

EMPRESA Y CULTURA EN ESPAÑA

Barcel
Pablo Gómez
Fundador de Barcel

"Si tú mismo no crees en tu idea, ¿cómo va a funcionar?"

Un zapato que funciona tanto para él a una reunión de trabajo como para tener unas copas atascos. Y sin que creas en ninguno de estos contextos. Esta fue la idea de Pablo Gómez, fundador de Barcel, para lanzarse de manera decidida a emprender. Con años ocupados de su trabajo, se le ocurrió la idea de hacer algo en su tiempo libre. El propio Pablo Gómez nos explica por qué.

¿La historia de su creación es larga? Barcel es el fruto de un proceso de innovación que comenzó en 2010, cuando él se dio cuenta de que necesitaba un zapato cómodo y funcional para ir a trabajar y a la vez tener un buen aspecto. Él mismo diseñó el zapato y lo fabricó en España. Después de un año de desarrollo, comenzó a venderlo en su tienda online. Hoy en día, Barcel es un fenómeno de éxito en el mundo de la moda y el calzado.

¿Qué le ha enseñado este proceso? ¿Cómo ha cambiado su perspectiva de la vida y del trabajo? ¿Qué consejos le da a otros emprendedores? ¿Qué le ha enseñado este proceso? ¿Cómo ha cambiado su perspectiva de la vida y del trabajo? ¿Qué consejos le da a otros emprendedores?

"Empieza desarrollando una plataforma de conectividad de ropa de segunda mano que yo, personalmente, no iba a utilizar. Y no funciona. Ahora, hevi mis zapatillas Barcel desde que me levanté hasta que me acuesto. Y el proyecto está funcionando."

EMPRESA Y CULTURA EN ESPAÑA

Macnificos
Pascual Faugere
Socio fundador de Macnificos

"Mientras a Apple le vaya bien, a Macnificos le irá bien"

Pascual Faugere es un emprendedor digital apasionado del mundo Apple. Tanto que un día decidió convertir su futuro en tiempo de trabajo en su negocio. Así nació Macnificos, una apuesta por el futuro, anticipada, con la idea de tener una línea de Apple como motor de venta pero a la vez como su principal competidor. Faugere nos cuenta cómo se fue dando su empresa no compatible con Apple, sino que lo complementa. Lo hizo en hacer Apple a medida. Primero en España y luego, según él, en el mundo. Jesús Sánchez-López, director de la unidad de e-commerce y desarrollo de negocio de CORPUS, conversa con Pascual Faugere sobre sus particularidades de su particular negocio de negocios.

¿Qué experiencia ha vivido desde el momento de lanzarse a emprender? ¿Qué desafíos ha tenido? ¿Cómo ha cambiado su perspectiva de la vida y del trabajo? ¿Qué consejos le da a otros emprendedores? ¿Qué le ha enseñado este proceso? ¿Cómo ha cambiado su perspectiva de la vida y del trabajo? ¿Qué consejos le da a otros emprendedores?

"La venta online no es la solución mágica, requiere mucha más inversión de la que se suele pensar. Podemos hacer la mejor tienda del mundo, pero si no atraemos no vamos a vender nada."

EMPRESA Y CULTURA EN ESPAÑA

Kika
Pablo Gómez
Fundador de Kika

Sarasola

"Hay demasiada 'titulitis' y falta de crecimiento"

RoomMate HOTELS

¿Cómo es el proceso de creación de una empresa? ¿Qué desafíos ha tenido? ¿Cómo ha cambiado su perspectiva de la vida y del trabajo? ¿Qué consejos le da a otros emprendedores? ¿Qué le ha enseñado este proceso? ¿Cómo ha cambiado su perspectiva de la vida y del trabajo? ¿Qué consejos le da a otros emprendedores?

¿Qué experiencia ha vivido desde el momento de lanzarse a emprender? ¿Qué desafíos ha tenido? ¿Cómo ha cambiado su perspectiva de la vida y del trabajo? ¿Qué consejos le da a otros emprendedores? ¿Qué le ha enseñado este proceso? ¿Cómo ha cambiado su perspectiva de la vida y del trabajo? ¿Qué consejos le da a otros emprendedores?

EMPRESA Y CULTURA EN ESPAÑA

venta privada
Fernando Maiztegui
Director General de venta privada

"El consumidor es cada vez más libre y el que así lo entienda, triunfará"

¿Cómo consigue un productor generar más éxito al contactar de los consumidores sino también al de los mercados y sus productos vende con más frecuencia? Fernando Maiztegui, director general de venta privada en España, nos lo dice.

¿Qué experiencia ha vivido desde el momento de lanzarse a emprender? ¿Qué desafíos ha tenido? ¿Cómo ha cambiado su perspectiva de la vida y del trabajo? ¿Qué consejos le da a otros emprendedores? ¿Qué le ha enseñado este proceso? ¿Cómo ha cambiado su perspectiva de la vida y del trabajo? ¿Qué consejos le da a otros emprendedores?

"Conseguir que un consumidor se sienta a la vez, y para comprar un producto que no se vende en temporadas, sin descuentos del 50% al 70%... Demos mucha vida a los productos."

Conocemos nuevos mercados a través de directivos españoles por el mundo

REPORTAJES DE NEGOCIO



Ignacio Jiménez
Directivo español en Canadá

Canadá

El país del norte de América del Norte es un mercado muy interesante para las empresas españolas. Su economía es muy fuerte y está creciendo. Además, tiene una gran población y un alto nivel de vida. Las empresas españolas pueden encontrar muchas oportunidades de negocio en este país. Por ejemplo, en el sector de la construcción, la energía y los servicios. También es importante tener en cuenta la cultura y las costumbres locales para tener éxito en el mercado canadiense.

LA UNIÓN DE UN GOBIERNO FEDERAL Y UNOS ESTADOS Y PROVINCIAS EN UNO DE LOS PAÍSES MÁS AVANZADOS Y DEL MUNDO



Ignacio Jiménez es un experto en el mercado canadiense. Ha trabajado para varias empresas españolas que se han establecido en Canadá. Su experiencia le permite ofrecer consejos valiosos a las empresas que quieren entrar en este mercado.

REPORTAJES DE NEGOCIO



Erik d'Auchamps
Directivo español en India

India

India es un mercado enorme y en crecimiento. Tiene una gran población y una economía que está avanzando rápidamente. Las empresas españolas pueden encontrar muchas oportunidades de negocio en este país. Por ejemplo, en el sector de la tecnología, la energía y los servicios. También es importante tener en cuenta la cultura y las costumbres locales para tener éxito en el mercado indio.

LA UNIÓN DE UN GOBIERNO FEDERAL Y UNOS ESTADOS Y PROVINCIAS EN UNO DE LOS PAÍSES MÁS AVANZADOS Y DEL MUNDO



Erik d'Auchamps es un experto en el mercado indio. Ha trabajado para varias empresas españolas que se han establecido en India. Su experiencia le permite ofrecer consejos valiosos a las empresas que quieren entrar en este mercado.

REPORTAJES DE NEGOCIO



Francisco José de la Cruz
Directivo y responsable de la Oficina de Gestión Marketing España

Japón

Japón es un mercado muy interesante para las empresas españolas. Tiene una gran población y una economía que está avanzando rápidamente. Las empresas españolas pueden encontrar muchas oportunidades de negocio en este país. Por ejemplo, en el sector de la tecnología, la energía y los servicios. También es importante tener en cuenta la cultura y las costumbres locales para tener éxito en el mercado japonés.

LA UNIÓN DE UN GOBIERNO FEDERAL Y UNOS ESTADOS Y PROVINCIAS EN UNO DE LOS PAÍSES MÁS AVANZADOS Y DEL MUNDO



Francisco José de la Cruz es un experto en el mercado japonés. Ha trabajado para varias empresas españolas que se han establecido en Japón. Su experiencia le permite ofrecer consejos valiosos a las empresas que quieren entrar en este mercado.

REPORTAJES DE NEGOCIO



Lucas Lorenzo
Directivo español en Mozambique

Mozambique

Mozambique es un mercado muy interesante para las empresas españolas. Tiene una gran población y una economía que está avanzando rápidamente. Las empresas españolas pueden encontrar muchas oportunidades de negocio en este país. Por ejemplo, en el sector de la tecnología, la energía y los servicios. También es importante tener en cuenta la cultura y las costumbres locales para tener éxito en el mercado mozambiqueño.

LA UNIÓN DE UN GOBIERNO FEDERAL Y UNOS ESTADOS Y PROVINCIAS EN UNO DE LOS PAÍSES MÁS AVANZADOS Y DEL MUNDO



Lucas Lorenzo es un experto en el mercado mozambiqueño. Ha trabajado para varias empresas españolas que se han establecido en Mozambique. Su experiencia le permite ofrecer consejos valiosos a las empresas que quieren entrar en este mercado.

Descubrimos las últimas tendencias en gran consumo

Espacio patrocinado por:



Retail y horeca
Cada vez más filarcolizados

¿EL GRAN CONSUMO TIENE UNA NUEVA IDENTIDAD?
El sector del gran consumo está experimentando una transformación profunda que redefine su identidad y su relación con el consumidor. Este proceso se manifiesta en la creciente importancia de la experiencia del cliente, la personalización de los servicios y la integración de canales de venta. En este contexto, el sector horeca (hostelería y restauración) emerge como un actor clave, ya que ofrece un espacio ideal para experimentar nuevas formas de consumo y para fortalecer la conexión emocional con el cliente.

¿CÓMO SE MANIFIESTA ESTO?
La evolución del sector se manifiesta en varias tendencias clave: la creciente importancia de la experiencia del cliente, la personalización de los servicios y la integración de canales de venta. En este contexto, el sector horeca emerge como un actor clave, ya que ofrece un espacio ideal para experimentar nuevas formas de consumo y para fortalecer la conexión emocional con el cliente.

Seniors y boomers
Un mar de oportunidades en Estados Unidos

“EL GASTO DE LOS SHOPPERS MÁS MADROS SUPONE YA MÁS DEL 50% DEL TOTAL DEL GRAN CONSUMO EN ESTADOS UNIDOS”.

El sector del gran consumo en Estados Unidos está experimentando una transformación profunda que redefine su identidad y su relación con el consumidor. Este proceso se manifiesta en la creciente importancia de la experiencia del cliente, la personalización de los servicios y la integración de canales de venta. En este contexto, el sector horeca emerge como un actor clave, ya que ofrece un espacio ideal para experimentar nuevas formas de consumo y para fortalecer la conexión emocional con el cliente.

Futuro del gran consumo
Consumidor conectado, compra reflexiva y un universo de alternativas

¿A QUÉ SE DEBE EL ÉXITO DEL GRAN CONSUMO EN ESTADOS UNIDOS?
El éxito del sector del gran consumo en Estados Unidos se debe a una combinación de factores: la creciente importancia de la experiencia del cliente, la personalización de los servicios y la integración de canales de venta. En este contexto, el sector horeca emerge como un actor clave, ya que ofrece un espacio ideal para experimentar nuevas formas de consumo y para fortalecer la conexión emocional con el cliente.

Big Data, porque la realidad importa

El sector del gran consumo en Estados Unidos está experimentando una transformación profunda que redefine su identidad y su relación con el consumidor. Este proceso se manifiesta en la creciente importancia de la experiencia del cliente, la personalización de los servicios y la integración de canales de venta. En este contexto, el sector horeca emerge como un actor clave, ya que ofrece un espacio ideal para experimentar nuevas formas de consumo y para fortalecer la conexión emocional con el cliente.

¿Quiénes somos?

TDN TENDENCIAS es la revista de AECOC para los líderes de las empresas en nuestro país.

AECOC es una de las mayores asociaciones empresariales de España, con 27.000 compañías asociadas y la única en la que fabricantes y distribuidores trabajan conjuntamente para la mejora del sector.

¿Cuáles son los contenidos de TDN TENDENCIAS?

- La opinión de los expertos internacionales sobre: economía global, gestión empresarial, estrategia, innovación, liderazgo, consumidor, tendencias, etc.
- Entrevistas a los altos directivos mundiales de la fabricación y la distribución.
- La visión de los gurús más influyentes.
- Intercambio de ideas entre directivos y expertos del mundo empresarial.
- Visión estratégica y tendencias sobre el consumidor y la empresa a nivel internacional.

¿Quién lee TDN TENDENCIAS?

- Las principales compañías de gran consumo.
- Presidentes, consejeros delegados y directores generales de las empresas de gran consumo.
- Presidentes, consejeros delegado y directores generales de otros sectores asociados a AECOC (Salud, Ferretería y Bricolaje, Electrónica de consumo...).

¿Desea suscribirse?

Contacte con AECOC:
Cristina Guillaumes
cguillaumes@aecoc.es
T. 93 252 39 00

¿Quiere anunciarse en TDN TENDENCIAS?

Juan Martínez
juan.martinez@codigo84.com
T. 93 377 41 26
M. 625 43 55 91
F. 93 377 41 53

Tarifas

Opciones publicitarias

- **Página:** 3.000 €
- **Interior de portada:** 4.000 €
- **Contraportada:** 6.000€
- **Publirreportaje:** según características
- **Otras formas de colaboración:** consultar

Condiciones de contratación

- IVA no incluido
- 25% de recargo por ubicación especial
- TDN TENDENCIAS se reserva el derecho de publicación de un anuncio y de colocarlo en el lugar que se considere más adecuado, excepto en los casos de espacios con recargo por emplazamiento fijo

Características técnicas

- Periodicidad: Cuatrimestral (3 números al año)
- Formato: 210 mm. ancho x 280 mm. alto
- Impresión: Rotativa a cuatro colores
- Materiales: Freehand 9, Quarkxpress 4, Photoshop 5 o JPG o PDF en Alta para envíos por e-mail (300 dpi)

Para más Información

Rosa Galende
Gerente de Publicaciones
rgalende@aecoc.es

TDN agradece a las siguientes compañías su apoyo y colaboración



IRI

nielsen

