

## Más de 300 empresarios participan en Globalcaja HUB, el nuevo encuentro de referencia de Globalcaja para reflexionar sobre innovación y tendencias de futuro

- El Teatro Circo de Albacete ha acogido la primera edición de este foro empresarial, impulsado por la entidad financiera para generar conocimiento, compartir tendencias y reforzar su papel como dinamizador económico y social del territorio.

**Albacete, 19 de mayo de 2026.** Globalcaja ha celebrado la primera edición de Globalcaja HUB, un nuevo espacio de encuentro empresarial que ha reunido en el Teatro Circo de Albacete a más de 300 empresarios, directivos y profesionales con el objetivo de reflexionar sobre innovación, liderazgo, transformación y tendencias de futuro.

Con esta iniciativa, la entidad financiera líder en Castilla-La Mancha, refuerza su compromiso con el tejido productivo de la región y consolida su papel como dinamizadora del territorio, generando espacios de valor que favorecen el intercambio de experiencias, el conocimiento compartido y la anticipación a los grandes cambios que marcarán el desarrollo económico y empresarial en los próximos años.

El encuentro, que ha sido inaugurado por el director general de Globalcaja, Pedro Palacios, ha contado con la participación de Ricardo Santamaría, director de Riesgo País y Gestión de Deuda en Cesce; Laia Grassi, directora creativa especializada en inteligencia artificial generativa y publicidad; y Javier Torá, fundador y CEO de Elegant Supreme y presidente de la Cámara de Comercio de España en el sur de China.

Durante su intervención, Pedro Palacios ha subrayado que Globalcaja HUB nace con vocación de continuidad y con el propósito de convertirse en un foro útil para las empresas. “Somos mucho más que una entidad financiera; somos una entidad comprometida con las personas, con las empresas y con el futuro de nuestro territorio”, ha señalado.

Palacios ha destacado que el momento actual exige “mirar al futuro con realismo, pero también con optimismo”, porque “las oportunidades existen para quienes son capaces de leer el cambio, adaptarse y actuar con estrategia”. En este sentido, ha incidido en que la transformación empresarial no depende únicamente de la tecnología, sino de la capacidad de las organizaciones para integrar talento, visión y propósito.

“El futuro no se espera, se construye”, ha afirmado el director general de Globalcaja, quien ha animado a los empresarios a afrontar los retos de esta nueva etapa desde cuatro factores clave: el cambio de época, la inteligencia artificial como medio y no como fin, la necesidad de una planificación estratégica y el talento como ventaja competitiva.

En relación con la inteligencia artificial, Palacios ha defendido que debe entenderse como una herramienta al servicio de las personas y de las empresas. “La IA no sustituye a la inteligencia humana; la multiplica. La tecnología vence cuando está al servicio de una buena estrategia y de mejores personas”, ha indicado.

Asimismo, ha puesto el foco en la importancia de planificar y anticiparse. “Sin estrategia, la actividad es ruido; con estrategia, el progreso es posible”, ha señalado, remarcando que las empresas que definan bien su rumbo estarán en mejores condiciones de aprovechar las oportunidades que ofrecen sectores como la automoción, la energía, la salud, la alimentación, la innovación tecnológica o los servicios avanzados.

Palacios también ha reivindicado el valor del talento como motor de competitividad. “El talento es el santo grial de nuestra época. Sin talento no hay futuro; con talento no hay límites”, ha afirmado, destacando la necesidad de construir equipos preparados, comprometidos y capaces de adaptarse a un entorno en constante evolución.

### **Mirada estratégica ante los grandes retos**

Esta primera edición de Globalcaja HUB ha sido un espacio encuentro para analizar los grandes vectores que están reconfigurando el mundo, desde la inteligencia artificial hasta la geopolítica, la demografía, la deuda pública o el papel de las nuevas regiones económicas. Todo ello, desde una mirada orientada a la empresa y a la toma de decisiones.

**Ricardo Santamaría**, director de Riesgo País y Gestión de Deuda de Cesce, ha analizado las transformaciones que están redefiniendo el contexto económico internacional y su impacto empresarial. Durante su intervención, advirtió de que el entorno actual se caracteriza por una sucesión de cambios geopolíticos, comerciales y tecnológicos que obligan al tejido empresarial a reforzar su capacidad de adaptación. “La incertidumbre se ha convertido en la única certeza”, señaló Santamaría, quien defendió que las compañías deben apoyarse en información y estrategia para desenvolverse en un escenario cada vez más complejo.

Santamaría explicó que el mundo atraviesa una transformación profunda marcada por la desoccidentalización de la economía, el auge de Asia, la rivalidad entre Estados Unidos y China, el debilitamiento del multilateralismo y la multiplicación de los conflictos internacionales. La lógica tradicional de la globalización, basada en la eficiencia y los costes, está siendo sustituida por criterios de seguridad, confianza y autonomía estratégica, reflexionó Santamaría. “Hoy se está dispuesto a pagar más a cambio de tener seguridad y confianza en nuestros socios”, afirmó, al tiempo que subrayó que esta nueva realidad obliga a las empresas a diversificar mercados, anticipar riesgos y reforzar su internacionalización.

Pese a este escenario de incertidumbre, Santamaría trasladó un mensaje de confianza en la capacidad de respuesta del tejido empresarial español. Santamaría recordó que, tras años marcados por crisis sucesivas, las empresas han demostrado capacidad para adaptarse, abrir nuevos mercados y sostener el crecimiento económico. “El riesgo se puede medir y se puede gestionar”, destacó, antes de incidir en que la gestión de los riesgos se ha convertido en “una palanca de competitividad” para las empresas internacionalizadas.

### **Inteligencia artificial generativa**

**Laia Grassi**, directora creativa especializada en inteligencia artificial generativa y publicidad, centró su ponencia en las posibilidades que esta tecnología ya ofrece en el ámbito de la comunicación y el marketing. Grassi defendió que la inteligencia artificial no debe entenderse como una amenaza, sino como una herramienta capaz de multiplicar la capacidad creativa de las personas.

La ponente subrayó que el verdadero reto para empresas y profesionales no está solo en incorporar nuevas herramientas, sino en hacerlo con estrategia, criterio, ética y sentido humano. En este sentido, advirtió de que el uso de la IA sin dirección creativa ni visión estratégica puede generar contenidos sin valor diferencial, y animó a las organizaciones a formar a sus equipos para aprovechar todo su potencial. “El futuro no es humano contra máquina, es humano con máquina, y eso lo cambia todo”, afirmó Grassi, quien añadió que “la IA no es tu enemigo, es tu aliado, tu colaborador y tu amplificador creativo”.

### **Las claves del mercado chino**

Por su parte, **Javier Torá**, fundador y CEO de Elegant Supreme y presidente de la Cámara de Comercio de España en el sur de China, compartió en el foro de Globalcaja una intervención centrada en el emprendimiento, la resiliencia y la internacionalización, a partir de su propia trayectoria vital y profesional entre España y China. Tras relatar sus orígenes en una familia vinculada a la marroquinería, sus primeros proyectos empresariales y las dificultades derivadas de varias quiebras, defendió que el fracaso forma parte del aprendizaje empresarial. “Cuando has vivido dos fracasos, no empiezas de cero; empiezas mucho más adelante, porque esas experiencias te curten y te dan una fuerza que no tendrías si no hubieses pasado por ellas”, afirmó. En esta línea, animó a los empresarios a mantener siempre una mentalidad de crecimiento: “Un negocio solamente tiene dos movimientos: o crece o decrece”.

Durante su ponencia, también abordó las claves para hacer negocios en China, un mercado que definió como lleno de oportunidades, pero también de gran complejidad. El ponente subrayó la importancia de conocer la cultura local, proteger la marca, evitar la improvisación, apoyarse en socios estratégicos y construir relaciones a largo plazo. “Improvisar en China te puede salir muy caro”, señaló, antes de remarcar que “la

confianza es la base de los negocios”. Asimismo, destacó que el consumidor chino actual exige calidad, diferenciación y valor añadido, por lo que las empresas deben adaptar su producto y su estrategia al mercado: “Vender es firmar un contrato una vez; construir presencia es construir marca, relaciones duraderas y un negocio a largo plazo”.

La celebración de Globalcaja HUB responde a la voluntad de la entidad de acompañar al tejido empresarial no solo desde la financiación, sino también desde el conocimiento, la cercanía y la creación de espacios que ayuden a las empresas a crecer, innovar y afrontar con confianza los desafíos del futuro.

Con esta primera edición, Globalcaja reafirma su compromiso con el desarrollo económico y social del territorio, impulsando iniciativas que conectan a empresas, profesionales y expertos en torno a una visión común: construir futuro desde la colaboración, la estrategia y el talento.