



**EUROPEAN
TECHNOLOGY
AWARDS**

VI EUROPEAN

**TECH
NO
LOGY**

AWARDS

25 Noviembre 2025
Roma, Italia

ORGANIZAN:



**THE
EUROPEAN
AWARDS**



**PROFESSIONAL
& BUSINESS
EXCELLENCE
INSTITUTE**



COLABORA:

Felix Ramirez

La ciudad eterna se convirtió el pasado martes 25 de noviembre en el epicentro europeo de la innovación tecnológica con la celebración de la VI edición de los European Technology Awards 2025, organizados por El Suplemento y Professional and Business Excellence Institute. Por primera vez en su historia, estos galardones (que celebraron ediciones anteriores en capitales europeas como París o Budapest) aterrizaron en Roma, cuna de la civilización occidental, para celebrar un evento tecnológico busca mirar al futuro e impulsar el desarrollo de la ciencia y la tecnología en el viejo continente.

La organización eligió el emblemático The Westin Excelsior Hotel, en el corazón del distrito histórico y cultural de la ciudad, como el marco perfecto para la celebración de estos galardones. Situado en la histórica Via Veneto, una de las avenidas más famosas de Roma, este hotel combina la elegancia clásica con el lujo contemporáneo. Sus salones, con detalles arquitectónicos refinados y una acústica impecable, crean una atmósfera de solemnidad y distinción, ideal para ceremonias, conferencias y encuentros profesionales de alto nivel. Esta situación privilegiada ofrece a los asistentes de los European Technology Awards no solo comodidad y exclusividad, sino también la posibilidad de experimentar la esencia romana, entre historia, arte y modernidad.

La gala

La velada comenzó con un elegante cóctel de bienvenida, donde los invitados tuvieron ocasión de disfrutar de un ambiente distendido. Amenizado por la voz del artista gallego Lou 7 Go, los asistentes aprovecharon para intercambiar impresiones y crear sinergias. Además, todos ellos pasaron por el photocall, que capturó los mejores momentos previos a la gala. En el ambiente, se respiraba expectación y entusiasmo, en una edición que evocaba el prometedor futuro tecnológico europeo.

La gala dio inicio con el discurso inaugural del director de los Premios, Antonio Queijeiro, quien destacó el crecimiento del sector, la relevancia de la innovación como motor de progreso y la importancia de reconocer el talento que impulsa la transformación digital en Europa. «Europa es mucho más que un continente: es una forma de mirar la vida, de crear, de compartir. Aquí la excelencia no es fría ni distante: tiene historia, tiene educación, tiene elegancia. Desde cualquier lugar del mundo, cuando se piensa en historia, se piensa en Europa. Nuestro reto es que ocurra lo mismo cuando se hable de tecnología, y para lograrlo no debemos escatimar recursos», reflexionaba Queijeiro. Sus palabras abrieron paso a una ceremonia conducida con por los presentadores Sonia Fernández y Andrés López, que, con dinamismo llevaron el ritmo de la ceremonia de entrega de premios.

En total, se entregaron nueve galardones a empresas punteras que destacan a nivel

Seis ediciones premiando la tecnología en Europa

LOS EUROPEAN TECHNOLOGY AWARDS PRESENTAN A LOS PROFESIONALES DEL FUTURO: LA TECNOLOGÍA COMO EL CAMINO HACIA LA INNOVACIÓN Y EL PROGRESO EN EUROPA

N.S.A. MADRID



Antonio Queijeiro, durante la inauguración del acto



Pablo Suárez clausuró el evento

europeo. En la categoría CRM, se premió a FidelTour, por ofrecer una plataforma CRM que optimiza la gestión integral del cliente y potencia la eficiencia operativa del sector. En el apartado de Diseño y Fabricación, destacó la firma británica Falcon Tenderes Limited, por la excelencia en el diseño y fabricación de embarcaciones de alto rendimiento, con ingeniería de vanguardia. En la categoría Smart Data, los galardonados fueron YieldHub, por transformar datos complejos en información accionable que impulsa decisiones estratégicas basadas en la analítica avanzada. En el apartado de Tecnología Audiovisual, el premio recayó en la empresa española Lightsound Group, por innovar en soluciones audiovisuales de última generación que elevan la calidad y la experiencia multimedia. En el campo puntero de la Inteligencia Artificial, el premio fue para la empresa rumana Ascentcore, por desarrollar soluciones de inteligencia artificial que aceleran la innovación aportando valor real a procesos empresariales. En el sector de la Biotecnología, el galardón fue para la compañía Pharma Hermetic, por su liderazgo en biotecnología capilar y su capacidad para impulsar avances científicos aplicados al cuidado y regeneración del cabello. Dotsquares se llevó el trofeo en la categoría Desarrollo App, por su capacidad de crear aplicaciones robustas y escalables que combinan funcionalidad, diseño y experiencia de usuario. En el campo de la Sostenibilidad en Tecnologías de la Información, se destacó a la firma italiana Whiteready Benefit Corp., por integrar prácticas sostenibles en soluciones que reducen el impacto ambiental y promueven un futuro responsable. La firma global DXC Technology, que actualmente factura 13 millones de dólares, fue premiada como Socio de Transformación Interna, por su acompañamiento a organizaciones a través de la tecnología, la consultoría y la modernización digital integral.

Cada homenajeado tuvo la oportunidad de presentar sus proyectos durante la gala y expresar su agradecimiento en un breve discurso tras recibir el galardón. En sus intervenciones, todos coincidieron en subrayar el papel fundamental de sus equipos, colaboradores y familias en el camino hacia la excelencia. Palabras de gratitud y emoción se sucedían en las intervenciones, en las que los galardonados compartieron cómo ha sido su camino hacia el éxito. Lo que más se repetía, era la sensación de orgullo compartido: estos premios no solo elevan trayectorias individuales, sino que también celebran la contribución colectiva al fortalecimiento del panorama tecnológico europeo.

Clausura

Tras recibir su reconocimiento, los premiados fueron guiados hacia el set de prensa, instalado por la organización, para compartir sus primeras impresiones en entrevistas

Continúa en la página siguiente



Pilar Rodríguez, Antonio Queijeiro y Pablo Suárez, con los premiados en los VI European Technology Awards



El artista Lou 7 Go actuó durante el cóctel de bienvenida



Nunzia Giannotta abrió la gala con una actuación

FOTOS: EL SUPLEMENTO

ESPECIAL EUROPEAN TECHNOLOGY AWARDS 2025



Los presentadores Andrés López y Sonia Fernández, antes de comenzar el acto



Un momento de la gala



Un momento del entreacto, en el salón donde se celebró la gala



Invitados y premiados durante el cóctel previo a la entrega de premios

Viene de la página anterior

que estarán disponibles en la web de El Suplemento y en su canal de YouTube.

Tras la entrega de premios, en la que se celebró la excelencia y la creatividad de empresas y profesionales destacados, el gerente de Professional and Business Excellence Institute, Pablo Suñer, tomó la palabra para clausurar el evento.

Su intervención subrayó el compromiso de la organización con la promoción de la calidad, la innovación y el liderazgo en el tejido empresarial y tecnológico europeo, pero, además, recalcó la importancia de los equipos de trabajo y la red de apoyo familiar, ingredientes indispensables en el camino hacia el éxito: «el éxito nunca es fruto de un único algoritmo ni de una sola mente brillante. Estos premios están dedicados al ecosistema que los sustenta: todos los familiares, amigos, colegas y equipos que los han apoyado a lo largo de su trayectoria», destacaba Suñer.

Música, emoción y estilo

Como es costumbre en estos eventos, la organización apuesta por la música para amenizar la velada. En esta ocasión, el artista Lou 7 Go cautivó al público con una actuación vibrante, llena de matices y un marcado estilo personal, mientras que la cantante italiana Nunzia Giannotta cerró la entrega de premios contagiando su energía a los asistentes, que acabaron cantando con ella

Antonio Queijeiro:
«Europa es más que un continente, es una forma de ver la vida»

Pablo Suñer:
«El éxito no es fruto de un único algoritmo ni de una sola mente brillante»



Antonio Queijeiro recibe a los premiados

populares temas italianos conocidos en todo el mundo.

El diseñador Félix Ramiro, colaborador en esta edición, aportó un toque de distinción al vestir a la dirección de los premios con exclusivos esmóquines confeccionados para la ocasión. Antonio Queijeiro y Pablo Suñer llevaron un total look del diseñador toledano que reforzó la imagen de excelencia que caracteriza al evento.

La noche culminó con una cena de gala al más puro estilo italiano, en la que galardonados e invitados brindaron por el éxito de la edición y por las futuras iniciativas que seguirán impulsando la tecnología desde el corazón de Europa.

Durante los postres, ambos cantantes, Lou 7 Go y Nuncia Giannotta, salieron de

nuevo al escenario para hacer un fin de fiesta digno de recordar. Los asistentes celebraron los logros de la noche mientras que los más animados se lanzaron a bailar con los artistas.

Sensaciones compartidas

Los European Technology Awards 2025 se consolidan así, una vez más, como un referente internacional que, en esta ocasión, escogió Roma como el escenario perfecto para celebrar la creatividad, el talento y las ideas que construyen el futuro.

Cada empresa tecnológica, cada emprendedor, y cada profesional galardonado es reflejo de un esfuerzo colectivo que apuesta por la calidad, la innovación y la sostenibilidad, creyendo en que el futuro es tecnológico.

Al finalizar esta VI Edición, la organización destacó el rotundo éxito del evento, subrayando que no solo fue una noche de reconocimiento para los galardonados, sino también una reafirmación del sólido compromiso europeo con la vanguardia tecnológica.

Este compromiso conjunto tiene como objetivo mejorar significativamente la calidad de vida de las personas a través de los avances en la ciencia y la tecnología. De este modo, la celebración no solo honró los logros individuales, sino que también enfatizó la necesidad del esfuerzo colectivo para continuar impulsando la innovación y el progreso en toda Europa.

Pharma Hermetic

Pioneros de la biotecnología capilar en Barcelona

BIOTECNOLOGÍA

N.S.A. MADRID

En un mundo donde la estética y la salud personal son cada vez más valoradas, Pharma Hermetic se ha consolidado como una de las empresas más innovadoras en el ámbito de la biotecnología aplicada al cuidado capilar. Con sede en Barcelona, esta firma farmacéutica ha sabido combinar más de dos décadas de experiencia en los sectores cosmético y farmacéutico para dar respuesta a uno de los problemas que más afectan tanto a hombres como a mujeres en todo el mundo: la caída del cabello.

Pharma Hermetic nace de la visión de sus fundadores, profesionales con más de 20 años de experiencia en el desarrollo de productos cosméticos y farmacéuticos, que decidieron dar un paso adelante y centrar sus conocimientos en un área concreta pero de gran impacto: la salud del cuero cabelludo.

Conscientes de que la belleza está profundamente relacionada con el bienestar, Pharma Hermetic ha apostado desde sus inicios por la investigación científica y el desarrollo de soluciones que, lejos de ser invasivas o efímeras, actúan sobre las verdaderas causas de la alopecia, la caspa, el exceso de sebo y otras alteraciones capilares.

El nombre de la empresa no es casual. «Hermetic» proviene de la filosofía Hermética, descrito en el Kibalion, un antiguo texto esotérico que sostiene que todo fenómeno tiene una causa subyacente. Este principio es el motor conceptual de Pharma Hermetic: entender profundamente los procesos biológicos del cuerpo para actuar sobre ellos de forma efectiva y natural.

Aplicando esta visión, la compañía ha desarrollado productos que respetan la biología del cuero cabelludo, promueven la regeneración celular y previenen futuras afecciones sin provocar efectos secundarios ni dolor.



EL SUPLEMENTO



Adrián Quiroga González, CEO de Pharma Hermetic Spain, a su llegada al acto. Arriba, el premiado posa con el galardón

Uno de los pilares del éxito de Pharma Hermetic es su Programa de Recuperación Capilar SP55, una solución tópica diseñada para combatir la pérdida de cabello desde su origen. Este tratamiento trabaja desde el exterior hacia el interior, suministrando nutrientes esenciales a las células madre del folículo piloso y ayudando a reducir la inflamación que muchas veces acompaña la alopecia.

El SP55 se presenta como alternativa real y efectiva a los métodos tradicionales e invasivos, como injertos capilares o tratamientos hormonales, que a menudo conllevan riesgos o efectos secundarios. Su fórmula está avalada por la ciencia y diseñada para prolongar la vida del folículo capilar, mejorar el riego sanguíneo en el cuero cabelludo y estimular el crecimiento del cabello de manera natural.

Además del SP55, Pharma Hermetic ha desarrollado líneas específicas para adaptarse a distintas necesidades capilares. Bajo la marca Green Remedies, la empresa ha lanzado una gama de productos orgánicos para quienes buscan tratamientos más naturales, mientras que su nueva gama Adhara se centra en el cuidado de la piel, consolidando así una visión integral de la estética y la salud.

La filosofía de Pharma Hermetic va más allá de la venta de productos. La empresa cree en la prevención como un principio esencial de la belleza. Por eso, trabaja para educar a sus clientes en el cuidado temprano del cabello, evitando que la caída avance hasta etapas más difíciles de revertir. Además, entiende que cada organismo es único. Por ello, apuesta por una relación personalizada, ofreciendo soluciones adaptadas a las características individuales de cada caso. Como ellos mismos indican: «Pharma Hermetic no es solo un producto, es una relación profesional».

Este enfoque ha permitido que miles de personas hayan logrado frenar la caída del cabello y que hayan recuperado algo aún más valioso: la confianza en sí mismas.

En un contexto donde cada vez se exige más a los productos cosméticos y farmacéuticos, Pharma Hermetic ha sabido diferenciarse apostando por la innovación responsable. Cada uno de sus tratamientos está respaldado por estudios científicos y publicaciones que garantizan su eficacia.

Este compromiso con la transparencia y la efectividad ha convertido a la compañía en una referencia dentro del sector de la biotecnología capilar, no solo en España, sino en el mercado internacional, donde su nombre gana reconocimiento gracias a la calidad y resultados tangibles de sus soluciones. Prueba de ello es la reciente obtención del galardón internacional como Top Hair Biotechnology Company in Europe 2025, otorgado por la revista Life Science Review Europe.

Pharma Hermetic trabaja para ampliar sus productos, invertir en nuevos desarrollos y, sobre todo, seguir ayudando a hombres y mujeres de todo el mundo a sentirse mejor consigo mismos. Su visión de la belleza como expresión de la autenticidad y el equilibrio interior guía cada paso de la compañía, que no deja de innovar para ofrecer soluciones naturales, personalizadas y efectivas.

ESPECIAL **EUROPEAN TECHNOLOGY AWARDS 2025**

Felipe Vicente y David Boja posan en el photocall. A la derecha, los premiados reciben el galardón



EL SUPLEMENTO

Lightsound Group

Impulso a la transformación audiovisual global

TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL

N.S.A. MADRID

En un momento en el que las fronteras entre lo físico y lo digital se diluyen y la tecnología transforma la manera en que las personas consumen experiencias, la empresa española Lightsound Group ha conseguido consolidarse como uno de los referentes más destacados del sector audiovisual. Con sede en Barcelona y más de dos décadas de trayectoria, esta compañía especializada en ingeniería, tecnologías e integración audiovisual ha logrado posicionarse en un mercado altamente competitivo gracias a un modelo de negocio basado en la innovación, la personalización y el control integral de los proyectos que desarrolla.

Lightsound Group nació con el objetivo de diseñar e implementar soluciones audiovisuales de alto impacto para sectores como el retail, la hostelería, los eventos corporati-

vos y los espacios culturales. Con el paso del tiempo, su propuesta ha evolucionado hacia una oferta integral que abarca desde el diseño conceptual y la instalación técnica hasta el mantenimiento, la supervisión y el control remoto de los sistemas. Su equipo trabaja para crear experiencias sensoriales que combinan vídeo, iluminación, audio, software y contenido digital, siempre adaptadas a las necesidades concretas de cada cliente. Este enfoque global les ha permitido no solo ofrecer proyectos llave en mano, sino también garantizar su rendimiento en el tiempo.

Algo que distingue a Lightsound Group es su compromiso con la innovación. La compañía fue pionera en España en la integración de pantallas LED en entornos comerciales y ha desarrollado productos propios patentados, como el sistema StairMedia, que

convierte cada peldaño de una grada en una superficie de proyección. Este tipo de desarrollos combinan creatividad tecnológica con diseño funcional, y contribuyen a diferenciar su oferta en un mercado dominado por grandes corporaciones. Además, el control que ejerce sobre el proceso permite garantizar altos estándares y responder con rapidez a sus clientes.

La expansión ha sido otra de las claves del crecimiento. En la actualidad, la empresa tiene presencia en más de 40 países y mantiene sistemas audiovisuales en espacios comerciales, hoteles, aeropuertos, centros culturales y estadios de todo el mundo. Su cartera incluye marcas Inditex, Mango, Airbus, Hard Rock, BBVA, Mandarin Oriental, NH Hotels, Ferrari, CaixaBank o Emirates.

Entre los trabajos más representativos destaca la instalación de una columna envol-

vente de pantallas LED flexibles en la flagship store de Mango en Milán, un proyecto que ha transformado la experiencia del visitante desde el instante en que entra al establecimiento. También ha desarrollado soluciones para Ametller Origen, integrando pantallas dinámicas en sus tiendas para comunicar de forma más atractiva sus productos y promociones. Otro hito fue su participación en el evento BNEW 2021 (Barcelona New Economy Week), donde fue responsable del montaje de nueve platós, la grabación de más de 240 horas de contenido en directo y la gestión integral de todos los recursos audiovisuales del encuentro.

La innovación tecnológica se complementa con una filosofía empresarial centrada en el talento y la igualdad. Lightsound Group ha construido un equipo diverso y considera que el equilibrio de género es una cuestión natural que forma parte de su cultura corporativa. Además, apuesta por la formación continua, la colaboración con artistas y estudios creativos, y el desarrollo de nuevos perfiles profesionales que aporten una visión fresca y multidisciplinar al negocio.

Aunque la inteligencia artificial forma parte de muchos de sus procesos, desde Lightsound Group insisten en que su verdadera fortaleza reside en la creatividad tecnológica y no en el uso superficial de conceptos de moda. El equipo directivo defiende un enfoque en el que la observación constante de las tendencias globales y la capacidad de adaptarlas a las necesidades de cada cliente son más importantes que el simple uso de herramientas automatizadas. Este espíritu pionero se refleja en su participación en proyectos de I+D+i y en la búsqueda constante de nuevas formas de integrar tecnología, contenido y arquitectura en espacios físicos.

El futuro inmediato de Lightsound Group pasa por reforzar su presencia internacional y consolidar su papel como socio estratégico para marcas que buscan diferenciarse a través de la tecnología.

Su combinación de creatividad, ingeniería y visión estratégica le ha permitido situarse en la vanguardia de un sector en plena transformación. Y lo ha hecho sin perder su esencia: una apuesta por la tecnología al servicio de la experiencia humana.

Fideltour

Un CRM que impulsa al sector hotelero

CRM

N.S.A. MADRID

Fideltour ha sido reconocida con el European Technology Award 2025 en la categoría de CRM por su aportación al avance digital del sector hotelero. La compañía, con sede en Mallorca, desarrolla una plataforma de gestión de clientes diseñada exclusivamente para hoteles, que combina inteligencia de datos, automatización y experiencia de usuario para impulsar la fidelización y la venta directa.

En un mercado dominado por soluciones genéricas, Fideltour nació con una idea clara: crear un CRM específicamente diseñado para las necesidades de los hoteles, capaz de ir más allá de la mera gestión de datos. Su propuesta es sencilla en concepto pero ambiciosa en alcance: ofrecer a los hoteleros una herramienta que les permita conocer, conectar y fidelizar a sus huéspedes de forma efectiva, incrementando además la venta directa sin depender exclusivamente de intermediarios o plataformas externas.

El valor diferencial de Fideltour radica en su capacidad para centralizar toda la información del huésped en un único sistema. Esta visión unificada permite a los establecimientos crear campañas personalizadas, segmentar con precisión sus comunicaciones y mejorar sustancialmente la experiencia del cliente. El resultado no se traduce solo en una relación más cercana, sino también en una mayor rentabilidad y una fidelización sostenida en el tiempo.

Actualmente, más de 1.000 hoteles confían en Fideltour para gestionar la relación con sus huéspedes. La plataforma ha procesado ya más de 100 millones de euros en transacciones, consolidándose como un referente tecnológico en el ámbito de la fidelización hotelera. Estas cifras reflejan la confianza que el mercado deposita en una solución que ha sabido adaptarse a las necesidades reales del sector, combinando especialización y usabilidad.

La compañía entiende que en la era de los datos, la información sin interpretación no tiene valor. Por ello, su CRM no se limita a recopilar información, sino que la transforma en conocimiento útil para

la toma de decisiones. Los hoteles pueden analizar qué campañas son más efectivas, qué perfiles de huéspedes presentan mayor rentabilidad o qué comportamientos predicen una futura reserva. Esta capacidad de anticipación, antes reservada a grandes cadenas internacionales, está ahora al alcance de hoteles independientes y grupos medianos gracias a Fideltour.

El siguiente paso en la evolución de la compañía es su transición hacia el modelo CDP (Customer Data Platform), una tecnología que lleva la gestión del cliente a un nuevo nivel. Mientras un CRM tradicional almacena información, una CDP conecta los datos en tiempo real desde distintas fuentes —página web, motor de reservas, redes sociales o sistemas internos del ho-

tel— y los activa para generar interacciones automáticas, predictivas y personalizadas. En la práctica, esto permite anticiparse al comportamiento del huésped, proponer la oferta adecuada en el momento justo o incluso ajustar la experiencia durante la estancia según sus preferencias previas.

Esta evolución tecnológica refleja la vocación innovadora de Fideltour y su compromiso con la digitalización real del sector. La compañía no solo busca mejorar la relación entre hotel y cliente, sino también contribuir a un cambio cultural en la forma de entender la fidelización. En un contexto donde las grandes plataformas de intermediación controlan buena parte del acceso a los viajeros, soluciones como Fideltour devuelven al hotelero el control sobre su base de clientes y su propia marca.

Más allá de la tecnología, Fideltour ha sabido humanizar el dato. Su filosofía parte de una premisa sencilla: la tecnología debe potenciar la atención personal, no sustituirla. El sistema permite recordar preferencias específicas —como habitaciones en plantas altas, almohadas adicionales o

fechas especiales— que marcan la diferencia entre una estancia correcta y una experiencia memorable. Pequeños detalles que refuerzan la conexión emocional entre huésped y establecimiento, y que se traducen en una mayor lealtad y satisfacción.

Gracias a esta visión, muchos hoteles han pasado de medir su éxito únicamente en términos de ocupación o ingresos, a valorar también la repetición, la satisfacción y la recomendación. Fidelizar ya no se concibe como una acción puntual, sino como una estrategia sostenida basada en el conocimiento profundo del cliente.

El reconocimiento obtenido en los European Technology Awards 2025 consolida a Fideltour como un actor clave en la transformación digital del turismo. Con una propuesta que combina visión, tecnología y sensibilidad hacia el cliente, la compañía reafirma su propósito: ayudar a los hoteles a crecer fidelizando, no solo vendiendo. En definitiva, un modelo que sitúa al huésped en el centro, y al dato, al servicio de la relación humana.

EL SUPLEMENTO



Guillem Moll y Victor Forés posan en el photocall. Arriba, junto a Antonio Queijeiro