



**MICHAEL ROCHE, DIRECTOR DEL BUSINESS CENTER
MIDDLE EAST**

El avión, su segunda casa

24/6/2026, 6 Tiempo mín. de lectura

De ingeniero de la industria alimentaria a responsable de negocio de la mayor región de KHS en la zona de mercado Oriente Medio/África: Michael Roche no para de viajar. En nuestra conversación, tiende un puente entre sus raíces irlandesas y su pasión por la diversidad de Oriente Medio.

FOTOGRAFÍAS / ILUSTRACIONES

Frank Reinhold

Desde hace 12 años, Michael Roche desempeña el cargo de Director del Business Center Middle East de KHS y pasa tres cuartas partes de su tiempo viajando por motivos de trabajo. Su área de responsabilidad se extiende desde Turquía hasta

Arabia Saudí y desde Egipto hasta Pakistán. No solo es la región más extensa de la zona de mercado Oriente Medio/África, sino también la que genera el mayor volumen de negocio. Por ello, es raro encontrar a Roche en su despacho de Bad Kreuznach. Pasa mucho más tiempo en las filiales de KHS en Estambul o Dubái, salvo cuando visita a clientes para negociar nuevos proyectos.

De Irlanda al mundo

La emigración corre por las venas de los irlandeses, afirma Roche, nacido en Dublín. En la isla Esmeralda no hay ninguna familia que no tenga parientes al otro lado del océano. Tres hermanos de su bisabuela emigraron a Estados Unidos y un tío abuelo se estableció en Australia. El propio Roche abandonó por primera vez su país natal a los 14 años: “Estaba previsto que viajara a Francia como estudiante de intercambio. Mi madre vio perfectamente razonable que mi tío me dejara, de camino a sus vacaciones, en un aparcamiento de Rennes con una familia anfitriona a la que no conocíamos de nada y con la que iba a pasar las siguientes semanas”. Al recordarlo hoy, Roche no puede evitar sonreír ante una situación tan insólita. “Esa experiencia me enseñó a ser abierto y a adaptarme a nuevas situaciones”.

Su padre había tenido que hacerse cargo, muy a su pesar, del negocio familiar en Cork, una empresa textil dedicada a la confección de uniformes escolares. Por eso era aún más importante para él que sus tres hijos siguieran su propio camino: “Mis padres trabajaron muy duro y nos brindaron muchas oportunidades”. Tras finalizar sus estudios, en 1998 se trasladó a Maryland en Estados Unidos. Allí, como ingeniero de tecnología alimentaria, adquirió su primera experiencia profesional en GEA trabajando en el diseño de instalaciones para la industria de bebidas, como las salas de preparación de jarabes. Sin embargo, las grandes multinacionales estadounidenses de refrescos suelen disponer de amplios departamentos propios de ingeniería. Como consecuencia, la empresa alemana fue orientando progresivamente su actividad hacia la comercialización de componentes, a la vez que reducía su equipo local de

ingeniería. Por ello, al cabo de dos años y medio, Roche tuvo que abandonar Estados Unidos y se encontró ante la disyuntiva de trasladarse con GEA a México, Alemania o Irlanda. “Pero volver a casa después de tan poco tiempo no entraba en mis planes, así que, a principios de 2001, acepté un puesto en Büchen, cerca de Hamburgo”.



“En ningún otro lugar es tan importante como en Oriente Medio estar cerca de los clientes y establecer relaciones estrechas basadas en la confianza”.

La aventura China

Dos años más tarde, a Roche se le presentó la oportunidad de asumir una misión temporal en China. Una vez allí, descubrió que debía encargarse de la ingeniería de un total de seis proyectos y que sus compañeros en la sede contaban con poca o ninguna experiencia en instalaciones para la industria de bebidas. Las cuatro semanas previstas inicialmente acabaron convirtiéndose en cuatro años. Por suerte, su novia alemana se trasladó también allí para trabajar como profesora de Filología Alemana en una universidad de Shanghái.

Ambos vivieron de primera mano la vertiginosa transformación de China durante la década de 2000. La economía crecía a un ritmo espectacular y el país se mostraba cada vez más abierto al mundo. “En aquella época se respiraba un dinamismo que nos atrapó desde el primer momento”, explica Roche. “Pero llegó un punto en que pensamos que debíamos marcharnos. Quien permanece demasiado tiempo corre el riesgo de perder el contacto con la realidad occidental y no regresar nunca”.

Llegada a Baviera

De vuelta en Alemania, Roche asumió una nueva responsabilidad en Kitzingen, en la región de Franconia. Tras pasar varios años en una gigantesca metrópoli china prácticamente privada de espacios naturales, la pareja decidió instalarse primero en el campo. Más tarde, tras el nacimiento de su segundo hijo, se trasladó a las afueras de Núremberg, donde la familia sigue residiendo en la actualidad. “Por desgracia, yo solo estoy allí los fines de semana. Y cuando alguien me pregunta dónde vivo, siempre respondo: ¡En el avión!”, bromea Roche de 50 años.

En 2014 dio finalmente el salto a KHS. En su puesto de Director del Business Center Middle East, Roche sucedió a su nuevo jefe, Markus Auinger, quien entretanto había sido ascendido al cargo de director de la zona de mercado Oriente Medio/África.

Mayor presencia local

“Cuando asumí el puesto en Bad Kreuznach, prácticamente todo mi equipo estaba establecido en Alemania”, recuerda. “Toda la elaboración de ofertas, la atención integral a los clientes y casi todo el servicio se gestionaban desde la sede central”.

Desde entonces, el Grupo KHS ha realizado importantes inversiones para reforzar la presencia local de su red internacional de ventas y servicio técnico, también en Oriente Medio. Actualmente, la compañía cuenta con 50 empleados en Estambul y 40 en Dubái, la mayoría de ellos técnicos de servicio. La expansión continúa: “Seguimos ampliando nuestra organización de forma sistemática”, afirma Roche. “La cercanía a los mercados nos permite comprenderlos en profundidad. Además nuestros clientes perciben que nuestra presencia responde a un compromiso real y duradero. Al estar cerca de ellos es más fácil establecer relaciones estrechas basadas en la confianza. En ningún otro lugar es tan importante como aquí”. Una gran parte del negocio funciona a través del boca a boca: para Roche, la mejor publicidad sigue siendo que un productor de bebidas le cuente a otro dónde ha adquirido sus nuevas máquinas.

Pero si hay algo que fascina a Roche de Oriente Medio, son sus habitantes: su diversidad, su famosa hospitalidad y la “excelente gastronomía”, como él mismo reconoce; su carácter impulsivo y emocional, por un lado, y su gran serenidad, por otro. Sin olvidar, por supuesto, su innato sentido de los negocios. A pesar de las diferencias de mentalidad entre unos y otros, todos negocian con uñas y dientes, aunque cada uno a su manera.

“Particularmente en Irak, Pakistán, Turquía y Egipto, KHS presenta un enorme potencial de crecimiento”.



Diversas oportunidades de mercado

Si en el pasado Arabia Saudí era el mercado más importante para KHS en la región, en los últimos años han ganado especial relevancia Irak, con el agua embotellada, y Pakistán, con las bebidas refrescantes carbonatadas. Roche también ve un enorme potencial en Turquía y en Egipto, con sus cerca

de 120 millones de habitantes. En vista de las numerosas oportunidades que ofrecen estos mercados, a Roche y a su equipo no les faltarán retos apasionantes en los próximos años.

Al margen de sus frecuentes viajes, Roche encuentra en la música su válvula de escape: “Para nosotros, los irlandeses, la música es una parte esencial de la vida. De niño intenté aprender a tocar el violín. Hoy toco la guitarra y canto; cuando hace buen tiempo, salgo a tocar a la calle de nuestro barrio junto a mi vecino, que toca el saxofón”. La familia pasa las vacaciones haciendo senderismo en la montaña, una afición muy acorde con quien en su día fue un apasionado de la escalada. En la pista de tenis, sin embargo, sus hijos adolescentes ya han empezado a superarle. “Es duro cuando a uno le gusta tan poco perder como a mí”, comenta Roche con una sonrisa.