

ALIMENTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN



Agustín Markaide,
presidente de Eroski

El sector de la distribución alimentaria no está beneficiándose tan claramente del crecimiento del consumo en los hogares, del mismo modo que antes tampoco sufrió tanto. Un mercado estable en dimensión y con un vivo ritmo de nuevas aperturas de tiendas nos conduce a un panorama competitivo intenso.

Eroski, una vez reestructurada la red de tiendas, dedicará todos sus esfuerzos a mejorar el atractivo de su propuesta comercial, reformando un amplio número de tiendas en torno a la estrategia 'contigo'.

Los clientes, convertidos en socios tras el lanzamiento del club hace poco más de un año, serán el centro de la atención, participarán de forma más intensa en las decisiones a través de los canales de escucha y recibirán propuestas comerciales más relacionadas con los gustos e intereses personales e información para un consumo más saludable y responsable.

Con todo ello esperamos crecer, en condiciones comparables de perímetro de red, en torno a un 3%, manteniendo estable la cifra de empleo en ese mismo perímetro.



Enrique Orge, director general del Grupo Calvo

El segmento de las conservas de pescado es un segmento bastante maduro en España, aun así durante la crisis ha crecido y parece que seguirá haciéndolo este año. Se trata de un tipo de producto que forma parte de la cesta básica de la mayoría de los hogares con lo que es bastante resistente a los ciclos de consumo. Más que hablar de crecimiento del mercado, hay que hablar de competencia por cuota de mercado, y ahí estamos teniendo noticias muy positivas en este aspecto y esperamos seguir consolidando nuestra marca y nuestros productos como la marca del fabricante referencia para el consumidor en lo que se refiere a productos de pescado en conserva.

A escala internacional el contexto es muy diferente. En 2016 habrá que seguir muy de cerca la evolución de las economías de los países emergentes. Si bien la devaluación de las monedas seguirá siendo uno de los retos de 2016, es importante evaluar el comportamiento del consumo y hacer proyecciones más allá de

“2016: ¿Se consolidará el crecimiento? Perspectivas de su empresa y su sector en el contexto de su actividad económica en estos próximos años”

coyunturas como esta. En un mercado tan diverso y grande como el americano todavía hay muchas oportunidades. De hecho, las oportunidades son casi infinitas para en países como Brasil o en regiones como Centroamérica, que reúnen a millones de hogares cada vez más abiertos a novedades y marcas que les ofrezcan calidad y confianza.



Mario Migueláñez, director general de Miguelañez

El sector del mundo de las golosinas, regalices y dulces, es un mercado pequeño pero agradecido. En el año 2015 creció su volumen en un 1% respecto a años anteriores y pese a la crisis no ha sufrido un descenso importante, sino más bien un estancamiento. Las exportaciones y las novedades continuas en el mercado del dulce y de impulso, han ayudado no solo a amortiguar la caída en el mercado doméstico, sino a incrementar y frenar ese descenso.

Para 2016 las expectativas son conservadoras y se prevé un incremento mínimo de un 2% o al menos, éstas eran las expectativas de su crecimiento antes de las elecciones generales. En mi opinión, la incertidumbre política que estamos viviendo en los últimos meses, ha frenado considerablemente ilusiones y entusiasmo en el ámbito empresarial y esto puede hacer decaer las expectativas de cara al futuro.



Ignacio Sánchez Villares, director general de Leroy Merlin España

Estamos viviendo una sostenida recuperación en el consumo en los

últimos trimestres, así como un incremento de la confianza de los consumidores españoles. Estos elementos anticipan un escenario optimista, aunque las compañías debemos seguir siendo prudentes en nuestros análisis, teniendo en cuenta los riesgos e incertidumbres que puedan existir en el entorno económico.

Para consolidar esta situación, es fundamental que las administraciones públicas y las empresas apostemos por el emprendimiento, la innovación y la tecnología, ya que son la base para fomentar economías competitivas. En este contexto, LeroyMerlin continúa creciendo en España, con la apertura de 20 nuevos puntos de venta en los próximos años, que supondrán 3.000 nuevos empleos.

El consumidor está exigiendo también nuevas perspectivas. La transformación digital está cambiando los modelos de negocio, y en consecuencia, la forma de relacionarnos con los clientes y la sociedad en general. Además, cada vez es más necesaria una gestión transparente y ética que permita construir relaciones estables y de confianza con los consumidores. En definitiva, tenemos un ambicioso futuro para aquellos que quieran aceptar estos retos con convicción y valentía.



Manuel Barbadillo, presidente de Bodegas Barbadillo

La celebración del 35 aniversario de EL NUEVO LUNES se une casi en el tiempo a la conmemoración que las bodegas que presidio han realizado del 40 aniversario de nuestro vino más reconocido y buque insignia de la bodega, “Castillo de San Diego”, que combinan de una manera intrínseca tradición e innovación.

2016 para nosotros debe ser un año de consolidación y crecimiento y consideramos que de igual forma debería ser para la economía española y el conjunto de los ciudadanos de nuestro país.

Bodegas Barbadillo apuesta no solo por sus vinos de Cádiz y Sanlúcar de Barrameda sino que además entendemos que en la diversificación debe estar uno de los pilares para fomentar el crecimiento de la compañía. Por ello, además de la bodega originaria desde 1821 en Sanlúcar ha incorporado a su negocio bodegas de otras denominaciones como Bodegas Pirineos en

Somontano o Vega Real en Ribera del Duero.

Conseguir el mix adecuado entre el mercado interno –en donde nuestro blanco es líder y el de mayor venta en hostelería- y la exportación es la garantía de un futuro de crecimiento.

Otro punto fundamental es el apoyo al canal de hostelería que está empezando a mejorar sus niveles de rotación y donde hemos detectado un aumento general del tiempo dedicado al ocio. De hecho, en Barbadillo, estamos colaborando con los hosteleros, desarrollando campañas para promocionar la cultura del vino, y la cultura de la celebración, muy arraigada a nuestras marcas y a nuestra tierra de origen. España es uno de los grandes productores mundiales de vino, y la reactivación económica impacta directamente en nuestro sector y a todos los niveles: ventas, empleo, producción, innovación y también en las oportunidades en el mercado exterior.



Pedro Castro, Division CEO Southern Europe & Africa de World Duty Free Group, S. A. (Dufry)

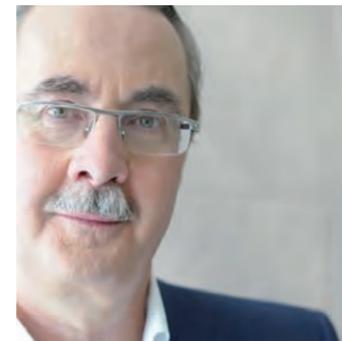
Dufry se ha transformado en el líder global en el sector de travel retail, aunque éste está aún muy fragmentado dónde algo más del 50% del mercado lo copan empresas pequeñas que suelen actuar únicamente a nivel local y regional.

Además, el sector del travel retail suscita mucha expectación internacionalmente debido al gran potencial que ofrece para los operadores aeroportuarios. En la última década el sector ha crecido un 128%, de los 20.000 millones de dólares de 2004 a los 63.000 de 2014 y según Duty Free World Council, citando informes de Generation Research, esa cifra se volverá a duplicar en los próximos 10 años.

Las razones del despegue y continuo crecimiento de este sector se encuentran en el auge del turismo y el aumento de número de pasajeros en los aeropuertos, que según la Organización Mundial de Turismo superarán los 1.500 millones en 2020.

La mejor manera de sacar provecho de este público cautivo es aumentar el ratio de conversión, lo cual pasa por lograr atraerlos hacia

nuestras tiendas. La clave para conseguir esto, está en parte en la oferta pero sobre todo está en el servicio ofrecido. Este reto cobra aún más interés, cuando se observa que el travel retail se ha consolidado como una de las principales, si no la mayor, fuente de ingresos no aeronáuticos para los aeropuertos.



Miguel Luengo, vicepresidente de Japan Tobacco International Iberia

Cuando el año pasado desde esta misma cabecera se invitó a JTI (Japan Tobacco International) a compartir nuestra impresión para el 2015, empleé el ejemplo de una nave lista para superar la tempestad a base de mantener la buena dirección en nuestro timonel invirtiendo en eficiencia organizativa y desarrollando una base sólida de talentos preparados para el cambio. Esta metáfora refleja tanto la creencia en el futuro como la capacidad de adaptación, dos principios que hemos hecho nuestros tanto a nivel de sector como de compañía y que nos han reportado sus frutos.

Efectivamente, el 2015 ha supuesto el inicio de la estabilización en las ventas de cigarrillos –después de venir sufriendo caídas importantes en términos de volumen, hasta reducirse a la mitad en solo cinco años– lo que es un claro reflejo de la mejora del mercado. Por otra parte, el nivel de contrabando se ha reducido en un 21,6% en un año (pasando de 12,5% a 9,8% según el informe IPSOS), lo que confirma que el refuerzo conjunto de todas las partes implicadas en las políticas contra el comercio ilícito, una carrera de fondo, están produciendo resultados positivos. En este sentido, aplaudimos la actuación de las Fuerzas de Seguridad del Estado, así como la última reforma parcial de la Ley General Tributaria –Ley 34/2015– por la que se revisan al alza las sanciones por comisión de contrabando y sobretodo, la estabilidad fiscal practicada por el Gobierno en este último periodo que ha disuadido de un mayor trasvase al mercado negro (marcado por las abruptas subidas de impuestos entre 2008-2013) a la vez que ha permitido a la industria del tabaco aumentar los ingresos aportados por el sector a las arcas públicas, un 0,30% más con respecto al 2014 y un total de 9.137 millones de euros.

Sin embargo, el sentir de nuestro sector que creo es compartido por el conjunto del sector privado es que la estabilidad que vivimos, conseguida tras un esfuerzo ingente, es frágil. 2016 se ha presentado con un escenario político complejo y preocupante. En una palabra: existe incertidumbre. Y esto es lo contrario de lo que necesita la actividad económica empresarial pues nos afecta en el rumbo del crecimiento que nos hemos marcado.

Desde JTI, tenemos el firme propósito de seguir generando riqueza y empleo duradero en España pero para ello necesitamos y por tanto reclamamos, a nuestros responsables políticos, estabilidad y predictibilidad, para todos y para cada uno

de nosotros. En este sentido, urge que se acometa cuanto antes la transposición de la Directiva europea sobre productos del tabaco (2014/40/UE) cuyo plazo de finalización es Mayo de 2016.

JTI y el sector del tabaco en su conjunto, seguimos navegando, y frente a la presencia de peligros, y nos quedamos en la mera queja, ni esperamos simplemente a que desaparezcan sino que como decididos que somos, ajustamos las velas para sortearlos.



Luis Osuna, consejero delegado de Covirán

El año 2015 ha marcado un cambio de tendencia en los datos económicos y de consumo español y todo parece apuntar a que podemos confiar en que esta curva positiva se mantenga durante 2016. A pesar de que los últimos indicadores de la demanda han moderado las expectativas de crecimiento, el aumento del 2,9 % en el consumo de los hogares españoles estimado por el Banco de España y un crecimiento del PIB previsto en un 2,7%, permiten mantener el optimismo.

Con estos indicadores favorables, esperamos que el sector se vaya recuperando poco a poco hasta alcanzar cifras anteriores a la crisis, siendo vital para esta recuperación estar atentos a los hábitos de compra del consumidor. Además, aunque la previsión sea de mejora progresiva estamos inmersos en un entorno altamente competitivo, con reducción de márgenes y una gran importancia del factor precio, lo que nos obliga a seguir trabajando para incrementar la productividad y la eficiencia.

En Covirán, el máximo esfuerzo seguirá siendo ofrecer a nuestros más de 2.800 socios todas las herramientas necesarias para que sus supermercados sean rentables y que ellos a su vez, puedan trasladar al cliente final la mejor oferta y el mejor servicio. Apostamos por la modernización de nuestros puntos de venta, por la formación profesional y especializada de la mano de nuestra Escuela de Comercio y trabajamos para satisfacer plenamente al cliente con nuestro supermercado de proximidad. Nuestro plan de expansión seguirá siendo vital en nuestra hoja de ruta de 2016, tanto en España como en Portugal.



Isabel López, directora general de Santa Teresa

Afrontamos 2016 con expectativas positivas de crecimiento para el sec-

tor agroalimentario y buenas perspectivas para la consolidación de su competitividad. En este sentido, la ministra en funciones de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina, destacaba a finales de enero que España es "una potencia acreditada" en materia de alimentación, ya que es el "octavo mayor" país exportador de productos agroalimentarios del mundo. Una posición en la que hay que seguir trabajando para reforzar la Marca España dentro y fuera de nuestras fronteras.

En nuestro caso, además, se une la relativa estabilidad de los productos gourmet, que no han sufrido tanto los embates de la crisis, con el auge de productos saludables entre los consumidores. Para Santa Teresa, 2015 ha sido un año muy bueno en el que hemos incrementado un 20% las ventas y hemos obtenido un 7% más de beneficios, el doble que el año anterior. Con estos grandes resultados, afrontamos el año cargados de proyectos entre los que destaca el impulso de nuestro canal retail a través de la apertura de franquicias de nuestros Santa Teresa Shop, espacios para la degustación y la venta *ready to eat* de los productos de la marca.

ASOCIACIONES



Andrés Barceló, director general de la Unión de Empresas Siderúrgicas (Unesid)

El año 2016 debería ser el de la consolidación de la recuperación económica, ayudado tanto por los bajos precios del petróleo, como por la política monetaria del Banco Central Europeo. Sin embargo la incertidumbre política de nuestro país y la incierta evolución de algunos países emergentes, en particular China y Brasil, pueden tener un efecto negativo para la economía española.

En el caso concreto de la industria siderúrgica española, la moderada recuperación de la demanda, sobre todo impulsada por el consumo privado, se ve amenazada por una avalancha de importaciones -en su mayoría procedentes de China- a precios absolutamente predatorios: sin ninguna relación con los costes de fabricación.

Esta situación unida a un aumento del proteccionismo comercial en algunos países terceros amenaza seriamente la recuperación de una industria, como la española, comprometida con la sostenibilidad y que lleva a cabo un importante esfuerzo de adaptación.



Julián Núñez, presidente de la Asociación de Empresas Constructoras y Concesionarias de Infraestructuras (Seopan)

A pesar de que la incertidumbre que asola la coyuntura financiera global puede sin duda afectar a las últimas previsiones de crecimiento económico de España, los indicadores disponibles permiten anticipar que 2016 será nuevamente un año positivo en términos de crecimiento de nuestra economía y de creación de empleo. En lo relativo a la actividad general de construcción, 2016 será nuevamente un año positivo para la actividad de la edificación residencial que mantendrá el moderado crecimiento ocurrido en 2015 -en torno al 5,5%- tras siete años consecutivos de recesión en este sector. Sin embargo, la inversión pública en infraestructuras, programada para 2016 en un valor equivalente al 1,9% del PIB, se verá afectada negativamente por el parón del proceso electoral y constitución del nuevo gobierno. En cualquier caso, no estaba programado incremento alguno en esta actividad en 2016 como consecuencia del proceso de consolidación fiscal en el que nos encontramos; proceso que mantendrá constante el citado ratio de inversión en infraestructuras hasta 2019. Situar el nivel de inversión pública en infraestructuras que España necesita requiere la necesaria voluntad política de hacerlo, y necesariamente debe fundamentarse en una mayor utilización de la financiación privada de infraestructuras.



Carlos Reinoso, director general de la Asociación Española de Fabricantes de Pasta, Papel y Cartón (Aspapel)

La consolidación de la recuperación de nuestra economía pasa por la implicación de los poderes públicos -y de nuestros representantes políticos en su conjunto- en la creación de las condiciones de competitivi-

dad, que permitan a nuestro país mantener e incrementar la actividad productiva, atraer inversiones que generen empleo y elevar el peso de la industria en el PIB hasta el 20%

El sector papelero, que inició su recuperación en el segundo trimestre de 2015, puso ya en marcha un nuevo ciclo inversor en 2014, año en el que, mientras en el conjunto de la UE las inversiones de la industria papelera crecían un 2%, en España se incrementaron un 23%.

Pero estos esfuerzos solo darán su fruto si en la próxima legislatura se produce el tan esperado impulso a los sectores que -como el papel- son estratégicos y sostenibles, sectores exportadores, de alta productividad, innovadores, que generan valor añadido y empleo estable y cualificado. Un precio competitivo de la energía para la industria, el desarrollo de infraestructuras y una regulación que permita mejorar la logística y el transporte, la defensa de nuestros intereses en el marco de política comercial de la UE y el estímulo a la I+D+i son aspectos clave para dar solidez y estabilidad a nuestra economía.



Sergio Pepi, vicepresidente de la Asociación Española de Empresas de Tecnologías del Agua (Asagua)

En Asagua consideramos que nuestra industria del agua está en la vanguardia mundial en tecnologías y know how y no podemos perder ese liderazgo. Para ello es fundamental apoyar al sector y la mejor manera es hacer resurgir la inversión pública y la implantación de un marco legal que permita el desarrollo definitivo de la colaboración público-privada.

España es un país pionero en la gestión del agua, con unas fortalezas indiscutibles, como son la existencia de unas empresas con capacidad probada y aprobada en todo el mundo, con unos técnicos imaginativos y muy bien formados y una I+D+i a la que solo le falta dinero privado.

Entre los importantes problemas que constriñen al sector se encuentran la falta de inversiones en infraestructuras y conservación, las bajas en las licitaciones, las deudas de las administraciones públicas, la ausencia de una normativa global que permita el desarrollo integral del ciclo urbano del agua y el establecimiento de un regulador único. Para paliar esta situación es necesaria una política de Estado que integre las necesidades sobre agua de todo el país y les dé una solución unitaria impregnada de solidaridad.

El sector del agua está atenuado, pero no hay duda que tiene un futuro halagüeño por el papel que España juega en Europa y porque así lo exige el incremento y conservación del patrimonio hidráulico, garantía de progreso. Si se invierte lo que se precisa en los próximos años, volverá el empleo y España seguirá siendo el país de referencia en materia de agua.



Ángel Asensio, presidente de la Confederación de Empresas de la Moda de España (ModaEspaña)

España de cara a este 2016, continuará con crecimiento gracias fundamentalmente al consumo nacional, pero es necesaria la estabilidad política, la unidad de mercado y flexibilidad laboral que haga que las empresas puedan adaptarse a los ciclos económicos, especialmente en sectores de temporada como es el textil. Bajo este parámetro, la industria de la Moda que constituye un sector heterogéneo y diverso con un amplio número de actividades productivas, debería intentar conseguir una mayor vertebración a través del reforzamiento de las estructuras organizativas existentes que contribuyan, de manera decisiva, a propuestas estratégicas y de mejora que ayuden a su viabilidad en los próximos años. Desarrollar una planificación consensuada de estrategias sectoriales y líneas de actuaciones para la mejora competitiva de las empresas de este sector, tan acostumbrado a un gran dinamismo y continua adaptación a los cambios que se producen en el entorno, pero esencialmente de primera generación y con un importante número de empresas en situación de transito generacional.

La internacionalización es una decisión estratégica que debe estar presente en la gran mayoría de las empresas y no es tarea fácil. La empresa que desea iniciar o afianzar este proceso debe afrontar muchos retos de diversas índoles: financieras, de conocimiento de nuevos mercados, de aumento de competencia, de nuevas experiencias, etc. Y en todas ellas el factor institucional puede jugar un papel importante como catalizador o acelerador del proceso. Con todo ello debemos tratar de recuperar un tejido industrial, que permita una mayor representación en el PIB nacional, presencia en mercados internacionales, mayor capacidad competitiva y posicionarnos como pilar importante dentro de la economía española. Muy importante para su consecución será que el valor del euro frente al dólar se mantenga lo más cercano a la paridad y que se cumplan las previsiones para 2016 en cuanto al precio del petróleo y se mantenga en precios bajos.



Antonio Pérez Palacio, presidente de la Asociación Española de Cogeneración (Acogen)

La industria es motor de crecimiento económico y la cogeneración es

su aliada, una herramienta clave para aportar eficiencia y consolidar la recuperación. 2016 será un año de reindustrialización si se dan las condiciones para que la cogeneración invierta ocupe su lugar en la industria. Con cogeneración se fabrica el 20% del PIB industrial de España en industrias intensivas en energía como alimentarias, químicas, papeleras, automóvil, textiles, cerámicas y una larga lista que suma más de 200.000 empleos. Y con cogeneración se produce el 11% de la electricidad nacional utilizando el 23% del consumo de gas natural del país, ahorrando energía y emisiones. Los fundamentales de la cogeneración, centrados en la seguridad jurídica y en los mercados energéticos —eléctricos y gasistas—, apuntan desarrollos para 2016 que supondrán mayor competitividad y crecimiento para las industrias que la usan.

Entre 2016 y 2020 los cogeneradores podríamos invertir más de 1.500 millones de euros en renovar nuestras plantas para ganar eficiencia y competitividad, pero es imprescindible que contemos con —y confiemos en— una regulación eficaz. De no ser así no habrá nuevo ciclo industrial más eficiente y más comprometido con el cambio climático y el futuro de los productos fabricados en España. 2016 puede traer crecimiento industrial, sí. Pero solo si acertamos con las personas y los compromisos que requiere la industria.



Juan Merino, presidente de la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (Ceaje)

Desde CEAJE consideramos que las patronales de empresarios, poseen un importante sentido social y son herramienta imprescindible para nuestro país, pasando actualmente por un momento de revisión y crítica interna sobre como continuar siendo útiles a la sociedad a raíz del cambio de modelo económico del país. En este sentido, apelamos a la unión y a la lealtad dentro y fuera de las organizaciones empresariales, siendo preciso el ser más reivindicativos y contundentes en todo lo que afecta a las empresas y los empresarios, ya que somos el auténtico motor principal de nuestra economía y garantes de un modelo social sostenible y responsable.

Defendemos la estabilidad empresarial, y pedimos que la responsabilidad, la honestidad, la honradez, el sentido de estado y el respeto institucional y constitucional sean los ejes de trabajo de la clase política, de la misma forma que lo son en la clase empresarial y entendiendo que, partiendo de un congreso de los diputados nacional estratificado, se pueda continuar gobernando con solvencia y consolidando las reformas estructurales emprendidas, que se profundicen y que se complementen con otras adicionales para blindar la economía ante posibles factores externos. Tenemos que dejar de hablar de políticos y empezar a hablar de políticas,

de políticas dialogantes y útiles planteadas en primer lugar desde las necesidades de la sociedad (y especialmente desde la sociedad empresarial, que soporta a la sociedad en general) antes que desde los deseos particulares de los políticos o de sus partidos.



Javier González de Lara y Sarria, presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA)

2016 debe ser el año de la recuperación, y existen indicadores económicos que lo avalan. Sin embargo, en el plano político e institucional, vivimos tiempos marcados por la incertidumbre, y esto acarrea falta de confianza, inseguridad jurídica y en suma, merma considerablemente la capacidad de nuestra economía para remontar la situación a un ritmo adecuado. ¿Qué políticas serían necesarias para asegurar la recuperación? Sin duda, aquellas encaminadas a generar un marco adecuado para la inversión en nuestro territorio, y para la dinamización del tejido productivo, motor indispensable de la creación de puestos de trabajo, riqueza y desarrollo. Facilitar el acceso al crédito por parte de las empresas, apostar por la formación continua y las políticas activas de empleo, frenar las trabas administrativas para la generación de nuevos proyectos empresariales, promover la innovación y la internacionalización como herramientas competitivas, ... Son para las organizaciones empresariales algunos de los principales requisitos para que la recuperación sea estable y duradera.



Santiago Aparicio Jiménez, presidente de la Confederación de Organizaciones Empresariales de Castilla y León (Cecale)

La actual situación económica internacional no está animando a los mercados. Así, la aún permanencia de cierta caída de la actividad económica en algunos países emergentes, la contención de la economía china, la desaceleración de la economía estadounidense, y todo ello unido a la caída del precio del petróleo, a importantes problemas geopolíticos y, en el caso de nuestro

país, a una deuda elevada y a la incertidumbre política hacen que nos encontremos con una serie de factores que contribuyen a generar un clima de cierta inestabilidad económica que hace que la inversión mantenga con especial actividad su papel de vigía.

No obstante, las previsiones económicas de importantes organismos internacionales, a pesar de estar realizando ciertos recortes en sus previsiones para este año y el siguiente, continúan apostando por la economía española aunque sin obviar que es necesario establecer cuanto antes un Gobierno estable.

Por todo ello, quiero insistir en que el *stand-by* político está alimentando el clima de incertidumbre, donde los empresarios velamos porque se dé continuidad a las medidas económicas que estos años se han emprendido, y que han requerido de un gran esfuerzo por parte de empresarios y ciudadanos.

Esta situación requiere de que se haga una apuesta decidida por reindustrializar la economía, por aumentar la productividad y la eficiencia, por la digitalización empresarial, por los avances tecnológicos, la investigación y el talento; todos ellos generadores de conocimiento necesario para crecer de forma competitiva, innovadora y sostenible los próximos años.



Antonio Dieter Moure Areán, presidente de la Confederación de Empresarios de Galicia

Todo apunta a que la economía gallega crecerá este año por encima del 2,5%, un repunte firme y sostenido que creemos se mantendrá en el horizonte de varios años, ofreciéndonos una ocasión inmejorable para modernizar y reforzar los cimientos de nuestra economía. Galicia ha de aprovechar esta oportunidad para entrar con paso firme en la nueva economía. Una nueva economía que se compone de los sectores tradicionales —automóvil, textil, pesca, construcción naval, alimentación— pero gestionados mediante nuevas tecnologías transversales para hacerlos más competitivos; y de sectores emergentes, que se fundamentan en el conocimiento científico y el desarrollo tecnológico —biotecnología, aeronáutica, tecnologías de la información, comercio electrónico, nuevos materiales— en los que ciencia y tecnología constituyen su fundamento. Tenemos grandes fortalezas para encarar este reto: una buena red de infraestructuras físicas, pero también buenas infraestructuras del conocimiento. Queremos un crecimiento vigoroso, que permita la convergencia con las otras economías regionales españolas, impulsando el turismo, la inteligencia de las ciudades, incrementando la innovación en los sectores empresariales menos desarrollados, atrayendo inversiones. Para ello, apostamos por ahondar en la vía de las reformas dentro de un marco de estabilidad política, que es condición necesaria para la consolidación del crecimiento y el empleo.



Fernando Callizo Oliván, presidente de la Confederación de Empresarios de Aragón (CREA)

Nuestra previsión para 2016 es que la economía aragonesa continúe creciendo a un buen ritmo, en torno al 2,7%, aunque con sesgos a la baja respecto a 2015. En ello influyen el agotamiento de factores externos como la reducción del precio del petróleo, los bajos tipos de interés del BCE y la depreciación del euro, y también la incertidumbre en la situación política nacional y algunas medidas autonómicas que no favorecen la actividad empresarial en cuanto a escasez de inversiones, subidas de impuestos, etc.

No obstante, las expectativas son positivas porque, al igual que España, Aragón está consolidando la senda de recuperación iniciada a finales de 2013. El impulso del consumo privado y la inversión empresarial, los sucesivos récords de exportaciones, el aumento de actividad y la progresiva mejoría del mercado laboral lo demuestran y tienen impulso para seguir dando buenos datos en 2016. Siempre que la competitividad empresarial se vea respaldada con políticas adecuadas como reducción de morosidad, costes y trabas administrativas o impulso de la inversión, internacionalización y crecimiento, estamos en el buen camino.



Pedro Luis Fernández, presidente de la Federación Asturiana de Empresarios (FADE) y presidente de General de Alquiler de Maquinaria (GAM)

Este año 2016 se ha iniciado con turbulencias en los mercados y una revisión a la baja de las perspectivas de crecimiento mundial. Pese a este contexto, espero que España se mantenga entre las economías avanzadas más dinámicas este ejercicio, y esto pese a la expectativa de cierta moderación en el crecimiento y a la incertidumbre política. Y también creo que Asturias sostendrá un crecimiento moderado durante este año, inferior al del conjunto del país, pero también más intenso que el de otras economías avanzadas.

Aunque es muy difícil hacer previsiones en un contexto tan complejo y volátil como el actual, no

sería la primera vez que nuestra economía sorprende favorablemente. Confío en que, con el esfuerzo y el acierto de todos, los resultados en este año 2016 vuelvan a mejorar las previsiones.

En mi sector empresarial, el de alquiler de maquinaria, la mejor noticia vendrá del cambio de tendencia, que nos llevará a un muy leve crecimiento. Pero dejar de caer, aunque se animicamente, es muy importante. Habrá grandes oportunidades de concentración en el sector, como en tantos otros sectores de nuestra industria.



Jaime García-Calzada, presidente de la Federación Empresarios de La Rioja (FER)

Confiamos en que así será. La Rioja es una de las Comunidades que más crecimiento experimentó en 2015, a pesar de salir de una crisis muy dura que ha castigado a empresas y trabajadores sin compasión en unos casos con el cierre y en otros con la pérdida de empleo. Sin embargo, en 2015 se produjeron algunos síntomas de una recuperación muy lenta que esperemos se consolide durante todo este año. Las empresas y los autónomos son los que crean puestos de trabajo y, si nos somos capaces de apoyar más su actividad, no solucionaremos el principal problema económico de este país, que es el paro.

La regeneración del tejido empresarial, su capacidad de alcanzar más dimensión, la reindustrialización de una comunidad, vendrá por la vía de hacer más atractivas las inversiones empresariales, mejorar las comunicaciones, potenciar el consumo, bajar impuestos y cargas fiscales favorecer un crédito más barato.

Hay que potenciar la internacionalización de la pyme española, propiciar su desarrollo tecnológico y fomentar la cultura de la innovación.



José Antonio Sarría, presidente de la Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)

A lo largo del año 2015, se ha iniciado en España la senda del crecimiento, que ha de llevarnos a superar los terribles efectos que la crisis ha provocado en nuestro país, cuyos exponentes principales lo constituyen el paro, el déficit y, consecuentemente, el nivel de endeu-

damiento. Nos queda aún mucho por hacer y, para ello, es fundamental, en primer lugar, disponer de un gobierno estable, que inspire confianza a los ciudadanos, a Bruselas y a los mercados.

En segundo lugar, debemos introducir reformas en nuestra negociación colectiva, destinadas a mejorar las relaciones laborales y el sistema productivo, con el objetivo de incrementar la productividad y flexibilidad de nuestras empresas. Asimismo, debemos incentivar el crecimiento en tamaño de nuestras micropymes con objeto de disminuir su vulnerabilidad, apoyar la formación de clústers sectoriales como medio para potenciar el desarrollo y la innovación, y, en definitiva, modernizar nuestro tejido empresarial para ser capaces de afrontar los retos de los próximos años, en los que el mundo será más pequeño y la competencia mayor.

Asimismo, la administración pública debe realizar una labor de acompañamiento a las empresas en todo este proceso: facilitando, apoyando e incentivando en todo lo que sea necesario. Tal vez una de las claves del éxito en los tiempos futuros pase por un buen entendimiento y colaboración público-privada.

La sociedad española debe valorar la figura del empresario como alguien que, a través de asumir riesgos, con mucho esfuerzo y a veces errores, es capaz de generar riqueza cumpliendo las normas establecidas, y elevar el nivel económico de la sociedad y el nivel de vida de los ciudadanos.



Jordi Casals Graells, director general e la Asociación de Empresas de Consultoría (AEC)

Es imposible imaginar el futuro de la sociedad moderna sin la participación activa del sector de la consultoría y los Servicios TI como actor principal en la transformación digital que el país necesita. Para ello, es necesario el compromiso por parte de las Administraciones Públicas y de las empresas con un sector que reclama una valoración justa para poder cumplir satisfactoriamente con su papel de motor del desarrollo y creación de empleo; y el de las propias empresas del sector con la calidad, la productividad y la innovación que caracterizan sus proyectos. La AEC y las empresas que forman la asociación se han esforzado en cumplir con este compromiso, incluso durante los años de mayor impacto de la crisis económica en el sector.

A mediados de 2015, según los datos del último informe del sector, las previsiones de las empresas consultoras y de servicios TI para todo el ejercicio apuntaban a un incremento moderado de su actividad, en torno al 4%. En 2016, la actual incertidumbre política no facilita que se puedan adelantar estimaciones sobre el comportamiento del sector en un futuro inmediato. Aun así, todos los estamentos implicados deben ejercer su responsabilidad para que la Consultoría y los Servicios TI se consoliden como sector estratégico en el progreso y la modernización de

nuestra economía, nuestras Administraciones Públicas, nuestras empresas y nuestra sociedad. De no consolidarse esta tendencia, corremos el riesgo de perder demasiadas oportunidades en el proceso de desarrollo del país y en su competitividad con otros mercados.



Javier Sánchez Rojas, presidente de la Confederación de Empresarios de la provincia de Cádiz

Desde nuestra organización, referente social y económico de la provincia de Cádiz y el Sur de Europa, atisbamos, tímida y lentamente, como la recuperación económica llega a lo micro, genera riqueza y empleo. Pero no podemos olvidar que falta mucho camino para recuperar lo perdido.

Las oportunidades futuras se llaman estabilidad. Y las amenazas, incertidumbre.

Los resultados electorales han marcado un nuevo paradigma social que obliga los partidos políticos a un ejercicio de responsabilidad, diálogo, acuerdo, pactos. La sociedad, de la que también formamos parte los empresarios, demanda una economía estable que genere empleos, empleos que solo las empresas pueden crear.

2016 debe ser el año del consenso, porque volver a dar marcha atrás sería desastroso, especialmente en una provincia tan castigada como la nuestra. Nuestro futuro a corto y medio plazo se llama unidad institucional y comarcal frente a la Iniciativa Territorial Integrada (ITI), una oportunidad en forma de fondos de la UE para solucionar parte de los desequilibrios estructurales de Cádiz. Una oportunidad irreplicable que tiene que acelerar nuestro crecimiento al mismo ritmo que el resto de Andalucía y España.

De esa unidad hablaremos en nuestra II Convención Empresarial de la CEC, el próximo 7 de abril, a la que está invitado EL NUEVO LUNES para compartir el análisis de situación de Cádiz y abordar las propuestas de mejora que se necesitan.



José Luis García-Palacios Álvarez, presidente de la Federación Onubense de Empresarios (FOE)

El panorama de la economía española ha cambiado en los últimos

años. Hemos dejado atrás la etapa de recesión más dura y larga del período de democracia y se observa con moderado optimismo el nuevo ciclo de recuperación económica.

En los últimos tiempos, se han adoptado en nuestro país medidas destinadas a mejorar las condiciones de la inversión empresarial y de la financiación, así como simplificar, reducir y corregir la excesiva regulación. También se han llevado a cabo reformas estructurales de calado, entre las que cabe destacar la del mercado laboral, el sistema financiero, la reforma fiscal... Sin duda, todas ellas muy relevantes para el ámbito empresarial, aunque quizás no todo lo profundas que hubiera sido deseable.

Por eso, se debe reconocer que el proceso de reformas es dinámico, por lo que aún hay importantes cuestiones que deben mejorarse porque el principal reto de la próxima legislatura será reducir el alto nivel de desempleo. Para acometerlo, España necesita un Gobierno de estabilidad, con altura de mira, que cuente con las empresas en este proceso de recuperación, sobre la base del diálogo y la concertación social. De esta forma, se nos permitirá entre todos avanzar en aras a la competitividad de pymes y autónomos, quienes requieren de un entorno de flexibilidad en las mejores condiciones en las que desarrollan su actividad, para hacer posible que el crecimiento se traduzca en creación de empleo.



Fernando Morcillo Bernaldo de Quirós, presidente de la Asociación Española de Abastecimientos de Agua y Saneamiento (AEAS)

El sector de los servicios de agua urbana tiene unas características algo diferentes a otros sectores económicos, por su propia naturaleza y por la obligación de minimizar los riesgos al gestionar un bien básico, público y vital. Es por ello un sector que presenta una mayor estabilidad frente a los ciclos económicos, aunque lógicamente le afecten, y está algo menos sometido a las variaciones coyunturales de la economía productiva. Pero, al mismo tiempo, tiene una clara dependencia de las administraciones públicas, fundamentalmente la local, pero también de las autonómicas y generales, en razón al tradicional papel inversor de las mismas.

La paralización de decisiones e impulsos políticos no ayuda a que el 2016 se identifique como un año de grandes esperanzas, que en cualquier caso deben pasar por:

— Plantear un esfuerzo inversor sostenido para renovar el gran patrimonio en infraestructuras y equipamientos que tenemos en España. Teniendo presente el potencial de las colaboraciones público-privadas.

— Avanzar en la "recuperación de costes" en los servicios de agua urbana, siguiendo los modelos de los países del norte de Europa, apoyándose en los mecanismos tarifarios.

— Armonizar los niveles de prestación de los servicios, las estructuras tarifarias, la transparencia, la involucración y participación de la ciudadanía, buscando siempre la eficiencia en el desempeño de estos servicios públicos. La figura de un Regulador global ayudaría.

Sería ideal que estas tres demandas genéricas se englobaran en un pacto político entre las diferentes fuerzas parlamentarias, tantas veces demandado por el sector. En él habría que añadir el imprescindible soporte e impulsopúblico a la tecnología y a la innovación.

Sólo así podremos consolidar tanto nuestro, ejemplar y referente, modelo de gobernanza y gestión como nuestro reconocible liderazgo empresarial a nivel mundial en este sector.



Luis Crespo, secretario general de la Asociación Española de la Industria Solar Termoeléctrica (Protermosolar)

Aunque desde 2013 ya no se construyen centrales termosolares en España, como consecuencia de la moratoria renovable que estableció el actual gobierno en su primer mes de legislatura, las centrales termosolares siguen demostrando su fiabilidad y mejorando su operación. En 2015 han batido los records de generación anual de años anteriores (superando los 5 TWh), así como de producción mensual (alcanzando casi a 1 GWh en julio). En 2016, la termosolar seguirá aportando energía gestionable al sistema eléctrico nacional en términos similares a los de 2015, contribuyendo a reducir el coste de la electricidad al conjunto del sistema eléctrico, especialmente en los picos del mediodía y de la tarde-noche, cuyo precio resultante del pool se aplica a todos los generadores por igual.

Respecto a nuevos proyectos, el mercado de la termosolar está, por ahora, principalmente centrado en los países de la región MENA y en Sudáfrica, aunque no renunciamos a que en la planificación española se incluyan nuevas centrales termosolares antes de 2020 y que, incluso, podamos hacer realidad el proyecto promovido por ESTELA de construcción de una central en nuestro país para la venta de electricidad 'verde' a algún país centroeuropeo que lo necesite para el cumplimiento de los compromisos 2020.

La gestionabilidad que aporta la capacidad de almacenamiento de las centrales termosolares proporciona un valor operativo y de disponibilidad de potencia muy superior al de otras energías renovables fluyentes y este mensaje es el que tratamos que sea adecuadamente comprendido por los planificadores en España y en Europa. Decía Machado que "solo el necio confunde valor con precio" y hay elementos objetivos para que dichos planificadores entiendan no solo razonable sino conveniente pagar más a las centrales termosolares que a otras tecnologías.



Aurelio del Pino, presidente de la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES)

La crisis ha servido para fortalecer al sector de la distribución comercial y de las cadenas de supermercados en particular, que han afrontado la situación con grandes sacrificios y ajustes mejorando su eficiencia y competitividad en beneficio de los ciudadanos y del conjunto de la economía.

El 2015 ha sido el año de la consolidación de la recuperación y, las perspectivas de crecimiento para los próximos meses, nos permiten seguir siendo optimistas. Apostamos por nuestra economía en un entorno que va venir marcado por nuevos retos como el de las nuevas tecnologías y la omnicanalidad. Las cadenas de supermercados, además, siguen teniendo un ámbito de expansión a través de fórmulas de crecimiento orgánico y de franquicias.

Sin embargo, entendemos que siguen siendo necesarias reformas en materia de liberalización del comercio y eliminación y simplificación de trámites administrativos, en el ámbito de la fiscalidad, la unidad de mercado o de la legislación laboral. La seguridad jurídica resulta fundamental para que nuestro sector pueda seguir contribuyendo, como hasta ahora, a ser uno de los motores de crecimiento.



Jordi Seguro Capa, presidente de la Asociación Española de Dirección Integrada de Proyecto (Aedip)

El crecimiento de 2016 está bajo un cono de sombra, por la falta de liderazgo político y la ausencia de un nuevo modelo productivo. Nosotros, representantes de una parte del sector de la consultoría técnica, pedimos y nos comprometemos a trabajar en las siguientes medidas urgentes: (1) un Estado que elimine las ayudas públicas a las empresas públicas y diseñe un modelo equitativo de colaboración público-privado hacia el mercado interno y externo; (2) la trasposición urgente de las directivas europeas de contratación pública donde se prohíba la adjudicación usando sólo criterios económicos; debe haber una

adecuada paridad entre solvencia técnica y oferta económica, como lo garantiza los Estados Unidos; (3) Prohibición expresa de adjudicación de contratos de servicios con bajas superiores al 20%; (4) Concertación Público Privada de baremos orientativos NO obligatorios de servicios de ingeniería, arquitectura y consultoría técnica, conforme a la directiva europea de servicios, y siguiendo el ejemplo de Alemania; y finalmente, revisar la baja efectividad del apoyo del gobierno a la exportación de servicios, que tiene que llegar a más empresas. De no encarar estas reformas, esto supondrá: no creación de nuevo empleo; riesgo de mortandad de empresas pymes; y seguir agotando la inteligencia y el bolsillo de los empresarios.



Ignacio García Magarzo, director General de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (Asedas)

En el sector de la distribución miramos con optimismo este 2016. La recuperación del consumo ha ido progresando de manera positiva y dejamos atrás unos años en los que hemos sabido luchar contra la crisis mediante la contención de costes, ajustando márgenes y ofreciendo a los consumidores los mejores precios. Todo ello, manteniendo el empleo.

Durante la crisis hemos tenido que lidiar con graves amenazas, como una posible subida del IVA de alimentación y la ordenanza de impuestos ambientales, factores que afectan de manera importante al consumo. Pero gracias a nuestro trabajo y a una mayor y mejor interlocución con las Administraciones Públicas, hemos conseguido superar las dificultades. Por ello, esperamos que el próximo Gobierno continúe bajando los impuestos, no toque los tipos del IVA y luche contra el fraude.

En 2015 hemos sabido adaptarnos a los nuevos hábitos de los consumidores. Somos conscientes de que la venta on line está intentando hacerse un hueco en el mercado de venta de alimentos. Pero también es verdad, que se está desarrollando más lentamente que en otros sectores, ya que los españoles somos grandes consumidores de fresco y nos gusta comprarlo cerca de casa. Por eso, sin dejar de lado ningún canal, seguiremos invirtiendo esfuerzos en uno de nuestros mayores pilares: la proximidad.

Vamos a seguir trabajando para mejorar la cadena agroalimentaria con el objetivo de ganar competitividad y eficiencia. Para ello, esperamos que el compromiso asumido en 2015 de manera voluntaria para cumplir el Código de Buenas Prácticas, obtenga los frutos esperados en 2016.

Por último, decir que para nosotros es muy importante la sostenibilidad del medio ambiente. Los supermercados trabajamos en ello desde hace tiempo y continuare-

mos haciéndolo introduciendo herramientas para contribuir a la economía circular.



Gonzalo González Puente, presidente de la Asociación de Empresarios Detallistas de Pescado y Productos Congelados (Fedepesca)

En primer lugar felicitar al semanario de información económica EL NUEVO LUNES por su 35 aniversario y agradecerle que nos haya solicitado nuestra opinión sobre las perspectivas económicas en nuestro sector, el comercio especializado de productos pesqueros, sector que emplea a más de 25.000 personas y factura al menos 4.500 millones de euros.

Desde el 2008 el consumo de nuestros productos no ha dejado de caer pasando de 27,89 kilogramos por habitante y año a 25,86 kg. en 2015. Las crisis económica, los cambios en los hábitos de consumo, el uso de una gran parte de nuestro tiempo para internet y las tecnologías, reduciendo nuestra disponibilidad de tiempo para cocinar, la subida del 8 al 10%, del tipo de IVA a los productos pesqueros, y la falta de promoción del consumo de estos productos, al desaparecer el organismo del Magrama que la hacía, ha hecho mella en la venta de un producto fundamental para llevar una dieta saludable.

Por fin, a finales de 2015 se percibió un repunte en las ventas, que se consolidó en la campaña navideña, la mejor de los últimos años. Ello nos hacía pensar en que la recuperación del consumo en hogares consolidaba la recuperación económica. Pero esa alegría, ese optimismo, se ha paralizado ante la incertidumbre generada con la situación política. Esta incertidumbre junto a los cambios que seguirán incidiendo en la distribución comercial, nos hacen esperar un futuro complejo, en el que el sector habrá de sufrir una gran adaptación para adaptarse a este escenario.



Ricardo Perpiñán Girol, portavoz de la Asociación Española de Asesores Fiscales y Gestores Tributarios (Asefiget)

Según la última estadística publica-

da por el Instituto Nacional de Estadística, relativa al Producto Interior Bruto del tercer trimestre de 2015, en términos anuales, el crecimiento en España se ha situado en el 3,4%, dato que, junto con las previsiones positivas del Fondo Monetario Internacional, no es nada deseñable, pero que no debe llevarnos a ser demasiado optimistas.

Efectivamente, el incremento que se ha producido en la última anualidad no se corresponde con la situación real que vienen atravesando tanto las PYMES como los Autónomos, verdaderos creadores de riqueza y empleo en este país. Si bien es cierto que para consolidar el crecimiento económico es fundamental cierta estabilidad macroeconómica, no es menos cierto que también es necesario que esa estabilidad impere en los ámbitos político y microeconómico.

A fecha de hoy, como es público y notorio, tenemos un grave problema de inestabilidad política que, queramos o no, influirá, decisivamente, en la consolidación del crecimiento. Como objetivos de consolidación económica, el nuevo gobierno que se conforme deberá establecer sólidas bases económicas, atendiendo a factores tan importantes como el desempleo, la fiscalidad, y en particular la recaudación más eficiente, la reforma de las Administraciones Públicas, el control del déficit público, las reformas estructurales, la lucha contra la corrupción y el fraude, ayudas a pymes y autónomos y otra serie de factores que son de sobra conocidos por la mayoría de los operadores económicos. Otra cosa es que haya voluntad política para llevarlos a cabo en aras al bien común.



Inés Juste, presidenta de la Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid (Adefam)

A partir de los datos macroeconómicos que vamos conociendo, que apuntan a un incremento del PIB en torno al 3% también para 2016, creemos que España está en una posición muy favorable para consolidar su crecimiento. No obstante, y para que eso suceda, necesitamos que se den dos premisas: que se logre una estabilidad política, para afrontar con decisión y sin titubeos los importantes retos económicos que todavía tenemos por delante, y que se siga adelante con la agenda reformista que ya fue iniciada por el último Gobierno y que quedó inacabada, al menos en lo que concierne al ámbito productivo. Las empresas, como auténtica fuente de riqueza y bienestar para cualquier país, deben de constituir una de las principales prioridades de cualquier Gobierno. Se trata de mejorar las condiciones para que arraiguen nuevas vocaciones empresariales, pero también, y muy especialmente, para que operen sin ningún tipo de barreras u obstáculos que frenen su competitividad. Por eso, si queremos que la senda de crecimiento por la que discurre nuestra economía se prolongue en el largo plazo, necesita-

mos que nuestras autoridades sigan insistiendo en las reformas. Las empresas en general, y en particular las empresas familiares, que representamos el 85% del total de las empresas, y aportamos el 70% del PIB y del empleo privado, necesitamos un marco legal propicio para el desarrollo de nuestra actividad. La lista de reformas es larga, y entre ellas, de forma destacada, tenemos que citar la mejora de la seguridad jurídica, para hacer más previsible el marco de decisiones empresariales, una mayor flexibilidad en el sistema laboral, que dote de más dinamismo a este mercado, y un avance rápido hacia la unidad de mercado. En relación con la empresa familiar, es muy importante también que se reconozca su estatuto propio y, en consecuencia, se legisle para favorecer fiscal y financieramente aspectos como su transmisión, con el fin de asegurar su continuidad.



Antonio Gil Alonso, Presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)

En el sector hotelero madrileño, el punto de inflexión lo marca el puente de Diciembre de 2013 en el que, de forma sorpresiva, Madrid se llenó de visitantes procedentes de toda España. Ese momento, para un sector como el nuestro duramente castigado por cinco años de recesión, suponía el pistoletazo de salida de una lenta recuperación en nuestros índices de ocupación y una, aún más lenta, en nuestros precios de venta.

El sector turístico madrileño, a diferencia de lo que sucede con otros destinos turísticos europeos, tiene una enorme dependencia del visitante nacional de ocio o negocios, siendo éstos los segmentos más afectados por la crisis económica, provocaron que el hospedaje madrileño situara su rentabilidad entre las más bajas de Europa.

A la recuperación del consumo y al aumento de confianza empresarial durante 2014 y 2015 vino a unirse la depreciación del euro que nos ha convertido, a pesar del ligero crecimiento en nuestros precios, en un destino sumamente apetecible para los mercados emisores que se mueven en el área del dólar y la libra, ocasionando un incremento porcentual de dos dígitos en el número de visitantes procedentes de estas zonas.

Pero para hablar de verdad de consolidación debemos tener en

cuenta que la causa principal de nuestra crisis, la falta de imagen internacional como destino turístico, sigue latente y que sólo haremos realidad nuestro enorme potencial cuando lo mucho que Madrid tiene que ofrecer al visitante, sea conocido a ese nivel. ¿Seremos capaces?



Álvaro García Barbero, presidente de la Asociación Empresarial de la Comunicación Gráfica (Neobis)

Considero que se consolidará el crecimiento siempre y cuando abandonemos cuanto antes este escenario de incertidumbre en el que estamos inmersos.

No obstante, aunque el crecimiento sea cierto cuantitativamente, no parece que vaya a ser tan sólido respecto de las actividades que lo sustentan. Necesitamos modificar profundamente nuestro sistema productivo para dar consistencia y mayor duración de los ciclos de bonanza económica.

Nuestro sector es muy heterogéneo como para establecer comportamientos uniformes en todas las actividades y, además, hay un fuerte impacto de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en algunos productos. Lo que sí puedo afirmar es que las empresas del sector que han logrado soportar la crisis están hoy en mejores condiciones que en ejercicios precedentes, aunque la reestructuración del sector tiene todavía camino por delante que recorrer.

La edición e impresión de libros en papel, producto bastante vinculado al consumo, afrontaría su tercer año consecutivo de crecimiento, mientras que la edición de libro en otros soportes lleva tres ejercicios de descenso continuado.

Buenas perspectivas, en general, para un sector en proceso de transformación hacia el producto gráfico inteligente.



Jesús Martín, presidente de la Asociación de Empresas de Limpieza de la Comunidad de Madrid (Aelma)

Todos los indicadores macroeconómicos afirman que la crisis ha quedado atrás. Que la economía española ha mejorado de forma extraordinaria. Sin embargo, en 2015, el



sector de la limpieza sufrió uno de los momentos más complicados desde que comenzó la recesión: escasa demanda de servicios, caída de los precios asociada a la hiper-competitividad y a la competencia desleal. Además, la nueva e injusta normativa para la contratación de licitaciones públicas supone una traba añadida para las pequeñas y medianas empresas del sector, ya de por sí asfixiadas por una situación de precariedad.

Además, con el nuevo escenario político, la incertidumbre para 2016 sólo provoca una indeseable zozobra. Lo que es indudable es que va a ser un año crucial para el sector, ya que tenemos ante nosotros importantes retos. El principal caballo de batalla del sector seguirá siendo la lucha contra la centralización de los servicios de limpieza a través de la Central de Compras, una circunstancia que está suponiendo una clara vulneración de los intereses de la Pymes en beneficio de los grandes operadores, y supone una merma de la libre competencia en la contratación pública.

Por eso, este año nuestros esfuerzos irán destinados a encauzar nuestras relaciones con las AA.PP. para que nos ayuden a respetar la libre competencia, a luchar contra la competencia desleal y a controlar el absentismo laboral, que el pasado año supuso un coste de más de 70 millones para las empresas de limpieza.



Jesús Paños, presidente del Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Madrid (COAATM)

Uno de los sectores que más ha sufrido la economía española durante la crisis ha sido el de la construcción. Fue una actividad muy importante para el PIB español, de hecho, el peso de esta actividad antes de la crisis era del 18% (muy superior a la media de la Unión Europea) y ocupaba a cerca del 20% de los trabajadores españoles. Con el desplome de la edificación se comprobó que teníamos un modelo insostenible y que sólo ahora empieza a ver la luz y empieza a incorporar cambios en su gestión y desarrollo.

El sector de la construcción no es sólo obra nueva, cuenta con muy diferentes sub-actividades que están cogiendo fuerza y que son las que contribuyen a conformar lo que va a ser el sector de cara a los próximos años. Un sector basado en la rehabilitación, en la sostenibilidad, en la eficiencia energética, en la innovación y en la mano de obra cualificada.

Esta adaptación a los nuevos parámetros del sector de la edificación, los aparejadores y arquitectos técnicos hemos ido incorporándola en nuestro día a día desde el inicio de la crisis. Gracias a nuestra versatilidad, multifuncionalidad y formación en un nuevo entorno hemos conseguido mantenernos en el mercado y buscar nuevos nichos de actividad, y lo seguiremos haciendo en este salto cualitativo que se nos presenta.

AUTOMOCIÓN



José Manuel Machado, presidente de Ford España

El crecimiento de España, aunque de manera lenta, está consolidándose. Pero, pese a que la recuperación ya ha empezado, aún nos queda mucho camino por recorrer. Esta crisis, que arrancó en el año 2007, ha sido muy intensa y larga.

Nosotros, en Ford España, vamos a seguir creciendo tanto en fabricación como en ventas, éstas últimas motivadas por la reciente renovación de producto tanto en turismos como en vehículos comerciales, lo que ha hecho de nuestra gama la más amplia y actualizada del mercado. Adicional a esto, nuestros concesionarios están añadiendo mucho más valor a lo es la comercialización de nuestros vehículos con procesos de venta adecuados a los nuevos tiempos, todo ello bajo el concepto de Ford Store.

En fabricación hemos incorporado nuevos modelos, lo que permitirá seguir creciendo en 2016 y vamos a estar muy por encima de las 400.000 unidades. Nuestro gran reto para este año es seguir trabajando en nuestra competitividad e ir ganando puntos de cara a continuar siendo un centro de excelencia de fabricación de automóviles para Ford en Europa.



Luca Parasacco, CEO de FCA Spain, S.A.

Aunque aún estamos en los primeros meses del año, la recuperación y dinamismo de la economía española, y la creación de empleo son un hecho avalado por las previsiones al alza de las principales instituciones tanto nacionales como internacionales.

Un mayor impulso de nuestra economía, dependerá también de factores externos: cambios de política monetaria en EEUU, evolución a la baja de los precios de los hidrocarburos y de las materias primas, incertidumbres políticas en Oriente Medio, Rusia, Europa Central, Lejano Oriente y en ciertos países de América Latina; y fundamentalmente, cómo se resuelvan las incertidumbres políticas en España: Cataluña y los posibles pactos postelectorales derivados de las recientes elecciones generales.

FCA ha cerrado 2015 con un balance muy positivo en el que sus marcas lograron crecer muy por encima de la media del mercado: Fiat ha sido una de las más destacadas y cerró 2015 con un crecimiento acumulado del 28,6% y un total de 37.764 unidades; Alfa Romeo, incrementó sus matriculaciones en diciembre en un 25,9% y Jeep cerró el año como la marca con mayor crecimiento en el mercado.

El sector arranca 2016 con un balance muy positivo en el que las matriculaciones subieron un 12,1% con respecto al mismo mes de 2015 y nuestras marcas son las que mayor crecimiento acumulan: Fiat cierra el primer mes del año con un crecimiento de un 10,6% comparado con el primer mes de 2015. Alfa Romeo acaba el mes de enero con un crecimiento de un 23,1% con respecto a 2015, y Jeep sigue siendo una de las marcas con un mayor incremento en sus cifras de matriculaciones.



Antonio Cobo, director general de General Motors España

Arrancar, acelerar y mantener una buena velocidad de crucero durante 35 años siendo una referencia en el periodismo económico es todo un éxito que ha conseguido "El nuevo lunes", aniversario que aquí celebramos. Felicidades en nombre de General Motors España a todos los que lo han hecho posible.

En estos años, EL NUEVO LUNES ha reflejado fielmente la evolución económica de nuestro país, con ciclos de riqueza muy positivos y fases como la reciente crisis que hemos sufrido con especial virulencia desde 2008 y muchos aún sufren, que todos debemos tener muy presente.

A pesar de las dificultades de esta década, vemos una recuperación clara en los dos últimos años de la que nos debemos alegrar y apoyar para que continúe. Por dar un dato positivo de nuestro sector, la producción de vehículos en España ha ascendido a 2.733.201 en 2015, lo que significa un crecimiento del 13,7%. Y hemos logrado volver al "Top 10" de los fabricantes mundiales, paso a paso, con esfuerzo de todos, empleados, empresas, directivos, sindicatos y administraciones, con el reto de llegar a los 3 millones de vehículos producidos el próximo año.

Porque si hay una industria que durante las últimas tres décadas no sólo ha reflejado un camino paralelo al del resto de la economía española, sino que ha demostrado un gran instinto de supervivencia con el paso de los lustros ha sido sin duda la automovilística.

Y una emocionante etapa de cambio está extendiéndose por nuestro sector. Creo que estamos al borde de una revolución en la movilidad de las personas. Llevo en la industria más de 30 años y ésta es con diferencia la etapa más emocionante. Observando el panorama del negocio, no existe ningún otro lugar en el que preferiría encontrarme ahora mismo. Y concretamente en General Motors,

con las grandes perspectivas de futuro que tenemos. Y es cierto que el impacto en todas las compañías de la industria, todos los centros urbanos y cientos de millones de consumidores será significativo. Sin duda, la industria del automóvil experimentará más cambios en los próximos 5 años que en los últimos 50, y España tiene las herramientas para ser un jugador global. ¡A por otros 35 años de éxito!



Juan Antonio Sánchez Torres, presidente de la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios (Ganvam)

Si 2015 ha sido el año de la recuperación rompiendo la barrera del millón de unidades vendidas por primera vez desde 2008, el año 2016 debe ser el de la consolidación. Eso sí, esta consolidación debe pivotar sobre dos ejes: reforma fiscal y planes de incentivo.

Concretamente, es necesario acometer una reforma fiscal integral que adecue el Impuesto de Circulación a criterios medioambientales para favorecer a los vehículos más respetuosos con el medio ambiente y desincentivar a los más antiguos, lo que tendrá un impacto positivo sobre el rejuvenecimiento del parque.

Además, se debe eliminar el Impuesto de Matriculación, máxime cuando de los grandes mercados europeos, España es el único con un gravamen de este tipo, lo que reduce artificialmente el tamaño de nuestro mercado potencial. Desde luego, esta medida contribuiría a consolidar la demanda a largo plazo, poniendo fin a una carga impositiva totalmente anacrónica que tiene su origen en el impuesto del lujo, y ahora mismo, el coche no es un lujo sino una solución imprescindible de movilidad, una extensión de la libertad individual.

El otro pivote de la automoción debe girar sobre los planes de incentivos. No deben ser una medida puntual, sino que deben articularse con continuidad. De hecho, la decisión de prorrogar la vigencia del PIVE 8 hasta mediados de año generará una demanda adicional de 125.000 unidades y permitirá un crecimiento de hasta el 9%, lo que supone elevar en tres puntos la previsión inicial para este año.

Confío en que lo antes posible alcancemos un marco político estable que nos permita dar los pasos necesarios para avanzar en estas medidas y conseguir que se consolide esta recuperación. Somos un sector tremendamente permeable a los vaivenes económicos, por lo que la estabilidad será clave para mantener el consumo y la confianza. Yendo por este camino alcanzaremos en 2017 el volumen natural de 1,2 millones de coches vendidos que es el que nos correspondería por población y renta per cápita.

BANCA



Isidro Fainé, presidente del Grupo "la Caixa"

Las perspectivas de la economía española para 2016 son, en principio, favorables. Según nuestras estimaciones, el PIB crecerá un 2,8%, anual gracias a las reformas estructurales de los últimos años y la ayuda de factores coyunturales como los bajos precios del petróleo, la rebaja impositiva, la política monetaria expansiva y la depreciación del euro. Estas fuerzas ya fueron importantes en 2015 para impulsar el consumo y la inversión, y afortunadamente tienen visos de continuar este año, aunque sea en menor medida.

No obstante, la incertidumbre política, la volatilidad de los mercados financieros y un entorno externo menos favorable, si se prolongaran en el tiempo, podrían acabar teniendo un efecto negativo sobre la marcha de la economía. Por el momento, los indicadores de actividad y de confianza muestran que en el inicio de año la expansión ha perdido intensidad.

En este sentido, un apoyo fundamental con el que cuenta la economía española en la actual fase expansiva es el crédito bancario. Tras el profundo proceso de reestructuración y saneamiento llevado a cabo en los últimos años, las entidades bancarias disponen de una mayor capacidad para financiar nuevos proyectos empresariales y atender las necesidades de crédito de las familias. De todas maneras, el entorno de bajos tipos de interés continúa ejerciendo una fuerte presión sobre la rentabilidad del sector. La transformación digital, por la cual CaixaBank ha apostado desde hace muchos años, también nos ayudará a continuar fortaleciendo nuestra relación con el cliente y a ofrecerle el mejor servicio posible, allí donde él lo prefiera: en una oficina, en internet o en el móvil.



Josep Olliu, presidente de Banco Sabadell

Para 2016, esperamos una evolución favorable de la actividad en España. La economía doméstica seguirá destacando en positivo dentro de la Zona Euro, con la demanda doméstica como principal motor y la inflación en niveles reducidos y soporte para el consumo de las

familias. En lo que respecta al negocio bancario, será en este contexto de favorable situación cíclica de la economía en el que se apoye el incremento del stock crediticio a finales del ejercicio, tras un aumento ya perceptible hace trimestres en la concesión de crédito. Además, Banco Sabadell se fija también en las perspectivas de Reino Unido, tras la compra del británico TSB. Esperamos que el saneado balance de las empresas británicas suponga un apoyo para la inversión. Para España, el Fondo Monetario Internacional estima un crecimiento del PIB en 2016 del 2,7%, y del 2,2% para Reino Unido.

Los objetivos de Banco Sabadell este año pasan por cerrar con éxito el Plan estratégico TRIple 2014-2016, que acaba de concluir su segundo año cumpliendo los objetivos de Transformación, Rentabilidad e Internacionalización. Nuestros compromisos pasan, por ejemplo, por lograr un ratio de eficiencia del 48% y alcanzar un ratio de capital del 12%. El buen desarrollo de este Plan TRIple nos permite además mirar al futuro con optimismo.

2016 será también el año en el que diseñemos el nuevo plan de negocio 2017-2019. En base a la fortaleza de nuestras fuentes de ingresos, dirigiremos nuestros esfuerzos a distintos frentes. Banco Sabadell seguirá concentrado en la normalización de su balance, un objetivo que se apoyará en la esperada mejora del mercado inmobiliario. Continuaremos avanzando también en la Transformación digital del modelo de negocio, porque para nosotros es una oportunidad y un pilar básico mejorar la experiencia de cliente con los nuevos canales que ofrece la tecnología. Y todo ello, con la vista puesta en América, donde consolidaremos nuestro proyecto tras iniciar también operaciones como banco comercial en México a comienzos de este año; y en TSB, al que pondremos en valor con su migración a nuestra plataforma tecnológica y su entrada en el mercado de las pymes británicas.



Francisco Gómez,
consejero delegado de Popular

La economía española se encuentra ante un momento único: pocas veces en su historia ha tenido oportunidades tan claras, y un margen de maniobra tan evidente, para crecer con equilibrio. Pero, al mismo tiempo, pocas han sido también las ocasiones en que se han dado riesgos globales tan complicados como los actuales: la desaceleración de los países emergentes, los conflictos geopolíticos, y el cambio en la política monetaria de la Reserva Federal y la continuidad de la política monetaria expansiva del Banco Central Europeo. Factores a los que habría que añadir, en el caso español, la incertidumbre política tras los resultados electorales.

2015 fue un año muy favorable para la economía española y sería esencial que este ejercicio reafirmase esa tendencia. Estamos ante una ocasión magnífica para conseguirlo, para consolidar el crecimiento

económico y la mejora del empleo de los últimos años. Hay que confiar en que el esfuerzo desarrollado por todos los agentes de la economía sea continuado por los responsables políticos, cuya principal misión en este ámbito debería ser velar por crear un marco que permita a las empresas crecer y crear empleo de calidad.

2016 será un año en el que persistirán riesgos significativos similares a los del ejercicio anterior. Mirando al futuro, los bancos tenemos que ser flexibles. La situación actual es muy exigente, incluso más que en el pasado, y nos obliga a un constante esfuerzo de mejora en servicios, control de riesgo, eficiencia y, sobre todo, rentabilidad. Los ganadores serán aquellos que sepan y sean capaces de adaptarse a esta transformación estructural, impulsando un modelo de negocio rentable, apoyado en un apalancamiento sostenible y negocios de alto valor añadido.



Braulio Medel,
presidente de Unicaja Banco

Después de años de atonía, cuando no de retroceso efectivo, el ejercicio 2015 ha protagonizado una perceptible recuperación de la actividad y del empleo. Las perspectivas para el año 2016 son relativamente favorables, con una tasa de crecimiento de la producción del 2,8% y un aumento de la ocupación neta del 2,4%, pero sobre ellas se cierren numerosas incertidumbres y amenazas, cada vez más condicionantes en un mundo globalizado.

En el futuro más cercano, las entidades de depósito españolas se enfrentan a numerosos retos, dado que tienen que adaptarse a las exigentes condiciones de un marco de actuación mucho más amplio, complejo, sujeto a crecientes requerimientos regulatorios y donde se han incorporado operadores no bancarios de diversa naturaleza que pueden competir en condiciones más cómodas y flexibles.

Bajo estas coordenadas, la actividad de Unicaja Banco va a venir marcada por principios de actuación que siguen siendo tan imprescindibles como siempre: el enraizamiento en el entorno local y regional, la prudencia en la gestión de los riesgos, el mantenimiento de un modelo de negocio sostenible en términos de rentabilidad y solvencia, y el ejercicio de la responsabilidad social empresarial.



María Dolores Dancausa,
consejera delegada de Bankinter

Las perspectivas macroeconómicas para 2016 nos hacen ser moderadamente optimistas, aunque existen algunas incertidumbres en el horizonte. Será un año de crecimiento, algo menor que en 2015 pero de nuevo superior a otros países de nuestro entorno, siempre que el comportamiento de algunas variables nos sigan siendo favorables también este año.

En España se seguirá creando empleo, sobre todo en los sectores de más pujanza de nuestra economía, lo que permitirá reducir la tasa de desempleo hasta el 20%. Para ello es imprescindible generar un entorno de confianza proclive a la inversión; ampliar nuestra apuesta a nuevos sectores; y dar mayor calidad y solidez a los nuevos empleos con el fin de reactivar la demanda interna.

En el sector bancario, los principales retos serán la mejora de la rentabilidad, algo nada fácil en un entorno de tipos bajos; la adaptación a las nuevas exigencias regulatorias; recuperar la reputación del sector, que se vio muy afectada durante la crisis; así como la llegada de nuevos competidores no financieros que, junto a los avances tecnológicos y el cambio de hábitos de los clientes, nos obligarán a repensar la forma de hacer banca.



Carlos Egea,
presidente de BMN

A lo largo de 2015, la economía española se ha beneficiado, por una parte, de las reformas implementadas en los últimos años, y por otra, de la política monetaria expansiva aplicada por el BCE, la consiguiente depreciación del euro, y la fuerte caída del precio del petróleo. Todo ello favoreció la consecución de un crecimiento medio anual del 3,2 por 100, así como la creación de 525 mil nuevos empleos.

Para 2016 se anticipa un avance del PIB del 2,7 por 100, impulsado por los factores anteriormente mencionados, si bien persisten ciertos riesgos, ligados fundamentalmente a un deterioro del entorno global (en mayor medida, en los países emergentes), y a la incertidumbre política, que ya están condicionando la evolución de los mercados financieros, marcados por un elevada vola-

tilidad, especialmente en el ámbito bursátil.

En este entorno de recuperación de la economía y el empleo, las entidades bancarias han podido incrementar la concesión de créditos (retroalimentando el crecimiento económico) y reducir significativamente la morosidad, con lo que han logrado compensar, en cierta medida, la pérdida de rentabilidad derivada de unos tipos de interés muy reducidos, unos elevados requerimientos de capital, o las dudas sobre la resolución de determinados procesos judiciales.

BMN afronta estos retos desde una sólida posición, aspirando a reforzar su liderazgo en banca de particulares y pymes, en sus regiones de origen, sobre la base de un modelo comercial flexible y próximo a los clientes, y en definitiva, rentable y eficiente.



Amado Franco,
presidente de Ibercaja

España fue el país desarrollado que más creció en 2015, con un aumento del PIB del 3,2%, y todo apunta a que en 2016 repetiremos posición con un 2,7%, según las previsiones de los analistas más relevantes. El mérito de estas cifras hay que detallarlo. Por un lado, está repuntando la demanda interna, consumo e inversión, y las exportaciones gracias a la competitividad adquirida por muchas pymes en los años más difíciles, a los que supieron adaptarse. Por otro lado, los mínimos de los tipos de interés, inflación y los precios de las materias primas, especialmente el petróleo, suponen un balón de oxígeno y una oportunidad.

Empresas y ciudadanos hemos hecho los deberes, que han sido muy exigentes, y la recuperación está en nuestras manos. Debemos aprovechar sus vientos favorables para hacer realidad la creación en 2016 de 500.000 puestos de trabajo, según se ha previsto, y bajar la tasa de paro por debajo del 20% lo antes posible. Para lograrlo, es necesario en mi opinión tomar una serie de iniciativas.

Habrà que vigilar el déficit público, especialmente en los gobiernos autónomos y locales, sin confiar su reducción sólo al crecimiento del PIB. También es importante despejar el impasse político y constituir un gobierno estable que potencie el crecimiento y mejore la vida de los ciudadanos y sus oportunidades. Por ejemplo, es importante que promueva la actualización de nuestro modelo productivo hacia sectores de mayor valor añadido. La economía digital es uno de estos sectores y en España representa ya un quinto de la riqueza, pero esta cifra queda lejos de las que presentan los principales países desarrollados.

El sector financiero debe contribuir a esta nueva fase expansiva en 2016, gracias a la renovada capacidad de financiación de proyectos empresariales demostrada ya el ejercicio pasado. Sigue y seguirá habiendo oportunidades

para apoyar proyectos viables de pymes, solventes, con valores diferenciales y liderados por equipos gestores preparados, con visión global. Finalmente, un punto de atención: desde enero hemos presenciado una acusada caída de los índices bursátiles. Su causa hay que buscarla en la ralentización de la economía china, el impacto de los precios del petróleo en las compañías energéticas, los bancos que las financian y un beneficio de las grandes empresas cotizadas menor de lo previsto. Todo ello no implica un cambio de ciclo que impacte a España y a su economía productiva, y ahí están las previsiones de crecimiento señaladas. Sin duda, nos obliga a tener muy presentes las lecciones aprendidas de la crisis, para no perder los vientos favorables de la recuperación.



Ramiro Mato García-Ansorena,
presidente del Grupo BNP Paribas en España

En 2016 se dan una serie de variables positivas que, en principio, deberían contribuir a consolidar el crecimiento en España, como son unos tipos de interés que continuarán a niveles históricamente muy bajos, lo que hará que la financiación a las empresas sea barata; un euro débil frente al dólar, lo que permitirá mantener la competitividad de las economías europeas; un precio del petróleo a niveles muy bajos que favorecerá a países netamente importadores como España y unas políticas monetarias y fiscales expansivas del Banco Central Europeo que seguirán dando liquidez a los mercados de capitales y al sector financiero.

Asimismo, existen algunas incertidumbres que pondrán un cierto freno al crecimiento sobre todo a la inversión extranjera en nuestro país, como son la inestabilidad política y el movimiento independentista. Mis mayores preocupaciones son el déficit público y el aumento de la deuda externa, que deberán ser corregidos.

En relación con el sector financiero en España, éste es más sólido y solvente gracias a la consolidación bancaria, los aumentos de capital, la dotación de provisiones, la reducción de costes vía cierre de sucursales y la disminución de personal. Sin embargo, existen muchos factores que no contribuyen a la rentabilidad del sector financiero, como son los tipos de interés bajos; la escasa demanda de crédito y, en consecuencia, los reducidos márgenes debido a la gran competencia y la fuerte regulación bancaria, especialmente en lo que se refiere a las exigencias de capital, tendente a que el mercado demande un core capital superior al 11%. Las entidades financieras tendrán dificultades en los próximos años para superar una rentabilidad del capital del 10% y, en especial, los bancos más pequeños y domésticos y, en mi opinión, veremos una mayor consolidación del sector.





José Ramón Díez,
director del Servicio de
Estudios de Bankia

Aunque 2016 volverá a ser un año favorable para el crecimiento en España, las entidades bancarias seguiremos operando en un entorno muy complejo para la rentabilidad. En un contexto mundial en el que las perspectivas son inciertas, nuestra economía prolongará la fase expansiva un año más, aunque a ritmos cada vez más atenuados, apoyándose en el consumo, la inversión y la creación de empleo. El impulso económico tendrá efectos positivos en el negocio bancario. Por una parte, para atender las mayores necesidades de financiación de empresas y de familias, seguirá avanzando la concesión de crédito nuevo (el año pasado alcanzó un importe cercano a 470.000 millones de euros); y, gracias a ello, podrá estabilizarse el saldo total de crédito por primera vez en los últimos años. Por otra, seguirá mejorando la capacidad de familias y empresas para atender sus préstamos, lo que redundará en nuevos descensos de la morosidad. Sin embargo, la recuperación cíclica de la actividad se verá contrarrestada por el efecto de la política expansiva del BCE, que ha estrechado la diferencia entre los tipos de activo y de pasivo hasta mínimos históricos, presionando los márgenes básicos del negocio. También, el entorno regulatorio evolucionará conforme a lo previsto y en este año se aplicarán nuevas reglamentaciones de capital, de marcos de resolución y, además, se repetirán pruebas de resistencia, lo que al final se traducirá en crecientes exigencias de solvencia. Este panorama requerirá de las entidades un estricto control del riesgo, fortaleza financiera y una mejora constante de la eficiencia.



Juan Carlos Escotet Rodríguez,
vicepresidente de
Abanca

El buen desempeño de los indicadores de cierre de año, y la constatación de que durante 2016 todavía se mantendrán los efectos impulsores externos que hace unos meses se consideraban agotados (petróleo, tipos de interés o apreciación del \$), nos permite anticipar un crecimiento del PIB en 2016 en el entorno del 2,8%; dinamismo que tendrá su base en el comportamiento de la inversión empresarial y el aumento

del consumo privado derivado de la mejora del empleo y confianza de consumidores y empresas.

En cualquier modo, no descartamos que puedan surgir ciertos sobresaltos, como los acaecidos en este nuevo año en Asia, en el mercado de petróleo o la propia inestabilidad política, que podrían condicionar este favorable escenario de crecimiento. Debemos tener presente que contextos de incertidumbre frenan tanto las decisiones de inversión de las empresas, como las de compra de familias.

En el ámbito financiero habrá diferentes focos de atención en los que ya venimos trabajando desde hace un tiempo las entidades: la redefinición Digital, el encaje con los nuevos actores (fintech) y la gestión de un exigente marco regulador y de supervisión. Por otra parte será crítico gestionar un contexto de tipos excepcionalmente bajos, que si bien dinamizan la actividad crediticia, incorporan una presión muy acusada sobre los márgenes y los resultados recurrentes de las entidades. En Abanca, seguiremos con nuestra propuesta de "banca de proximidad" para dar soporte a las necesidades financieras de las familias y empresas en nuestro ámbito de actuación, a través de un servicio de calidad y con la garantía que suponen nuestros elevados niveles de solidez y eficiencia.



Bill Van Dyke, country
officer de Citi en España

Nadie niega ya el buen comportamiento reciente de la economía española, así como también las favorables perspectivas futuras. De hecho, España es considerada en muchos casos como un "modelo de éxito" en la superación de la crisis financiera y económica que ha supuesto la Gran Recesión. Ya nos hemos acostumbrado a escuchar expresiones como "círculo virtuoso", que supone la combinación de reformas estructurales para ganar competitividad y flexibilidad económica, bajo unas favorables condiciones financieras, que permiten anticipar un escenario de fuerte crecimiento económico no muy diferente al estimado en 2015. Recordemos como el propio FMI mantenía hace poco su previsión de crecimiento para España este año, en un contexto generalizado de revisión a la baja a nivel mundial.

¡España es diferente! Claro que lo es. El dinamismo de nuestros empresarios, la elevada formación de nuestros jóvenes, nuestro elevado nivel de infraestructuras y la responsabilidad/flexibilidad de todos, clase política y población, sin duda nos han llevado a la favorable situación actual. Pero esto no puede hacernos olvidar los problemas aún pendientes: uno de los mayores pasivos exteriores y la segunda mayor tasa de desempleo de los países desarrollados. Así como todos nos hemos volcado en superar la crisis, debemos seguir unidos para corregir totalmente sus consecuencias. Al final, hacer posible esas favorables perspectivas de crecimiento a las que me refería al principio. En mi opinión, sería una irresponsabilidad no hacerlo.



Javier Navarro,
presidente de Arquia
Banca

Este 2016 está llamado a pasar a la historia como el año de consolidación de la recuperación económica de nuestro país. Durante 2015 son múltiples los indicadores que han mostrado una progresiva salida de la crisis como el crecimiento del PIB del 3,2%, la mayor actividad de la industria, el auge del turismo o el incremento en la generación de empleo, tal como constata la última Encuesta de Población Activa (EPA). El año pasado se crearon 1.400 puestos de trabajo cada día, una cifra histórica a pesar de continuar con una elevada tasa de desempleo. Queda mucho camino por recorrer, pero se están sentando las bases para afianzar la ya evidente recuperación. España debe hacer una apuesta decidida por el empleo de calidad, la formación y por la innovación en todos los sectores, para poder ser más competitivos y contribuir al progreso socioeconómico. En el terreno de la banca, los nuevos desarrollos tecnológicos, la hiperconectividad y conceptos como el Big Data y el Internet of Things and Services plantearán importantes oportunidades para aportar servicios de valor añadido a los ciudadanos. En Arquia Banca hemos iniciado el camino hacia la digitalización con la implantación del primer core bancario completo de España sobre tecnología Big Data. Una plataforma omnicanal que nos permite responder a las necesidades de nuestros clientes en tiempo real, en cualquier momento y lugar y desde cualquier dispositivo. Nuestro objetivo es seguir innovando y ofrecer un modelo de banca diferencial, un servicio de proximidad a medida de las necesidades de los clientes.



Luis Martín-Jadraque,
director del Centro de
Inversiones de Deutsche
Bank España

El año 2016 ha empezado con un sentimiento muy negativo en los mercados financieros. A los temores sobre China y el crudo se añaden mensajes pesimistas de distintas casas de análisis. Los analistas de Deutsche Bank creen que 2016 será un año de volatilidad, pero que no será tan negativo como parecen augurar algunos analistas e inversores. También el FMI ha publicado sus dudas sobre una posible recesión, augurando un crecimiento mundial claramente por encima del 3%. Inciden para ello en los facto-

res fundamentales que hacen esperar que la economía mundial, al menos de momento, no se vaya a adentrar en una nueva recesión. El primero, la situación en China. Consideran que el cambio en el modelo de crecimiento y la apertura de los mercados financieros y cambiarios serán positivos a medio plazo. Otro factor relevante es la salud de la economía americana. Según las estimaciones de Deutsche Bank, EEUU crecerá este año 2016 un 1,8% anual, gracias a la fortaleza del consumo privado, que debería compensar los problemas de la industria y el sector energía. También la economía europea está mostrando cifras positivas. El precio del crudo supone un impulso positivo (ha caído más de 20 dólares respecto a noviembre), como también lo será la política fiscal más laxa permitida por Bruselas y la expansión del BCE. Todo ello permitirá un crecimiento durante el primer semestre del 1,7% anual, y del 1,4% en la segunda parte del año.

BIENES DE EQUIPO



Bernardo Calleja,
consejero delegado de
Zardoya Otis, S.A.

En el sector de la construcción, y en particular de en el transporte vertical, es fundamental el apoyo a la rehabilitación ya que éste seguirá siendo el motor de la actividad. Por un parte, la instalación de ascensores en edificios que no lo tienen para lograr el 100% de edificios accesibles para todos los sectores de la población. En segundo lugar, la modernización de ascensores instalados en los años sesenta, setenta y ochenta con elevado consumo energético y a los que sin necesidad de grandes obras se pueden adaptar los nuevos avances tecnológicos consiguiendo reducir drásticamente el consumo energético e incrementar los niveles de confort de viaje.

Además, en algunas regiones de España estamos empezando a percibir cierto despegue en el sector de la construcción lo que nos anima para seguir desarrollando la aplicación de las energías renovables a nuestros productos y servicios. La puesta en marcha del primer ascensor solar en España, Otis Gen2 Switch Solar, desarrollado por ingenieros españoles, es una clara manifestación de nuestra apuesta por la sostenibilidad y durante este año seguiremos invirtiendo en esta dirección.



Julio Arce, CEO de
Schindler Iberia

En el año 2015, la economía española ha recuperado la productividad y la competitividad que perdió hace unos años. Sin embargo, aunque aún queda un largo camino para volver a las cifras previas a la recesión, el último trimestre del pasado año cerró con cifras positivas para el sector de la construcción, que ponen de manifiesto la recuperación y la estabilidad. Además existe un apuesta firme por parte de las administraciones públicas de incrementar las ayudas para la rehabilitación de edificios. Estas dos mejoras sustanciales a nivel económico hacen que encaremos este nuevo año con previsiones muy positivas.

Precisamente uno de nuestros objetivos principales, es continuar creciendo para recuperar los niveles en los que nos encontrábamos antes de 2011. Somos conscientes de que la calidad de nuestros productos y servicios, así como el capital humano de la compañía nos llevará, no sin esfuerzo, a lograr alcanzar las cifras y el volumen de negocio anterior.

Otro de los objetivos que nos planteamos es la fidelización, más si cabe, de nuestra cartera de clientes. En Schindler somos conscientes de la necesidad de ofrecer el mejor servicio a todos nuestros clientes, pues con ello lograremos que sigan confiando en nosotros durante muchos años, como han hecho hasta ahora.

Por último, el tercer objetivo, y para mi uno de los más importantes, es el crecimiento en capital humano de la compañía. En Schindler somos conscientes de que uno de los pilares fundamentales es la de contar con el mejor capital humano disponible para ofrecer un servicio excelente y eficaz.

Queremos mantener el entorno que hemos creado, en el que se refuerza de forma constante el compromiso de las personas y el orgullo de pertenencia a una entidad que está entre las líderes del mercado.

Estoy seguro de que entre todos conseguiremos los objetivos marcados.



Alejandro Pociña,
presidente de Steelcase
España y Portugal

Tras varios años de caída en la demanda, que ha tenido unas consecuencias evidentes en la destrucción de empresas y el recorte de puestos de trabajo, la industria de



mobiliario de oficina comienza a remontar y a mirar el futuro con optimismo. Los indicadores macroeconómicos así lo reflejan, y parecen dejar atrás las cifras en negativo, también en este sector. Las previsiones apuntan a que estos síntomas de mejora se consolidarán a lo largo del año. Gran parte de la mejora que se percibe en el sector se explica por el empuje del mercado exterior. Según FAMO (Fabricantes Asociados de Mobiliario y Equipamiento General de Oficinas y Colektividades), las ventas al extranjero crecieron en 2014 un 23% respecto al año anterior y las exportaciones están aumentando hacia los mercados extraeuropeos.

Desde Steelcase las perspectivas para el conjunto del año son muy positivas. Gran parte de este optimismo se debe a que el año pasado, la fábrica de Madrid asumió gran parte de la producción de la planta francesa de Wisches (Francia), lo que ha supuesto un fuerte impulso para la fábrica española, ya que las previsiones apuntan a que multiplicaremos la producción por 5, algo muy positivo y que ya está teniendo un impacto real en la generación de empleo.

Además, muchas de las compañías están comenzando a experimentar un cambio cultural en el seno de sus organizaciones, motivado por las nuevas generaciones y los nuevos modelos de trabajo. La mayor parte de las empresas se han dado cuenta de que el espacio de trabajo puede actuar como una palanca de cambio para iniciar esa transformación cultural que prepare a las empresas para los nuevos tiempos. Además, ya es incuestionable que el espacio de trabajo es un factor que, junto al salario, influye notablemente en la productividad, la motivación y el compromiso de los trabajadores, unos condicionantes que tienen un impacto muy elevado en la cuenta de resultados de las empresas y que a largo plazo puede suponer un ahorro de millones de euros para las compañías.



Juan Carlos Antony,
director sales
and service de Dräger
Medical-Iberia

Los indicadores de gasto sanitario en España han caído desde 2009 hasta prácticamente ayer de un 7% a un 6% respecto al PIB según datos de la OCDE. Sin embargo, eso no ha sido óbice para que en Dräger hayamos seguido apostando, como siempre, por la innovación como palanca de crecimiento, contando con la visión del cliente y dando prioridad a sus necesidades en materia de seguridad, eficiencia y ahorro de costes. En este sentido nosotros hemos entendido que el mercado necesita proyectos llave en mano con financiación incluida. Nuestro objetivo es la satisfacción del cliente y cumplir nuestros compromisos por encima de todo. El esfuerzo realizado estos últimos años, no sólo por nuestra compañía sino por el sector y el propio sistema sanitario que ha implementado planes de renovación, nos hace vislumbrar un futuro próximo de



oportunidades y crecimiento en el sector de la tecnología para la salud.

Es necesario dar mayor importancia a los costes operativos del equipamiento (TCO) en lugar de centrarse en la inversión. Hoy ya nadie duda de la relevancia de la tecnología como herramienta que contribuye a la calidad y a la eficiencia, por cierto, dos de los pilares esenciales de Dräger. Las innovaciones en tecnología sanitaria ahorran tiempo tanto al paciente como al personal clínico, lo que redundará en un ahorro de costes y mejora el acceso al sistema sanitario, la efectividad del diagnóstico y el control del paciente. Y desde el punto de vista de gestión del hospital, la tecnología ayuda a simplificar la gestión de datos médicos y a una integración de las distintas áreas del hospital gracias a los equipos tecnológicos interconectados: como, por ejemplo, desde una máquina de anestesia en el bloque quirúrgico a una incubadora en neonatos. El sector tiene por ello el doble reto de rentabilizar sus inversiones pasadas y prolongar la vida útil de sus equipos. Y eso lo debe de hacer con propuestas de servicio de valor y dando un paso adelante para empezar a invertir de nuevo en productos y servicios innovadores de la mano de marcas solventes con experiencia contrastada. Y en ese aspecto, nuestros más de 125 años de historia y el respaldo y confianza de nuestros clientes en todo tipo de retos sanitarios, nos avalan como expertos en tecnología para la vida.

Una tecnología e innovación que si miramos a medio plazo el desarrollo de las apps, los wearables, el big data, la telemedicina, los informes electrónicos sanitarios... van a jugar un papel esencial en la reconfiguración del sector sanitario y en su crecimiento.

BOLSA / INVERSIÓN



Emilio Ontiveros,
presidente de Afi

La recuperación de la economía española es un hecho: está acompañada de creación de empleo, de una notable reducción del elevado endeudamiento de familias y empresas y de una favorable evolución del saldo exterior. En la tracción de esa han contribuido de forma fundamental, y en mayor medida que en el promedio de las economías de la eurozona, factores externos como el abaratamiento de las materias primas, los hidrocarburos especialmente, y la política expansiva del

BCE, y la consiguiente depreciación del euro. El mantenimiento de salarios moderados y la buena evolución de los costes laborales unitarios han fortalecido igualmente la competitividad de nuestras exportaciones de bienes y servicios.

La continuidad de esa complicidad exterior no está garantizada. Aun cuando algunos de esos factores mantengan su contribución favorable, el entorno económico y financiero internacional ha iniciado el año con señales poco favorables. Los problemas de crecimiento y financieros en algunas economías emergentes pueden afectar de forma diferencial a las empresas más internacionalizadas, al tiempo que la persistencia de la inestabilidad financiera global erosionará la confianza de todos los agentes. Los factores políticos internos tampoco favorecerán el asentamiento de expectativas de mantenimiento del ritmo de crecimiento conseguido en 2015. Con todo, que el crecimiento de la economía española fuera algo menor, no debería ser preocupante, si en cambio, es algo mejor: más directamente basado en ventajas competitivas basadas en el conocimiento.



Juan Carlos Ureta,
presidente de Renta 4
Banco

Desde una perspectiva de medio plazo, y más allá de los vaivenes coyunturales de toda actividad, todo indica que los mercados de capitales y la gestión de activos financieros seguirán siendo áreas de un crecimiento sostenido en el 2016 y en los próximos años. El entorno de muy bajos tipos de interés mueve a los ahorradores a buscar fórmulas de colocación de sus ahorros alternativas a los depósitos bancarios, y a la vez las secuelas de la última crisis inmobiliaria hacen que las familias españolas prefieran diversificar hacia los activos financieros.

En España los porcentajes de colocación del ahorro en activos financieros (acciones, bonos, fondos de Inversión, Fondos de Pensiones, Sicavs,...) son todavía muy inferiores a los de otros países europeos de nuestro entorno, y si la comparación es con el mundo anglosajón, estamos aun más alejados de las prácticas habituales de colocación del ahorro de las familias inglesas o norteamericanas, que ven como algo natural tener más de un 60% de su patrimonio en activos cotizados en los mercados financieros, ya sea directamente o ya sea por la vía de los Fondos. Frente a un 20% más o menos que tienen las familias españolas. En el caso de los Fondos de Pensiones, en España son un 10% del Pib, mientras en los países más avanzados de la OCDE representan porcentajes del entorno del 80% como media.

Por ello en Renta 4 Banco, como Banco que se ha especializado en ayudar a los ahorradores que desean invertir en activos financieros y tener un asesoramiento profesional e independiente, tenemos perspectivas positivas para el 2016 y para los siguientes años. Es obvio que hoy en España tenemos una incer-

tidumbre política hasta que se forme Gobierno y hasta que sepamos cuales son las líneas básicas de ese Gobierno en materia económica y en materia de tratamiento fiscal del ahorro. Pero al final, sea cual sea el Gobierno, pensamos que se protegerá y fomentará el ahorro y la inversión, como elemento básico para que nuestra economía crezca y cree empleo.



Beatriz Barros de Lis,
directora general de
AXA Investment
Managers en España

La recuperación económica en España va por buen camino y el crecimiento en 2015 fue, en todo caso, más fuerte de lo que la mayoría de la gente esperaba. Parte de este repunte se debe a la reactivación sobre todo del consumo, después de una larga y profunda recesión. Pero de mayor importancia es la recuperación de la inversión empresarial, sobre todo en maquinaria y bienes de equipo, en oposición a la construcción. Esto es fundamental en dos frentes: i) el reequilibrio necesario, fuera del sector inmobiliario, que se está llevando a cabo a nivel macroeconómico; y ii) dichas inversiones generalmente mejoran la productividad, una condición necesaria para el crecimiento sostenible. De hecho, más allá de las perspectivas a corto plazo, que deberían seguir siendo positivas, una cuestión clave para el país es si estos pocos años buenos serán utilizados sabiamente para construir una economía más fuerte para el largo plazo. Esto implica al menos dos cuestiones: afrontar el muy alto nivel de desempleo estructural a través de programas de educación y formación, y el alto nivel de deuda pública que añade fuertes restricciones a la futura política fiscal. Por desgracia, el contexto político actual no parece propicio para un debate apaciguado y sereno sobre cómo el país va a abordar estas cuestiones. Esperemos que no tengamos que lamentarlo en algún momento en el futuro.



Vicente Lage,
presidente ejecutivo de
Cumbria FSC

El 2015 ha sido el punto de inflexión que España necesitaba después de 7 años de crisis. Las reformas lanzadas hace unos años y sobre todo, el esfuerzo de las empresas y las familias, han per-

mitido generar una senda de crecimiento que ha situado a nuestra economía en una posición de oportunidad ya que, por primera vez, España anticipa el crecimiento al de economías más grandes de la zona euro y en un entorno de tipos de interés mínimos.

Esto y otros aspectos coyunturales (como el precio del petróleo) abren una ventana de oportunidad para, continuando con procesos de reforma y afianzamiento de nuestra economía, centrarnos en aspectos de mejora de la productividad y competitividad de la mano de la eficiencia, la innovación y la diversificación de mercado, que nos permitan generar valor en nuestros procesos productivos.

Eficiencia, innovación y diversificación, es lo que necesita la economía española y es la estrategia que desde Cumbria FSC estamos impulsando con un objetivo de posicionamiento como boutique de asesoramiento de dirección de referencia mundial. Esto nos permitirá este año crecimientos en España superiores al 30% y superiores al 100% en el extranjero.



Carla Bergareche,
directora general de
Schrodgers para España y
Portugal

El 2015 ha sido un buen año para la industria de fondos en España, y desde Schrodgers confiamos en que los próximos años también lo sean. Esta confianza proviene del contexto económico que estamos viviendo, donde los bajos tipos de interés de, por ejemplo, los depósitos, están haciendo que aquel inversor que quiera obtener rentabilidades mayores se vea en la necesidad de buscar otras opciones y entre ellas, la más eficiente es la inversión en fondos.

A nivel global, veremos una desincronización del crecimiento con un dólar más fuerte una devaluación progresiva de la moneda china y un recorte de tipos en Japón hasta territorio negativo. De manera más inmediata, la ampliación de los diferenciales de deuda corporativa ha aumentado los temores de una recesión en EE. UU. Se trata de un riesgo, pero la caída de los precios del petróleo, que es en gran parte responsable de tal temor, también impulsará el consumo. Los precios bajos del petróleo son un arma de doble filo, como se ha demostrado a lo largo del 2015, pero la historia muestra que no provocan recesiones en las principales economías.

En Schrodgers, nuestro objetivo para el 2016 es continuar creciendo a la par que lo hace la industria y seguir consolidando nuestra posición entre las primeras gestoras internacionales de España. Para ello, seguiremos ofreciendo productos y soluciones a los inversores españoles. Al encontrarnos en un contexto económico difícil, con tipos de interés bajos y valoraciones en renta variable ajustadas, los inversores tienen que empezar a planificar y ahorrar con una visión a largo plazo. Por ello, una gestión diversificada y profesionalizada es cada vez más necesaria.



Alberto Medrán,
director general
España, Portugal,
Italia y Latinoamérica
de XTB

De nuevo y en línea con lo ocurrido en 2015, este año 2016 estará marcado por la extrema volatilidad en los Mercados Financieros que con gran probabilidad derivará en una mejora en nuestros márgenes, así como contribuirá en mantener el dinamismo del Sector. Una volatilidad que parece ha llegado para quedarse un tiempo entre nosotros. No obstante, a nivel internacional no podemos perder el foco sobre varios aspectos geopolíticos que sin duda marcarán el devenir del año: i) Estabilización de las tasas de crecimiento de la economía China junto con la transformación de su Modelo productivo; ii) Negociación del techo de gasto en Estados Unidos en un año electoral que añade un factor de singularidad. En un mercado que no olvidemos mantiene una tendencia alcista durante siete años; iii) Reactivación de las principales economías europeas, especialmente Alemania y Francia, alejando el riesgo deflacionario actual; iv) Estabilización del Mercado de Materias Primas y economías emergentes, sobre todo en Latinoamérica y Asia.

En lo que a España se refiere, la clarificación del escenario político tendrá un claro impacto en la toma de decisiones sobre múltiples procesos corporativos especialmente durante la primera mitad de año. No obstante, para el Grupo XTB, España seguirá siendo un mercado estratégico dentro de nuestra estructura Corporativa Internacional, por lo que esperamos seguir aportando valor para nuestros clientes, e incrementaremos nuestros niveles de inversión a las mayores tasas de los últimos cinco años.



Jaime Sémelas Ledesma,
socio-consejero de
Value Tree

El año 2015 nos ha dejado un sabor agri dulce. Los fundamentales de las compañías, en muchos casos, no han funcionado como esperábamos porque el mercado ha estado a merced de los bancos centrales y de las materias primas, ya que han generado mucha incertidumbre, trasladándose al mercado en forma de fuerte volatilidad.

De esta manera encaramos 2016. Con las elecciones en España recién celebradas, España creciendo más que sus socios (¿por cuánto tiempo?) y con el impacto de las políticas del BCE aún sin determinar. Además, debemos tener en cuenta, de cara a este año, las subidas de tipos en EE.UU. y su efecto sobre la economía americana, y el impacto que las materias primas puedan tener sobre el sentimiento inversor.

Otro de los frentes al que nos vamos a enfrentar en 2016, es la evolución de la macroeconomía europea. Es decir, el desglose de los datos de inflación y PIB en Europa van a marcar la evolución de los mercados y de la divisa.

Pensamos que 2016 puede ser un año muy positivo para los mercados, si se cumplen las expectativas de crecimiento en Europa, EE.UU. y de materias primas. De todas formas, los problemas con los que nos hemos ido encontrando en 2015 no quedan, en absoluto, resueltos.



Rubén García, director
general de Iberia y
Latam de Columbia
Threadneedle
Investments

El año 2016 nos traerá un lento ritmo de crecimiento y una baja rentabilidad a escala mundial, mientras que los márgenes de las empresas se verán presionados por una débil demanda final y un exceso de capacidad en varios sectores. El principal asunto en el que se deben centrar los inversores es el crecimiento económico y la razón por la que todavía es tan bajo. Cada vez son más las opiniones que apuntan al hecho de que, si bien la expansión cuantitativa ha creado el caldo de cultivo para que las empresas realicen empréstitos e inviertan en sus empresas, también ha mantenido a flote una serie de empresas «zombis» que deberían haber quebrado hace bastante tiempo, por lo que la economía mundial se encuentra sumergida en un exceso de capacidad. Además, sus efectos adversos se han multiplicado por la actual crisis económica de China. El hecho de que el hundimiento de Lehman Brothers ocurriera hace más de siete años también supone que, con toda probabilidad, estemos más cerca de la próxima crisis que de la última.

El QE, el descenso de los precios de la energía, la debilidad del euro y la flexibilización de las condiciones crediticias están favoreciendo en su conjunto el entorno de negociación para las empresas europeas. Muchas empresas europeas (ajenas al sector financiero) revelan balances y flujos de caja sólidos, lo que conlleva la probabilidad de un nuevo aumento de los dividendos, la rentabilidad del efectivo y las operaciones de M&A. Seguimos concediendo prioridad a las empresas que cuentan con unas perspectivas sólidas de beneficios y poder de fijación de precios. El aumento de la volatilidad en los mercados de renta variable nos está brindando atractivas oportunidades de inversión.



José Miguel Mate,
consejero delegado de
Tressis

La economía española habrá crecido más de un 3% en 2015, más del doble que el resto de nuestros socios comerciales. Además, es uno de los países con mayor generación de empleo en el ejercicio recién terminado y las perspectivas para 2016 siguen siendo positivas. Los factores que han permitido este crecimiento siguen estando vigentes. La caída del precio del crudo, las políticas ultra expansivas del Banco Central Europeo y la cotización del euro siguen siendo positivos. Al tiempo, la mejora de la productividad y las reformas estructurales llevadas a cabo, el aumento de la renta disponible por la rebaja impositiva y el desapalancamiento de empresas y familias parecen garantizar un buen comportamiento de la economía, a pesar de las dudas sobre la desaceleración mundial.

Sin embargo, sobre todo a partir de las elecciones de diciembre, se ha instaurado un sentimiento negativo en nuestra sociedad, que cuestiona todos estos aspectos hasta el punto que son muchas las voces que hablan de dudas, de falta de realismo y hasta de «espejismo» para definir la reciente evolución de la economía española. En nuestra opinión, nada más lejos de la realidad ya que con un marco de estabilidad suficiente, deberíamos ser capaces de seguir creciendo por encima del 2,5% y generando empleo al menos en 2016 y 2017.

Es evidente que la falta de Gobierno y las dudas sobre los pactos que puedan alcanzar los responsables políticos no contribuyen a generar el marco de estabilidad necesario para que haya inversiones en nuestro país. Pero debemos confiar (y exigir) altura de miras y responsabilidad a nuestros políticos para conseguir esa estabilidad. Se lo deben, por lo menos, a los millones de trabajadores que todavía siguen sin empleo y al resto que han contribuido con su esfuerzo a pasar este profundo bache.

En un contexto de tipos de interés próximos a cero y mucha volatilidad, contar con asesoramiento profesional e independiente para gestionar el ahorro es imprescindible por lo que seguimos siendo optimistas sobre el futuro del sector del asesoramiento y la gestión de patrimonios en España.



Antonio Palma,
socio gestor del Grupo
Mirabaud

Si algo nos ha enseñado la historia es que nunca hay un horizonte totalmente despejado para los mercados. La volatilidad ha sido la nota predominante durante los últimos meses y lo seguirá siendo en 2016 lo que, en cualquier caso, no implica necesariamente un escenario negativo. De hecho, aunque moderadamente, la economía española y europea siguen creciendo y el impacto del enfriamiento de la economía americana y las incertidumbres sobre la fortaleza de la economía china parecen estar compensando la depreciación del euro, la caída del crudo y los bajos tipos de interés.

En un mercado financiero en continuo movimiento y con alta volatilidad como en el que nos encontramos, es fundamental fomentar una relación personalizada y orientada al largo plazo con el cliente. En este sentido, los equipos de gestión patrimonial, gestión de activos e intermediación de Mirabaud apuestan por una filosofía que proporcione, tanto al cliente privado como institucional, compromiso, respeto, proximidad y discreción. Otro aspecto crucial que defendemos es un equipo altamente especializado e independiente, que garantiza la calidad del asesoramiento en cada decisión de inversión y flexibilidad para aprovechar las mejores oportunidades en los mercados. Estamos convencidos de que estos ingredientes son la clave para mantener en los próximos años el éxito que nos ha acompañado durante nuestros casi 200 años de historia.



Sasha Evers, director
general de BNY Mellon
IM Iberia

En los últimos cinco años las gestoras internacionales han disfrutado de un periodo de bonanza en el mercado español. En nuestro caso, los activos bajo gestión han pasado de 1.000 millones de euros hace cinco años a 3.000 millones de euros en la actualidad.

El sector ha mantenido una tendencia positiva en el flujo de fondos gracias a tres factores: un entorno con tipos de interés a cero, mercados financieros benignos y el apoyo de políticas monetarias poco ortodoxas. Ahora que comenzamos un año nuevo nos preguntamos si se mantendrán las condiciones para

que este crecimiento continúe.

En este contexto es bueno tener en cuenta los factores positivos: previsiblemente el entorno de tipos de interés cero continuará en la eurozona animando al flujo estructural que sale de los depósitos y entra en los fondos. Y los factores negativos: el apoyo de los bancos centrales globales parece menos factible y cada vez menos efectivo. Los balances de los bancos centrales en los EEUU, la eurozona y Japón ya han experimentado una expansión significativa y tienen menos margen de maniobra a futuro. Los mercados financieros también parecen más vulnerables, con valoraciones extendidas en muchas clases de activos, además de los conocidos desafíos macroeconómicos y estructurales.

En este entorno creemos que lo más probable es que se moderará la tasa de crecimiento de los activos bajo gestión de las gestoras internacionales en España. Los fondos de inversión orientados a preservar capital (fondos de retorno absoluto y fondos multiactivos defensivos, por ejemplo) serán los ganadores en unos mercados financieros, que creemos que serán volátiles.



Dominique Barthel,
directora general de
Ascric

Según la primera estimación, el volumen de inversión total cerrado el año pasado fue de €2.790M en 632 operaciones, un dato ligeramente inferior al periodo 2014 debido, en parte, al cierre de menos megadeals. Sin embargo, las operaciones de middlemarket y de venture capital fueron las grandes protagonistas del año 2015: el middlemarket registró 1.366 MM en 46 operaciones (más del doble en volumen y un 70% más en número que en 2014) y el venture capital 585 MM en 457 operaciones, un 80% y un 15% más respectivamente.

Las perspectivas de la industria de Venture Capital & Private Equity son optimistas, ya que las bases para el desarrollo de la actividad está bien afianzadas: numerosos recursos para invertir, equipos con experiencia y buenas oportunidades de inversión.



Víctor Tarruella de Oriol, CEO de Euro-Funding

La economía española ha confirmado en el recién terminado 2015 que ya circula, en esperanzadora direc-



ción, por la ruta del crecimiento y de la creación de empleo. La mejora, que debería continuar en 2016 si las circunstancias políticas no lo impiden, llevará a las empresas españolas a reactivar sus programas de inversión y a estimular planes de I+D hasta los niveles previos a la crisis. El fortalecimiento de las empresas, apoyado en esos dos pilares, es un factor decisivo para devolver a España al top ten de la economía mundial. De ellos dependen también la estabilidad de miles de puestos de trabajo y la capacidad del país para conseguir y retener el talento.

Desde hace años, España ha sido capaz de crear un tejido industrial de alta calidad, bien gestionado, dinámico, generador de puestos de trabajo estables en el medio y largo plazo, y con vocación para innovar y lanzar a precios competitivos los productos que demanda el mercado. Es una receta de éxito en la que la innovación ha jugado un papel determinante contribuyendo con una suerte de "efecto levadura" al nacimiento y desarrollo de un importante número de pequeñas y medianas empresas.

La innovación, por definición, es la aplicación de talento a la mejora de algo que existe. Si ese algo no existe, no hay nada que mejorar. Por tanto, ahí es donde la innovación debe ir unida a la vocación industrial de España como país y a la de Europa como región del mundo.

Las beneficiosas consecuencias de una política clara y transparente de incentivos al I+D y a la innovación, deberían servir para acentuar sin complejos nuestro esfuerzo por hacer realidad el sueño irrenunciable de ser un gran país. España necesita generar empleo sostenible y de calidad, el empleo que sólo pueden crear aquellas empresas que hayan hecho de la I+D uno de los núcleos centrales de su estrategia.

En 2016, Euro-Funding continuará dedicando esfuerzos a consolidar su posición de liderazgo en el mercado nacional, acelerar nuestra exitosa expansión internacional y a buscar nuevas oportunidades de negocio para nuestros clientes en todos los ámbitos en los que trabajamos. Nuestro objetivo pasa por apoyar la innovación, propiciar la implantación de las nuevas tecnologías y, en definitiva, ayudar a las empresas a trabajar con rigor e ilusión para que puedan ser más competitivas y así garantizarse un futuro de éxito.



José Luis Villafranca,
director general de
Bravo Capital

Este año que acaba de comenzar pese a las incertidumbres que tenemos, las previsiones de crecimiento son buenas para España. Tal y como estamos constatando por la actividad que realizamos en Bravo Capital las empresas están robusteciendo su salud financiera y están en condiciones de afrontar con éxito las buenas expectativas de crecimiento. Aunque la herida de la crisis sigue abierta y el reflejo lo tenemos en el alto índice de paro, las previsiones de crecimiento para

2016 son buenas. El PIB avanzará entorno al 2,5% el más alto e intenso entre los países de la moneda única.

En 2016 se dibuja un escenario en el que se prevé un contexto de crédito más restrictivo por parte de la banca debido a las exigencias de capital que impone la nueva normativa del BCE. En este contexto, Bravo Capital quiere convertirse en el referente en financiación alternativa. Para la economía es muy importante que el crédito fluya, ya que es lo que va a permitir a las empresas crecer, generar empleo y por tanto esto va a redundar en un crecimiento económico. Desde Bravo Capital queremos ser el partner financiero de las empresas apoyándolas para que crezcan y para que hagan más y mejores negocios. En este sentido nuestra estrategia de crecimiento para este año pasa por estar al lado del cliente, para ello vamos a abrir oficinas en todas las regiones donde haya negocio de empresas, lo que nos va a permitir aumentar nuestro equipo humano en un 40% para este 2016. Además estamos continuamente estructurando nuevas formulas de financiación adaptadas a las necesidades de nuestros clientes.



Sophie del Campo,
directora general de
Natixis Global AM para
Iberia, Latinoamérica y
US Offshore

El año 2016 ha comenzado marcado por las mismas incertidumbres que tomaron protagonismo en 2015: la volatilidad en los mercados; los bajos tipos de interés, aunque hayamos visto los primeros cambios en las políticas monetarias de los grandes bancos centrales; el débil crecimiento económico y la inestabilidad geopolítica.

Este complejo escenario nos recuerda una vez más que, para tener éxito en el mundo de la inversión, es clave gestionar las emociones en los momentos difíciles y poner el control de los riesgos a la cabeza en la lista de prioridades. Además, apoyarse en un gestor activo y que aporte valor, tener una correcta diversificación, utilizar de una forma más eficiente los activos tradicionales (bolsa y bonos) y valorar el uso de estrategias alternativas son otros de los aspectos a tener en cuenta a la hora de construir una cartera que sea de verdad duradera en el tiempo. Porque ése es el principal reto de los inversores, tanto a nivel global como en España: no perder la perspectiva a largo plazo y preservar y hacer crecer su capital para alcanzar el momento de su jubilación en las mejores condiciones financieras posibles.

Desde Natixis Global AM creemos que nuestra filosofía tiene mucho que aportar al inversor español. Abrimos oficina en Madrid en plena crisis, a mediados de 2011, lo que es una muestra de que la apuesta de nuestra gestora por el mercado español es a largo plazo. Aspiramos a acompañar a nuestros clientes a lo largo de su camino financiero y

aspiramos a contribuir a que aumenten sus conocimientos sobre el mundo de la inversión.



Julio César Hernández,
director general de
Eurodeal

Parece que cada vez cuesta más contar únicamente con el voluntarismo para salir de esta crisis.

Generar confianza, esperando que se ponga en marcha la dinámica de una profecía autocumplida, no deja de ser un buen propósito pero una mala realidad. Las cosas se van torciendo poco a poco y el horizonte donde vislumbrábamos una recuperación global, se oscurece de manera alarmante.

En pocas semanas se ha pasado de hablar de un "cambio de modelo" de la economía China a un aterrizaje duro del gigante asiático. Las materias primas siguen en caída libre, con un impacto enorme en el PIB de muchos países productores que se ven amenazados por el fantasma de la recesión (¿nueva década perdida en Latam?) y todas las previsiones de Organismos supranacionales apuntan a una significativa ralentización de la actividad.

Pretender que nuestro país se convierta en el faro que ilumina al mundo (ni siquiera a la eurozona) pertenece más al ámbito de las declaraciones políticas mitineras que a la constatación de una realidad económica en auge. Esto no tiene la suficiente fuerza y menos aún con la actual situación de incertidumbre derivada del puzzle político que ha emergido como resultado de las elecciones del 20-D.

Pintan bastos y más vale que, como ha sido a lo largo de estos últimos siete años, sigamos apretándonos el cinturón porque no existen visos de que se estén formando unos cimientos lo suficientemente sólidos como para crear empleo de forma significativa y colocarnos en la senda de un crecimiento sostenido.

En lo tocante a la industria financiera las cosas no tienen un aspecto más favorable. Si las Bolsas son un reflejo de la situación de las mejores compañías y el destino de una

buna parte de los ahorros particulares, podemos afirmar sin ningún género de dudas que las empresas atraviesan por serias dificultades en sus negocios y que los inversores, en apenas un mes, son de media un 11% más pobres.

Continuaremos con las reestructuraciones, los cambios normativos, los cada vez más abundantes controles; el exceso regulatorio y, en definitiva, ponernos siempre la venda después de la herida...pero si no logramos que las constantes vitales del enfermo se recuperen la mayor parte de estos esfuerzos serán baldíos.



Steen Jakobsen,
economista jefe de Saxo
Bank

Muy poca gente, incluso en los mercados financieros, aprecia totalmente que el "precio del dinero" (los tipos de interés) es prácticamente todo lo que importa en la economía. Beneficios, crecimiento, empleo, presupuestos e inflación son derivaciones del precio del dinero. El panorama para el 1T se centra en tener cuidado con el bache: el creado por el cambio neto en cómo fluye el dinero, cómo actúa la suspensión de pagos de créditos y cómo cambia históricamente el mercado durante los ciclos de subida de la Fed.

Los precios del petróleo y la energía, no obstante, también añaden aumentos en el crecimiento. En 2016, Europa sentirá el impacto total de los bajos precios de energía, pues como importador neto, el viejo continente conseguirá ganancias considerables en la renta disponible a nivel de consumidores y empresas. Esto hará que sea difícil para el Banco Central Europeo mantener la impresión de dinero a lo largo de 2016. No obstante, Draghi se está quedando rezagado respecto al mundo real y este retraso significa que el BCE va a moverse agresivamente, pero al hacerlo se ignora el impacto neto positivo fundamental de la energía y la sanación total del consumidor y el sector empresarial en Europa. Conclusión: el BCE estará "en pausa" hasta este verano.



Antonio Suárez,
director de Optima
Financial Planners en
España

La visión de Optima Financial Planners para este año y los siguientes

es optimista. A pesar de la situación de incertidumbre política que atraviesa el país, lo cierto es que las circunstancias que rodean a una empresa como la nuestra auguran buenos resultados. Fundamentalmente porque los españoles están cada día más concienciados de la necesidad de planificar convenientemente su vida financiera; esto es, rentabilizar sus ahorros, organizar su sucesión familiar, proteger su patrimonio o asegurar su jubilación (las pensiones es una de las mayores preocupaciones). Y esto es una labor de empresas especializadas como Optima. Se ha perdido confianza en los bancos, que han pasado a un segundo plano; y también en el Estado, que genera una creciente sensación de inseguridad y falta de control.

Por eso, las compañías como Optima tenemos mucho que aportar y mucho que hacer en 2016 en cuanto a planificación financiera. Países con una mayor tradición como EE UU, Canadá o Centro Europa han demostrado que es necesaria para profesionales y familias. Así, como líderes europeos, desde hace años estamos abanderando en España esta labor de concienciación y divulgación de la cultura financiera. Y todavía nos queda mucho por hacer, porque son cada vez más los ciudadanos que necesitan y demandan un asesoramiento experto y de confianza. Y eso, para Optima, se traduce en unas perspectivas muy positivas.



Gabriel Michaeli,
director regional para
Alemania, España y
Latam de eToro

2015 ha sido un buen año. Todos los indicadores económicos han mostrado mejoras y se nota una mayor alegría en el consumo que se refleja también en el mercado bursátil español. Se ha marcado una senda de crecimiento y mejora que se está viendo ensombrecida a la luz de la actualidad política en España.

La incertidumbre política en Cataluña y la ausencia de un gobierno central estable (a día de hoy) que dé seguridad a los inversores, ponen en peligro éste crecimiento y su continuidad. Pero, sobre todo, pone en entredicho los canales tradicionales, demostrando su volatilidad y cuestionando su capacidad de desarrollo y crecimiento. Es ahora cuando prácticas como el social trading y plataformas como eToro salen a relucir.

El futuro, fuerza y motor de crecimiento del mercado bursátil está en la sociedad, en la posibilidad de compartir conocimientos no sólo a escala nacional, sino a escala internacional. Gracias a la conexión de inversores de todo el mundo compartiendo sus perspectivas y movimientos a tiempo real, se pueden tomar decisiones de inversión mucho más fundadas y seguras, que es lo que se necesita ahora.

En resumen este momento de incertidumbre pone en entredicho la posibilidad de un crecimiento estable, que debería encontrar su punto de apoyo en la fuerza de "lo social".





Domingo Torres,
responsable de
Distribución de Lazard
Frères Gestion en
España

El crecimiento mundial en 2016 será marginalmente mejor que en 2015 pero seguirá marcado por situaciones heterogéneas entre los países desarrollados, donde la recuperación se afianzará, y las economías emergentes, que tendrán que navegar en un contexto internacional menos favorable. El bajo nivel de los tipos de interés incrementa el riesgo en la compra de deuda pública estatal, dado que la normalización de la política monetaria estadounidense no ha sido todavía totalmente incorporada por los mercados. En cuanto a los mercados de renta variable de la zona euro, creemos que seguirán una dinámica de crecimiento al calor de los resultados empresariales.

No creemos que se produzca un repunte importante del precio de las materias primas en este año: el mercado del petróleo se caracterizará por un exceso de oferta, y la transición hacia un nuevo modelo de crecimiento en China continuará lastrando el precio de los metales. El año 2016 se presenta caracterizado por una actualidad política intensa y por tensiones geopolíticas que pueden generar volatilidad. En este contexto, el crecimiento mundial no debería experimentar una aceleración importante, pero tampoco debería degradarse más.

CONSTRUCCIÓN E INMOBILIARIAS



Carlos García, director
general de Inbisa
Construcción

Tras varios años muy difíciles para el sector inmobiliario y de la construcción, ya en 2015 hemos percibido un giro de tendencia y una reactivación muy clara, aunque con cambios importantes respecto a la situación anterior a la crisis. Uno de esos cambios ha sido, por ejemplo, la aparición de nuevos agentes como los fondos de inversión, cuya actividad está siendo muy importante para que el sector vuelva a activarse.

En el caso de Inbisa Construc-

ción, los resultados de 2015 han sido muy positivos y las expectativas para este año 2016 son francamente favorables, siempre que la marcha de la economía en general y que los factores que influyen en la misma, no produzcan cambios trascendentales en la senda de crecimiento. Los volúmenes de contratación han crecido sustancialmente y se prevé que lo sigan haciendo pero, para ello, hay que ofrecer al mercado un servicio de alta calidad y esperar que se produzca una definitiva consolidación de la actividad económica.

Inbisa busca en este contexto una clara diferenciación, apostando por un servicio integral y una total orientación al cliente. La aportación de valor añadido a través de una asistencia técnica de calidad, el cumplimiento de los compromisos y la singularidad y especialización en las obras de construcción y rehabilitación definen la identidad de la compañía.



Aniceto Zaragoza,
director general de la
Agrupación de
Fabricantes de Cemento
de España (Oficemen)

El consumo de cemento en España cerró 2015 con un consumo total de 11,4 millones de toneladas, una cifra que supera en poco más de medio millón de toneladas la alcanzada en 2014. Con un crecimiento de tan solo un 5%, el primero después de siete años de caídas continuadas, quizá resulte en exceso optimista hablar de "consolidación" del crecimiento del sector del cemento.

De hecho, la evolución en los últimos meses ha sido muy errática, pasando de crecer a un ritmo medio del 9% en el primer semestre, a cerrar 2015 con solo un 5%, lo que demuestra, a nuestro juicio, que el mercado no está aún estabilizado. Además, aunque nuestras perspectivas para 2016 apuntan a un incremento medio del 7%, no descartamos que se vean reducidas, dado el actual clima de inestabilidad política. En cualquier caso, estos leves crecimientos difícilmente compensarán, en el corto plazo, la caída acumulada del 80% que arrastramos desde el inicio de la crisis.

Pero desde nuestro sector no nos hemos quedado de brazos cruzados ante esta situación y hemos lanzado Crecimiento 20-30, un plan ambicioso pero factible en la práctica, que parte del objetivo de recuperar en el año 2020 un nivel de producción anual estable de 30 millones de toneladas de cemento. Para ello, proponemos 25 medidas, basadas en propuestas reales y realizables a pesar del contexto de contención presupuestaria, que contribuirían en el medio plazo a la creación de casi 7.000 empleos y al incremento del valor añadido bruto a la economía en más de 1.400 millones de euros anuales.

Sabemos que el crecimiento económico de un país sin industria no es sostenible, y la industria no puede prosperar sin las infraestructu-

ras adecuadas. Esperamos por tanto poder contar con el apoyo de las instituciones públicas locales, autonómicas y nacionales, sea cual sea su signo político, para hacer posible, entre todos, una salida de la crisis real y "continuada" para nuestro sector, que es, además, uno de los principales motores del desarrollo económico de cualquier país.



Félix Abánades,
presidente de Quabit
Inmobiliaria

El momento actual es clave para la recuperación económica de España. Hasta ahora, todas las proyecciones han sido positivas, respaldadas por el retorno al crecimiento, la competitividad de las empresas, la recuperación del mercado laboral, el buen ritmo de las exportaciones, la apertura del crédito y el clima de estabilidad financiera.

Sin embargo, los resultados electorales han abierto una nueva etapa política por ahora llena de incertidumbre. De cara a nuestro futuro más inmediato, el objetivo no puede ser otro que la estabilidad del país en un momento clave para nuestra recuperación económica. Por eso es tan importante la estabilidad, y trabajar por un entorno de certidumbre, seguridad jurídica y atractivo para la inversión por el impacto directo que todo ello tiene en la creación de empleo y en el crecimiento económico. Sería funesto dar marcha atrás al proceso de reformas y frenar la recuperación y los logros de los últimos años que han permitido el rebote económico de España.

Tras siete años de la mayor crisis inmobiliaria en España, la estabilización llegó en 2014 y 2015 ha sido el del impulso definitivo del mercado. Estoy convencido de que esta tendencia de recuperación, tal y como apuntan los principales indicadores del sector, se reafirmará en 2016 y continuará en los próximos años, apoyándose en el empuje de la demanda y el regreso a la promoción residencial, y todo ello en un escenario de expansión del crédito.

Los precios del mercado residencial se han reactivado, las compraventas están creciendo el exceso de oferta se va eliminando, los visados de obra repuntan de manera intensa, y todo ello un clima de mejora del crédito. España ha recuperado brillo como destino de inversión y el suelo ha dejado de ser un activo tóxico para convertirse en uno de los más apreciados por los inversores.

Por extensión, resultado de todo ello será la creación intensa de empleo en el sector inmobiliario. Ya lo ha sido en 2015, tal y como muestran las últimas cifras de la Encuesta de Población Activa, por el efecto de arrastre que la construcción tiene sobre otras actividades económicas. Se trata de una actividad que no se puede importar, muy intensiva en mano de obra, con lo que el repunte esperado se dejará notar también en otros sectores económicos.



Borja Basa, director
general de Corporate
Solutions de JLL

Habrà que ver cómo evoluciona el panorama político para analizar la posible influencia que el nuevo Gobierno pueda tener en el mercado inmobiliario, pero por el momento los datos macro de los que disponemos hacen que nuestras perspectivas a nivel local sigan siendo positivas.

Si es posible que se perciba una ralentización de la inversión, como respuesta a la escasez de producto prime y la abundancia de liquidez, que seguirán presionando los precios al alza.

En este sentido, creemos que de cara al futuro, cada vez tendrá más peso en el mercado la gestión de los activos inmobiliarios de las compañías. Más allá de las transacciones puras de inversión, serán aquellos países europeos que construyan un sector con mayor peso del negocio corporativo los que tengan un mercado inmobiliario más estable. Ante el nuevo panorama que se dibuja en España, desde JLL recomendamos a las grandes compañías que tengan muy en cuenta que una buena gestión de sus activos inmobiliarios será determinante en sus cuentas de resultados. Las firmas tendrán que estudiar aspectos como si les interesa más ser propietarios de su sede o es mejor, por ejemplo, optar por una operación de sale&leaseback, en la que vendan el edificio, pero se queden alquilados en el inmueble.

Los nuevos tiempos implicarán nuevas políticas corporativas y un buen asesoramiento en esta materia será fundamental. Decisiones como el diseño del espacio laboral, la situación, o las conexiones de transporte serán aspectos determinantes en la productividad de las compañías. Y estamos convencidos de que aquellos países donde no sólo veamos operaciones de inversión sino cada vez las operaciones corporativas ganen más peso, serán países con mercados inmobiliarios más maduros.



Antonio Tovar, director
general de la
Asociación Nacional
Española de Fabricantes
de Hormigón Preparado
(ANEFHOP)

Nuestro sector, el del hormigón preparado, no puede aún hablar de consolidación del crecimiento ya

que continúa instaurado en unos niveles mínimos. Con nuestros datos actuales, que van hasta el cierre del tercer trimestre, se vislumbra un ligero repunte en la primera mitad de 2015, que se ha visto ralentizado con una nueva caída a partir del tercero, por lo que es previsible que cerremos el año en unos niveles similares a los del ejercicio anterior. En la actualidad, el consumo anual per cápita de España de hormigón preparado está en el 50 % de la media europea.

No obstante, dadas las actuales limitaciones del mercado, nuestro reto desde Anefhop, en un momento difícil para nuestra industria, una de las más castigadas por la crisis, es continuar trabajando para trasladar a todos los clientes potenciales de nuestro sector, a nuestros proveedores y a la opinión pública en general, la calidad diferencial del hormigón preparado de las empresas a las que representamos, cuyas plantas aglutinan el 60% de la producción anual en nuestro país. Algo que ya estamos realizando a través de nuestra certificación "Hormigón Expert", nacida con el objetivo de trasladar a la sociedad que: "No todas las empresas son iguales, ni todos los hormigones son iguales". Estar acreditado con este sello, no solo demuestra la elevada calidad del producto fabricado, sino también el cuidado de la seguridad de los trabajadores durante el proceso y el compromiso de esa industria con el medio ambiente.

En la actualidad, el 90% de las plantas de nuestros asociados ya están acreditadas con este sello de calidad, que esperamos puedan lucir el 100% de las plantas en los próximos meses. Nuestro objetivo inmediato, por tanto, es seguir trabajando en 2016 para elevar el nivel de excelencia en el sector del hormigón preparado, un material de construcción duradero y de fabricación 100% nacional, imprescindible en numerosas infraestructuras indispensables para mantener la calidad de vida de nuestra sociedad.



Javier Muñoz, director
general de la
Asociación de Empresas
de la Construcción de
Madrid (Aecom)

Las previsiones económicas para 2016 nos invitan a ser moderadamente optimistas. Actualmente, nuestro país crece por encima del 3%, lo que ha supuesto un paso importante en el camino de consolidar la salida de la crisis, si bien es cierto que el bajo precio de los combustibles, junto con la depreciación del euro frente al dólar, hacen que la recuperación parezca mayor de lo que es en realidad. En cualquier caso, quedan aún muchas cosas por hacer. Por un lado, es necesario contar con estabilidad institucional de cara a mantener la confianza de los mercados, pero además debemos seguir trabajando en la creación de empleo de calidad. Un reto ante el que no podemos bajar la guardia. La apuesta por la innovación y la inversión en I+D+i también deben ser

factores clave que determinen esta consolidación, puesto que es lo único que nos permite salir de las "comodities" y posicionarnos en mercados rentables. Nuestro principal objetivo es mantener nuestra actual posición en todas las áreas donde estamos presentes, así como continuar ganando cuota de mercado. Para Aecom, España seguirá siendo estratégico, como demuestra el hecho de que para la compañía nuestra sede en Madrid sea un Centro de Diseño de Ingeniería y Arquitectura a nivel internacional. En cuanto al sector, aunque en el ámbito nacional ha retrocedido muchísimo durante los últimos años, estoy convencido de que volverá a ser uno de los motores de crecimiento de la economía española.

ENERGÍA

José Folgado Blanco,
presidente de Red
Eléctrica de España

Dos factores de incertidumbre planean sobre las empresas: la deseada conformación de un gobierno estable y un contexto internacional marcado por las preocupaciones que suscita la evolución económica de China y otros países emergentes, lo que trae consigo un gran nerviosismo en los mercados financieros. Esta situación no va a apagar la llama de la recuperación económica española iniciada en 2013 y consolidada a lo largo de 2015, pero sí puede modular su intensidad. Dicha recuperación se ha basado en el impulso de una política monetaria fluida, con el tipo de cambio del euro competitivo, y la sustancial rebaja de los precios de la energía, a lo que hay que sumar las políticas reformistas aplicadas en España que han contribuido a que el crecimiento de la economía española haya sido superior a la media europea. Dado que no existen los clásicos factores limitadores del crecimiento, como la inflación y el déficit exterior, la economía continuará pulsando con fuerza si se conforma un gobierno estable y mayoritario que mantenga un elevado estado de confianza.

Las reformas aplicadas en el ámbito de la energía para la reducción y eliminación del déficit tarifario han afectado a Red Eléctrica, limitando su ritmo de crecimiento. Sin embargo, la estabilidad regulatoria que suponen, así como la aprobación de la planificación de redes, el impulso político a las interconexiones internacionales y el nuevo modelo energético canario van a representar una importante carga de actividad inversora para Red Eléctrica. Al mismo tiempo, nuestro Plan Estratégico 2014-2019 nos permite ampliar horizontes en cuanto a nuestra presencia en otros sectores, como las telecomunicaciones, y en el exterior, con inversiones sobre todo en países hispanoamericanos estables y solventes.



Luis Aires, presidente
de BP España

La recuperación económica que se inició el año pasado tras varios años de recesión, va a continuar en el 2016, si bien será difícil mantener la tasa de crecimiento del PIB por encima del 3%. Las exportaciones y el consumo interno se han reactivado, y lo que necesitamos en estos momentos es conseguir la estabilidad política que genere confianza en las inversiones, sobre todo las que provienen del exterior. El nuevo Gobierno tendrá un papel fundamental en eliminar la incertidumbre y en tomar medidas que permitan mantener la senda de crecimiento, generando empleo estable y de calidad. Nuestro sector está directamente afectado por los precios del petróleo, que están poniendo una gran presión en las compañías que nos dedicamos a extraer y transformar en energía utilizable este recurso natural, clave para el desarrollo económico. La primera mitad del año seguiremos con volatilidad a corto plazo en el precio del petróleo, si bien en la segunda mitad del año estimamos que el precio puede subir hacia un nuevo rango de equilibrio más estable a medio plazo. Respecto a nuestro país, España es un mercado clave, por el que el Grupo BP apuesta claramente. Tenemos una refinería muy competitiva y una red de estaciones de servicio enfocada en la calidad al mejor precio, por lo que esperamos crecer en los próximos años por encima del mercado y aumentar significativamente el tamaño de nuestra red.



José Luis López de Silanes, presidente del
Grupo CLH

Las reformas estructurales impulsadas en los últimos años, junto con la favorable evolución de los precios del petróleo y del contexto internacional, han contribuido a generar un entorno de crecimiento para la economía española, desde finales de 2014, que previsiblemente se mantendrá también en 2016.

Sin embargo, todavía persisten algunos retos importantes, como el elevado nivel de desempleo y el déficit público, así como una cierta incertidumbre por la situación política, que esperamos que pueda resolverse cuanto antes, para garantizar la continuidad de las reformas que nuestro país necesita, con el objetivo de mantener la reactivación económica.

En cuanto a CLH, nuestras perspectivas de futuro se basan en el Plan

Estratégico 2012-2016, que hemos ampliado recientemente hasta 2018 para ajustarlo al nuevo escenario de crecimiento económico y a las nuevas circunstancias de la compañía.

Este Plan incluye inversiones de cerca de 500 millones de euros, de los que cerca de 300 millones se destinarán a actuaciones de mejora en España, para seguir aumentando la eficiencia y calidad de nuestras actividades. El resto de las inversiones las destinaremos a la consolidación de los proyectos internacionales que estamos desarrollando en Omán y Reino Unido, y nuevos proyectos que podamos desarrollar en el futuro en otros países.



Antonio Llardén,
presidente de Enagás

Uno de los principales retos que tenemos que afrontar en este 2016 es el de reindustrializar España. Apostar por una industria moderna y renovada, basada en la innovación, la eficiencia y la proyección internacional, es imprescindible para consolidar la senda de recuperación iniciada en el último año. En este escenario, la energía puede jugar un papel fundamental, pues es clave para mejorar la competitividad de la industria. En España contamos con un sector energético fuerte que, en los próximos años, debe seguir ejerciendo de cabeza tractora de la recuperación económica, fomentando la creación de un empleo estable y de calidad.

En Enagás queremos contribuir a este objetivo. En 2016 seguiremos trabajando para incrementar la seguridad de suministro energético de España y Europa, así como de los países latinoamericanos donde estamos presentes. Además, mantendremos nuestra apuesta por la innovación y la eficiencia energética, dos valores que consideramos clave para crecer y hacer nuestra industria más competitiva y sostenible.



Fernando Bergasa,
presidente de Redexis Gas

En Redexis Gas tenemos plena confianza en la futura recuperación de la economía española. Es evidente que todos los indicadores recientes, tanto nacionales como sectoriales, apuntan ya a una trayectoria ascendente cuya consolidación es cada vez más probable.

En línea con esa incipiente recuperación, la demanda nacional de gas natural en 2015 creció un 4,5% respecto a 2014, el mayor incremento desde 2008. Se trata de un dato esperanzador, ya que el gas natural es una

fuerza decisiva para el crecimiento de la economía española.

Llevar la penetración del gas natural en hogares y empresas del 29% actual a la media europea de 50% podría generar 150.000 empleos directos e indirectos en el sector gasista. Además, en el ámbito empresarial, la aplicación del gas natural genera ahorros de entre el 30% y el 50%, con las consiguientes ganancias en productividad y competitividad, contribuyendo así a la generación de empleo adicional en el conjunto de la sociedad.

Redexis Gas está firmemente comprometida con el desarrollo del sector gasista. Sólo en 2015, comprometió inversiones por más de 450 millones de euros, destinadas en su totalidad a nuevas redes y clientes de gas natural.

En 2016 Redexis Gas opera 8.700 kilómetros de redes de gas repartidas a lo largo de 10 comunidades autónomas con las que facilita el acceso a esta fuente de energía a 6,5 millones de personas, industrias y comercios en 553 municipios.

En Redexis Gas tenemos confianza en el futuro y seguiremos manteniendo el ritmo de inversión y creación de empleo con la certeza de que así contribuimos a la plena recuperación de nuestra economía.



María Luisa Huidobro,
consejera
delegada de Villar Mir
Energía

El año 2015 ha sido seguramente un año de transición para el sector energético en España en el que varias disposiciones de desarrollo de la ley 24/2013 del sector eléctrico han sido aprobadas y la reforma del sector energético, no exenta de polémica, ha conseguido sus objetivos de eliminación del déficit tarifario.

La demanda de energía eléctrica, que venía registrando tasas de crecimiento negativas desde 2011, se ha incrementado en un 1,8% gracias al buen comportamiento de la demanda de las actividades industriales.

A su vez, la demanda de gas natural ha crecido un 4,4% en 2015. Cabe destacar el crecimiento del 18,2% del consumo de gas para ciclos combinados, que se ha visto animado por el comportamiento a la baja de los precios en los mercados de gas desde junio de 2015 que continúa en 2016 y está favoreciendo a los consumidores a la industria y a los productores de electricidad.

En el ámbito comunitario, la Comisión Europea se ha propuesto establecer avances importantes en cuanto a la seguridad de suministro y el acceso a los mercados de gas y el establecimiento de un nuevo marco para las energías renovables, incluyendo la plena integración de éstas en los mercados.

Dotar de liquidez al recientemente creado mercado del gas, el desarrollo de un acceso a las redes más eficiente, que evite la exclusión en las actividades de transmisión de energía en línea con las directivas comunitarias, o un mejor funcionamiento del mercado mino-

rista basado en el acceso a servicios de medida competitivos y a la gestión de la demanda, forman parte de las reformas que deben seguir desarrollándose.



Juan Vila, presidente de
GasINDUSTRIAL

De las políticas que implemente el nuevo gobierno dependerá que el crecimiento sume o reste unas décimas. Si acierta e impulsa la actividad económica y la riqueza a distribuir, el efecto positivo llegará a los ciudadanos y si no es así, muchos seguirán sin notar la reactivación en sus vidas. Cataluña añade un punto de incertidumbre aunque en los últimos dos años esta inestabilidad no ha restado crecimiento a esa economía; los inversores confían en algún tipo de acuerdo.

De todos modos, el crecimiento económico llegará. Desde GasINDUSTRIAL, como industriales consumidores de gas, la bajada del coste de la energía se va haciendo realidad para la industria y ello aumentará nuestra competitividad con respecto a países que disfrutaban de una energía barata como Golfo Pérsico, Rusia o EE UU. Esta variable ayudará a la creación de industrias intensivas en energía y aumentará sus beneficios, lo que revertirá en más inversiones y más puestos de trabajo. Además, si Brasil, Rusia, India o China se ralentizan, demostrará a los inversores que el dinero está más seguro en los países con crecimiento relativamente bajo como los europeos y ello producirá un movimiento de capitales beneficioso para la vieja Europa y, por tanto, para España. En conclusión, soy optimista ante 2016.

**INFORMÁTICA
Y ELECTRONICA DE
CONSUMO**

Pilar López, presidenta de Microsoft
Ibérica

Las previsiones económicas son halagüeñas de cara a 2016, que será un año marcado por la necesaria transformación digital de las organizaciones de todo de los sectores de actividad en nuestro país, que les permitirá ganar productividad y poder competir con mayores garantías en un mercado global. La economía digital va a traer consigo

enormes oportunidades de negocio y empleo. La Unión Europea espera que para el año 2020 se creen cerca de 500.000 puestos de trabajo alrededor de la digitalización.

La transformación digital debe verse como una gran oportunidad que debe llevarse a cabo en un entorno de colaboración y comunicación, abierto a la innovación. En España ya son muchas las empresas que lo ven así y lo han incluido como eje fundamental de su estrategia de negocio. Así, por ejemplo, el sector financiero español destaca a nivel mundial por su apuesta por procesos de digitalización e implantación de tecnologías innovadoras. También estamos observando numerosos proyectos estratégicos de transformación digital en otras muchas grandes empresas y organizaciones públicas españolas, así como en las pymes.

Las compañías del sector tecnológico jugamos un papel fundamental en este proceso, acompañando a las organizaciones en su evolución hacia la transformación digital alrededor de tres ejes: reinventar la relación con el cliente; potenciar el talento mediante la creación de entornos colaborativos; y optimizar las operaciones y los procesos internos.



Juan Sanabria,
presidente de Philips
Ibérica

Tenemos sin duda la oportunidad de consolidar la recuperación económica y dependerá en gran medida de la estabilidad y decisiones políticas que se tomen en los próximos meses. En el área de la innovación tecnológica para la salud, donde nosotros trabajamos, no solo hay oportunidad de crecimiento económico y generación de empleo, sino también la necesidad real de que así sea. La población se hace mayor, la medicina ofrece cada vez más posibilidades y se incrementa el número de personas que viven con enfermedades crónicas. Los sistemas de salud no están suficientemente preparados y requieren de una profunda transformación. En Philips estamos convencidos de que la innovación en tecnología para la salud puede dar solución a muchos de los retos a los que el sistema se enfrenta y constituye en sí misma una fuente de eficiencias, de progreso social y económico, y de generación de empleo cualificado.

Por ello creo que en este momento es más importante que nunca, desarrollar y promover políticas de innovación en un área de tanto potencial como éste, así como políticas que incentiven la inversión tanto pública como privada en tecnologías en todo el ciclo de la salud. Y no sólo en áreas tradicionales como el diagnóstico y tratamiento sino específicamente en aquellas que permitan crear programas de salud poblacional, empoderamiento del ciudadano y del paciente en el hogar y de apoyo a los cuidadores. Las tecnologías existen, pero es preciso el impulso político para crear la transformación sociosanitaria que permita avanzar en este terreno.



José María de la Torre,
presidente y consejero
delegado de Hewlett
Packard Enterprise para
España y Portugal

Desde Hewlett Packard Enterprise, planteamos el año 2016 como el año de la consolidación de nuestra oferta de servicios y productos orientados a acompañar a nuestros clientes en su agenda de transformación digital, apoyándolos a la vez en la optimización de su IT tradicional.

Somos una empresa rápida, ágil y con gran capacidad de respuesta. Ya desde su lanzamiento meses atrás, Hewlett Packard Enterprise se ha posicionado en una línea de crecimiento continuo, operando en un mercado que llegará este año a un tamaño de un billón de dólares y que se incrementa a ritmos positivos en todo el mundo.

La tecnología es un factor clave de cambio de las organizaciones, transformando negocios e industrias enteras a un ritmo sin precedentes. Las compañías españolas se están tomando muy en serio la transformación digital, invirtiendo en nuevos procesos y tecnologías que mantengan su liderazgo y que les permitan competir en un mundo marcado por los requisitos de la sociedad digital.

Es en este entorno donde queremos ocupar una posición de liderazgo en servicios de transformación, operación, consultoría y soporte, software, servidores, redes y almacenamiento. Nuestra capacidad de innovación podrá ayudar a nuestros clientes a alcanzar rápidamente sus objetivos de alineamiento con el mercado, y les aportará un retorno rápido de su inversión.

Dentro de nuestra misión, está ayudar a las empresas a construir sus infraestructuras Cloud, crear entornos de movilidad de alta eficiencia, focalizadas en la gestión eficaz de los datos de sus clientes, todo ello bajo el prisma de la seguridad.

La pieza fundamental de Hewlett Packard Enterprise es, y siempre ha sido, la innovación. Invertimos más que nunca para asegurarnos de estar creando los mejores servicios y lanzando las tecnologías más novedosas, que harán que el sector TIC se convierta en una pieza estratégica en el desarrollo de los negocios de la era de la economía de las ideas.



Ángeles Delgado,
directora general de
Fujitsu

Realmente en Fujitsu somos muy positivos porque creemos que estamos en el buen camino. Es claro que empezamos a salir de la crisis, pero también es cierto que mientras estábamos en ella, el mundo se transformaba. Las organizaciones se mueven a una velocidad acelerada, lo que supone que continuamente accedamos a nuevos negocios, nuevos mercados, nuevos servicios y a nuevas formas de relacionarnos con los clientes. España, para afrontar esto, debe prestar mucha atención a la innovación, a las personas, a transmitir a los directivos y responsables públicos el papel fundamental que tienen las TIC y ofrecer a los mercados una sensación de seguridad para actuar en todos los órdenes.

En cuanto a Fujitsu, estamos convencidos de que el 2016 va a ser un gran año para nuestra compañía, ya que todas las tecnologías disruptivas, como son el Big Data, Internet de las Cosas, tecnologías híbridas, seguridad, impresión 3D, inteligencia artificial, movilidad empresarial e infraestructuras centradas en los negocios, serán la base de la transformación digital de las empresas y Fujitsu esta ya acompañándoles en ese camino. Hasta ahora, las TIC estaban fundamentalmente en el soporte de los procesos y han servido, durante los años de la crisis, para ayudar a las empresas tanto en el ahorro de costes como para conseguir eficiencia. Pero no es suficiente, son herramientas de competitividad, palancas de crecimiento, de internacionalización y fuente de nuevas formas de relacionarse con los clientes y en los negocios.

Las épocas más difíciles han pasado y hemos salido reforzados. Ahora nos toca trabajar, innovar y desarrollar las enormes capacidades que tenemos como país, para asegurarnos un puesto entre las grandes economías del mundo.



Javier López,
director general de
Seres en España

El contacto directo y permanente con el tejido empresarial y legislativo en España nos permite detectar un deseo acumulado y creciente de relanzar la economía en nuestro país.

Percibimos ganas de hacer negocios, de entrar en un nuevo ciclo económico; todos quieren estar preparados para ser capaces de gestio-

nar grandes incrementos de actividad. Pero entraremos en un periodo donde será necesario hacer cosas distintas, utilizar procesos diferentes. Detectamos un sentir generalizado de que las empresas necesitan adaptarse a esta agilidad de negocios: en las decisiones, en las compras, en las ventas, en las transacciones...

Estamos en un mundo que se mueve a gran velocidad. Entramos en un ciclo económico que se basa en la rapidez de las respuestas.

Las personas necesitamos comunicaciones *on line*. Las empresas también, los negocios girarán en torno a conversaciones documentales con interacción permanente.

Así lo concibió también la Administración Pública, motivo por el que decidió convertir todas sus transacciones de facturas al mundo electrónico, al mundo internet, al mundo de la transparencia, en definitiva al mundo de los negocios de este nuevo ciclo económico.

Tener conexión electrónica con los grandes Hub's de intercambios de negocios, para al menos poder enviar y recibir facturas electrónicas con empresas de la era digital, es hoy ya tan imprescindible como tener Teléfono, Fax o internet, en periodos recientes anteriores.

La factura electrónica se convierte así, en motor y canal de la comunicación electrónica empresarial.



Eduardo Unzu,
director general del
Grupo Azkoyen

Durante el año 2015 la economía española ha seguido creciendo, no con la misma intensidad que en los años anteriores a la crisis, pero sí que se observa una paulatina mejoría. El comportamiento de la economía y la evolución del empleo en España en 2016 dependerá en gran medida de la marcha de los precios del crudo, del gigante chino y de la estabilidad o inestabilidad política que se pueda derivar del actual proceso de investidura de presidente de gobierno o de una eventual nueva convocatoria de elecciones generales.

Sin duda alguna habrá que estar atentos a los posibles acuerdos en materia económica que se vayan alcanzando en el Parlamento en los inicios de la legislatura y en los resultados de las inevitables negociaciones con Bruselas en materia de déficit presupuestario. Es importante impulsar medidas tendentes a incentivar la actividad empresarial que, sin duda, ayudarán a fomentar la inversión y a acelerar la necesaria creación de empleo.

En Azkoyen vemos el futuro de los próximos años con moderado optimismo: Esperamos crecimientos moderados en los 3 mercados en los que operamos: máquinas vending, medios de pago y seguridad, siendo más notorios en este último. En Europa, la seguridad se ha convertido en un "trend topic", en una creciente necesidad para las empresas e instituciones públicas.

En clave interna, continuaremos apostando firmemente en 2016 por la eficiencia, la innovación y la expansión internacional, especialmente en el continente americano. La experiencia de los últimos años nos

demuestra que éste es el camino para alcanzar un crecimiento continuo, sostenible y rentable. Merece la pena destacar que más del 80% de la cifra de negocio del Grupo se genera fuera de España, lo que refleja nuestra marcada vocación internacional.



Leopoldo Boado,
country manager de
Oracle España

A pesar de las incertidumbres políticas y de la economía global, 2016 será un buen año para la economía española y para el sector tecnológico en particular. Hay algunos indicios claros que apoyan esta idea. Las empresas están abrazando el proceso de "transformación digital". El enorme impacto que están teniendo las tecnologías móviles, las redes sociales, el Internet de las Cosas y el desarrollo de Big Data, obliga a las empresas a innovar y a buscar nuevos modelos de negocio. Lo que tienen en común estos nuevos modelos es que todos se apoyan en la tecnología.

Como la capacidad financiera de las organizaciones es limitada, las empresas tienen que encontrar mecanismos que permitan la inversión en innovación. Afortunadamente el sector tecnológico, con Oracle a la cabeza, está ofreciendo una respuesta adecuada en un doble sentido. Por una parte, estamos ofreciendo soluciones integradas de hardware y software que mejoran el rendimiento de los centros de proceso de datos al tiempo que reducen los costes asociados al mantenimiento y la gestión. Con ello se liberan recursos para proyectos de innovación. Por otra parte, estamos ofreciendo soluciones empresariales en modalidad cloud, en la nube, lo que –gracias al modelo de pago por uso– acelera el proceso de adopción de tecnología en las empresas eliminando la barrera de entrada de una fuerte inversión inicial.

Con estas herramientas, estamos ayudando a las organizaciones a ganar en productividad y competitividad, lo que sin duda va a reflejarse en una mejora de la actividad económica en España.



Óscar Sánchez, director
general de Kyocera
Document Solutions
España

Desde el sector de la impresión y la gestión documental encaramos 2016 con mucho optimismo y con la sensación de que este será un



buen año para nuestra industria. Tanto es así que, ya en 2015, hemos visto cómo muchas empresas, de muy diferente índole y de todo tipo de tamaño, han reactivado de forma masiva sus inversiones en esta parcela con el fin de seguir ahondando en el aumento de la eficiencia de sus flujos de trabajo y la reducción de sus costes operativos.

En ese sentido, y según los estudios que manejamos en KYOCERA, los profesionales invierten del 5% al 15% de su tiempo leyendo información pero hasta el 50% de su jornada laboral en buscar los documentos que necesitan. Esta disonancia supone también un importante lastre para las cuentas de las empresas, que invierten de media unos 17 euros en archivar un documento y 100 euros para recuperarlo, contando tanto el tiempo del trabajador como los recursos necesarios. Para resolver esta compleja problemática, las organizaciones están implementando herramientas de gestión documental como las que nosotros promovemos que permiten aumentar la productividad de los empleados en hasta un 71,9%, ahorrar un 27,39% de tiempo y hasta 32 euros por cada diez documentos gestionados de manera inteligente.

Además de la gestión documental, 2016 vivirá la consolidación de las herramientas de gestión de contenidos empresariales (ECM, por sus siglas en inglés), que permiten a las compañías y organizaciones mejorar sus flujos de trabajo, suponiendo la máxima expresión de las TIC como aliadas del negocio.

Por último, el nuevo año que ahora abrimos será una oportunidad como ninguna otra para seguir afianzando los procesos de mejora en los parques de dispositivos de impresión, modernizando los actuales equipos y apostando por multifuncionales ecológicos y que ofrezcan la máxima eficiencia, el menor coste y el mayor tiempo de disponibilidad posible.



Ramon Martín, director general y COO de Ricoh España

El escenario central con el que planificamos 2016 es de crecimiento. En Ricoh España prestamos servicios en el ámbito de las Tecnologías de la Información y la economía digital a más de 30.000 clientes, públicos y privados, de todos los tamaños. En 2015 observamos claramente una recuperación de las inversiones de la pyme en tecnología, que ya se había producido en 2014 en las grandes empresas.

Nuestra perspectiva para 2016 es de aumento de la inversión tecnológica para abordar proyectos de transformación digital que se maduraron en 2015: desde la transformación del puesto de trabajo hacia una experiencia más digital del empleado a la renovación de las plataformas de interacción con los clientes, sean éstas de comercio electrónico, de marketing digital o de experiencia digital en el punto de venta.

Los sectores privados de la economía destinarán, en 2016, más recursos a tecnología, recuperando el gap de los años de crisis, mien-

tras que el Sector Público seguirá en la moderada senda de recuperación presupuestaria a la que favorecen los aumentos de recaudación impositiva en 2015, por lo que no pensamos que vaya a estar crecimiento a la economía. En concreto, nuestros clientes de Administración Pública siguen en la misma línea de los últimos años: poca disponibilidad para inversiones que destinan, prioritariamente, a proyectos de eficiencia.

En todo caso, Ricoh España proyecta para 2016 la incorporación de alrededor de 100 profesionales a nuestro equipo, de forma que superaremos, por primera vez, las 2.000 personas en plantilla.



Carlos Sousa, director general de OKI Europe Ltd., sucursal en España

2016 se prevé como el año de la consolidación de la economía española, tras un positivo 2015, donde las inversiones de las empresas en servicios informáticos y, en especial, en equipos de impresión, han aumentado. Por lo que creemos que la impresión y las soluciones inteligentes de documentación volverán a ser el motor tecnológico de las organizaciones, ya que en la correcta gestión de documentos radica la clave en la toma de decisiones de los directivos.

Ante este nuevo panorama económico y ante la creciente demanda por parte de las empresas de servicios integrados de impresión que les proporcionen las prestaciones actuales de gestión y ahorro en productividad y tiempo, surgen a su vez nuevos retos digitales derivados de la movilidad y el imparable ascenso del uso de dispositivos personales en el entorno de trabajo. Por eso, nuestros equipos y soluciones de impresión están en línea con las últimas innovaciones tecnológicas. Y es que las compañías pueden encontrar en los equipos multifunción inteligentes de OKI, cuya combinación única de software, tecnologías y herramientas permite mejorar el flujo de trabajo de documentos e impresión, el compañero perfecto para una correcta gestión y, en especial, una mayor protección en seguridad de sus datos, tanto en la oficina, como en entornos móviles o en la nube.



Matías Zublena, director de Operaciones de ESET España

Una de las buenas noticias con las

que acabó 2015 es que los síntomas de recuperación ya eran intensos, con lo que podemos esperar que 2016 sea un año de confianza y de consolidación del crecimiento. Pero los buenos datos no deben llevarnos a un exceso de optimismo o, al menos, no deben relajarnos, en lo que se refiere a la protección de nuestros activos.

Las organizaciones de todos los tamaños deben emprender inversiones para afianzar el crecimiento sin perder de vista factores externos que pueden minar su reputación y su negocio. Especial atención requieren las amenazas provenientes de las acciones de los ciberdelincuentes.

Hay que tener en cuenta el uso del móvil como elemento imprescindible para aumentar la productividad empresarial, y su uso debe ir aparejado siempre a políticas de seguridad completas que conviertan cualquier ataque, ya sea de malware, phishing o ransomware, en un fracaso.

De la misma manera, la proliferación de nuevos medios de pago, como el contactless, hace imprescindible que las compañías de comercio electrónico incorporen funcionalidades que protejan a los usuarios en cualquier transacción financiera online de forma que puedan hacer pagos y compras con confianza.



María José Talavera, directora general de VMware Iberia

Sin duda las expectativas para 2016 son buenas en España, incluso después de crecer a nivel de dos dígitos durante los últimos ejercicios somos muy conscientes de que esta revolución digital exige de una transformación en la que nosotros contribuimos significativamente. La era digital de hoy en día está transformando el modo en que se explotan las empresas y afectan a la manera en que se formulan la estrategia, la gestión y las decisiones. Una transformación digital de éxito en el mundo empresarial de hoy en día depende de la cultura, la gente y las capacidades. Las empresas hacen bien en invertir en el talento digital, para intentar aprovechar las principales competencias y habilidades que pueden ayudar a las organizaciones a evolucionar para innovar más rápidamente y acaparar toda la atención de los clientes, puesto que ambos afectan a los resultados de la empresa.

Por su parte, los CIOs y sus organizaciones ahora necesitan más que nunca nuevas maneras de innovar para lidiar con esta disrupción digital y reformular sus estrategias de transformación digital. Deben poner en el centro de sus estrategias a los clientes, pero también deben asegurarse de que la infraestructura de TI de su organización está preparada para el negocio digital, y tecnologías como el cloud computing tienen la agilidad y flexibilidad ideal para soportar la experiencia digital.

INNOVACIÓN Y TIC



Jean Clovis Pichon, CEO de Alcatel-Lucent Enterprise en España

La consolidación del crecimiento y las perspectivas del mercado de las tecnologías de la información y la comunicación para las empresas españolas, para el sector TIC y para nuestras soluciones Alcatel-Lucent Enterprise.

Que las exigencias de los usuarios, la capacidad de la tecnología y los nuevos modelos de negocio modelan las comunicaciones de empresa son, más que tendencias, hechos consolidados.

Para 2017, los servicios de comunicaciones en nube para empresas en pago según uso alcanzará un 60% del total, y para entonces, casi dos de cada tres compañías implantarán entornos de comunicación híbridos basados en infraestructura local complementados por servicios en nube.

En las redes de empresa, que continúan creciendo por tendencias como la movilidad, el salto a la nube y el big data, hay una evolución hacia la "infraestructura de red bajo demanda", pues se espera que, al final del año que viene, la mitad de los dispositivos de acceso de comunicaciones a las empresas sea del tipo bajo demanda. Por tanto, si los que componemos el ecosistema TIC (fabricantes de tecnología, integradores y empresas usuarias) somos capaces de afrontar estos desafíos, y ofrecer las soluciones necesitadas por las compañías de cualquier tamaño, es seguro que el crecimiento del sector TIC se consolidará a corto y medio plazo.

Porque se trata de una clara evolución a modelos de negocio nuevos, más flexibles, pensados para empresas y emprendedores y que ofrecerán una experiencia personal conectada a los empleados, con formas de uso cada vez más sencillas, y unos resultados tangibles a las empresas. Y eso ayuda al crecimiento



Ernest Quingles, CEO de Epson Francia, España y Portugal

España, dentro del ámbito de la UE, será el país cuya economía crecerá más en 2016. Así lo pronostica el Fondo Monetario Internacional (FMI),

asignando un 2,7% de crecimiento que continúa la dinámica de crecimiento iniciada en 2015. Acabamos el pasado año con la creación de más de medio millón de puestos de trabajo, un incremento del PIB del 3,2% y el repunte de la inversión en sectores clave como la industria. El presupuesto de I+D civil (destinada a proyectos públicos para centros y equipos científicos) para 2016 es de 5.793 millones de euros, lo que supone un aumento del 2,2% respecto al año anterior. Queda mucho camino por recorrer en el ámbito público y privado, pero la inversión en I+D+i debe ser una prioridad para España. El reto que tiene como país es ser capaz de convertir toda esta inversión en valor a largo plazo, en innovación.

Una de las claves para la modernización efectiva de la industria pasará por la transformación digital, para avanzar hacia el modelo de "Industria 4.0". La innovación marca el futuro y es ineludible, tanto en el desarrollo de producto y servicios como en la mejora de procesos. Esta llamada "cuarta revolución industrial" supondrá la implementación de tecnologías que permitan la interconexión de todos los sistemas y dispositivos de las compañías, el llamado Internet de las Cosas (IoT). En un entorno cada vez más competitivo, la apuesta por la innovación es definitiva. Por eso, en Epson dedicamos cerca de 1,5 millones de euros diarios a I+D+i, desarrollando soluciones energéticamente eficientes y creando tecnología disruptiva, con tres grandes objetivos: productos respetuosos con el medio ambiente, más compactos y eficientes, así como pensados para mejorar la calidad de vida de las personas. El futuro inmediato plantea grandes retos, pero también inmensas oportunidades para todas aquellas compañías que apuestan por el progreso y por la innovación.



José Antonio López, consejero delegado de Ericsson España

La actividad económica mantendrá su dinamismo y la tasa de crecimiento tendrá niveles de intensidad suficientes para que nuestro país siga transformándose a buen ritmo y mejorando su capacidad competitiva. El gran reto es afianzar un acuerdo político e institucional estable y sin incertidumbres que dinamice las condiciones en que las empresas desarrollemos nuestros negocios e inversiones.

Las TIC siguen mejorando lentamente pero de forma sólida y sostenida. Alcanzaremos en el sector un escenario positivo en los ingresos y en la monetización de servicios convergentes con gran consumo de contenidos. En 2016, España será un país más competitivo, más innovador y con mejores expectativas para invertir. Veremos más iniciativas como la del recientemente creado centro de innovación abierta 5GTONIC. Esta iniciativa hará que la 5G sea un catalizador de la transformación digital y de la generación de empleo de alta cualificación. En Ericsson

los planes de implementación de laboratorios especializados (IoT/Virtualización/ Data Analytics y TV de nueva generación), junto a la transformación continua de nuestras competencias, deberían permitirnos ampliar nuestras capacidades innovadoras generando empleo de calidad. Esta ampliación de capacidades podría ser aún mayor si acordamos planes más ambiciosos para las redes de nueva generación y para la digitalización de la Administración pública, contribuyendo a que el Mercado Único Digital europeo sea una realidad cuanto antes.



José Cerdán, CEO de Acens

Si hacemos caso de que analizando el pasado podemos determinar las tendencias del futuro, un simple vistazo a lo que venimos viviendo nos permite aventurar un 2016 en el que se consolidará el crecimiento.

Echando la vista atrás, comprobamos que las búsquedas en torno a la nube y la infraestructura cloud no han dejado de crecer desde el año 2009. De hecho, hay más de 300 millones de resultados cuando buscas información, eso sí en inglés, sobre las nubes privadas, públicas o híbridas.

Al interés y demanda por esos servicios, se suma la predisposición de las empresas a usuarios a invertir en ellos ya que diferentes estudios pronostican para este año un crecimiento de los servicios cloud de en torno al 40%. Es más, mirando a tres años vista la consultora IDC calcula que los servicios en las nubes públicas generarán más de 141.000 millones de dólares.

Y si al interés y la predisposición a invertir le sumamos la experiencia práctica de acens y la realidad de lo que están haciendo nuestros clientes nos encontramos con que la necesidad de tener presencia en internet y de emprender la transformación digital de las empresas; la facilidad para generar nuevo negocio; la posibilidad de hacer más eficientes los procesos y las gestiones; la capacidad para reducir los tiempos y la comodidad de no tener que hacer grandes inversiones de TI sino pagar por lo que realmente usas y necesitas; convertirán al 2016 en un año de consolidación económica, siempre y cuando se despejen las incertidumbres políticas.



Jacinto Cavestany, consejero delegado de BT en España

Pese a las incertidumbres políticas internas en torno a las posibilidades de formación de un nuevo gobierno en España en el corto plazo, y de otros factores exógenos tales como la caída del precio del petróleo, la posible salida de Reino Unido de la UE y las dudas sobre la fortaleza de la economía de China y de otros países emergentes, todo apunta a que 2016 seguirá siendo un año de crecimiento económico para España.

De acuerdo con las últimas previsiones del Fondo Monetario Internacional (FMI), nuestro país crecerá un 2,7% este año y según indican los analistas del FMI, el frenazo que están experimentando países emergentes como China, Brasil o Rusia no afectará a España, que se ve favorecida por una fuerte demanda interna tanto en cuanto al consumo como a la inversión.

Superado 2015, han seguido vigentes muchas incertidumbres, 2016 puede ser un año de crecimiento, incentivado por el bajo precio del petróleo, la debilidad del euro, y la liberación del crédito. Desde la perspectiva empresarial, los márgenes en Europa continúan siendo bajos y la inversión escasa pero el potencial de incremento de beneficios apunta a crecer. Tras varios años en negativo, todo indica que también el empleo se empezará a recuperar a lo largo de este ejercicio en nuestro país. Tanto los economistas como los grandes empresarios estiman que en los próximos 12 meses se generarán hasta 500.000 puestos de trabajo en España.

Para BT, 2016 será un año para la consolidación de su estrategia de comunicaciones en la nube (Cloud of Clouds), que ofrece a miles de empresas la posibilidad de adoptar la computación en la nube con éxito a través de un solo punto de gestión que asegure el servicio con los más altos niveles de calidad y seguridad.

En cuanto al sector en el que nos desenvolvemos, esperamos que 2016 sea un año de crecimiento, empleo e inversión. Confiamos en que el sector TIC español crezca en torno por encima del 3% como lo hizo en 2015, cimentando una recuperación que afiance un cambio de tendencia que, según la patronal Ametic, se inició en 2014.

Llegados a este punto, en mi opinión, el crecimiento ha venido para quedarse siempre que se continúe con el programa de reformas de los últimos cuatro años, o al menos no se destruyan las que se han llevado a cabo. Pero eso es lo que precisamente está en riesgo en este momento. La llegada de movimientos populistas al poder supone, sin ningún tipo de duda, un gran riesgo para el crecimiento económico de España, y esto es un hecho incontestable por parte de cualquiera que entienda el funcionamiento de los modelos económicos actuales en los países avanzados. Además, en un sector intensivo en talento y locomotora de la innovación, como es el sector TIC, puede suponer un estancamiento y por ende una descapitalización de actividades de alto valor para España.

Por lo tanto, y como conclusión, espero que haya un gobierno que continúe con la ortodoxia en la gestión y permita consolidar el crecimiento de nuestra economía, por el bien de todos nosotros, y de los que nos van a suceder.



Eduardo Taulet, consejero delegado de Yoigo

El 2016 será un año en el que la economía española crecerá significativamente, consolidando la recuperación de los meses pasados. La mejora de los indicadores macroeconómicos y del sistema productivo, se reflejará en las economías domésticas.

Tanto para el sector como para Yoigo, este estímulo en el consumo de las familias será muy positivo y favorecerá la consolidación del resultado neto positivo que la Compañía ha obtenido en 2015, por primera vez desde su lanzamiento en 2006.

Para el 2016, nuestros objetivos de crecimiento contemplan una ampliación de nuestra red 4G, que dará cobertura a un 80% de la población española permitiendo ofrecer a nuestros clientes datos de mayor velocidad. Asimismo, un entorno de crecimiento económico permitirá frenar la bajada de precios que hemos vivido en los últimos años, y que ha reducido los ingresos del sector sustancialmente.



Aquilino Antuña, director general de Quantis

La consolidación será una realidad, pero llegaremos a ella a un ritmo cambiante y a veces compulsivo, lo

que nos obligará a ser flexibles y tener capacidad de respuesta en tiempo real. En el caso de Quantis, jugamos con dos ventajas: la emergencia del satélite, derivada de los avances técnicos y unos precios cada vez más competitivos y nuestra presencia en diferentes mercados, que nos permite balancear la actividades de acuerdo con los flujos de demanda. Además, estamos abriendo nuevos mercados, como el aeronáutico y el marítimo, donde el satélite es el gran protagonista. En el mercado local, incluida Europa, las perspectivas son buenas. El satélite está llamado a cubrir la brecha digital de millones de personas que siguen sin tener acceso a Internet y que en España superan el medio millón de familias. En paralelo, el *broadcast* recibirá un nuevo impulso gracias a la mejora de precios y de capacidades de las transmisiones de TV vía satélite y crece la demanda industrial de los servicios satelitales vinculados a la seguridad, el respaldo de datos, el control remoto y el Internet de las cosas.



Javier Latasa, presidente del Grupo VASS

España ha demostrado ser un país serio y que en materia económica es capaz de sacar las cosas adelante. Hemos pasado en poco tiempo de estar al borde del precipicio a liderar el crecimiento en Europa, y eso no es una casualidad, sino fruto de un enorme esfuerzo de toda la sociedad y especialmente de trabajadores y empresarios.

Desde VASS vemos el futuro inmediato lleno de optimismo. El sector tecnológico está en plena efervescencia debido a que todos los sectores a los que damos servicio, Banca, Seguros, Telecomunicaciones, Industria, Administración...etc. están inmersos en la llamada transformación digital, y VASS es una empresa creada específicamente con el objeto de ayudar a sus clientes a evolucionar sus plataformas y negocios digitales. Por eso estamos creciendo por encima del 20% anual y con unas perspectivas muy altas para estos años venideros.

Arrancamos el 2016 con un plan de crecimiento y transformación muy agresivo que nos tiene que llevar en los próximos 5 años a duplicar nuestro tamaño. Queremos ser una empresa de 200 millones en el año 2020 y para ello hemos lanzado un ambicioso plan de crecimiento que se basa en la innovación, el crecimiento internacional,

la mejora de la eficiencia y un modelo de operación global. Nuestras expectativas de crecimiento están por encima del 10% en el mercado español y por encima del 30% a nivel Internacional en los próximos años, lo que nos da un global por encima del 20%. Por otro lado, también afrontamos riesgos que vienen de la incertidumbre económica de algunos países en Latinoamérica, con una clara ralentización. A Algunos de ellos se les añade la ya clásica ruleta rusa de riesgo moneda, lo que hace que esté siendo muy complicado para la mayoría de las empresas españolas el retorno de las inversiones.



Jesús Sánchez Bargas, presidente de Thales España

El 2016 debe ser un año crucial para asentar el crecimiento de España y seguir creando valor, aunque hayamos comenzado con unos datos manifiestamente mejores sobre todo en lo relativo a los mercados bursátiles y también en lo concerniente a materias primas esenciales.

Lo que para muchos es una clara vulnerabilidad de la economía, en gran parte del mundo, con China y los BRIC a la cabeza, para otros puede ser un "viento de cola", pues ya se sabe que la economía es como la energía que ni se crea ni se destruye, solo se transforma.

Y la transformación hacia lo positivo se puede dar con elementos clave como una mayor productividad, talento de profesionales bien formados y el apoyo decidido a la inversión en I+D+i. Esto permitirá, con una alta probabilidad, que el crecimiento no se vea frenado.

Por ello debemos cambiar el modelo productivo para aumentar nuestro nivel industrial. Las empresas como Thales España, que están orientadas al desarrollo tecnológico avanzado, necesitan encontrar razones para seguir invirtiendo y atraer producción dirigida al consumo interno y hacia los mercados de exportación.

Invertir en infraestructuras de ferrocarril como la "Alta Velocidad", Cercanías, la conexión de la red ferroviaria con los puertos, y la mejora de la seguridad en general, nos permitirá seguir avanzando en el crecimiento interno, pero sobre todo en exportar este modelo a otros países para replicar un arquetipo de éxito en donde somos considerados no solo punteros si no, como es el caso de la compañía que dirijo, "centro de excelencia".

De igual manera debemos apoyarnos en el "sector Espacial", como catalizador de la nueva economía, ampliando la inversión en I+D como estrategia que consiga potenciar el crecimiento. Este sector permite el surgimiento de nuevas líneas de negocio como la fabricación de componentes para vehículos espaciales, centros de control, navegación y observatorios espaciales o defensa y seguridad, entre otras, que permiten abordar con solvencia nuevos mercados.





Ángel Echevarría,
director general del
Grupo Entelgy

Si 2015 ha sido el año en que el Big Data, la analítica de datos o la transformación digital se han consolidado como fenómenos tecnológicos de máxima relevancia, el próximo año será el que sirva para poner definitivamente en el mapa la importancia de la ciberseguridad o el Internet de las Cosas, entre otras tendencias TIC que indicarán el camino de la recuperación económica a escala global.

Al menos así lo creemos desde nuestra compañía, en la cual concedemos especial importancia a la Ciberseguridad, ya que ha sido reconocida por el entorno financiero, los organismos públicos y muy especialmente todas las infraestructuras críticas, como una cuestión primordial que les obliga a protegerse de los hackers y minimizar daños en caso de resultar atacados.

De igual forma, el Internet de las Cosas adquirirá vital importancia alcanzando más de 6.400 millones de dispositivos conectados en todo el mundo en 2016, según estima la firma de análisis Gartner. A su vez, la Gestión Documental y digitalización de procesos permitirán aumentar la productividad de los empleados hasta un 71,9%, ahorrar un 27,39% de tiempo y hasta 32 euros por cada diez documentos gestionados de manera inteligente.

Todo ello, sin olvidar el cada vez más consolidado mercado del 'Cloud Computing' que, tal y como asevera un estudio de Gartner, ascenderá a más de 210.000 millones de dólares en cuanto a la inversión total en infraestructura y servicios en la nube se refiere.

Por último, desde nuestra visión, en la mayoría de los ámbitos que hemos citado, como Ciberseguridad, IoT y en otras áreas como la Inteligencia Colectiva, será imprescindible aplicar técnicas de Big Data y las mejores prácticas y herramientas de Business Intelligence que permitan generar información eficiente de la formidable cantidad de datos que gestionamos.



David Fernández,
director general de
Nubico

Este año va a estar marcado por la progresión en el crecimiento de la economía digital y seguirá alcanzando a cada vez más sectores y empresas. Los nuevos modelos de

negocio surgidos de las posibilidades que ofrece Internet, los sistemas en la nube y las capacidades multidispositivo están en una fase de consolidación y también supondrán la entrada de más proyectos digitales en el mercado, ayudados sin duda por la capacidad emprendedora que está extendiéndose en España y que seguro va a dar sus frutos en los próximos años.

En el caso concreto del comercio electrónico, las expectativas son francamente positivas, por la creciente confianza del cliente final en este tipo de transacciones, la importante expansión que se está experimentando en el uso de los tablets pero sobre todo en los smartphones para realizar compras y pagos y el asentamiento de nuevos modelos de negocio diferentes de la venta tradicional, como la suscripción. Este modelo ya es una forma natural de consumir contenidos digitales y es una realidad clave para sectores como el de la música, el cine y la televisión y también para el ebook. La suscripción va a encontrar grandes oportunidades de crecimiento en 2016; los consumidores están preparados para ello y la oferta que se puede encontrar en el mercado es cada vez mejor y más competitiva. En cuanto al libro digital, se prevé una evolución positiva, seguirá creciendo paulatinamente en el mercado español, manteniendo a su vez la convivencia con el formato impreso como hasta ahora.



María José Miranda,
directora general de
NetApp Iberia

2016 esperamos sea el año de la consolidación del crecimiento económico si otras circunstancias de índole política y macroeconómico no introducen más incertidumbre. En 2015 las empresas volvieron a invertir en tecnología y confiamos que haya una continuidad en esta tendencia, porque las organizaciones necesitan tecnología para poder competir en este mundo digitalizado e interconectado que estamos viviendo. También los organismos públicos necesitan dotar de más agilidad a todos los procesos que están relacionados con los ciudadanos, adicionalmente a los internos.

En el mundo actual, la explosión de datos es continua y no solamente hay que guardarlos y gestionarlos de forma adecuada y segura, sino que hay que saber manejarlos para obtener información relevante para el negocio. La movilidad, las redes sociales, el Big Data,... se apoyan en infraestructuras cada vez más avanzadas que, con un consumo cada vez menor en recursos, facilitan la rapidez y seguridad que se necesita.

Nosotros innovamos y nos apoyamos en estas tecnologías para ofrecer mejores soluciones a nuestros clientes. En lo que al almacenamiento de datos se refiere, el cloud híbrido y los discos rápidos basados en tecnología flash, son los grandes disruptores del mercado que nos ayudan a hacer las cosas de forma diferente y nos permiten dar más flexibilidad y velocidad a menor precio. Basado en las nece-

sidades del mercado, en las posibilidades que ofrece la tecnología actual y en nuestro amplio ecosistema de alianzas y partners que completan la solución, nosotros esperamos seguir creciendo también en 2016.



Vicente Cortés,
cofundador y presidente
de Inerco

2016 es un año de marcada incertidumbre por la volatilidad manifiesta de los mercados y el descenso de los precios del petróleo y de las materias primas, lo que afecta a los mercados globales y, más concretamente, a países clave para Inerco.

Nuestros suministros de ingeniería, tecnologías energéticas y medioambientales y consultoría en sostenibilidad y seguridad industrial van destinados a sectores afectados por esta situación, lo que hace que los márgenes de inversión se ajusten más para proyectos en materia de infraestructuras, energías renovables o producción de materias primas -como la minería-, entre otros.

No obstante, Inerco diseñó su estrategia a medio plazo con una clara diversificación tanto geográfica como de actividades en los sectores económicos clave para la economía mundial (oil&gas, energía o recursos naturales), lo que nos permite afrontar las circunstancias adversas que se viven en determinados mercados -véase Latinoamérica- con buena capacidad de respuesta, a lo que hay que añadir las buenas perspectivas que arroja la situación del último año en España.

Hago votos para que la incierta situación política en nuestro país se resuelva de manera pronta y nos dote de un marco adecuado para que la incipiente mejora del consumo y de los niveles de contratación a nivel nacional se vean consolidados, lo que se traducirá, sin duda, en una mejora de la situación socioeconómica de nuestro país.



Santiago Luengo,
director general de
Secuvita

España afronta 2016 con buen ánimo dadas las cifras de 2015. El mayor crecimiento del PIB o la dinámica positiva en cuanto a empleo, son datos que indican que las reformas han flexibilizado nuestra economía. Además, los bajos precios del petróleo han ayudado al equilibrio de la balanza comercial. Hasta ahora, las perspectivas parecen positivas,

incluso el FMI predice que crecemos más que la media de la Eurozona.

Sin embargo, hay nubarrones en el horizonte. Tormentas en los mercados bursátiles, desaceleración de China y de otros países emergentes, consecuencias de los bajos precios de las materias primas, incertidumbres geopolíticas en el entorno... conforman una larga lista a la que se une la incertidumbre política que vivimos en este momento. Confiemos que todo vaya resolviéndose. Y en cuanto al sector biotecnológico, su dependencia de los avances científicos le suma volatilidad pero también ofrece un elevado potencial de crecimiento. Estamos en un sector que ya ofrece síntomas de madurez en España y con un creciente volumen de inversiones. Por eso, desde Secuvita, como empresa que está firmemente implantada y líder del sector de las células madre, confiamos en que la actividad muestre un modesto pero razonable crecimiento. Durante la crisis hemos tomado las medidas necesarias para reducir al mínimo nuestra exposición al riesgo y, tras una serie de cambios estructurales, nos hemos ubicado en la senda de los resultados positivos. Para Secuvita, 2016 presenta buenas expectativas.



Carlos de Pedro,
socio director y cofundador
de Stratesys

En Stratesys somos optimistas. En primer lugar, desde nuestra propia perspectiva (consultora IT líder especializada en soluciones SAP), tanto por la evolución del sector TIC, como por nuestra propia evolución en el mismo. La tecnología en las empresas es clave para ser competitivos, en muchos casos es motor de eficiencias y catalizador de la apertura a nuevos mercados. En épocas de crisis esos dos ejes refuerzan su importancia, lo que ha reducido el impacto de la crisis respecto a otros sectores. Por otro lado, se ha producido una cierta concentración por el lado de la oferta. Y como último factor estarían los temas de vanguardia tecnológica, y también hoy de negocio, como son las soluciones Cloud, el Big Data, el Internet of Things y el continuo crecimiento del ecommerce o el mundo digital.

En nuestro caso, nuestra amplia presencia internacional nos permite sacar partido del conocimiento de mercados más desarrollados. Afortunadamente, en Stratesys durante estos años, no sólo hemos conseguido sortear las consecuencias adversas del ciclo económico que hemos vivido, sino que para nosotros ha supuesto un revulsivo que se ha traducido en un notable crecimiento, duplicando nuestra cifra de negocio, el equipo humano y la cartera de clientes.

Ahora estamos asistiendo a un progresivo aumento de la inversión TIC, innovación y desarrollo por parte de muchas organizaciones, y éste es un síntoma claro de que la confianza en el presente y futuro de la economía está progresando. Esperemos todos que el viento que parece soplar no se ponga de cara.



Enrique Serrano,
director general de Tinámica

El sector de la tecnología de business intelligence y big data está en alza desde que surgieron los primeros proyectos en el 2011. Hoy en día todas las grandes empresas tienen proyectos en curso y han tenido la oportunidad de descubrir que los multiplicadores de inversión vs impacto en cuenta resultados pueden superar el x100. Las previsiones en todo el sector de big data es de absoluto crecimiento en los próximos 10 años y supondrá además una rápida extensión al entorno pyme a través del cloud y del software as a service. Habrá una proliferación y extensión de la toma de decisiones a prácticamente todos los niveles de la organización. Esto supondrá continuar con la gran demanda de técnicos de BI, data scientist y expertos en big data que creará puestos de trabajo nuevos.

El mayor reto para nuestro sector va a ser el de respetar la LOPD y no atentar contra la intimidad del ciudadano, de tal forma que todos los agentes intervinientes vean ventajas en su uso y no inconvenientes. Otra barrera es la inversión, dado que cualquier iniciativa requiere implantación tecnológica y ello trae consigo una determinada bajada de bandera en términos económicos que va a depender del tamaño, volumen y variedad de los datos a analizar así como del grado de acierto que se pretendan conseguir con las decisiones.

Desde Tinámica estimamos un crecimiento para este año de un 30% sobre todo en los sectores financiero, energía y utilities, industria y distribución comercial, debido a la mayor liberación de presupuestos en casi todas las grandes compañías para el abordaje de iniciativas de big data. Para los próximos años el crecimiento de Tinámica va a seguir siendo de doble dígito para duplicar su tamaño en tres años.



Alejandro Arranz,
director general del
Parque Científico de
Madrid

Mi impresión es que 2016 seguirá siendo un año de transición y duda para la economía española, que experimentará un cierto crecimiento, pero alejado del característico de una consolidación. En 2016 seguirá aumentando el número de spinoffs y startups productoras de innovaciones de base científica o tecnológica y el interés de inversores privados internacionales por tales innovaciones. España es una gran cantera de talento a la bús-

queda de mercado. Sin embargo, los empresarios de la innovación continúan pasando muchas dificultades para poder implantar sus proyectos.

España ha sido tradicional y culturalmente un país tóxico para la innovación, que requiere de forma urgente una reingeniería de las políticas en este campo de sus potenciales grandes tractores -públicos y privados-, con el fin de hacer de España un verdadero ecosistema de innovación que impulse el crecimiento, el empleo y el progreso.

PUBLICIDAD Y MARKETING



Frutos Moreno, presidente y CEO de TBWA\España

La publicidad es el termómetro de lo que ocurre en la calle y, afortunadamente, vamos por el camino correcto. La inversión crecerá a lo largo del 2016 y el medio con mayor expectativas de crecimiento continuará siendo Internet.

Ahora que definitivamente dejamos atrás la crisis y el consumidor está evolucionando hacia un lenguaje digital en el que TBWA\España está apostado fuerte, valoramos el 2016 como un año de bonanza en el sector publicitario. Nos espera un año lleno de acontecimientos mediáticos que nos repercutirán positivamente a nivel internacional como la Eurocopa, los Juegos Olímpicos de Río o las elecciones presidenciales en Estados Unidos, hechos de gran relevancia que traerán consigo una fuerte inversión en medios.

En TBWA\España creemos en un 2016 en el que las buenas ideas sigan ganando terreno y nos centremos única y exclusivamente en el crecimiento. Con nuestra metodología propia, conocida como Disruption®, una forma de ver el negocio de nuestros clientes y encontrar oportunidades, estamos consiguiendo resultados realmente enriquecedores y queremos continuar trabajando en esta senda de optimismo.



Borja Puig de la Bellacasa, consejero delegado de Ogilvy Public Relations. Portavoz del Grupo Ogilvy & Mather en España

Todas las empresas e instituciones, nacionales e internacionales, se

hacen la misma pregunta. Y todas quieren encontrar razones suficientes para poder hacer un diagnóstico optimista. Está claro que el 2015 ha sido un año mejor que los anteriores. Nosotros mismos, en el Grupo Ogilvy & Mather, hemos cerrado con un crecimiento por encima del 6%, en línea con el sector.

Sin embargo, un año como el 2016, que debía ser de comienzo de legislatura y, por tanto, de consolidación del crecimiento, se ha convertido, de momento, en un año incierto, de ralentización, cuando no de parálisis, en materia de inversión y crecimiento. A este escenario se suma el entorno internacional, que tampoco es todo lo bueno que esperábamos.

Para que nuestro sector crezca y genere empleo necesitamos que crezcan las inversiones en publicidad y comunicación. Vamos de la mano de nuestros clientes. Si ellos van mal, nosotros también. Si ellos crecen, nosotros creceremos.

Por ello, es necesario encontrar estabilidad institucional y política para generar un ambiente propicio para los negocios. Después, hay que incentivar el consumo privado. El empleo, clave de una economía sana, vendrá como resultado de unas políticas que permitan que las familias pasen de tener asegurado el mínimo sustento a poder concederse algunas alegrías.



Félix Vicente, presidente de McCann Worldgroup

Nuestra estimación es que la tímida recuperación comienza a consolidarse pero, para que esto ocurra ayudarían la estabilidad política y despejar el panorama actual de incertidumbre.

Nuestro sector ha crecido en el 2015 en torno al 5% y la previsión que hay para el 2016 sigue la misma línea, en torno al 5%.

Por lo que respecta a nuestra empresa en particular, esperamos para el 2016 un crecimiento del 6%.



Miguel Ángel Rodríguez Caveda, global COO y presidente de 3AWW para Europa, India y Oriente Medio

En 2015 hemos vivido un esperado punto de inflexión en el sector de la

comunicación, publicidad y marketing. Tras 7 años de crisis económica con recortes en la inversión de los clientes, en 2015 se ha percibido un crecimiento gracias a la reanimación del consumo y sobre todo, a la internacionalización de las campañas de las empresas españolas.

Sin embargo, aún nos queda mucho camino que recorrer para poder asegurar que el sector esté en la senda del crecimiento estable. Si bien todos los informes parecen indicar que las compañías incrementarán su inversión alrededor de un 5% en publicidad y comunicación, debemos prestar especial atención a la inestabilidad política -no solo nacional sino también internacional- que puede ser uno de los principales hándicaps para recuperar el terreno perdido en los últimos años.

Dentro de este contexto las perspectivas para 3AWW son muy positivas y enfocadas al crecimiento, sobre todo para el departamento digital y de publicidad gracias a la llegada al mercado de un nuevo soporte publicitario no convencional desarrollado por nuestra compañía. Afrontamos este 2016 como el año del afianzamiento de nuestra compañía en el ámbito internacional gracias a la finalización de nuestro network mundial de agencias y con el claro propósito de potenciar nuevos mercados en el continente asiático y americano.



Miguel García, CEO Sur de Europa de Starcom Mediavest Group

Como decía un buen amigo mío, "ser historiador es bastante fácil, ser profeta es bastante más difícil...". Por tanto, siendo honesto, no sé si en el 2016 se consolidará el crecimiento. No soy profeta. Las perspectivas eran buenas, porque la historia reciente del 2015 así lo corroboraba. Pero nuestra sociedad vive en estos momentos en una incertidumbre tan grande, que es realmente difícil saber si será capaz de llevarse por delante estas positivas perspectivas que teníamos. La amenaza que planea sobre nosotros desde el punto de vista político, tiene un impacto innegable y que todos conocemos en cualquier sector económico: La falta de confianza y la posible inseguridad jurídica que conlleva cualquier cambio en las leyes laborales o impositivas.

Desde este punto de vista, nuestro sector vive en estos momentos lo que creo que viven todos los sectores. Los resultados de la mayoría de las Empresas que invierten en publicidad están siendo buenos en general, por lo que la mayoría de ellas tenían perspectivas de inversión creciente para este año 2016. Por lo tanto, se consolidaría el crecimiento de nuestro sector. Pero la mencionada incertidumbre está "retrasando" estas inversiones. Este retraso de unas pocas semanas, o un par de meses, podría ser absorbido en el resto del año dependiendo de si finalmente se consolida "la estabilidad política". Pero si esta estabilidad tarda en llegar, nuestro sector no podrá recuperar lo perdi-

do, o lo que es aún peor, si la soñada estabilidad y por tanto la confianza de los inversores no se consolida, el crecimiento no solo no se consolidará, si no que podrá incluso desaparecer.

Nuestro sector creció el pasado año por encima del 5%. Y las perspectivas de la mayoría de las fuentes para el 2016 iban en la misma línea de crecimiento. Pero en este nuevo contexto, no me atrevería a dar un pronóstico sin que "me temblaran las piernas" por la inseguridad en el dato. Desde luego, si tuviera que apostar dinero, no apostaría ni un euro. Pero sinceramente creo que el crecimiento no se consolidará. No quiero parecer pesimista, porque no lo soy, pero... esta es mi profecía: Nuestro sector no crecerá al mismo nivel que el año 2015.



Núria Vilanova, fundadora y presidenta de Atrevia

Creo que vamos a tener una amplia variedad de situaciones particulares de empresas frente al comportamiento general. Para las compañías entiendo que nos veremos impactadas por dos factores, la innovación y la internacionalización. Es imprescindible un ejercicio continuo de hacer los deberes en ambos ámbitos, la innovación en productos y servicios, que nos permite crecer a pesar de los acontecimientos, muchas veces ligados a entender la tecnología y que sea una de nuestras claves de innovación. Por otro lado la internacionalización, por dos motivos. Ser globales nos hace mejor empresas y además nos permite vivir momentos diferentes del ciclo económico.

En el caso de Atrevia, antes Inforpress, la innovación está en nuestro ADN, incluyendo el cambio de marca que ha sido uno de nuestros retos en 2014, y el lanzamiento de nuevos productos. En el ámbito de la internacionalización, después de abrir 9 países en 6 años empezamos 2015 con 2 nuevas operaciones a la vista. 2016 puede ser un gran año.



Teresa García, presidenta de Adecec

El sector de la comunicación y las RR.PP. afronta 2016 con optimismo y nuevas fórmulas que están consolidando su crecimiento económico y recuperación. Especialmente este desarrollo se debe a dos tendencias fundamentales que están marcando desde los últimos años la actividad y negocio de las agen-

cias de comunicación y RR.PP en España: La reinversión e innovación de los servicios y productos tradicionales de comunicación, en nuevas fórmulas de trabajo especializado centrado en las necesidades reales de los clientes, como por ejemplo, la implementación de la estrategia digital que supone ya un 40% de los presupuestos del sector, y la internacionalización y expansión del negocio de las agencias a otros países y mercados emergentes y con grandes oportunidades, como Latinoamérica, África, Europa y Asia.



Miguel Ángel Rodríguez Pinto, director del Grupo Alternativa-ESCO

Alexander Fleming dijo que un jardinero no debe ser impaciente; las flores necesitan tiempo para desarrollarse. De igual manera, los que trabajamos en educación tenemos la certeza de que los cambios deben ser lentos para ser duraderos.

Es por esto que estamos convencidos que 2016 será un año para certificar el cambio de tendencia en el mercado en general y en el sector de la educación privada en particular. ¿Será 2016 el año de la consolidación de este crecimiento? Decididamente sí.

En este sentido, creemos que se hace imprescindible un cambio de paradigma en las empresas del sector que responda clara y contundentemente a las demandas del mercado laboral. Ahora más que nunca la formación es y será uno de los sectores clave para la consolidación de la recuperación económica en nuestro país.

De este modo, serán las empresas que sean capaces de innovar tanto en los métodos y recursos didácticos y pedagógicos como en contenidos en áreas de conocimiento emergentes las elegidas en el proceso de selección natural del mercado para liderar el cambio y, por tanto, consolidar ese crecimiento que se prevé para los próximos años.



Alfredo Martínez Carrizo, director general de Anekis Marketing Relacional

Las previsiones de crecimiento del FMI sitúan nuestra economía a la cabeza, con el mayor avance entre las naciones desarrolladas (2,7%) repitiendo el primer puesto del año pasado. Visto en términos de empleo, también se prevé

un buen año de crecimiento (2,5%), aunque no tan intenso como 2015. En cambio, no cumpliremos los objetivos de déficit comprometidos con la UE y la deuda pública volverá a crecer este ejercicio, con los consiguientes ajustes de la UE. Todo esto, en un clima de incertidumbre política –y también la exterior– hace que resulte complicado predecir el futuro.

En ese contexto, estamos asistiendo a la mayor revolución de nuestra historia, la adopción de las tecnologías digitales está transformando los negocios y sectores de actividad en todo el mundo. La digitalización de las empresas se ha convertido en un factor clave para crecer, mejorar la eficiencia y la competitividad y, en España, aunque algo por debajo de la media de las principales economías, no nos quedamos atrás. En nuestro caso, es imprescindible embeber dichas tecnologías de una forma específica aplicándola al conocimiento del consumidor a través de los múltiples canales presentes en nuestra vida diaria. Sin duda somos conscientes de que estas tecnologías pueden impulsar la mejora de nuestros negocios. Vemos que las empresas están concienciadas de la necesidad de adquirir un conocimiento exhaustivo del comportamiento de los consumidores y que mantienen una obsesión permanente por la vinculación de los clientes con su marca/producto. Por ello, entendemos que las perspectivas para nuestro sector son muy positivas tanto en las acciones de marketing promocional a corto como a largo plazo. Nuestra organización sigue apostando por la innovación y por la búsqueda de soluciones que aporten nuevas oportunidades de generar ingresos a nuestros Clientes confiando que éstos acometan nuevos proyectos en las áreas de retención, fidelización y conocimiento óptimo de sus consumidores.

QUÍMICA



Javier Goñi, presidente y consejero delegado del Grupo Fertiberia

A pesar de la situación política que atraviesa nuestro país, y que sin duda genera un clima de incertidumbre que nunca es positivo para una actividad empresarial, el Grupo Fertiberia, en su calidad de multinacional que ha experimentado un enorme crecimiento en los últimos años, continúa afrontando con optimismo el futuro, convencidos de poder continuar esta trayectoria ascendente en los próximos ejercicios.

Hemos pasado de ser una compañía local, productora de los fertilizantes más básicos, a un grupo industrial multinacional, primer productor de fertilizantes de la Zona Euro y que comercializa una amplísima gama de productos de mayor sofisticación y gran valor añadido.

El gran crecimiento experimentado en los últimos años se debe a una política basada en tres ejes fundamentales: la expansión en el extranjero, que se ha traducido en la adquisición y creación de empresas en Portugal, Argelia, Francia o Brasil; la apuesta firme por la diversificación de nuestra actividad, incrementando nuestra presencia

en otros sectores industriales, y, finalmente, la inversión decidida en investigación, entendida como vía para llegar a la innovación práctica y adaptada en todo momento a la demanda de los sectores agrícola e industrial.

El sector de fertilizantes es un sector cíclico al que le afectan factores de distinta índole no siempre controlables por las empresas productoras. Dicho eso, de lo que no cabe duda es de que se trata de un sector clave, un sector estratégico y que desempeñará un papel fundamental en los años venideros, ya que de él depende, en gran medida, que seamos capaces de alcanzar el objetivo de alimentar a una población mundial en continuo crecimiento.



Enrique Sánchez de Lamadrid, director general de Amalie Petroquímica

A nivel macroeconómico es esencial tener una estabilidad. Para ello, es necesaria la formación de un nuevo gobierno pronto, de amplia mayoría, que permita acometer las reformas necesarias para continuar en una senda de crecimiento del producto interior bruto.

En el sector de Lubricantes, al que pertenecemos, las perspectivas son de una leve recuperación a medio / largo plazo en función del crecimiento económico, si bien ya se ha visto reflejado positivamente en 2015, año que ha servido de punto de inflexión y de leve desarrollo en las compañías del sector, después de años de caída en las ventas debido a la crisis. Nuestro sector tiene una gran dependencia de la economía, la rotación de aceites y lubricantes son un termómetro del estado de la actividad comercial, dado que son necesarios para el movimiento de vehículos particulares y profesionales, transporte, industria u obra pública entre otros.

En nuestro caso desde antes del inicio de la crisis, empezamos a desarrollar un mercado de Exportación, que nos está permitiendo crecer y diversificar mejor en estos tiempos. También contamos con una unidad de negocio de aceites blancos medicinales y vaselinas cuyo cliente final son industrias como la farmacéutica y cosmética, cuyos consumos se mantienen relativamente estables. En los últimos años en Amalie Petroquímica hemos realizado un mayor esfuerzo si cabe en calidad, innovación y en servicio a nuestros clientes lanzando nuevos productos y envases, mejorando en los plazos de entrega y en la consecución de una interlocución más fluida con nuestros clientes.



Carlos González Bosch, presidente de Cofares

El año 2015 ha sido un año bastante positivo para la farmacia española. Ciertamente que veníamos de años muy duros...pero a principios de año ya se atisbaba un ligero crecimiento en las ventas en las farmacias españolas, debido sobre todo al incremento de las ventas en medicamentos publicitarios y productos de autocuidado. En cuanto al Grupo Cofares, ha alcanzado este año una cuota de mercado nacional muy cercana al 26%; 2015 ha sido el mejor de los últimos años, y nuestra cuenta de resultados continuará en la línea de crecimiento en la que nos hemos instalado.

La farmacia española está abriéndose a las ventas por internet; este camino puede tener un largo recorrido, sobre todo en lo que respecta a productos de mejora de la calidad de vida y del bienestar. Pero nunca internet podrá sustituir el consejo del farmacéutico. La población tiene interiorizado que el medicamento no es un bien de consumo, por lo tanto la atención farmacéutica siempre será valorada por el paciente. Por otra parte, ampliando un poco más el foco al sector sanitario, creo que 2015 ha sido un año en el que ha quedado demostrado que la colaboración público-privada en materia sanitaria es absolutamente necesaria para la sostenibilidad de la Sanidad pública. Esto es una realidad incontestable. Y la farmacia comunitaria es un gran ejemplo del éxito que un establecimiento privado de servicio público puede alcanzar.



José Luis Berenguer, presidente de Farmalíder

En la actualidad seguimos leyendo y hablando en círculos profesionales de la mejora de la economía y de la debilidad de nuestro mercado; pero a pesar de ese fenómeno de crecimiento en grandes magnitudes del país, la situación necesita todavía estabilizarse y consolidarse en el medio plazo para fortalecer la situación de nuestro mercado y especialmente el farmacéutico. Con este contexto de actuación, sí podemos comentar que hay empresas con alta tecnología y con una elevada inversión en I+D que aportan el suficiente valor añadido para que sus productos y servicios sean considerados en el mercado global pues, nos guste o no, ese es el escenario donde tramitamos y rea-

lizamos la gran mayoría de las operaciones empresariales en estos tiempos.

Para este año 2016, la industria farmacéutica necesita moverse en un escenario estable y creíble para que sepa a qué atenerse ante las medidas que adopte la nueva Administración con el sector, donde debe crearse un marco estable de actuación y claridad para que las farmacéuticas puedan desarrollar sus proyectos y aumentar sus esfuerzos para crear valor añadido a sus productos, haciendo que sean competitivos en el mercado global, con el fin de seguir manteniendo este sector tan puntero que ha generado empleo de calidad de forma tradicional.

En la empresa moderna y, en particular en farmalíder, la elección del equipo y su gestión son elementos esenciales en el éxito de su operatividad y en el logro de objetivos en un mercado globalizado. Para ello, nos rodeamos de profesionales con un amplio bagaje en sus especialidades, para aunar esfuerzo y sinergias que desarrollen proyectos empresariales con un alto valor añadido, que nos distingue como compañía de vanguardia española.

En este año, las farmacéuticas piden al Ministerio de Sanidad que incentive la innovación tecnológica, porque conseguirá una mayor eficiencia en el sector, lo que permitiría un importante ahorro en beneficio de la sostenibilidad del sistema, tan necesario en nuestro país.



Carlos Buesa, presidente y director general de Oryzon Genomics

A pesar de las turbulencias financieras, el sector de la Biotecnología seguirá en 2016 consolidando su crecimiento. Hemos visto en España en los últimos tiempos el acuerdo de Oryzon con Roche, y la financiación de nuestra compañía con su salida al primer mercado; pero también hemos visto otras compañías como Palbiofarma cerrar un acuerdo con Novartis y otras compañías jóvenes cerrando rondas importantes con capital internacional.

En Oryzon estamos iniciando la Fase I con nuestra molécula ORY-2001 para la enfermedad de Alzheimer y otras enfermedades neurodegenerativas. El mercado de Alzheimer es el segundo segmento de mercado con más capacidad de crecimiento después de la Inmunología, según explicaba el equipo de investigación de JPMorgan este mismo enero, con potenciales de pico de ventas de más de 10.000 millones de dólares. Oryzon ocupa una posición privilegiada en este campo ya que las aproximaciones epigenéticas en Alzheimer están provocando un gran interés en la industria internacional como demuestran los movimientos de Rodin con Biogen, Forum Pharma o Acetylon, o las recientes declaraciones de Celgene de entrar en el campo. Oryzon lidera la Epigenética en Alzheimer y creemos que 2016 será un año de gran potencial para nuestra molécula y nuestra compañía.



Enrique Ordieres, presidente de Cinfa

Ha sido un año complicado dentro del sector, pero hemos logrado mantener el crecimiento y a día de hoy, somos el primer laboratorio en España tanto en unidades como en valores en el mercado total farmacia, según datos de las consultoras independientes IMS y HMR.

Durante los próximos años, seguiremos invirtiendo en I+D+i, un ámbito que consideramos clave para continuar avanzando, y apostando por nuestros activos fijos de cara a contar con unas instalaciones acorde a los retos de la empresa. Todo esto, sin perder de vista nuestra estrategia de diversificación y expansión internacional.

Esperamos que las tímidas señales de recuperación de 2015 se acentúen en los próximos años. En el sector farmacéutico, resulta complejo planificar estrategias a largo plazo, pero a lo que sí podemos aspirar, como siempre, es a trabajar con la máxima exigencia, con el propósito de seguir invirtiendo y generando empleo en nuestro país.



Pau Relat, CEO de MAT Holding

La industria jugará un papel clave en el crecimiento económico de España, siendo uno de los motores que afianzará la recuperación, junto con la buena marcha en sectores como el turismo o la construcción. El crecimiento del 4,3% en volumen de exportaciones registrado hasta noviembre, según datos del Ministerio de Economía, evidencia una acertada apuesta de las compañías españolas por el acceso a nuevos mercados para diversificar riesgos. Existen además múltiples indicadores que ponen de manifiesto la recuperación iniciada en 2015, como el crecimiento del 3,2% del PIB o la creación de algo más de medio millón de puestos de trabajo. Esta apuesta por la internacionalización conjuntamente con la innovación son los principales factores que han permitido a una empresa industrial como MAT Holding conseguir un incremento del 70% en su facturación en los últimos 5 años. La necesaria protección del medio ambiente y la gestión eficiente de los recursos naturales hacen que los sectores vinculados a la gestión del ciclo del agua y la protección de cultivos en los que trabaja MAT Holding tengan un gran potencial de crecimiento en los próximos años. Pese a que los datos nos permiten ser optimistas, la consolidación de un neces-

rio proceso de reindustrialización en nuestro país pasa por establecer una hoja de ruta estable que facilite la salida de las empresas al exterior, ofrezca un apoyo sólido a las pymes, controle los costes de la energía e inicie la modernización de las redes de transporte de mercancías.



Jesús Sobrino, director general en UCB Iberia

Tras unos años de recesión económica, el 2016 se presenta como un año de recuperación y de crecimiento económico también en el entorno de la industria farmacéutica, lo que nos hace ser optimistas respecto del crecimiento de UCB dentro del sector.

No debemos olvidar que la industria farmacéutica sigue liderando las inversiones en I+D+i, y está a la cabeza de la investigación dentro de nuestras fronteras, siendo el cuarto sector más exportador de la economía española.

Centrándonos en UCB, nuestras perspectivas están en línea con las del sector. En el área de Neurología acabamos de comenzar el año con la aprobación por parte de la EMA de un nuevo antiepileptico que estamos convencidos aportará un valor añadido para los pacientes en el tratamiento de la epilepsia, y que será uno de nuestros principales motores para los próximos años.

En el área de Inmunología, también hemos recibido la autorización de uso para una nueva indicación, en artritis reumatoide grave y progresiva, de nuestro medicamento más importante en esta área, lo que supone también un enorme impulso de crecimiento.

En este contexto favorable desde UCB esperamos, además, mantener nuestras inversiones en I+D+i en torno al 28% como lo hemos hecho los últimos años, para poder seguir poniendo a disposición de los pacientes nuevas alternativas terapéuticas que ayuden a mejorar su calidad de vida.



Antón Valero, presidente de Feique

El sector químico ha evolucionado de forma positiva en los últimos años y lo ha hecho además en un contexto económico especialmente adverso para la industria española que ha visto caer su producción en más de un 28% desde el comienzo de la crisis en 2007, mientras que el sector químico alcanzaba un crecimiento de su producción del 8% y del 13,4% en su cifra de negocios

—que superará previsiblemente los 60.000 millones de euros en 2016— consolidándose además como la segunda mayor industria de la economía de nuestro país.

El sector químico español tiene un objetivo claro en el horizonte: alcanzar el ritmo de crecimiento del resto de industrias químicas a nivel mundial. Según un informe de la consultora Prognos sobre el comportamiento de los sectores económicos a escala global hasta 2030, la química será la industria manufacturera que alcanzará el mayor incremento en ese periodo, con un incremento productivo anual del 4,5%.

Nuestro mayor reto será contribuir a que ese crecimiento sea una realidad, sin embargo, es urgente invertir muchas tendencias y contar con políticas que impulsen de verdad la industria que no estén sujetas a posibles cambios de signo político. Lamentablemente hemos perdido mucho tiempo tanto en Europa como en España. La industria deber responsabilizarse de innovar, exportar o ser eficientes, pero son los gobiernos los que deben desarrollar una política industrial efectiva sobre aquellos factores de competitividad que no dependen de nosotros, como son la política energética, las infraestructuras de transporte o el marco normativo. Es evidente que hay muchas cosas que cambiar para llegar al objetivo de que 20% del PIB español proceda de la industria.

SEGUROS



Jean-Paul Rignault, CEO de Axa España

A pesar de las vicisitudes pasadas y el contexto actual, parece que, tras salir de la recesión, este año 2016 debería llegar la recuperación a la economía doméstica, con la creación de empleo tan esperada y necesaria y con una demanda interna en aumento que situará al país por delante de nuestros vecinos.

Por su parte, el sector asegurador vivirá grandes retos, como un entorno de tipos bajo, una regulación diferente con la entrada en vigor de Solvencia II y el nuevo baremo de lesionados corporales, junto con un repunte de la siniestralidad en auto por el mayor uso del coche y el aumento en la frecuencia de los viajes (en 2015 se ha vendido casi un 20% de vehículos más que el año anterior). Con todos estos cambios, las compañías deberemos estar muy pendientes de la rentabilidad del negocio para garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Por otro lado, las previsiones son optimistas, pues la utilidad del seguro cada día es más evidente en la sociedad española, en la que aún hay un amplio margen de crecimiento. En concreto, se sigue esperando mucho de Salud, Vida y Empresas.

En AXA, seguimos pensando que el cliente debe ser el centro de nuestra actividad, y por eso trabajamos para retenerlo y multiequiparlo con seguros adaptados a sus necesida-

des. Los mediadores y su asesoramiento siguen cumpliendo una labor fundamental y su especialización y continua formación es muy importante en nuestra compañía.



Antonio Huertas, presidente de MAPFRE

Hemos iniciado el año con toda la potencia y las inercias económicas generadas en el ejercicio anterior, que se cerró con un crecimiento del 3,2%. Si el escenario político no lo impide, los principales indicadores apuntan a que 2016 será también un año de crecimiento, cercano al 3%, apoyado fundamentalmente en la recuperación de la demanda interna como ya hemos empezado a ver en los últimos trimestres. Tener un alto crecimiento por segundo año consecutivo nos facilitará avanzar con mayor celeridad en el compromiso más importante que tenemos los españoles: crear empleo.

El sector asegurador afronta este ejercicio con optimismo, consciencia de que la mejora de la economía también repercute positivamente en nuestra industria. En MAPFRE nos marcamos como objetivo seguir creciendo y hacerlo con rentabilidad, aprovechando las oportunidades que nos brinda nuestra presencia en medio centenar de países. Por ello, trabajamos continuamente para satisfacer las expectativas y la confianza que alrededor de 29 millones de clientes han depositado en MAPFRE.



Ignacio Garralda, presidente del Grupo Mutua Madrileña

La consolidación del crecimiento dependerá en buena parte de que la actual incertidumbre política se disipe y se consiga formar en España un gobierno estable. De no ser así, puede que en algunos sectores se dilate la toma de decisiones y por lo tanto las inversiones, lo que no beneficia a nadie.

Con los indicadores que manejamos actualmente, todo apunta a que España volverá a crecer en 2016 más que otros países de nuestro entorno, aunque probablemente la expansión sea inferior a la de 2015.

Confío, no obstante, en que el mundo de la empresa, en la medida de lo posible, permanezca al margen de los avatares de la política y pueda seguir trabajando como siempre, contribuyendo positivamente al crecimiento y a la salida definitiva de la crisis, siempre y cuando siga mejorando la confian-

za y el consumo interno.

España cerró 2015 con buenas perspectivas y crecimiento en el número de empleados que, con los matices que se quieran poner, evidenciaba que la economía crecía e iba por buen camino, y que las reformas llevadas a cabo estaban dando su fruto. Confiamos en que podamos seguir en esa línea.

En el caso del Grupo Mutua, que ha generado empleo de forma constante en los últimos años, esperamos poder crecer nuevamente en ingresos por encima de la media del sector en todos nuestros ramos aseguradores.



Jaime Kirkpatrick, CEO de Aegon España

El inicio de un nuevo año siempre viene acompañado de fuerzas renovadas e ilusión. Hacemos balance de los retos del pasado y fijamos nuevos objetivos que nos ayuden a seguir superando desafíos apasionantes. Y en 2016 no va a ser diferente.

En este nuevo ejercicio que afrontamos la situación económica seguirá siendo el leitmotiv de la partitura que entre todos debemos escribir. Tras años de intensa recesión, la economía global ha ofrecido signos de clara recuperación que nos permiten ser positivos. En el caso de España, contamos con una inercia económica muy positiva gracias a las reformas estructurales implementadas en los últimos años. De hecho, la economía española creció un 3,2% en 2015, el mayor incremento desde el inicio de la crisis. No obstante, no debemos olvidar que en estos momentos tenemos un clima de inestabilidad política que, esperemos se resuelva en el corto plazo, y nos permita sentar las bases de un sólido crecimiento para los próximos años.

En lo que respecta al sector asegurador, los retos que debemos enfrentar también son ilusionantes. La relación con el cliente va a seguir siendo la piedra angular de nuestro negocio. Debemos ser capaces de encontrar nuevas fórmulas que nos permitan ofrecer experiencias de usuario satisfactorias que, junto con un correcto asesoramiento, nos ayuden a seguir concienciando sobre la importancia de la educación financiera y la previsión social.



Iñaki Ereño, consejero delegado de Sanitas

Desde Sanitas, somos optimistas

y confiamos en el crecimiento de los seguros de salud. Una confianza basada en el hecho de que, durante los años más duros de la crisis, hemos sido capaces de doblar nuestro tamaño, ahora operamos en España con Sanitas y en Chile con Bupa Chile, multiplicar por dos el número de clientes a los que atendemos, 5 millones de personas en ambos países, aumentar nuestro plantilla hasta más de 17.000 mil personas en ambos continentes, y alcanzar unos ingresos de más de 2.200 millones de euros en 2014.

Además, la incipiente mejora de la economía española puede contribuir a que más empresas ofrezcan a sus empleados un seguro de salud, por ser el beneficio social más demandado. Por otro lado, esta mejora económica también contribuirá a que las familias tengan mayores recursos económicos y, por la importancia que le damos todos a cuidar de nuestra salud y la de los nuestros, pensamos que también puede contribuir a que aumenten las contrataciones entre particulares. Además, si tenemos en cuenta los datos del estudio RESA 2015 "Indicadores de resultados en salud de la Sanidad Privada" los pacientes valoran muy positivamente la gestión de las empresas de sanidad privada, como el tiempo de espera para la realización de pruebas complementarias por debajo de 12 días de media o la entrega de informes en menos de 3 días. Estos resultados están en línea también con los del Barómetro de la Sanidad Privada 2015, donde la atención asistencial durante el ingreso hospitalario recibió una nota de 8,3, las urgencias fueron evaluadas en un 7,9 y la consulta de atención primaria y especialistas de 7,7. Por todo ello, si la satisfacción y la coyuntura económica mejoran, tenemos confianza en el crecimiento del sector.



Francisco Ivorra, presidente de Asisa

La economía española ha cerrado 2015 con crecimiento y creación de empleo, consolidando una recuperación que poco a poco mejorará la calidad de vida de las familias y recuperará el dinamismo y la vitalidad de nuestro tejido empresarial. A pesar de que aún persisten elementos que pueden generar inestabilidad, todo indica que, si no se toman decisiones especialmente erróneas, 2016 permitirá consolidar ese crecimiento y seguir avanzando en una recuperación que sólo será percibida plenamente cuando mejore por parte de las empresas.

En ese contexto, el sector asegurador creció en su conjunto el año pasado, por primera vez desde 2011, dando paso a un nuevo ciclo en el ámbito clave de nuestra economía. Como en años anteriores, el seguro de salud creció por encima del resto de ramos, confirmando la fuerte confianza que los clientes tienen en un modelo de aseguramiento que les permite acceder a un sistema sanitario privado de alta calidad, sin apenas tiempos de espera y a un precio bajo. A pesar de todo, el seguro de salud presenta des-

equilibrios y se enfrenta a medio plazo a grandes retos, entre ellos la necesidad de buscar fórmulas que permitan sostener sus niveles de prima para mantener la calidad asistencial que demandan los clientes; para lograrlo es imprescindible, entre otros factores, impulsar la innovación.

Los próximos ejercicios serán cruciales para buscar nuevas estrategias que nos permitan seguir avanzando. En este sentido, Asisa mantiene un firme compromiso con el desarrollo de un modelo propio, basado en la reinversión del beneficio en la mejora de la calidad asistencial y respaldado por un sólido crecimiento. Diversificar nuestra actividad, consolidar nuestra red hospitalaria propia, recientemente integrada en el Grupo Hospitalario HLA –el primero de capital íntegramente español– y buscar nuevas oportunidades en el exterior, son los pilares en los que nos apoyaremos para seguir creciendo en el futuro.



Andrés Romero, CEO de Santalucía

En la actualidad, la reputación del Sector Asegurador en España es buena, se ajusta a las expectativas de la sociedad. Somos percibidos como un sector solvente y de confianza. La visión a largo plazo y la gestión prudente que ha llevado a cabo el Sector Asegurador durante los años de la crisis ha logrado que nuestra actividad genere una mayor confianza y credibilidad en la sociedad que el sector bancario, por ejemplo. Según la Memoria Social de UNESPA de 2014, el Sector Asegurador ha tendido a ser 10 veces más estable que el conjunto de la economía durante la crisis y ha mantenido estable la creación de empleo. El 97% del empleo en el Sector Asegurador es indefinido, la escasa temporalidad laboral es un factor que lo caracteriza.

Desde SANTALUCÍA creemos que para consolidar el crecimiento económico del Sector Asegurador español a lo largo de los próximos años, tenemos que abordar tres grandes retos que nos obligan a multiplicar nuestra capacidad de adaptación y respuesta. El primero de ellos sería la transformación digital desarrollando una capacidad digital integral e integrada para poder ser competitivos en un entorno en constante cambio. La segunda, sería la de consolidarnos como uno de los actores sociales fundamentales en el mantenimiento del Estado del Bienestar, así como uno de los actores relevantes a considerar en el diseño de las políticas de colaboración público-privada. Y por último, la adaptación al cambio regulatorio de la normativa de Solvencia II que ya hemos implantado en SANTALUCÍA. Esto tendrá consecuencias muy positivas ya que podremos mejorar el control y la medición de los riesgos a los que estamos expuestos como aseguradoras garantizando así una mejor evaluación y alineamiento del capital real para enfrentar nuestros riesgos; una mayor accesibilidad a la información y un incremento de la transparencia en la forma de operar.



Robin Buijs, CEO de Nationale-Nederlanden y del Grupo NN

El año 2015 ha sido crucial para nosotros. Tras un largo proceso de transformación, Nationale-Nederlanden ha recuperado la esencia de sus orígenes en España, retomando el camino que emprendió hace más de 40 años y construyendo una base sólida sobre la que seguir creciendo.

Actualmente somos una compañía sólida y renovada que posiciona al cliente en el epicentro de la estrategia. Utilizamos innovación, una de nuestras principales señas de identidad, como vía para ofrecer propuestas de valor que marquen la diferencia en el sector.

Miramos el año 2016 con ilusión. Para este ejercicio, nuestra principal apuesta es acelerar el crecimiento de la Compañía tanto en nuestro negocio individual –Vida, Hogar y Pensiones– como en el colectivo –Employee Benefits–. Y lo haremos a partir del desarrollo de nuestra Red Agencial y la creación de oportunidades con nuestro colaborador ING Direct.

En este sentido, la Compañía ha planificado un ambicioso plan de inversiones que acometerá a lo largo del año, con el propósito de conseguir los mejores resultados.



Enrique Huerta, CEO de Liberty Seguros

Durante estos últimos años, el sector asegurador ha demostrado su estabilidad gestionando muy bien la crisis económica, teniendo ligeros decrecimientos de ingresos, pero manteniendo buenos niveles de rentabilidad y de empleo (por cierto, con unos altísimos niveles de contratación indefinida).

2015 ha sido el año de volver a ver crecimientos de ingresos, sin duda como consecuencia de la mejora de la economía. Si esa mejora se mantiene en 2016, podemos esperar que se consoliden esos crecimientos. Por otro lado, habrá factores que pondrán presión a la rentabilidad del sector, como la situación de bajos tipos de interés, o en autos la entrada en vigor de la reforma del baremo o el aumento de frecuencia derivado del mayor uso del vehículo. La respuesta a estos desafíos puede ser diferente en cada compañía en función de su situación.

En nuestro caso 2015 ha sido un muy buen año en resultados, creciendo en ingresos por encima del sector. Eso nos hace afrontar 2016 con optimismo y orientando funda-

mentalmente nuestros esfuerzos hacia las personas, trabajando y mejorando la experiencia de nuestros clientes y mediadores en cada momento de contacto con nosotros, todo ello a través de una escucha activa y estando cerca de ellos. Nuestro reto es seguir siendo diferentes y que nuestros clientes y mediadores lo perciban.



José Luis Ferré, consejero delegado de Allianz

En este número especial queremos incluir una amplia encuesta entre los presidentes y/o consejeros delegados de las principales empresas y entidades financieras de los sectores más importantes de la economía española, para que nos contesten en quince líneas y antes del 6 de febrero, su opinión sobre "2016: ¿Se consolidará el crecimiento? Perspectivas de su entidad y su sector en el contexto de su actividad económica en estos próximos años".

Esperamos que la tendencia de los últimos meses se mantenga durante el este ejercicio y continuemos asistiendo al repunte y estabilización de la economía. En cuanto al empleo, probablemente, las contrataciones en el sector asegurador experimenten un ligero aumento, en vistas de los nuevos desafíos que se avecinan, entre ellos, la transformación hacia el mundo digital. Cabe resaltar que el seguro siempre ha sido un sector garante de la estabilidad en el empleo, incluso en épocas de crisis. Como ejemplo, en Allianz Seguros, desde el inicio de la crisis en el año 2008 hemos creado más de 200 nuevos puestos de trabajo.

Sin embargo, hay muchos retos por delante. En general, a nivel económico y político, hemos empezado el año con muchísima volatilidad en los mercados y con incertidumbre en cuanto a la situación política. En este sentido, para que el crecimiento económico del país se consolide, sería conveniente generar un entorno de confianza proclive a la inversión.

Además, en 2016 el sector asegurador se enfrenta a dos cambios legislativos de importante impacto. Por un lado, el nuevo Baremo de Autos, que aumenta las indemnizaciones para las víctimas de accidentes. Por el otro lado, la entrada en vigor de Solvencia II, con sus nuevas exigencias en cuanto a capital. En ese sentido, en Allianz Seguros llevamos tiempo trabajando en la aplicación de estas nuevas modificaciones legislativas, por lo que afrontamos el futuro con confianza.



Jacinto Iglesias, director general de Crédito y Caución

El crecimiento de la economía mundial ha sido decepcionante en 2015, arrastrado por las turbulencias en los mercados emergentes. Nuestras previsiones para 2016 no son muy diferentes. Con unos mercados emergentes bajo presión, el crecimiento global seguirá muy por debajo de su promedio histórico. El comercio global también muestra una significativa debilidad que tendrá un impacto directo en las condiciones de riesgo comercial que afrontan las empresas exportadoras.

Las condiciones de los mercados emergentes se han deteriorado significativamente por la caída de los precios de las materias primas, que está perjudicando a los exportadores de productos básicos; la desaceleración china, que está afectando negativamente a sus socios comerciales; y las expectativas de cambio en la política monetaria de Estados Unidos, que está modificando ya la política de inversiones en los mercados emergentes.

El principal riesgo que afrontamos en 2016 es la incertidumbre en el crecimiento de China. Una desaceleración aún mayor de la economía asiática generaría un contagio sobre el resto del mundo a través de los canales globales de comercio de bienes y servicios y materias primas. El segundo riesgo más relevante de 2016 se refiere a las turbulencias en los mercados emergentes que seguirían a un cambio en los tipos de interés en Estados Unidos.

Las economías avanzadas muestran mejor comportamiento. En la eurozona a la que pertenecemos se fortalece la recuperación impulsada por la solidez de la demanda interna. No obstante el desempleo sigue siendo elevado y su evolución será lenta en un entorno de crecimiento económico menos intenso que el de Estados Unidos o Reino Unido.

En este entorno, nuestra previsión es que los niveles de insolvencias se mantengan en 2016 relativamente altos en la zona euro y comiencen a deteriorarse notablemente en muchos mercados emergentes. En 2015, las insolvencias ya han aumentado en mercados clave para la exportación española como Francia o Portugal. Entre los BRIC, las insolvencias sólo caerán en India.



Javier Valle, CEO de Vida y Pensiones del Grupo Zurich en España, y director General de BanSabadell Seguros Generales, Vida y Pensiones

Las previsiones económicas apuntan a que estamos emprendiendo el largo camino hacia la normalización, con crecimientos en el 2016 ligeramente superiores a los de 2015. Sin embargo, el entorno de bajos tipos de interés así como la reciente inestabilidad de los mercados bursátiles sigue marcando una incertidumbre respecto de la evolución y composición del ahorro de las familias españolas, siendo la obtención de rentabilidad uno de los mayores retos. La inversión en depósitos bancarios sigue predominando frente a la inversión directa, o en fondos de inversión o en Seguros y Fondos de Pensiones, que siguen manteniendo el mismo peso sobre el conjunto del ahorro financiero, del 10,8% y 5,5% respectivamente. A pesar de estos datos, que quizás no muestran un desarrollo muy notable en dichos productos, sí que constatamos un cambio de tendencia respecto del ahorro a largo plazo con un aumento del ahorro a través de aportaciones periódicas, que si bien todavía no es suficiente para vislumbrar un incremento notable, muestra un cambio de tendencia que sin duda se consolidará en 2016 y los próximos años. El ahorro a largo plazo para cubrir las necesidades de financiación en el momento de la jubilación cada vez va a adquirir un mayor peso en el ahorro de las familias y debemos asumir la responsabilidad como sector financiero de explicar y acompañar a las personas en la toma de decisiones para que puedan afrontar los retos del futuro estando informados con la mayor simplicidad y transparencia posible. Es sin duda un sector de crecimiento a largo plazo.



Miguel Ángel Merino, consejero delegado de Línea Directa Aseguradora

Podríamos decir que, después de una larga travesía a través de un contexto arduo y complejo, el último ejercicio ha sido el de la recuperación para el sector asegurador en general y, más concretamente,



para el ramo de Autos, uno de los más castigados durante la crisis como consecuencia de la bajada en las ventas de vehículos y la migración a coberturas más básicas, entre otros motivos.

Y si 2015 ha sido el año de la recuperación, 2016 podría convertirse en el año de la consolidación, ya que este crecimiento podría mantenerse durante los próximos meses si la situación económica del país continúa mostrando signos de mejora. En este sentido, confiamos en que los excelentes datos en la venta de vehículos nuevos, que en 2015 han superado la barrera del millón de nuevas matriculaciones, se mantengan en 2016.

En cuanto a Línea Directa, esperamos seguir aumentando la facturación por primas en Autos, el core de la compañía que cuenta ya con más de 1,9 millones de clientes en cartera. Además, seguiremos apostando por una estrategia comercial que atraiga a los buenos conductores y que nos permita seguir manteniendo nuestro ratio combinado como uno de los mejores del sector. Otra de nuestras firmes apuestas para este año seguirá siendo el ramo de Hogar, totalmente estratégico para nosotros porque nos aporta crecimiento y diversificación.



Óscar Herencia,
director general de
MetLife en Iberia

La tendencia apunta claramente a que la recuperación de la economía continúe durante el próximo año y especialmente la del sector. La mejora de los indicadores económicos lo avalan y los resultados de 2015 han supuesto un punto de inflexión. Un cambio de paradigma que resulta de vital importancia para la economía y una oportunidad financiera para todas las empresas. Tenemos ante nosotros una perspectiva alentadora que debemos aprovechar con indudable optimismo.

En mi opinión la innovación debe representar la piedra angular del desarrollo y la renovación constante de la economía en general y del sector seguros en particular. Se acabó el tiempo de crecer recortando gastos. Debemos crecer haciendo negocio y para ello es necesario innovar.

Además, en el sector asegurador tenemos que seguir trabajando en nuevas vías y canales para acercarnos a las personas y para poner a su disposición soluciones que respondan a sus preocupaciones en cada momento. Todo ello será sin duda esencial para desarrollar no solo una estrategia adecuada, sino también para continuar creciendo nuestra cuenta de beneficios.

No obstante, sin lugar a dudas este es un ejercicio desafiante y el principal objetivo de MetLife es crecer al ritmo de dos dígitos. Además, los resultados sostenibles de estos años y nuestra búsqueda de la eficiencia a través de la optimización de los procesos, nos permite ayudar a nuestro crecimiento, a la vez que mejoramos la experiencia del cliente en MetLife.



Pedro Alonso Miranda,
presidente de Loreto
Mutua

2015 se ha cerrado con decepción e incertidumbre en los mercados financieros ante la moderación del crecimiento mundial y la caída de los precios de las materias primas. El Ibex 35 ha caído más del 7%, y los mercados están siendo dominados por una visión pesimista del futuro. Y así ha llegado 2016.

Cuando empezábamos a ver la crisis por el retrovisor parece que quiere volver a adelantarnos. Pero estos años hemos aprendido cual es el camino a seguir. Los cambios deben hacerse con responsabilidad, una estrategia es más potente si es a largo plazo, y el futuro del sistema depende de las decisiones que tomemos todos y cada uno de los actores que en él participamos. Ejemplo de esto es nuestro propio sector, el de la previsión social.

Desde Loreto Mutua, desarrollamos una gestión de la inversión eficaz, prudente y responsable, para proteger el patrimonio de nuestros asociados a largo plazo, diversificando nuestras inversiones, maximizando la estabilidad y minimizando el riesgo. Solo si instituciones públicas, empresas e individuos asumimos la responsabilidad de sembrar ahora para recoger en el futuro, conseguiremos de verdad la sostenibilidad y viabilidad de un sistema de pensiones fuerte. Un sistema sólido que asegure el capital futuro de los trabajadores actuales.

SERVICIOS



Miguel Carballeda,
presidente de la ONCE
y su Fundación

Siempre es bueno mirar hacia atrás, aunque sólo sea para reconocer los propios errores o los aciertos, y tomar impulso para avanzar hacia el futuro. Los 35 años del semanario EL NUEVO LUNES nos permiten hacer ese ejercicio y pensar cómo estábamos hace más de tres décadas y en qué momento nos encontramos ahora, cuando nos debatimos en el arranque de la ONCE legislatura de la democracia.

En la ONCE y su Fundación somos muy de números y, de hecho, a buen seguro, somos la mayor Organización del mundo con nombre núme-



ro. Y nos gusta además ligar nuestra actividad a los números y, especialmente a la ilusión que ponemos en que los números sean fiel reflejo de nuestra acción social. Cumplimos ya 78 años en 2016, hemos pasado por celebraciones del 75 aniversario, celebrado el 11/11/2011 y nos gusta festejar con sorteos extraordinarios fechas extraordinarias, como el Día del Padre, el Día de la Madre o el día de Año Nuevo. Todo, para poder seguir pagando a finales de cada mes casi 70.000 nóminas, que no son números, sino personas.

Por eso, el arranque de esta ONCE legislatura nos permite volver al mundo de la numerología para confiar en que esta legislatura que ahora empieza sea la del empleo de verdad y también la de los derechos ligados a las personas, mejor, la del cumplimiento de los derechos ligados a las personas, especialmente con discapacidad.

Nosotros nos movemos en la economía social y consideramos que esto va de personas. Por eso creemos que es el momento de aprovechar que, tras 35 años de sumar a buen seguro la etapa de mayor progreso social y económico de este país, atravesado por grandes crisis (y la última no está siendo para nada pequeña), debemos empezar esta ONCE legislatura con buen pie y fijarnos algo tan sencillo como el cumplimiento de la ley. Parece que suena a algo de Perogrullo pero, a buen seguro no lo es tanto.

Si se cumpliera la ley que establece que las empresas con más de 50 trabajadores contraten un 2% de personas con discapacidad, no tendríamos que lamentar que sólo una de cada cuatro personas con discapacidad tenga empleo, muy por encima del dato general (ya de por sí elevadísimo); si se cumpliera la normativa sobre accesibilidad, las personas ciegas, los usuarios de silla de ruedas y hasta las personas mayores o padres y madres con carritos de bebé, podrían moverse con garantías en nuestras ciudades y establecimientos, o navegar por internet y comprar por Internet, o reservar unas vacaciones online, algo lejos ahora de nuestras posibilidades; si se cumpliera la ley, todos los menores con discapacidad que cada día buscan en las aulas la normalización real, la que otorga la educación, no tendría problemas de falta de apoyo y accesibilidad (en todos sus aspectos), lo que merma sus capacidades de forjarse un futuro mejor; si se cumpliera la ley, el juego ilegal no explotaría la imagen de la discapacidad y de otras personas en riesgo de exclusión o engañaría cada día a 100.000 consumidores.

En definitiva, si se cumpliera la normativa de la que nos hemos dotado en estos 35 últimos años, a buen seguro todos seríamos beneficiados. Y, obviamente, este clima redundaría en la mejora de la empleabilidad para todos y, por tanto, en la generación de empleo y en un aumento del crecimiento económico. Es sólo un punto de partida y también un deseo, especialmente en el caso de las personas con discapacidad, para la legislatura número ONCE. ¡Cumplamos la ley, que ya toca!



Fernando Ruiz,
presidente
de Deloitte

Confío en que, fruto de la tendencia de crecimiento que muestra nuestra economía, 2016 sea un año en el que podamos ver de forma más significativa una reducción del desempleo. Según las previsiones, España consolidará su crecimiento y se situará, un año más, por delante de otras economías de nuestro entorno. En este sentido, la conformación del nuevo Gobierno será esencial para dar continuidad a la política de reformas y a las medidas que se han iniciado y que deben servir para reforzar nuestro crecimiento y consolidar el esfuerzo realizado por toda la sociedad.

La mejora de la economía incide en una mayor actividad del tejido empresarial que deriva en una mayor necesidad de asesoramiento por parte de las firmas de servicios profesionales. Esta mejora nos llevará a experimentar mayor crecimiento especialmente en los proyectos de Consultoría. En el caso de Deloitte, continuaremos nuestra tendencia de crecimiento, que en el próximo ejercicio será algo superior al de años precedentes. En paralelo, nuestro compromiso con la generación de empleo continua firme y constante. Así, en este ejercicio tenemos una previsión de contratación similar a la de otros años, en torno a los 1.300 nuevos profesionales, una cifra que no ha visto variación durante estos años, a pesar, incluso de los peores años de la crisis.



Gonzalo Sánchez,
presidente de PwC

La economía española seguirá teniendo en 2016 una evolución positiva. La actividad seguirá creciendo, aunque algo menos que en 2015, así como el empleo, lo que podría situar la tasa de paro en España por debajo del 20% por primera vez desde 2010. La caída del precio del petróleo, el tipo de cambio del euro, la política de compra de bonos del Banco Central Europeo, el tirón del sector exterior y los efectos de algunas de las reformas realizadas son los factores que empujarán nuestra economía este año.

En este entorno positivo, la principal amenaza es el actual escenario de incertidumbre política que podría llegar a afectar a la inversión y al consumo. En este sentido, debemos ser capaces de aprove-

char el buen momento por el que atraviesa nuestra economía con la formación de un gobierno estable que despeje cualquier duda y no frene la recuperación.

Pero nuestra situación política no es la única amenaza. No podemos olvidar lo que está pasando fuera de nuestras fronteras. Los interrogantes sobre la fortaleza de China, combinados con la debilidad de otros países emergentes, provocada por el descenso de los precios de las materias primas y, más recientemente, por la debilidad de los datos de actividad de EEUU han puesto en estado de máxima alerta a los inversores, que asisten inquietos a una caída pronunciada de los mercados bursátiles en todo el mundo, incluyendo también el español.

Por lo que se refiere a PwC, en 2016 nuestros principales negocios –auditoría, consultoría, transacciones y asesoramiento legal y fiscal– seguirán comportándose de forma positiva gracias al dinamismo del mercado, que impulsa nuestros negocios más cíclicos, al mayor peso de nuestro negocio de auditoría en el Ibex35 y a las transformaciones que estamos realizando para responder mejor a nuestros clientes. Este año seguiremos siendo uno de los principales empleadores del país y esperamos incorporar a cerca de 1.000 profesionales.



John Scott,
presidente de KPMG
en España y
vicepresidente global de
la firma

Las previsiones de los principales organismos oficiales para la economía española apuntan al mantenimiento del crecimiento de la actividad económica y del empleo en 2016, aunque con tasas menores a las conseguidas en 2015. Además, hay que tener en cuenta que existen elementos que añaden incertidumbre a la recuperación económica global, como una desaceleración de los países emergentes, la caída en el precio de las materias primas o tensiones geopolíticas.

En cuanto a las perspectivas de KPMG, contamos con unas expectativas de crecimiento sólido, esperando contratar a más de 1.200 profesionales. La nueva Ley de auditoría y su adopción por parte de las empresas supone importantes oportunidades de crecimiento para nuestra firma en todas las líneas de servicios. Gracias a nuestra apuesta decidida por la innovación y a nuestra estrategia de los últimos años para aumentar nuestras capacidades en tecnología (Data & Analytics, Ciberseguridad,...) y contar con los mejores profesionales, esperamos crecer en servicios de auditoría, asesoramiento fiscal, fusiones y adquisiciones, refinanciaciones, gestión de riesgos o consultoría. Todo ello, con el objetivo de ayudar a nuestros clientes a alcanzar posiciones de liderazgo y detectar oportunidades en un nuevo entorno, más complejo e interconectado, con mayor carga regulatoria y en permanente cambio.



José Luis Perelli,
presidente de EY

2016 va a ser un año decisivo para España. Desde el plano económico, veníamos registrando cifras que empujaban un buen crecimiento, alentado sobre todo por las reformas aprobadas durante la crisis. Esta positiva coyuntura económica está ahora, en buena medida, en compás de espera, pendiente de las dudas que genera la marcha de la economía mundial, con un crudo en caída y un frenazo de las economías emergentes y, sobre todo, pendiente de los acuerdos que se adopten para la gobernabilidad del país.

Los mercados, los inversores y el tejido empresarial necesitan estabilidad y seguridad jurídica para poder desarrollar estrategias a medio y largo plazo. En este sentido, es necesario que se continúen con las reformas que han permitido dejar atrás lo peor de la crisis y han situado a España como foco de atención de la inversión internacional.

Los fundamentales de las empresas nacionales son buenos; las exportaciones, el consumo y la inversión, tanto interna como externa, mantienen buen tono y existe mayor accesibilidad al crédito. Esta mayor actividad se ha reflejado en una firma como EY, ligada estrechamente a las necesidades de la empresa como asesores en auditoría, abogados, consultoría y transacciones, con crecimiento a doble dígito de ingresos y de un 25% en el número de profesionales, nuestro verdadero activo.



Juan Ramón Pérez Sancho, director general de España y Portugal del Grupo Eulen

No, no voy a hablar del futuro, de las últimas previsiones del FMI que anticipa para España un crecimiento del 2,7% este año y del 2,3% en 2017, mejorando su estimación de hace sólo tres meses.

No, tampoco voy a hablar del pasado, en el que el fuerte crecimiento de la economía en 2015 se ha obtenido, fundamentalmente, gracias a dos factores externos, la depreciación del euro que nos ha permitido exportar en mejores condiciones fuera de la zona euro y los bajos precios del barril de crudo y de otras materias primas.

No voy a entrar en el todavía preocupante nivel de desempleo (20%) y que, a pesar de las mejoras del pasado año, todavía necesitará algunos años para equipararse a

países con similares poblaciones en edad laboral.

Ni tampoco en una de nuestras grandes preocupaciones, la deuda pública, que requerirá seguir haciendo ajustes para disminuir el déficit presupuestario.

Mucho menos de los resultados de las elecciones generales de diciembre, de la incertidumbre de nuestro futuro político a corto plazo (y, a este paso, a medio y largo), de la inestabilidad que conlleva y que podría afectar a nuestra economía.

Voy a hablar de la mayoría de las empresas españolas, que, como el Grupo Eulen, hemos tenido la suerte de tener equipos que han sabido hacer bien las cosas durante los difíciles últimos años, capeando todo tipo de temporales, asegurando la mayor parte de los empleos, con accionistas que han reinvertido los beneficios y apostado por reforzar nuestra presencia en más de diez países de América, por la creación de nuevas empresas en Europa y en Oriente Medio.

En definitiva, las perspectivas son mejores que en años precedentes pero el éxito radica en nuestra capacidad de adaptación y aprovechamiento de las mismas.

De eso, sí voy a hablar, cuando ustedes quieran.



Mário Barbosa, presidente y director general de McDonald's España

El año 2016 ha comenzado con un nuevo escenario que, si bien mantiene un cierto optimismo en el ámbito económico, en el político ciernen inquietud ante un panorama de inestabilidad. Nos gustaría confiar en que estas circunstancias no van a repercutir en el recuperado optimismo de consumo y en los resultados de las empresas. Además, resulta necesario seguir trabajando a nivel estructural para consolidar los avances económicos alcanzados.

En relación al sector de la restauración, la confianza en la actividad económica ha impulsado un incremento del consumo, por lo que esperamos que continúe esta tendencia.

En McDonald's nos debemos a los consumidores y a la sociedad. Por ello, y apuntando al futuro, queremos seguir evolucionando apostando por la innovación, por un nuevo concepto de restaurante, el Restaurante del Futuro. Una referencia propia del servicio de vanguardia de este siglo, enfocado a mejorar cien por cien la experiencia del cliente, y que ya es una realidad. Asimismo, nuestro compromiso es continuar aportando valor económico y social mediante la apertura de cerca de 100 nuevos restaurantes en el periodo 2016-2018 que generarán unos 4.000 nuevos empleos.

McDonald's España cuenta en la actualidad con 497 restaurantes que suponen unos 24.000 empleos. Este año cumplimos 35 años desde que se abriera el primer restaurante McDonald's en la Gran Vía madrileña, y en este espíritu de celebración queremos felicitar a El NUEVO LUNES por su 35 aniversario.



Emiliano González, director general de MSC Cruceros en España

MSC Cruceros tiene la certeza de que experimentará un desarrollo positivo y continuado en 2016, como ha hecho hasta el día de hoy. La compañía, a nivel global, espera un crecimiento adicional del 6% respecto al 2015.

Nuestro alcance a nivel mundial se ha visto incrementado más allá de la oferta en el Mediterráneo y el Norte de Europa al ser la primera línea de cruceros mundial en tener Cuba como puerto base. De hecho, somos la única naviera que ofrece dos itinerarios diferentes por el Caribe que incluyen escalas en La Habana con MSC Opera que ya está navegando y MSC Armonia que se unirá al Caribe en diciembre de 2016. A parte de Cuba como nuevo destino, este año también incorporaremos China. En mayo de 2016, llegará al gigante asiático nuestro primer barco. Así mismo, continuaremos fortaleciendo nuestra oferta en Dubái, Abu Dhabi y Omán con aún más capacidad a bordo de MSC Musica y MSC Fantasia.

En 2015, MSC Cruceros tuvo un crecimiento sin precedentes con un aumento de las ventas del 10% y un total de 1.700.000 clientes a nivel mundial a bordo de los 12 barcos de la compañía. Además de consolidar aún más su liderazgo en Sudamérica y Sudáfrica, en los principales mercados, como lo es España, el crecimiento se ha manifestado con mayores ganancias de cuota de mercado y un crecimiento superior al doble del alcanzado a nivel mundial.



Fernando Cuesta, director general de Amadeus España

La industria turística afronta 2016 con expectación y con renovada energía. Hay indicadores ciertamente positivos: el año pasado se cerró con 68 millones de turistas internacionales, un repunte del 4,9% que pone de manifiesto la buena salud del destino España, pero también la fortaleza y la experiencia de la industria turística de nuestro país y el gran talento de sus profesionales.

Pero las buenas noticias no se circunscriben simplemente al apartado del turismo receptivo. Poco a poco va mejorando la confianza de los consumidores, y en el ámbito concreto de la distribución turística estamos viendo variados e interesantes proyectos de inversión, nue-

vas iniciativas de negocio e incluso diferentes modelos de relación con el cliente.

Hay motivo para el optimismo. Aún es necesario que todos los actores públicos y privados que intervienen en el sector del viaje muestren la estabilidad y la fortaleza necesaria para seguir acompañando a esta industria, pero no me cabe duda de que sabrán hacerlo. Considero que estamos ante una etapa ilusionante, que debemos construir entre todos basándonos en el realismo y en la fortaleza de un sector que tiene mucho que dar de sí.



Óscar Martín, CEO de Ecoembes

Somos optimistas de cara a este año. 2016 debe servir no sólo para apuntalar el crecimiento de la economía española, sino además para consolidar las bases hacia una salida definitiva de la crisis económica. Un factor clave que determinará esta evolución tiene que ver con la estabilidad institucional, ya que es necesaria para generar confianza en los mercados y dinamizar las inversiones. En esta línea, el nuevo Gobierno tendrá que apostar además por la creación de empleo para reducir la actual tasa de paro y por la inversión en áreas clave para nuestro modelo productivo, como la I+D+i. Y en este sentido, la estabilidad en la política y en el marco regulatorio es, entre otros, un factor determinante para que se materialice la inversión.

Para ello, el sector del reciclaje será de nuevo clave de cara a 2016, ya que la innovación y el empleo verde seguirán siendo factores determinantes a la hora de abordar nuestro trabajo. Por otro lado, no nos podemos olvidar de la recientemente celebrada Cumbre de París. Sus conclusiones deben ser la confirmación de un modelo de desarrollo sostenible que garantice la supervivencia de nuestro planeta. Para ello, desde Ecoembes seguiremos trabajando para ser parte activa de la transición hacia este modelo económico a través de la gestión eficiente de los residuos y el ecodiseño. Este año, además, servirá para acercarnos aún más a nuestro objetivo de alcanzar la tasa del 80% de envases domésticos reciclados en España para 2020.



Antonio Castelló, director general de Copera

La recuperación económica del

país y del sector nos hace ser optimistas respecto a la evolución de nuestra empresa.

Para ello, como objetivo principal para este año desarrollaremos el mercado canario y la división de colectividades, empleando más recursos que en años anteriores y ampliando nuestro catálogo de productos y servicios para dar respuesta a las necesidades específicas de cada uno de ellos.

Por otro lado, continuamos apostando por la tecnología y la innovación con nuevas propuestas para incrementar las transacciones online; prevemos un crecimiento de hasta un 20%. Para ello, hemos presentado en FITUR una APP que permite a nuestros clientes tener un acceso más ágil al catálogo electrónico.

En cuanto a volumen de compra estimamos aumentar la cifra en un 25%, ampliando a más de 1000 establecimientos nuestra cartera de clientes, de los que más de 140 se han puesto en contacto directo con nosotros gracias a nuestro stand de Fitur.



Santiago Pérez, director general de Air Miles España-Travel Club

En mi opinión sí se consolidará el crecimiento en 2016. Todos los indicadores apuntan a que así sea y las previsiones de crecimiento del PIB se siguen corrigiendo al alza. Obviamente si la situación de inestabilidad política no se resuelve en un plazo razonable, el crecimiento se verá afectado.

La actividad de Travel Club está creciendo en el inicio del año, pues crece el consumo de los clientes de las empresas asociadas, la mayoría de ellas encuadradas en el comercio minorista, y las expectativas apuntan a un crecimiento superior al 2% en los próximos meses, en línea con el crecimiento del último periodo de 2015.

En el sector turismo, donde muchos de los socios de Travel Club canjean sus puntos, esperamos un crecimiento de nuestra actividad en el entorno del 10%, espoleado por la importante mejora de la oferta y ganancia de competitividad de la compañía aérea asociada al Programa.



Carlos Calero, director general de Vincci Hoteles

En este último año, en Vincci

Hoteles hemos notado una recuperación en el sector y las previsiones para 2016 son positivas. Los precios van poco a poco recuperándose, aunque todavía no se han alcanzado posiciones similares a antes de la crisis. Creemos que se están introduciendo nuevas tendencias en hostelería que están transformando el concepto de alojamiento que teníamos hasta ahora y que cubren nuevas necesidades. Hemos sido durante muchos años una industria inmóvil que ofrecía pocas novedades. En Vincci Hoteles hace tiempo que hemos empezado a cambiar la forma de hacer hostelería y, sobre todo, dotamos a cada establecimiento de su propia personalidad y lo adaptamos a cada tipo de huésped. Precisamente, encaramos este año con nuevos proyectos que se adaptan a las nuevas formas de entender los viajes. El viajero, sin duda, está marcando nuestro ritmo de modernización ya que cada día cambian sus exigencias y necesidades. Nosotros nos adaptamos e intentamos sorprenderle con nuestros establecimientos y con nuestros servicios.



José Antonio Llorente,
presidente
y socio
fundador de
Llorente & Cuenca

Como empresa, Llorente & Cuenca se encuentra en un momento muy bueno. En nuestros 20 años de trayectoria hemos conseguido consolidar un modelo de negocio que se ha revelado útil y exitoso, tanto en entornos de negocio deprimidos como los vividos en los últimos años- como en los de crecimiento. Como lo constata el hecho de que, desde 2009, prácticamente hemos duplicado el tamaño de la compañía a pesar del contexto de crisis en España y Portugal. Asimismo, durante 2015 hemos realizado importantes operaciones de adquisición que han fortalecido nuestra posición de liderazgo como la primera consultoría de comunicación en España, Portugal y América Latina, lo que hace que nuestras perspectivas a futuro sean muy positivas. Por lo que se refiere a nuestro sector, es claro, que el cambio en el paradigma de la comunicación provocado por Internet y las nuevas tecnologías, así como el nuevo escenario surgido tras la crisis, enfrenta a las empresas e instituciones a ciudadanos más escépticos, críticos e informados con capacidad de intervenir en la conversación. Este hecho nos pone a los profesionales de la comunicación ante un gran reto: ayudar a nuestros clientes a gestionar la reputación en esta nueva sociedad de la transparencia y la economía de la atención, donde ya no se comunica sólo con palabras sino con hechos. Creo que esto abre un campo de oportunidades y posibilidades para aquellos que cuenten con el expertise y los recursos necesarios.



Juan Fernández-Aceytuno, director general de ST Sociedad de Tasación

El sector inmobiliario comienza 2016 en un marco de estabilidad más que de recuperación. La confianza del comprador medio de vivienda, que se mueve en un equilibrio entre la aversión al riesgo y los beneficios de adquirir un inmueble, comienza a ser algo más positiva gracias a factores como la evolución de empleo, los salarios, el acceso a la financiación con tipos de interés bajos, a la falta de inversiones alternativas por las caídas en Bolsa y a la baja rentabilidad de los depósitos bancarios.

El precio de la vivienda nueva y usada acumula diez trimestres consecutivos con variaciones al alza y a la baja, en forma de dientes de sierra, lo que nos lleva a pensar en términos de estabilidad. En caso de que se mantengan las proyecciones macroeconómicas y el escenario de tipos y bolsa, la tendencia de precios de vivienda tendría sentido creciente en 2016. En cualquier caso, la recuperación será un proceso gradual y desigual, que no será idéntico en todas las poblaciones ni afectará a todos los tipos de inmueble de la misma forma.

Otros indicadores relevantes que no suelen comentarse son la evolución de las hipotecas concedidas, que ya crecen a mayor ritmo que el número de transacciones, lo que supone una buena noticia. Aunque todavía debemos ser cautos, en 2015 se han constituido unas 248.000 hipotecas, frente a 380.000 transacciones. En ST Sociedad de Tasación pensamos que la recuperación del sector se habrá consolidado cuando ambas cifras, en tendencia creciente, se igualen.



Juan Carlos Smith, consejero delegado del Grupo Eneas

Desde que empezamos el proyecto Eneas, hace más de 13 años, tenemos un buen *track record* para la lectura y previsión de acontecimientos, buena prueba de ello es nuestra capacidad de crecimiento en estos años de crisis, incorporando año tras año nuevas líneas de negocio al grupo, ofreciendo hoy en día soluciones integrales de

consultoría.

Este inicio de año está muy marcado por la política, el problema del terrorismo y el cambio climático a nivel Europeo y Mundial. A nivel nacional, el marco político y los posibles pactos de gobierno serán claves para determinar la consolidación o no de lo recuperado hasta la fecha, y existe un aire de incertidumbre todavía no despejado. En cuanto al entorno económico, el crédito parece que fluye con timidez en hipotecas y préstamos para Pymes. Aun no siendo suficiente, sí muestra un cambio de tendencia muy ligado a las políticas del BCE y su penalización a los bancos que no muevan su dinero. La deflación supondrá un duro reto para los gobiernos, ya que se debe a una combinación de hechos que no se habían dado en el pasado y que necesitan de nuevas recetas para su gestión. Corremos el riesgo de intentar cambiar esta situación con más política monetaria y eso sólo creará apariencia de inflación basada en burbujas por la liquidez y ya sabemos dónde nos llevan esas burbujas.

En cualquier caso veremos actividad financiera en los próximos meses en mayor medida que en el último año, y seguiremos observando que los activos se revalorizarán más rápido que el dinero. Europa tiene un gran año para exportar y dudamos que EE UU deje mucho tiempo su dólar tan caro y dejando esa ventaja competitiva a Europa.

En cuanto a nuestro sector, la consultoría, enormemente influido por las perspectivas macro, se presenta un año alentador, donde existe todavía una elevada presión inversora y apetito comprador, y quedan buenas oportunidades para crecer y mejorar los ratios. En conclusión, aun con la incertidumbre reinante en estos primeros meses del año, desde Eneas afrontamos el 2016 con gran optimismo y buenas expectativas, tanto a nivel macro como a nivel propio.



Pablo Parellada, director general de BravoSolution

Las compañías españolas, especialmente las de mayor tamaño, apuestan cada vez más por externalizar su función de compras, apoyar sus procesos en una tecnología adecuada y dejarse asesorar por empresas de consultoría.

El área de compras en las grandes empresas ha pasado de ejercer una labor no unificada, con una actitud meramente reactiva, a desarrollar una estrategia de compras conjunta, activa y centralizada. De hecho, en los últimos doce meses se ha multiplicado el número de empresas del IBEX 35 que han adoptado nuestras soluciones y servicios para adquirir bienes y servicios. Esto demuestra la evolución que está -y seguirá- experimentando en España el área de compras, cada vez más profesionalizada, con una creciente tendencia a la externalización y la paulatina adopción de las nuevas tecnologías.

En 2016 mantenemos nuestro propósito de seguir acompañando

y aportando valor a un amplio número de importantes empresas y organismos públicos en España. Nuestro objetivo es seguir creciendo como en los últimos 3 años por encima del 20% anual.



Sergio Vélez, director general de FTI Consulting España

Hemos comenzado el año con una paradójica situación en el país: una economía en ascenso bajo un contexto de parálisis gubernamental, sin visos de cómo o cuándo acabará resolviéndose. La estabilidad es necesaria para dar continuidad a esta evolución y para reforzar la confianza internacional, si bien creemos que la actividad empresarial española entró en tal dinámica en 2015 y que no debería verse tan expuesta a la incertidumbre política. España es un mercado maduro, jugador mundial, que aglutina empresas loables por sus logros, saber hacer y proyección.

En este sentido, desde FTI Consulting España afrontamos 2016 con optimismo, con la confianza del valor que ofrecemos a las compañías en sus estrategias de adaptación y de crecimiento. Ahora más que nunca, necesitan apostar por la mejora de su productividad, ganar competitividad y proteger su reputación, por lo que vislumbramos interesantes oportunidades asesorándoles para, salir al exterior con el conocimiento necesario, buscar socios solventes y fiables, refinanciar su deuda y mejorar su músculo financiero, acometer una inversión, realizar una transformación financiera u operativa e, inclusive, adaptar sus modus operandi para prevenir el fraude y la corrupción, que tristemente son lacra en el seno de muchas empresas. También vemos oportunidades en el lado internacional, al calor del interés en España de actores tanto de perfil financiero como industrial.

En esta apuesta por España, el pasado año dimos pasos importantes para reforzar nuestro equipo y estructura organizativa, que prevemos continuar durante 2016.



Martín Javier Aranda, director general de Worldline Iberia

Más allá de las incertidumbres políticas y su efecto en la economía, 2016 ha comenzado con buen pie.

Las perspectivas son optimistas y todo indica que se mantendrá el ritmo de crecimiento y se seguirá creando empleo. La inercia es demasiado fuerte como para que se frene fácilmente.

Un escenario donde la innovación y su capacidad disruptiva tienen la fuerza suficiente como para superar todo tipo de obstáculos y ambas están en el ADN de Worldline Iberia. Así, en 2016 abordaremos grandes desafíos en el ámbito de los medios de pago y probablemente cambiarán algunas de las reglas de juego que han definido este mercado. Aquí la tecnología actuará como un facilitador o como factor excluyente y nuestra misión será que nadie se quede fuera de juego. La movilidad será otro de los drivers y un elemento común que aportará valor en cualquier de nuestras actividades. Vinculado a él, aparece el concepto ConnectedLiving, impulsado por Worldline, que simplificará y dará soporte a nuestra vida cotidiana, especialmente a aquellos colectivos que necesitan mayores cuidados. La revolución llegará también al punto de venta. Nuestras compras serán más inteligentes y se iniciarán en el móvil y terminarán, pagando desde el móvil, en nuestra tienda favorita.

En 2016 habrá cambios y seguirá el crecimiento. También daremos un nuevo impulso a nuestro Centro de Competencia de Movilidad de Barcelona para dar respuesta a una demanda de crecimiento de aplicaciones y servicios asociados como las Oficinas Técnicas de Movilidad, que lideramos en diferentes empresas e instituciones.



Ángel Parra, CEO de Digitex

Si bien la situación económica de los últimos años ha afectado al sector de experiencia de cliente de igual manera que lo ha hecho con todos, la introducción de nuevas tecnologías y el mayor nivel de exigencia de los consumidores han contribuido a que el estancamiento haya sido menor que en otras industrias y la recuperación haya sido, por tanto, más rápida.

Muestra de ello son los positivos resultados de Digitex en el ejercicio pasado. Hemos cerrado el año con unos ingresos de 178 millones de euros que supone un crecimiento del 13%, además de alcanzar un EBITDA de 18,7 millones. Hemos mantenido nuestra presencia en países en los que ya contamos con una larga experiencia, como Colombia, México y Perú, y continuamos con nuestra expansión internacional sumando mercados como el brasileño con la adquisición de Clientis, empresa experta en Analytics; y el estadounidense con la apertura de un nuevo centro de operaciones en Miami.

Siguiendo esta estela de crecimiento hemos elaborado nuestro plan de negocio con miras a 2019. Así nos centramos en una mayor diversificación de nuestros servicios, el aumento de nuestra cartera de clientes y nuestra capacidad operativa en Latam; lo que nos permitirá obtener entre un 3 y un 5% más de ingresos anuales.

TRABAJO



Raúl Grijalba,
presidente ejecutivo de
ManpowerGroup en
España

Los datos más recientes presentados en el último Índice ManpowerGroup muestran la mejora y consolidación del mercado laboral. La creación de más medio millón de empleos en el tercer trimestre constata una mejoría basada en los servicios privados y la industria, un empleo asalariado que crece al 3,7% y una ocupación que llega ya a perfiles menos cualificados. En 2016, con niveles estimados de crecimiento entorno al 2,7% del PIB, podemos llegar a crecer en el empleo a un ritmo del 2% anual, lo que supondría unos 400.000 nuevos puestos de trabajo e incluso ir ganando productividad. El reto ahora es adecuar los perfiles y competencias de los más de cuatro millones de desempleados actuales a los nuevos puestos de trabajo que se crearán, en especial se debe actuar sobre el colectivo de los jóvenes. La empleabilidad junto a la flexibilidad son los dos frentes más importantes para seguir reformando nuestro mercado de trabajo. Como expertos vemos, como recientemente se confirmó en el Foro económico de Davos, que la 4ª Revolución Industrial que estamos viviendo viene marcada por interconectividad, la velocidad de los cambios y la importancia del talento. En esta era de las personas y en este nuevo marco socioeconómico, las empresas que quieran crecer deben enfocarse en atraer, desarrollar y retener el talento.

Desde ManpowerGroup a lo largo del año 2015 hemos superado el 30% de crecimiento, 10 puntos por encima del mercado y esperamos que en las distintas fases del ciclo de Talento: contratación, selección, formación y desarrollo se supere el 15% de crecimiento en el 2016.



Christopher Dottie,
director general de
Hays en España

El entorno macroeconómico en 2015 fue más positivo para España que cualquier otro año desde 2007 y esto se ha notado mucho. Después de varios años con un creci-

miento PIB negativo o marginal tener un año de +3,2% fue muy buena noticia y se ha notado mucho en la confianza de las empresas para contratar (en Hays hemos registrado 35% más de vacantes por parte de nuestros clientes comparado con el año anterior). Además, los profesionales demostraron más preparados a asumir el riesgo de cambiar de empresa para lograr una evolución profesional.

A nivel externo, no hay ningún elemento que debería impedir que 2016 sea más de lo mismo, los datos económicos son estables y los elementos globales de inseguridad como la ralentización económica en China, los previos más bajos de petróleo e inestabilidad geopolítica en algunas regiones tienen impacto limitado en España. El riesgo es interno, el problema será si España no aprovecha de la oportunidad de seguir creciendo. Mismo durante el crecimiento económico de 2015 solo hemos conseguido pasar de 17,6MM de ocupados a 18,1MM, comparado con los 20,7MM del año 2007. Cualquier inestabilidad política prolongada o nueva política errónea de mercado laboral podría retrasar aún más el crecimiento de empleo tan necesario para los 3MM de parados de larga duración. Necesitamos una reforma de los Servicios Públicos de Empleo, flexibilidad más equitativa, un cargo administrativo reducido y una visión educativa sobre la empleabilidad.

Desde Hays estamos planificando para un excelente 2016, estamos creciendo, contratando nuevos empleados, alquilando nuevas oficinas y abriendo nuevas líneas de servicio. Pero estamos muy conscientes de que será muy importante que la sociedad española sigue implementando mejoras para aprovechar de la oportunidad presentada.



Andreu Cruañas,
presidente de la
Asociación de Empresas
de Trabajo Temporal
(Asempleo)

Hemos empezado bien el año. La tasa de crecimiento interanual de la afiliación a la Seguridad Social se ha mantenido entorno al 3,2% y el efecto estacional ha tenido el menor impacto que se recuerda en toda la serie histórica. Los estímulos que han impulsado el crecimiento económico y la creación de empleo en los últimos meses, mantienen su inercia y todo indica que así seguirá a pesar de los riesgos a los que estamos expuestos. La incertidumbre sobre la constitución del nuevo Gobierno y los peligros externos que amenazan a la estabilidad económica (China, EEUU, petróleo...) están ahí y pueden condicionar el rumbo del mercado laboral español. Sin embargo y según vaticina el servicio de estudios de ASEMPLEO, la creación de puestos de trabajo se mantendrá en una tasa interanual del 3% en el primer trimestre de 2016, precisamente porque los condicionantes que afectan a las diferentes variables del mercado de tra-

bajo van a mantenerse como comentamos y además, porque junto a este hecho, la Semana Santa se celebra este año íntegramente en el mes de marzo. En abril empezaremos a percibir una ligera desaceleración en el ritmo de crecimiento de la ocupación. A pesar de ello, la creación de empleo seguirá siendo muy potente, pues todo indica que la tasa interanual, apenas se reducirá una décima hasta el 2,9%, culminando una buena primera mitad de 2016. Lo que ocurra en los seis últimos meses del año, es muy difícil de predecir y estará condicionado por las medidas que vaya tomando el gobierno que se constituya. Desde la patronal, reiteramos, que si queremos vivir otro año histórico en lo que respecta a la creación de puestos de trabajo como ha sido 2015, es necesario mejorar en la selección y la intermediación, así como contar con todos los recursos, públicos y privados, especializados en la colocación.

TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

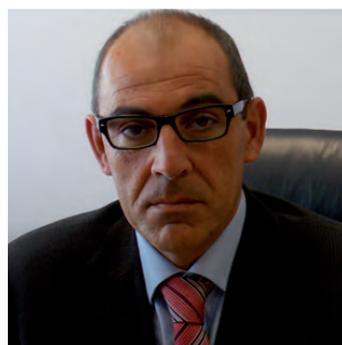


Yves Delmas,
presidente de SEUR

El año ha comenzado cargado de referencias macroeconómicas preocupantes, caída de mercados bursátiles, desaceleración en China, riesgos de deflación en la Unión Europea, petróleo en mínimos, entre otros, que nos hacen extremar la prudencia ante lo que puede suponer el desarrollo de la actividad económica en los próximos meses.

A todo esto hay que añadir el plus de incertidumbre que supone la situación política española. En este entorno de prudencia creemos que hay argumentos para manifestar un optimismo moderado sobre el futuro inmediato de la situación económica en España. La fortaleza del mercado interior va a suponer un colchón de seguridad frente a desafíos del exterior y creemos que el avance del FMI sobre el crecimiento de la economía española para 2016 del 2,7% es muy ajustado y asumible.

En 2015 SEUR creció por encima del 7% en facturación, con un 15% más en volumen de paquetes transportados. El auge del comercio electrónico, donde tenemos una cuota de mercado superior al 30%, y el alza del negocio exterior, sobre todo de las pymes, que impulsa nuestra actividad en transporte internacional por encima del 20%, van a ser soportes muy sólidos de nuestra actividad de negocio este año.



Santiago Mariscal,
director general de DHL
Freight Iberia

El año 2015 se ha caracterizado por un repunte de la actividad económica y de la recuperación que, sin embargo, puede verse comprometida por la inestabilidad política y la incertidumbre. La consolidación de un gobierno estable puede prolongarse a lo largo de los próximos meses, especialmente si el país se ve obligado a convocar unas nuevas elecciones, lo cual no tendrá ninguna consecuencia positiva en la evolución económica y empresarial del país, debido a la pérdida de confianza que podría provocar esta situación.

En cuanto a la actividad en el sector del transporte y la logística es y seguirá siendo un índice fundamental en las previsiones económicas. El bajo precio del petróleo y su impacto en el coste del combustible supone una reducción positiva de los costes de producción, pero será fundamental el mantenimiento de la actividad exportadora para poder consolidar los buenos resultados de los últimos meses, basados en el crecimiento de volúmenes.

La intermodalidad carretera-marítimo-aéreo ofrece interesantes oportunidades en el sector y aún hay margen para la mejora en este terreno. Por su lado, la gran asignatura pendiente sigue siendo el ferrocarril, que requiere de importantes inversiones tanto en infraestructuras, como desde el punto de vista operativo y financiero, para conseguir la flexibilidad y fiabilidad que hasta el momento no ha sido posible para que sea una alternativa eficaz a la carretera.



Luis Egido,
consejero delegado de
Logista

A lo largo de 2015 se ha constatado la continuidad de la tendencia positiva en el consumo que ya se percibía hacia el final de 2014.

La mejora de las perspectivas económicas, los continuados procesos de ajuste de capacidad y desapalancamiento, así como la generación de empleo han propiciado que esta recuperación tuviera una continuidad sobre la que, mirando adelante, aún debemos ser cautelosos.

Nuestra posición como distribuidor líder de productos y servicios a comercios de proximidad, con distribución habitual a alrededor de 300.000 puntos de venta en redes

capilares minoristas en España, Francia, Italia y Portugal, nos ha permitido comprobar esta mejoría en el consumo privado español que, en este sentido, ha tenido un mejor comportamiento respecto al de otros países.

Las empresas han podido beneficiarse de esta tendencia en la medida en que durante los últimos años hubieran profundizado, además, en su estrategia de generar un claro valor a sus clientes.

En Logista hemos continuado generando valor a fabricantes y puntos de venta proporcionándoles una distribución moderna, eficiente y especializada a comercios de proximidad con la que pueden aprovechar las oportunidades de compra de sus clientes finales, así como añadiendo servicios avanzados de Business Intelligence que les permita conocerles mejor.

En enero ha continuado la tendencia positiva de los últimos meses y esperamos que durante 2016 se consolide este crecimiento. Para ello es preciso seguir despejando incertidumbres, incluyendo las políticas que se han sumado e introducido en las conversaciones con clientes e inversores internacionales, y seguir poniendo todo el esfuerzo en el crecimiento, las nuevas actividades y la creación de valor.



José Luís Simões,
presidente del Grupo
Luís Simões

Gracias a la estabilidad económica ante la que nos encontramos, el sector de logística y transporte ha cerrado 2015 con datos que confirman su consolidación y recuperación. La facturación de transporte de mercancías por carretera en la Península Ibérica ha aumentado un 1,8%, alcanzando los 15.825 millones de euros, lo que augura que el crecimiento total sea de hasta un 4% entre 2015 y 2016, según revela un informe del Observatorio Sectorial DBK.

En nuestro caso, 2015 ha sido un año repleto de éxitos en los que hemos incorporado nuevos clientes y hemos continuado con nuestra apuesta por la innovación y la ampliación de nuestras instalaciones y servicios, dos aspectos fundamentales para impulsar el sector y adaptarse a las necesidades del mercado actual.

En esta nueva etapa, vamos a estar mucho más cerca del consumidor final, seguiremos apostando por la consolidación en el mercado ibérico como principal puerta a la exportación. Además, estamos estudiando nuevos segmentos en los que posicionarnos con el objetivo de diversificar los servicios que ofrecemos a nuestros clientes.

En cuanto al 2016, siguiendo la trayectoria de estos dos últimos años, las previsiones apuntan al crecimiento del volumen de negocio en el sector, el cual estará marcado por tendencias vinculadas a la innovación tecnológica, la corriente del e-commerce, el uso del Big Data, y otros factores como la optimización de costes logísticos, el aumento de la integración y colaboración en la cadena de suministro entre proveedores de logística, y el factor humano.



Manuel Panadero, director de Relaciones Institucionales de Globalia

En un contexto tan volátil como el actual, las previsiones incluso a corto plazo resultan complicadas porque estamos sometidos a cambios imprevisibles sólo unos meses antes.

Asumiendo ese riesgo, podríamos señalar que en el sector turístico y de los viajes, las perspectivas son positivas. España seguirá siendo un valor refugio del turismo tanto por sus propios valores competitivos como por la situación existente en países competidores lo que augura otro excelente año para el turismo receptor y, por otra parte, la recuperación económica que todo parece apuntar que se moverá en crecimientos en el entorno del 3% en este año, está impulsando el crecimiento del turismo emisor tanto dirigido al mercado interno como al exterior.

En el campo del transporte aéreo, los descensos de precios del carburante con su efecto de reducción de precios, unido al descenso de los costes de escala en los aeropuertos de AENA, está contribuyendo a reforzar la demanda que la actividad económica genera y debería conducir a un año positivo para las compañías aéreas.

Y en el campo del transporte de viajeros terrestre, la continuidad del proceso de licitaciones del Ministerio en el transporte por carretera, que deberá ser complementado por las de las Comunidades Autónomas, está abriendo oportunidades a las empresas al tiempo que mejorando calidades y reduciendo precios para el usuario, lo que contribuirá a incrementar su demanda, en tanto que el cuarto paquete ferroviario abre la perspectiva de la liberalización en 2019 sin perjuicio de lo que pueda ocurrir una vez se forme gobierno en el caso del corredor del Levante.

Nubarrones, que los hay, aparte, podemos estar ante un buen año 2016 para el sector y por supuesto para el Grupo Globalia y a más largo plazo, las perspectivas siguen siendo positivas pero mucho más inciertas.



Javier Gándara, director general de EasyJet para España

Es evidente que el sector de la aviación comercial ha estado creciendo a un alto ritmo durante los últimos años y lo seguirá haciendo. Sin

embargo, ha quedado patente que sólo las aerolíneas que han sido creadas bajo una estructura de negocio rentable son las que continúan creciendo. España es un mercado clave para easyJet, aerolínea líder de tarifas económicas en Europa, y apuesta por un crecimiento sostenido en el país. No se trata de crecer a cualquier precio, sino apostando por aquellas rutas que aportan a la compañía la rentabilidad que ésta espera para mantenerse como una de las compañías más rentables del mundo.

En el conjunto de la red, nuestra previsión es crecer entre un 6 y un 7% al año, pero sólo se hará si es de forma rentable. Este año lo hemos cerrado con un beneficio récord de casi 1.000 millones de euros, el mayor de nuestra historia. En los 20 años de historia de easyJet, siempre hemos conseguido beneficios y, a pesar de los años de crisis económica que hemos vivido, mientras otras aerolíneas perdían dinero, easyJet ha obtenido beneficios récord durante los 5 últimos años consecutivos, lo cual demuestra el robusto modelo de negocio de la aerolínea.

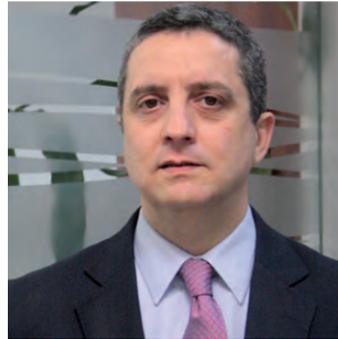
EasyJet transportó en España en 2015 alrededor de 12,6 millones de pasajeros y espera crecer un 4% este año gracias, en gran parte, a la apertura de su nueva base en Barcelona que tuvo lugar en febrero y que nos permitirá ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes, con más frecuencias y rutas. De cara a los próximos años se prevé continuar con un crecimiento sostenido y rentable.



Javier Díaz-Laviada, director general de Hertz España

Las perspectivas son muy positivas para el sector y para las empresas que lo integramos. El año pasado fue un buen año para el rent a car, impulsado principalmente por las excelentes cifras del turismo en España, pero también por el repunte de los clientes corporativos. Los últimos estudios apuntan a que tras un crecimiento del 4,3% en 2014, el año pasado el sector del alquiler de coches cerró el ejercicio con

repuntes del 5%, superando la cifra de 1.400 millones de euros. Las previsiones para 2016 van en la misma línea. Incluso, me atrevería a decir que con subidas más pronunciadas. Tras unos años difíciles para el sector, podemos afirmar que volvemos a recuperar la forma. Con las perspectivas económicas y turísticas que trae este año, no nos queremos conformar solo con cerrar en positivo. El mercado español es de los más competitivos del mundo por lo que vamos a duplicar los esfuerzos para acabar 2016 mejorando aún más la atención al cliente y creando nuevas soluciones de movilidad dirigidas al ocio y al *corporate*.



Ramón Biarnés, director comercial de Avis Budget Group en la región Iberia (España y Portugal)

Las expectativas de Avis Budget Group son muy positivas. Los resultados obtenidos en el anterior ejercicio de nuestra actividad y la notable recuperación económica ligada al fuerte potencial turístico de la región Iberia (España y Portugal) nos permiten pensar y afrontar este nuevo año con optimismo.

El altísimo atractivo turístico tanto de España como de Portugal, hizo que el sector *leisure* tuviese un fuerte carácter estacional. Este año 2016 la tendencia ha cambiado, la reactivación del turismo nacional ha potenciado el aumento de las escapadas de fin de semana y los viajes costeros se están incrementando notablemente, hecho que es muy favorable para el sector *rent a car*. Lo mismo podríamos decir de nuestro cliente *corporate*; la reactivación económica ha marcado claramente este sector, que está actualmente en continuo crecimiento.

Por otro lado, para nuestras marcas Avis y Budget, nuestro principal reto seguirá siendo ofrecer la mejor calidad con los servicios y productos más innovadores y exclusivos, garantizando siempre las mejores experiencias de viaje. Esta es la máxima del grupo, trabajar de manera constante en la satisfacción de todos y cada uno de nuestros

clientes.

Este año 2016 tiene una especial relevancia para la compañía, pues celebramos nuestro 50 aniversario en España. En la industria turística española los agentes de viajes tienen una relevancia especial y sin duda, en nuestra trayectoria han tenido un papel fundamental ya que sin ellos no podríamos haber cumplido este medio siglo de éxitos. Para todos ellos hemos diseñado "VueltaalMundoAvis", una iniciativa en la que sorteamos tres vueltas al mundo, cada una para dos personas. Esta acción se une a las diferentes celebraciones que tenemos preparadas para este 50 Aniversario, un gran hito que afrontamos con mucha ilusión y que nos motiva para seguir trabajando duro y apostando por la constante innovación de nuestros productos y servicios.



Rocío Carrascosa, CEO de Alphabet

En Alphabet estamos muy satisfechos con los resultados obtenidos en 2015. Nuestra facturación alcanzó algo más de 200 millones de euros y matriculamos más de 12.500 vehículos, lo que supone un incremento del 35% sobre las ventas de 2014. Además nuestra flota de vehículos ya supera las 36.500 unidades. Nuestro sector también disfruta de un muy buen momento. Recientemente la AER ha publicado las cifras correspondientes al cierre de 2015, donde indica que en el pasado año se triplicaron las previsiones de crecimiento, alcanzando las 172.321 matriculaciones. Es decir, uno de cada siete vehículos que se vendieron en España se hizo mediante *renting*.

El reto de Alphabet es mantener nuestro crecimiento por encima del mercado a la vez que ofrecemos a nuestros clientes la mejor experiencia de servicio. Como las grandes empresas ya conocen el *renting*, gran parte de este crecimiento debe venir del sector de las pequeñas y medianas empresas. Un sector que sabemos requiere de un mayor asesoramiento y mayor flexibilidad. Por ello, nuestra estrategia se enfocará en el desarrollo de un producto específico más flexible, unos procesos más simples y un equipo

comercial especializado. En los próximos años, Alphabet tiene la ambición de ser líder en servicios de calidad para la movilidad corporativa. Junto al producto de *renting* que hoy conocemos, seguiremos ofreciendo productos tan novedosos como AlphaCity, nuestro servicio de coche compartido para empresas, o AlphaElectric, nuestra solución para estudiar e integrar la movilidad eléctrica en una flota.

VARIOS



José María Ruiz, director general de Juguettos

Un buen indicador del momento que vive una economía y de cómo se perfila su evolución es, lógicamente, el dato que arroja el índice de consumo. En España, la percepción generalizada de la última campaña de Navidad revela que los consumidores se muestran más optimistas y con ello incrementan, aunque sea de forma tímida, su predisposición al gasto. Ahora, tendremos que esperar a que esa tendencia en positivo se mantenga durante el resto del año y sea un síntoma definitivo de cambio.

Para Juguettos, 2015 ha sido un año clave, puesto que celebramos 40 años de actividad en el mercado. Unos años en los que hemos pasado de ser un grupo de juguetes localizados en la zona de Alicante, a estar presentes por toda la geografía española con 258 tiendas. También ha sido un año de continuidad, en el que hemos mantenido el ritmo de crecimiento de los últimos años y eso nos permite afrontar el nuevo ejercicio con razonable optimismo.

Este optimismo no significa que 2016 esté exento de desafíos. Somos una gran compañía, pero también un comercio de proximidad. Para nosotros la experiencia que proporcionamos a nuestros clientes no es un valor añadido, es una prioridad. Ese ha sido nuestro reto en los últimos años y seguirá siéndolo en los próximos meses.

