



Rafael Alvarez-Nova, socio fundador de DT-Directores de Transición

Tras un largo período de crisis económica, las empresas españolas empiezan a ganar confianza en la recuperación y a retomar inversiones para reforzar su crecimiento. Sin embargo, las políticas de contención de costes de los últimos años y la necesidad de ser cada vez más competitivos en sus mercados, han llevado a las empresas a adoptar una posición muy prudente respecto a la contratación de personal. Una fórmula que está ganando tracción en el mercado español, y que ya está mucho más desarrollada en otros mercados europeos, es la contratación de *interim managers*, que permiten abordar nuevos proyectos o necesidades de las compañías con la experiencia y capacidades óptimas pero sin tener que arriesgar en la contratación de puestos fijos en actividades aún incipientes, de potencial incierto o de duración limitada. Este modelo también contribuye a la generación neta de empleo en el país, ya que muchos profesionales están optando por trabajar como *interim managers* y las empresas contratan sus servicios en actividades para las que no tendrían capacidad de generar un puesto fijo en plantilla. Desde DT Directores de Transición estamos observando un tremendo auge en España en el interés por los servicios de *interim management* que prestamos y estamos convencidos de que esta fórmula de contratación es un pilar básico para acelerar el crecimiento de las empresas españolas y una vía excepcional para compatibilizar la creación de empleo con la flexibilidad competitiva que necesitan nuestras empresas.

TRANSPORTE Y LOGÍSTICA



Yves Delmas, presidente de Seur

El impulso de la economía durante el último trimestre del año pasado, registrado certeramente por nuestro indicador adelantado del PIB en diciembre, auguraba un período de crecimiento que creemos que se está consolidando y va a ser sostenido a lo largo de 2015. Coincidiendo en el diagnóstico mayoritario de que este va a ser el año en el que

todos los indicadores económicos van a mejorar sustancialmente. No será el año del final de la crisis, pero sí el del inicio de un cambio significativo enfocado al crecimiento. Por las peculiaridades de nuestra actividad, que nos coloca muy pegados al terreno y en contacto directo con los sectores más dinámicos del mundo de los negocios, podemos señalar que hay dos factores que sustentan nuestra confianza en ese crecimiento. Por un lado, el impulso de la demanda interna, que ya se manifiesta en un incremento de la actividad minorista que vemos reflejada en nuestra mayor operativa en servicios de distribución enfocados al gran consumo y en el tráfico de mercancías asociado al comercio electrónico. Por otro, el desarrollo constante de las actividades internacionales, en las que ya participan un buen número de pymes. La demanda de servicios internacionales de transporte está más viva que nunca y nuestra previsión es que crezca, sobre todo gracias a esa presencia de medianas empresas, verdaderas protagonistas de buena parte de nuestra globalización. Creemos que están coincidiendo un buen número de condicionantes para que 2015 sea un año de generación de negocio, incremento de la demanda y creación de empleo.



Ricardo Arroyo, director general de DHL Freight Iberia

A lo largo de los dos últimos años, DHL Freight Spain ha experimentado un crecimiento sostenido y rentable, a pesar de los vaivenes del mercado y de la situación económica. En 2015, esperamos mantener esta tendencia, aunque para ello es imprescindible que el mercado refleje de forma real la recuperación de la que tanto se está hablando en los últimos meses.

Durante estos más de 6 años de crisis hemos visto como competidores así como proveedores, tanto nacionales como internacionales, han tenido que cesar la prestación de sus servicios. Este hecho ha provocado que existan menos recursos en el mercado y, como consecuencia de todo ello, se ha producido una tensión inflacionista en los costes.

Si bien es cierto que el primer semestre de 2014 se caracterizó por una mayor actividad en el mercado, esta tendencia ha sido inestable y a la vuelta del período vacacional se produjo una realidad sensiblemente diferente, enfrentándonos a una deceleración de la actividad, sobre todo de nuestras exportaciones, hecho éste que perdura todavía en los primeros compases del 2015.

Éste va a ser un año muy condicionado por los comicios electorales y la confianza que los resultados de los mismos transmitan al mercado y, por lo tanto, a los consumidores finales. Por otro lado, la inyección de liquidez, es decir de financiación, en el sector será otro de los pilares para poder asentar definitivamente la tan anhelada recuperación.

En general, como se puede comprobar en lo anteriormente expues-

to, hay muchas variables que inciden en el proceso de recuperación del sector del transporte por carretera. Sin embargo, no es menos cierto, que será éste el sector que primero pueda denotar la recuperación como sucediera a finales de la década pasada cuando se advirtieron las primeras señales de esta crisis de tan hondo calado.



Luis Egido, consejero delegado de Grupo Logista

Desde nuestro contacto con el consumo en distintos sectores de redes de pequeñas tiendas vemos que durante los últimos meses, los datos positivos aparecidos el pasado año se han transformado en tendencias. Después del buen comienzo de 2014, desacelerado luego en el primer semestre, la última parte del año retomó un crecimiento del consumo que todavía se mantiene.

Es momento, por tanto, de valorar el profundo ajuste y los esfuerzos realizados por toda la sociedad, incluyendo al mundo empresarial.

La caída de actividad, el desapalancamiento, y, en general, el ajuste durante estos años del exceso de capacidad que existía han tomado forma de menores ventas, caídas de rentabilidad, desempleo y mortalidad empresarial.

Pero también es momento de valorar la posición y medidas adoptadas por las compañías durante este tiempo.

En Grupo Logista hemos reforzado nuestra estrategia de aportar valor a clientes y puntos de venta para aumentar sus ventas y rentabilidad.

Hemos invertido en sistemas de información y talento profesional y nos hemos dotado de una distribución eficiente y vanguardista de productos y servicios a las redes minoristas más capilarizadas en España, Portugal, Francia e Italia.

Y le hemos añadido servicios avanzados e inteligentes para comprender mejor a sus clientes finales, así como una más amplia gama de productos y servicios adecuados a ellos, generando nuevas oportunidades de venta rentable.

Hemos fortalecido nuestra integración con fabricantes y puntos de venta, ayudándoles a aprovechar cualquier mejora económica para aumentar sus ventas y rentabilidad. Ya lo están haciendo.

Durante estos años, en Grupo Logista hemos reforzado nuestra posición como distribuidor líder de productos y servicios de alto valor añadido a redes capilares minoristas en el sur de Europa.



Luis Soto, director de marketing y estrategia de TNT España

TNT España inicia el nuevo año 2015 con muy buenas previsiones de crecimiento. TNT tiene un posicionamiento claro en el mercado del transporte urgente internacional, y en este sentido observamos cómo la evolución del comercio exterior en España se ha convertido en uno de los pilares básicos en la recuperación. Las empresas consolidan sus negocios en el extranjero y con esto incrementan su tráfico hacia otros países, y en TNT queremos estar ahí para no sólo ofrecerles nuestros servicios, sino también asesorarles y ayudarles en este proceso.

Los datos obtenidos en 2014 ya mostraban claras muestras de recuperación económica. Las exportaciones de bienes y servicios aumentaron a lo largo del 2014 por encima del 4%, que es más del doble de la tasa de crecimiento de la demanda doméstica. De la misma forma, las importaciones lo hacen por encima del 6%, señalando el despertar del consumo nacional.

A mitad de ejercicio tenemos previsto inaugurar una nueva delegación en Madrid, situada en San Fernando de Henares. Este es un hito que nos va a permitir dar un salto cualitativo en una de las concentraciones de negocios más dinámicas de nuestro país.

Con estos indicadores, el año 2015 se presenta lleno de emocionantes desafíos. Podemos hablar de un crecimiento progresivo y sin pausa, y en el que TNT se presenta como una empresa con más de 65 años de experiencia, capaz de responder a las necesidades futuras de nuestros clientes.



Rocío Carrascosa, directora general de Alphabet España

Haciendo balance de 2014, soy muy optimista gracias a los resulta-

dos obtenidos puesto que representan una clara señal de asentamiento de las bases de la recuperación de la economía de nuestro país y de las industrias que la componen. En 2014 las empresas de *renting* hemos comprado 143.000 vehículos (uno de cada siete del total de los adquiridos en nuestro país), y nuestras matriculaciones han aumentado un 19% con respecto a 2013. ¿Hay mejores indicios de recuperación que estos datos tan positivos?

En Alphabet creemos que 2015 es una gran oportunidad para que, con el cliente como motor de nuestro trabajo, apostemos por revolucionar el concepto de la movilidad, ofreciendo servicios más completos, flexibles y sostenibles en los que la innovación sea el denominador común de todos nuestros productos.

Y es que estamos en una nueva era en la que los clientes demandan soluciones de movilidad diferentes para momentos y situaciones específicas. Reclaman un mayor valor añadido y una mayor eficiencia, lo que nos está llevando a adaptar nuestra estrategia para enfocarnos más en la gestión de la movilidad de las personas y menos en el vehículo en particular.

En Alphabet estamos convencidos de que el futuro de nuestra industria pasa por la innovación, la conectividad y las nuevas tecnologías orientadas a ofrecer una mejor experiencia de movilidad a nuestros clientes.



José Luís Simões, presidente del grupo Luís Simões

Los últimos años han sido difíciles para todos, y el sector del transporte y la logística no ha sido una excepción. La bajada del consumo hizo que las operaciones realizadas cayeran en picado, lo que provocó que el sector se contrajera enormemente y desaparecieran un importante número de compañías.

Debemos ser conscientes de que la crisis no ha terminado por completo. Nos encontramos en un período de estabilidad donde la deslocalización de empresas se va aminorando y las economías occidentales van recuperando competitividad, pero los efectos de los vaivenes sufridos aún tardarán algún tiempo en remitir.

Aún así, 2014 ha sido un año en el que se ha vivido una ligera recuperación. La ministra de Fomento, Ana Pastor, anunciaba hace unos días un crecimiento del 6,7% del volumen de mercancías transportadas en el último trimestre de 2014, una tendencia que ha mejorado sin duda por un incremento del consumo que, aunque esté muy lejos de los niveles anteriores a la crisis, ha permitido estabilizar el sector. Esta tendencia parece que va a continuar en 2015. Un año en el que se inicia un nuevo ciclo logístico, que va a estar mucho más cerca del consumidor final y al que las empresas deberemos adaptarnos enfocando nuestros esfuerzos en añadir valor a la cadena logística, aplicando políticas más coherentes y no a través de la reducción de precios. ●