

PROPUESTAS

1. Formación y retención de talento

La falta de personal especializado aparece en múltiples respuestas. Por ello, se proponen programas de formación específicos y, además, un entorno que permita retener el talento existente.

2. Administración más ágil

En un momento tan complejo como el presente la Administración no sólo no debe retrasar inversiones, sino simplificar sus tramitaciones con el objetivo de incentivar proyectos y agilizar sus propios plazos.

3. Mejores infraestructuras

En algunos casos este punto se define como estratégico. Global Steel Wire lo considera fundamental para su crecimiento. El Puerto viene esencial la conexión ferroviaria con la 'Y' vasca de cara al futuro.

4. Ayuda pública y apoyo fiscal

Solvay o Forgings & Castings reclaman más apoyos para proyectos industriales. De forma general, existe una decepción con el incremento de cargas impositivas y se reclama un marco fiscal más favorable.

tarán de cumplir sus planes de crecimiento y desarrollo a pesar de los obstáculos que enarbola la crisis general.

Estas conclusiones globales emanan de las reflexiones ofrecidas por la patronal CEOE-Cepyme, Cámara de Comercio, Asociación Cantabra de la Empresa Familiar, Cámara Torrelavega y los responsables de Banco Santander, EDP, Unicaja Banco, Global Ste-

el Wire, SEG Automotive, Solvay, Nissan, Cantabria Labs, XPO Logistics, Grupo SIEC, Grupo Pitma, Cementos Alfa, Ferroatlántica, Puerto de Santander, Galletas Gullón, Grupo Dromedario, Forgings & Castings...

Múltiples prismas

El contenido de las respuestas, evidentemente, varía en función del sector o ámbito de actividad que ocu-

pe al empresario entrevistado. La Asociación Cantabra de la Empresa Familiar (Acefam), que en los últimos años siempre aportaba una de las notas más pesimistas, en esta ocasión, de la mano de su presidente, Vicente Aiciturri, recuerda los resultados de la última encuesta efectuada entre sus representados. Esto es, «prácticamente el 64% de nuestros asociados contem-

«Somos muy optimistas para los próximos meses»

**Álvaro Villa**  
CEO del Grupo Pitma



1 Nuestra estrategia empresarial para estos doce meses viene marcada por dos de nuestros bastiones en los últimos años, la energía y la digitalización. Continuamos apostando por las fuentes de energía de origen renovable a través de la generación y de proyectos de autoconsumo fotovoltaico para industrias y pymes, entre otras soluciones. Además, pronto verán la luz dos nuevos proyectos de base 100% digital: dos compañías tech, las primeras de estas características del grupo. Asimismo, seguiremos avanzando en nuestra presencia internacional con diferentes proyectos y alianzas.

2 Tenemos una visión muy optimista para los próximos meses. Nuestro grupo y buena parte del tejido empresarial regional y nacional ha sabido transformar los retos en oportunidades a través de la innovación y el talento de las personas. Y, sin duda, volveremos a hacerlo.

3 Somos una empresa líquida; cualidades como flexibilidad, adaptación o agilidad forman parte de nuestro ADN. A ello hay que sumarle que contamos con mucho talento enfocado en cuestiones tecnológicas muy transversales.

«A pesar del impacto cumplimos objetivos»

**Jorge Alonso**  
Director de la planta de Nissan Cantabria



1 En la planta de Corrales de Buelna estamos inmersos en el Plan de Ultra Competitividad. Un plan para asegurar su competitividad y sostenibilidad que persigue unos objetivos muy claros, como son el incremento del volumen de negocio, la modernización tecnológica y la mejora del rendimiento de la planta. Estas mejoras ya redundan actualmente en nuevas oportunidades de negocio para la planta, complementarias a su actividad tradicional, a través de clientes finales terceros como John Deere o Atlas Copco, para los que incluso la planta produce ya piezas de cara a los mercados internacionales.

2 A pesar del impacto seguimos trabajando todos y cada uno de los proyectos estratégicos del Plan de Ultra Competitividad y cumpliendo en buena medida con los objetivos que nos habíamos marcado.

3 Partimos de una base sólida, estamos reforzando nuestra relación con la Alianza Renault-Nissan y desarrollando una nueva estrategia de marketing que permita trasladar nuestro valor de confianza a los clientes terceros. Tenemos un gran activo, nuestros empleados.

«Queremos mantener la tendencia de crecimiento»

**Massimo Marsili**  
Director general de XPO Logistics en el sur de Europa



1 XPO ha sido capaz de navegar los diferentes escenarios complicados que se han ido presentando a lo largo de 2022 y hemos mantenido nuestra tendencia de crecimiento orgánico. En esta línea, las perspectivas para 2023 son positivas y estamos convencidos de que continuaremos con esa tendencia.

2 Para XPO, España es un mercado estratégico en nuestro negocio, un país en el que seguiremos impulsando nuestros servicios e invirtiendo para ampliar nuestra presencia y capacidad. Respecto a Cantabria, se trata de una región con muchas oportunidades y que puede apoyarse en una infraestructura tan valiosa como es el Puerto de Santander, que trabaja para aumentar el tráfico de mercancías que pasan por sus dársenas con el fin de ofrecer a su hinterland un amplio abanico de soluciones.

3 Trabajamos con diferentes palancas que nos han llevado al liderazgo que mantenemos hoy en día: excelencia en el servicio, sostenibilidad, digitalización y talento. Clave es desarrollar herramientas que hagan que la cadena de suministro sea más sostenible. Además, el capital humano y la digitalización.

«La principal dificultad que tenemos es la incertidumbre»

**Charo Baqué**  
Consejera delegada de Grupo Dromedario



1 No va a ser un año fácil. Nos gustaría consolidar la recuperación del consumo en la hostelería y poder alcanzar los niveles prepandemia, algo que no se ha conseguido en 2022.

2 «La veo complicada. Creo que no va de la mano lo que como sociedad necesitamos con la importancia que se le da a las ideologías políticas. Estamos pasando por tiempos muy duros que hubieran requerido de políticas de contención del gasto superfluo o derivado de la ideología y centrarse en lo verdaderamente importantes». Esa fue mi respuesta en 2022 y lamentablemente puedo repetirla.

3 La principal dificultad que tenemos las empresas en estos tiempos es la incertidumbre. El futuro siempre es incierto, pero estos últimos años nos han enseñado que lo es en mucha más medida y rapidez de cambio de lo que estábamos acostumbrados. Nos preocupan el precio de las materias primas, el dólar, el incremento de todos nuestros gastos y que la inflación haga retraer el consumo. Como siempre, el desafío es hacer frente a lo que nos venga mientras seguimos con nuestros planes de expansión.

«La expectativa de las empresas para 2023 es 'prudente'»

**Carlos Augusto Carrasco**  
Presidente de Cámara Torrelavega



1 Tenemos claro que las empresas son 'prudentes' en cuanto a sus expectativas para 2023 en lo que tiene que ver con el aumento de su cifra de negocio, con la generación de empleo o la inversión. Cámara Torrelavega asume el reto en 2023 de ayudar a las empresas en cuestiones como el acceso asequible a la energía y materias primas y la falta de personal cualificado.

2 Tenemos claro que en 2023 la crisis energética, una alta inflación y un entorno de tipos más altos y de menor liquidez darán como resultado una desaceleración de la actividad económica y una revisión a la baja de las estimaciones de crecimiento tanto españolas como cántabras. No obstante, estamos seguros de que estas perspectivas serán al alza en Cantabria siempre que se observe una contención de la incertidumbre.

3 La clave será para este año ayudar a las empresas a la consecución y ejecución de proyectos en áreas u objetivos clave, como la aceleración de la transformación digital, la retención y fidelización del talento. Como no, los proyectos de ahorro energético o la lucha contra la despoblación que desarrollamos.

«Partimos de mínimos y no esperamos crecimiento»

**Natalia de los Arcos**  
Presidenta de los Concesionarios de Vehículos



1 Para poder valorar 2023 tenemos que saber de dónde partimos: el año 2022 fue un ejercicio especialmente difícil a nivel global, afectados por la crisis de los semiconductores, la guerra de Ucrania, los problemas en la cadena de suministro o el aumento de los precios de las materias primas y energía. Con esta situación partimos de un escenario de mínimos, convulso y pensamos que el mercado se mantendrá en la misma tónica. No esperamos crecimientos de mercado ni en vehículo nuevo ni en usados. Este año por otro lado será muy dependiente de los resultados de las elecciones.

2 La economía de Cantabria y de España la aprecio con absoluta turbulencia y muy dependiente del resultado de las elecciones.

3 Nuestro negocio depende mucho de la estabilidad política y económica. Si estas variables se conjugan adecuadamente la confianza del consumidor mejorará y esto ayudará a la mejora de todos los sectores de nuestra economía. Necesitamos una transición al coche eléctrico razonable y esto depende mucho de la acción o inacción de las administraciones.