

Los directivos europeos confían en sus empresas pese a la incertidumbre

INFORME ACCENTURE/ Las compañías europeas han demostrado su resiliencia tras la pandemia, pero ahora deben transformarse para mejorar en términos de competitividad, crecimiento y rentabilidad.

Jesús de las Casas. Madrid

El 65% de los líderes europeos coincide en que las empresas se enfrentan en estos momentos al entorno operativo más desafiante de la historia. A pesar de ello, el 77% de ellos confía en la capacidad de sus organizaciones para acelerar el crecimiento en este contexto de recesión económica.

En particular, el incremento en los costes de la energía es el principal desafío que afecta a los márgenes de las compañías europeas, seguido de las interrupciones en la cadena de suministro. Así lo señalan uno de cada cinco encuestados en el informe *Acelerar el camino hacia la reinventación de Europa*, elaborado por Accenture. El estudio ha contado con la participación de más de 2.000 líderes empresariales de Europa, Estados Unidos y China procedentes de doce sectores distintos.

Publicado durante el Foro Mundial de Davos, el informe señala los problemas más apremiantes para las compañías europeas, así como sus fortalezas y debilidades, además de su capacidad de reinventarse con el fin de mejorar su competitividad, su rentabilidad y su crecimiento.

Potencial

Aunque la incertidumbre continúa en máximos, el 81% de los directivos europeos considera que sus organizaciones se encuentran bien posicionadas para capturar el crecimiento futuro, tras haber superado la pandemia. “La resiliencia que han demostrado los líderes empresariales podría explicar su confianza para sortear los vientos en contra

FRENO AL CRECIMIENTO Y LA RENTABILIDAD EN EUROPA

Tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) y media del margen ebit (histórico y previsto) en las distintas regiones mundiales, en porcentaje.

> Tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR)

Histórico de los últimos 5 años (hasta 2021)

Europa	5,1
Norteamérica	6,9
Asia Pacífico	7,2

Previsión para los próximos 2 años (hasta 2024 inclusive)

Europa	1,8
Norteamérica	3,1
Asia Pacífico	3,8

> Media del margen ebit

Histórico de los últimos 5 años (hasta 2021)

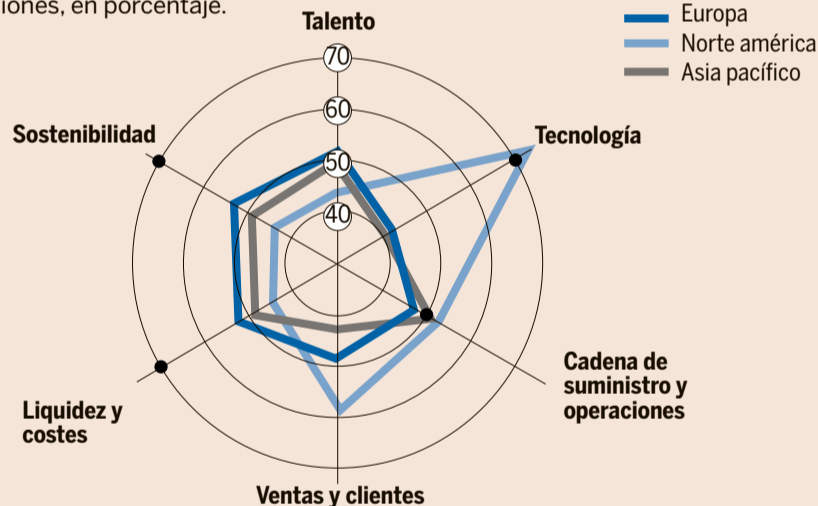
Europa	9,6
Norteamérica	12,1
Asia Pacífico	7,8

Previsión para los próximos 2 años (hasta 2024 inclusive)

Europa	12,9
Norteamérica	15,2
Asia Pacífico	8,7

LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL VIEJO CONTINENTE

Posicionamiento de la compañía promedio de cada región mundial en las principales dimensiones, en porcentaje.



Expansión

Fuente: S&P Capital IQ y Accenture Research

actuales, incluida la crisis energética que está golpeando a Europa con especial dureza”, interpreta Jean-Marc Ollagnier, CEO de Accenture en Europa.

No obstante, alerta que la competitividad de las compa-

ñas europeas a largo plazo está en juego. Ante un entorno macroeconómico cada vez más volátil y un ritmo acelerado de innovación tecnológica y transición energética, Ollagnier subraya que “deben adoptar una estrategia enfoca-

da en reinventar continuamente su negocio para aumentar la competitividad y prosperar a largo plazo”.

El informe de Accenture, que analiza el comportamiento financiero de unas 3.000 empresas en todo el mundo,

JEAN-MARC OLLAGNIER

Consejero delegado de Accenture en Europa

“Las compañías deben reinventar su negocio para aumentar la competitividad y prosperar a largo plazo”

desvela que las empresas del Viejo Continente registran buenos datos de rentabilidad pero sus ingresos aumentan más despacio que en el caso de sus homólogas de Norteamérica y la región de Asia Pacífico. Para ello, compara su rendimiento en seis áreas: talento, tecnología, cadena de suministro y operaciones, ventas y clientes, liquidez y costes, y sostenibilidad.

Las compañías europeas superan a sus competidores en materia de sostenibilidad, talento y liquidez y gestión de costes, según el análisis. Sin embargo, se encuentran significativamente por detrás a la hora de potenciar sus ventas y de utilizar la tecnología para impulsar el crecimiento de sus ingresos brutos. Asimismo, son menos proclives a innovar utilizando las últimas tecnologías, cambiar su modelo de negocio y ser lideradas a partir de conocimientos digitales que las compañías de Norteamérica y Asia Pacífico.

“La sólida rentabilidad de las empresas europeas y su patrón de crecimiento más bajo sugieren que es más probable que obtengan valor de los flujos comerciales existentes que de los nuevos”, explica Domingo Mirón, presidente de Accenture en España, Portugal e Israel. Aunque optimizar

RIESGOS

No invertir lo suficiente en **tecnología** es una de las principales barreras para el crecimiento de las compañías a largo plazo.

DOMINGO MIRÓN

Presidente de Accenture en España, Portugal e Israel

“Optimizar costes y maximizar la rentabilidad es clave, pero las empresas europeas también deben generar liquidez”

costes y maximizar la rentabilidad actual es importante, Mirón incide en que “también deben generar liquidez para invertir en el futuro y capitalizar sus fortalezas en sostenibilidad y experiencia del empleado, mientras buscan oportunidades de crecimiento impulsadas por la tecnología”.

Adaptación

A la resiliencia que han demostrado en los últimos años, las compañías deberán añadir la capacidad de reinventarse para hacer frente a los nuevos desafíos. El informe sugiere cuatro pasos estratégicos (ver cuadro inferior) para abordar esta transformación.

“Hoy la mayoría de las empresas está reinventando partes de su organización, pero para tener éxito en un entorno empresarial que actualmente se está redefiniendo, deberán cambiar todo, desde sus modelos operativos hasta las formas de trabajar”, apunta Ollagnier. Es decir, tiempos sin precedentes requieren una respuesta sin precedentes. El CEO de Accenture en Europa concluye que es necesario “un enfoque de transformación audaz y visionario que abandone las mejores prácticas para alcanzar una nueva frontera de desempeño”.

LOS PASOS A SEGUIR POR LAS COMPAÑÍAS EUROPEAS PARA REINVENTARSE

Desarrollar con rapidez su núcleo digital

1 El primer paso es impulsar la transformación continua, comprimida y escalada, incluso estableciendo una base digital a partir de la nube, los datos y la inteligencia artificial para escalar nuevos procesos, innovaciones y soluciones en toda la empresa. Se trata de un esfuerzo continuo para construir una plataforma en la que la reinventación se llevará a cabo por medio de programas que se financien a sí mismos gracias al valor que crean.

Acelerar la transición energética

2 A continuación, es necesario trabajar en todos los ecosistemas para centrar la economía europea en torno a los principios de emisiones cero. La cooperación gubernamental y de la industria es clave, junto con políticas e incentivos para nivelar el terreno de juego global y acelerar la ejecución. Mejorar la eficiencia energética no sólo servirá para sortear la crisis de la energía, sino como una solución a largo plazo para reducir emisiones y costes.

Alinearse con las nuevas necesidades del cliente

3 Las compañías europeas deben ser capaces de ver a los clientes en su contexto vital, empleando la inteligencia humana y artificial para comprenderlos a ellos y sus motivaciones de un modo holístico y dinámico. Así podrán resolver sus necesidades cambiantes reemplazando las ofertas únicas con productos y servicios más personalizados, dando un giro a la concepción del talento, la tecnología y los procesos para impulsar el valor y la fidelidad.

Dar prioridad a la estrategia de talento

4 Por último, resulta esencial situar a las personas en el centro de la reinventación y posicionar a los directores de talento como catalizadores del cambio. Esto requiere establecer conexiones sólidas y colaboración en todo el equipo directivo, involucrar a todos en este viaje, acceder al talento y crearlo de maneras innovadoras, e infundir una cultura de inclusión en toda la organización. De este modo, las personas podrán contribuir con todo su potencial.