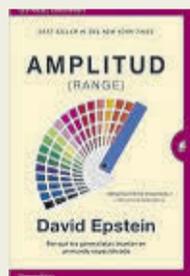


Libros para estar al día

● Propuestas con las últimas tendencias en finanzas, economía y tecnología.



Amplitud (Range)

Autor: David Epstein
Editorial: Empresa Activa
En este libro, David Epstein, demuestra que frente a la imagen que nos quieren vender sobre el mundo de los negocios, cada vez más especializado y parcelado, la amplitud de

conocimientos y la diversidad de experiencias son lo que realmente lleva a la innovación en todas las áreas y al éxito. El autor se afirma utilizando ejemplos, datos y estudios científicos para poner de manifiesto que la amplitud y la exploración son factores clave.

94

Economía Circular

La Agència de Residus de Catalunya ha destinado 3,1 millones de euros a desarrollar 94 proyectos relacionados con la economía circular.

Innovación

La diferenciación duradera



PETAR BALACHEV
Senior Manager de Deloitte Digital

Las empresas quieren ofrecer un valor diferencial porque este es una palanca sólida de fidelización de clientes actuales y de atracción de nuevos, y, por tanto, de obtención de crecimientos y rentabilidades sólidas y sostenidas. No obstante, conseguir una ventaja diferencial mantenida en el tiempo es cada vez más difícil.

Sí que hubo un tiempo en que tener un producto o servicio superior podía suponer disfrutar de una ventaja competitiva a veces durante décadas. Un ejemplo. Eastman Kodak dominó durante la mayor parte del siglo XX el mercado de películas fotográficas. Su tecnología y producto superiores a los de la competencia le permitió disfrutar de un margen bruto que rozaba el 70% durante más de medio siglo. Hoy en día lograr esta ventaja en base de producto o servicio es casi impensable.

El progreso tecnológico hace que los competidores puedan imitar los productos o servicios en cada vez menos tiempo, erosionando la ventaja basada puramente en las prestaciones del producto o servicio. La aparición de plataformas tecnológicas que se convierten en estándar en el ámbito de la comunicación, redes sociales, CRM, e-commerce también empujan hacia

una convergencia de procesos y soluciones erosionando la diferenciación.

Al mismo tiempo, los consumidores buscan una atención (casi) en tiempo real (gratificación instantánea) y piden y esperan trato, productos y servicios cada vez más personalizados. Esta tendencia de la demanda es la que ofrece una vía de construir ventaja competitiva en base de la generación y el aprovechamiento de un conocimiento del usuario a nivel individual.

Se trata de generar e integrar este conocimiento en la construcción de toda la experiencia/interacción del usuario con la marca. Así, las empresas pueden construir ventajas competitivas anclándolas en la personalización y en el delivery o la experiencia del usuario, contando con una base mínima de

El progreso tecnológico hace que los competidores puedan imitar productos en cada vez menos tiempo

diferenciación en el core del producto o el servicio y su llegada al usuario.

Visto de otra manera, las empresas se convierten en 'maestros constructores' que tienen que construir piezas únicas, y por tanto diferenciadas, usando 'ladrillos' relativamente estándares. Por lo tanto, la clave es construir capacidades y procesos que permitan conocer las preferencias, actitudes y comportamientos de los usuarios actuales y potenciales. De tal manera que este conocimiento se use tanto para personalizar el producto o servicio como toda la experiencia con la marca.

Flash



John Hoffman MWC

Tras el continuo goteo de empresas que habían decidido no participar en el Mobile World Congress, la organización GSMA, de la cual John Hoffman es CEO, decidió esta semana cancelar el evento. Según el comunicado emitido, también en pos de salvaguardar la salud pública de la región.



Xi Jinping China

Las autoridades chinas cambiaron esta semana los criterios de diagnóstico para el virus Covid-19, el coronavirus. Con la reforma esperan poder reaccionar de forma más rápida y eficaz a los nuevos casos que aparezcan en el futuro y poder tratar a las personas afectadas de forma más eficiente.



Martí Rull Europastry

Europastry, empresa líder del sector de masas congeladas panaderas, ha inaugurado esta semana una nueva línea productiva de Dots, uno de sus productos más emblemáticos y exitosos, en su planta de Sarra (Conca de Barberà), con Martí Rull como Plant Manager.

Finanzas

Apostar por el ciclo, apostar por la eurozona



MÒNICA SÁNCHEZ-CORRAL
CaixaBank Banca Privada

La sensibilidad al ciclo es mucho mayor en la eurozona que en los EEUU

Algunas bolsas son más sensibles al ciclo económico que otras; la bolsa de EEUU es de las menos sensibles al crecimiento, y la de la eurozona, de las más.

La sensibilidad en ambos casos es mayor al ciclo global que al doméstico. Sin embargo, si solo consideramos las ventas, el efecto del ciclo global es menor en la eurozona que en EEUU.

Los ingresos crecen al doble que el PIB global para el S&P 500, mientras que en la eurozona lo hacen con un multiplicador de 1,8, es decir que el ciclo afecta mucho más a las ventas de las empresas cotizadas en EEUU que a las de la eurozona. En ambos casos el ciclo global explica casi el 80% de la variación en las ventas.

Con los beneficios ocurre lo contrario, la eurozona es mucho más sensible, pero la capacidad del ciclo para explicar la evolución de los beneficios es la mitad que en el caso de las ventas.

Si utilizamos el cociente de beneficios antes de impuestos sobre ventas es donde obtenemos la mejor correlación y el efecto cíclico más marcado.

La sensibilidad al ciclo es, sobre todo, una manifestación del apalancamiento operativo (o de forma más comprensible, de la proporción de gastos fijos en la cuenta de resultados), mucho mayor en la eurozona que en EEUU.

Los factores que explican ese apalancamiento no son solo sectoriales, aunque es verdad que las industrias tradicionales tienen mayor proporción de gastos fijos que las de la economía digital, pero también hay un ele-



mento regulatorio. Europa, y la eurozona más aún, destaca por su elevado nivel de regulación: laboral, medioambiental, de protección al consumidor... etc.

La diferencia en esperanza de vida entre Europa y EEUU es de 4 años a favor de Europa, hace 30 años era la misma. La diferencia se incrementa regularmente y no parece que se frene, algo tendrá que ver la regulación. Pero la regulación es un arma de doble filo, sin duda crea un entorno más sostenible e inclusivo, pero tiene costes, no siempre aparentes.

La dependencia de las empresas de la eurozona al ciclo global es un buen ejemplo del coste oculto de la regulación. En cualquier caso, en un contexto de aceleración cíclica, el buen comportamiento relativo de la eurozona que se inició en la segunda parte de 2019 podría tener continuidad.

