

La necesidad es la madre de la (re)invención

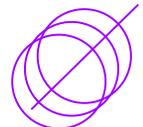


Las compañías de gas y petróleo han comprendido la necesidad de transformarse para ser rentables y mantener su relevancia durante y después del período de transición energética. Sin embargo, muchas se esfuerzan por entender qué significará realmente esta necesidad de transformación para sus modelos de negocios y sus métodos de trabajo. Accenture cree que un gran cambio no será suficiente. Será necesaria la reinvención. Y esta reinvención debe estar anclada en las “5C”. Nuestra investigación reciente corrobora esta interpretación.



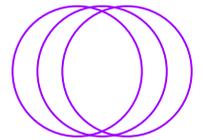
Acciones para la reinvención

Competitividad



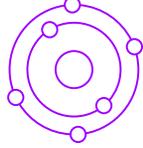
- ! Focalizarse en el retorno sobre el capital empleado (ROCE), no en los volúmenes
- ! Garantizar que las operaciones y las funciones estén en “perfecta armonía”
- ! Aprovechar las alianzas y ecosistemas nuevos y existentes
- ! Capturar la multiplicidad ecológica

Conectividad



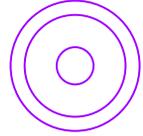
- ! No limitarse a seguir a la “multitud de la nube” y considerar a la nube como un facilitador estratégico
- ! Desarrollar el músculo de la gestión de datos
- ! Focalizarse en la defensa
- ! Pensar en la conectividad de la empresa y conectar los puntos entre los pares, proveedores y clientes

Carbono



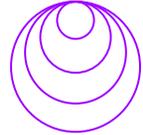
- ! Moverse rápidamente
- ! Apostar a un bajo nivel de carbono
- ! Actuar como si el carbono ya tuviera un precio
- ! Ampliar las alianzas

Cliente



- ! Gestionar clientes, no moléculas
- ! Crear una función de gestión CX/BX (Experiencia del cliente/Negocio de la experiencia)
- ! Resolver los problemas del cliente
- ! Rediseñar la cartera
- ! Crear altas barreras para evitar la deserción

Cultura



- ! Hacer del propósito un imán para el talento
- ! Volver a imaginar el trabajo y la fuerza laboral
- ! Diseñar la organización para el trabajo en equipo
- ! Crear un entorno de experimentación

Las empresas líderes en reinvención tienen una enorme confianza en que sus acciones en tres ámbitos –Competitividad, Carbono y Conectividad– darán muy buenos frutos. Los beneficios del valor potencial para la industria de cada jugador que alcance el nivel de ambición de las líderes pueden ser de hasta USD 500.000 millones al año.

Crecimiento **mínimo** del margen esperado por los encuestados



Crecimiento **mínimo** de los ingresos esperado por los encuestados



Mejora **mínima** de los criterios ESG esperada por los encuestados



Lea “La necesidad es la madre de la (re)invención” para saber cómo convertirse en una empresa líder en Reinvención.

www.accenture.com/reinventionindex