

## El sector de las instalaciones

### con el 2020 en el horizonte

Tomando referencia un artículo anterior publicado en el número 12 de ELECTROEFICIENCIA y que Juan José Catalán titulaba: “Perspectivas para el sector de las empresas instaladoras en la nueva economía”, el autor analiza en esta nueva colaboración cómo, de forma imparable, nos vemos abocados a una economía global basada en el conocimiento. A partir de ahí, Catalán advierte de las medidas a adoptar por las empresas, especialmente las instaladoras, para hacer frente a esa nueva realidad y a esas nuevas oportunidades de negocio.

Por Juanjo Catalán

# I

nternet implica un incremento de la productividad a través de la reducción de costes y la mejora en los servicios a los clientes. Y esos cambios han propiciado la transformación de estructuras de muchos sectores tradicionales y, al mismo tiempo, la aparición de oportunidades de negocio en otras actividades, que no pueden ser definidas solo en función de los productos y servicios que comercializan.

#### Nuevas oportunidades de negocio

Así pues, se abren paso modelos de negocio abiertos, en los que las redes entre empresas, proveedores y clientes completan el proceso productivo mediante un sistema de relaciones basadas en la cooperación que ofrece oportunidades de negocio fuera de los ámbitos tradicionales que caracterizan la actividad de cada sector.

En este contexto conviene destacar las siguientes tendencias sobre tipologías de empresas que van a ser protagonistas del nuevo marco económico:

- \* Dinamismo y disrupción que implica rebelarse a las viejas reglas.
- \* Los retos van más allá del beneficio.
- \* Participación en red.
- \* Apertura a nuevos negocios.
- \* Centrarse en la diferenciación antes que en el coste.
- \* El cambio implica asumir el riesgo del error.
- \* Se cultiva la sinergia.

Así pues, se configura un nuevo escenario donde las actividades de mano de obra intensiva son desplazadas por otras más trasversales que, en el caso de las empresas instaladoras, se desarrollan en el ámbito de

la economía digital y verde, englobando en la primera de ellas las actividades relacionadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación, mientras que la verde compete a las relacionadas con la lucha contra el cambio climático, el fomento del ahorro energético, del agua, y otros recursos naturales, así como con la generación sostenible de energía, considerada como principal palanca de recuperación del sector.

La Economía Verde implica desplazar la economía marrón (hidrocarburos) en toda su extensión, movilidad y transporte incluidos, por alternativas sostenibles que van de la producción de energías renovables hasta el consumo de productos de proximidad "Km 0".

De hecho, los expertos apuntan a que el crecimiento del mercado global de productos y servicios ambientales pasará de los 1.370 millones de dólares al año actuales a 2.740 millones en el 2020.

Asimismo, en energías renovables, las inversiones previstas para 2020 se sitúan en torno a los 343.000 millones de dólares llegando a crear 20 millones de puestos de trabajo.

En el caso de España preocupa, y mucho, la actual política energética que está provocando una gran incertidumbre, tanto en la oferta como en la demanda ya que, en poco tiempo, hemos pasado de ser un referente en energías limpias a ir a contracorriente. De todas formas, todo esto además de ser un obstáculo más a salvar, debe también estimular en espíritu emprendedor en la búsqueda de nuevas soluciones.

### Prospectiva de la reconversión

Actualizando estudios anteriores cabe destacar que se sigue padeciendo una excesiva atomización que no corrige la tendencia a la polarización entre las empresas líderes del sector y el resto. Además, la mayoría han sufrido un sustancial descenso de su facturación, con unas consecuencias drásticas en las reducciones en su estructura productiva.

También aumenta la inquietud por tomar decisiones con criterios empresariales, ya que no es sencillo llevarlo a la práctica.

En este escenario, la mayoría de empresas necesitan estímulos y herramientas externas que les impulsen hacia el desarrollo, que pasa obligatoriamente por actualizar la oferta pensando más en el cliente.

#### Actividades Emergentes

- \* Generación Distribuida y Smart Grids.
- \* Expansión de las Telecomunicaciones,
- \* Integración de las instalaciones (Electricidad, TIC,s, Agua, Gas..)
- \* Eficiencia Energética,
- \* Tele-gestión y Monitorización
- \* Rehabilitación Energética de Edificios.
- \* Movilidad eléctrica.

En este cuadro se aprecia que el mapa del negocio no cambia. Cambian los relativos avances de unas res-

pecto a otras en función de avance tecnológico, normativa, evolución de la demanda y composición de la oferta. Por eso es especialmente en este punto donde se precisa una puesta al día de las competencias para ofrecer servicios y soluciones de calidad; en consecuencia, un factor crítico para una necesaria aceleración de la demanda.

Las actividades emergentes y en desarrollo son tan sumamente amplias que la oportunidad reside en centrar el enfoque en un mercado o tipo de cliente concreto y satisfacer necesidades específicas que requiere alto nivel de especialización. La cuestión no es sencilla, y requiere por lo general un profundo cambio de prioridades.



*El autor reconoce que, en estos momentos, se abren paso nuevos "modelos de negocio abiertos", donde Internet tiene mucho que ver.*

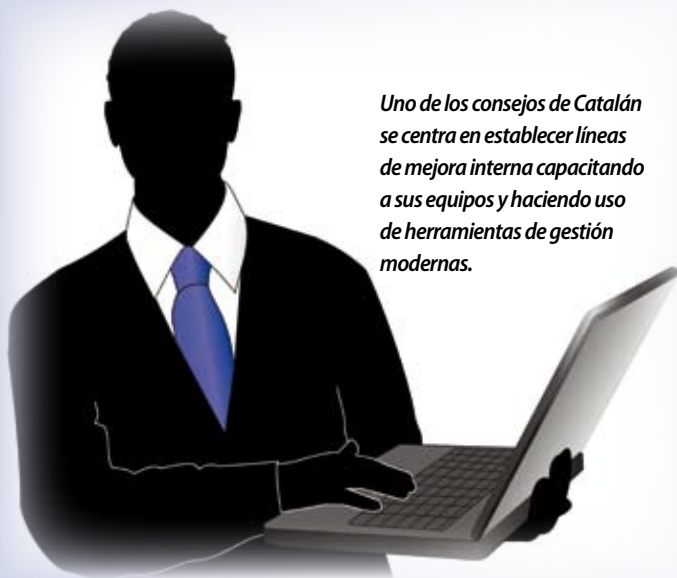
*La actual política energética que está provocando una gran incertidumbre, tanto en la oferta como en la demanda.*

### Retos de la Economía Verde para las empresas instaladoras

Partiendo de que se confirman las tendencias RM 2020 de ADN para el estudio de prospectiva 2013 de Océanos Azules:

- \* Hábitos de consumo más racional en los países desarrollados.
- \* Alta dependencia energética de España de otros países.
- \* Subida de los precios de la energía.
- \* Crecimiento de la pobreza energética.
- \* Desarrollo y evolución del "Internet Energético".
- \* Gran potencial de actividad que generan las especialidades profesionales vinculadas a la energía y el medio ambiente.

# Distribución/ Instalación



*Uno de los consejos de Catalán se centra en establecer líneas de mejora interna capacitando a sus equipos y haciendo uso de herramientas de gestión modernas.*

Se trata de reactivar el sector dando un salto cualitativo, ya que no podemos esperar a que la crisis se acabe. Hay que atacarla haciendo que las cosas pasen.

El sector de las instalaciones, como ya he expuesto al inicio del artículo, está excesivamente atomizado, con un ratio bajo de clientes por empresa, soportando una alta tensión competitiva y una oferta poco diferenciada lo que desemboca en una consecuente pérdida de poder de negociación.

El desafío pasa por captar nuevos clientes con una propuesta diferenciada. Y eso ya no es una opción, sino una imperiosa necesidad estratégica, de hecho ya hay muchos empresarios conscientes de ello que, sin em-

## Algunas consideraciones

Llegados a este capítulo, conviene pararse a reflexionar sobre una serie de consideraciones fundamentadas en estos enfoques:

- \* La crisis es una excelente excusa para pensar qué somos como empresa y a qué nos queremos dedicar cuando todo lo que nos envuelve haya cambiado.
- \* Los problemas más graves de las empresas rara vez vienen de factores externos o de aquellos fuera de nuestro control
- \* A mayor profesionalidad más productividad y beneficios, y lo más importante, mayor satisfacción para nuestros clientes.

En consecuencia, desde ADN en calidad de consultores, proponemos los siguientes pasos en el proceso de mejora de la empresa:

1. Seleccionar los nichos de mercado y marcar el objetivo básico o "target".
2. Desarrollar un portafolio dirigido a cubrir las necesidades de los targets en cada nicho de mercado.
3. Gestionar la cartera de clientes
4. Control de operaciones y actividades asignando, aplicando métodos de calidad
5. Establecer un presupuesto anual, las empresas necesitan supervisar la ejecución, corregir las desviaciones y asegurarse de que se consiguen los objetivos previstos.
6. Establecer líneas de mejora interna capacitando a sus equipos y haciendo uso de herramientas de gestión modernas, como un ERP.

## El crecimiento del mercado global de productos y servicios ambientales pasará de los 1.370 millones de dólares al año actuales a 2.740 millones en el 2020

bargo, se encuentran con muchas dificultades para llevarlo a la práctica.

Las principales barreras se encuentran en las limitaciones técnicas, comerciales y estructurales, unidas a las dificultades que surgen a la hora de acometer inversiones. Todo ello ancla a las empresas en la intención de impulsar nuevos proyectos de crecimiento. Los problemas del día a día bloquean nuevas iniciativas, por eso se precisa de planificación y estrategias a medio y largo plazo, además de implementar mayor control de gestión, dado que uno de los principales déficit radica en la cierta pasividad comercial que se esgrime ante el cliente.

Ante este contexto, reactivar la actividad implica una mayor observación de las oportunidades expuestas anteriormente sobre la Economía Verde. Pero a la vez es preciso hacer balance de la capacidad competitiva y el potencial de cada empresa ante el nuevo contexto.



No hay que olvidar que las operaciones y actividades de la empresa giran fundamentalmente sobre dos aspectos. El negocio desde el proceso interno de la empresa, o "Back office"; y la empresa ante el entorno y el mercado, o "Front office".

De la capacidad de los agentes del sector para interactuar con los consumidores dependerá la velocidad del crecimiento de la demanda de soluciones de eficiencia energética y generación renovable.

Es precisamente aquí donde más oportunidades o amenazas pueden encontrar las empresas instaladoras en función de su capacidad frente a la de nuevos agentes que provienen de otros sectores.

**Juanjo Catalán** es coolhunter energético y socio director de ADN Analistas de Negocios.  
[www.adnpymes.com](http://www.adnpymes.com)