

La nueva estrategia de Prysmian

“Conectar para liderar” es el nombre de la estrategia comercial de Prysmian para los próximos cinco años. La empresa busca aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tendencias del mercado que actualmente están moldeando la industria de cables y liderar la transición energética y la transformación digital.

Prysmian
www.prysmiangroup.com.ar

“Conectar para liderar” es la nueva estrategia de negocio para los próximos cinco años (2023 a 2027) de Prysmian, que tiene por objetivo capitalizar la posición de la empresa, es decir, su presencia geográfica y amplitud de productos, sus asociaciones con los clientes, su equipo y su compromiso con la sostenibilidad y la innovación, con el fin de aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tendencias del mercado que hoy están reformando la industria del cableado. Así lo presentó Massimo Battaini, CEO designado de la marca: “Conectar para liderar”, el nombre de nuestra estrategia, establece el fin de una primera parte de camino exitoso y marca el inicio de un nuevo sendero hacia mayor crecimiento”.

Al adoptar la convergencia de tendencias clave de los mercados emergentes, como el creciente énfasis en la generación de energía renovable, la rápida proliferación de aplicaciones eléctricas, la necesidad apremiante de mejorar la red eléctrica y el impacto generalizado de la transformación digital, Prysmian se posicionó al frente de la innovación y adaptación, con un entendimiento astuto de las dinámicas del mercado.

Massimo Battaini proveyó una explicación completa sobre la nueva estrategia de negocios y su estrecha relación con las nuevas tendencias del mercado, dando cuenta de las implicaciones de esta fusión entre la empresa y la industria del cableado.

El principal objetivo con la nueva estrategia es transformar la empresa de cables en un proveedor de soluciones de cableado que esté más enfocada en las soluciones integrales

Según lo estableció Battaini, el principal objetivo con la nueva estrategia es transformar la empresa de cables en un proveedor de soluciones de cableado que esté más enfocada en las soluciones integrales que en los meros cables, así como

Fuente: <https://www.prysmian.com/en/news/connect-to-lead-strategy-capital-markets-day>

URL estable: <https://www.editores.com.ar/node/8019>



Figura 1. Cuatro pilares de “Conectar para liderar”

Fuente: Prysmian | Traducción: Editores SRL

en soluciones combinadas de energía y telecomunicaciones.

A la vez que la nueva estrategia garantizará la continuidad con el pasado, conservando su propia cultura de trabajo, también traerá un nuevo foco para transitar un camino de crecimiento.

Los pilares de la nueva estrategia

“Conectar para liderar”. Este es el nombre de nuestra estrategia: queremos liderar el mercado conectando al mundo y habilitando, a la vez, la transición energética y la transformación digital”, expresó Massimo Battaini.

La nueva estrategia está basada en cuatro pilares cruciales a la hora de atender las dinámicas del mercado y aprovechar las oportunidades de crecimiento:

- » Capacidad de expansión propia
- » Catálogo innovador y equilibrado
- » Empoderamiento de la gente
- » Segmentación del negocio

Capacidad de expansión propia

El primer pilar de la estrategia consiste en inversiones que den lugar a un crecimiento orgánico producto de la generación de la propia empresa. Esto significa que la empresa seguirá invirtiendo en expansión y mejora en la capacidad de atender a sus clientes y los requerimientos de una demanda creciente.

En línea con su crecimiento, durante los próximos cinco años Prysmian pasará de 310 a 540 millones CAPEX.

Catálogo innovador y equilibrado

El catálogo refleja el foco –u obsesión– de la compañía por la innovación. Uno de los objetivos que pretende alcanzar con la nueva estrategia, de hecho, ya no es la típica innovación vinculada con el rendimiento eléctrico; sino todo un nuevo concepto de innovación en el área que consiste en un mejoramiento del rendimiento eléctrico, claro está, pero sobre todo acompañado de soluciones de cableado más sostenibles.

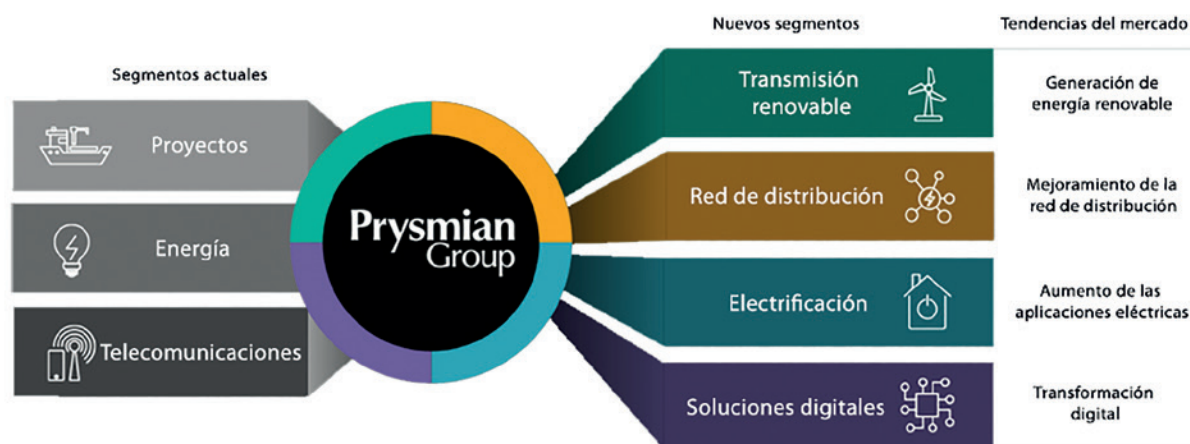


Figura 2. Nuevos segmentos de mercado de Prysmian

Fuente: Prysmian | Traducción: Editores SRL

Un catálogo equilibrado y en continuo desarrollo es crucial para lograr el objetivo de los clientes de descarbonizar sus operaciones, y ser un pilar para que ellos mismos alcancen también sus metas de sostenibilidad.

Los últimos productos que la marca presentó en el mercado internacional sirven de ejemplo de lo dicho. Solo por mencionar algunos:

- » interconectores 525 kV P-Laser HVDC, para la generación de energía renovable;
- » tecnología E3X para OHL, para el mejoramiento de la red de distribución;
- » Sirocco, el primer cable de fibra de 180 μm , para la transformación digital;
- » Prysolar y Pry-Cam, para aplicaciones eléctricas.

Empoderamiento de la gente

La fuerza de trabajo es un valor reconocido dentro de la compañía como base para su éxito. Por este motivo, Prysmian invierte para fomentar la creatividad y colaboración entre sus empleados y en el desarrollo de sus habilidades, a fin de reforzar sus capacidades y conocimientos.

Y es allí donde descansa el verdadero valor de la empresa, y la razón por la cual continúa apostando por el capital humano, siempre buscando nuevas maneras de que la gente se sienta más incluida y comprometida con sus labores.

Nueva segmentación del negocio

Por último, aunque no menos importante, la estructura de Prysmian evolucionará desde los tres segmentos actuales hasta cuatro nuevos que reflejarán las cuatro tendencias que muestra el mercado (transmisión renovable, red de distribución, electrificación y soluciones digitales). Por supuesto, los nuevos segmentos no operarán como entidades separadas, sino sinérgicamente.

Esta nueva segmentación permite poner el foco sobre las tendencias del mercado y atenderlo de forma más efectiva, con mayor visibilidad sobre cómo hace Prysmian para atender diversas áreas. ■■