

Síguenos en



### INTERNATIONAL BUSINESS REPORT (IBR)

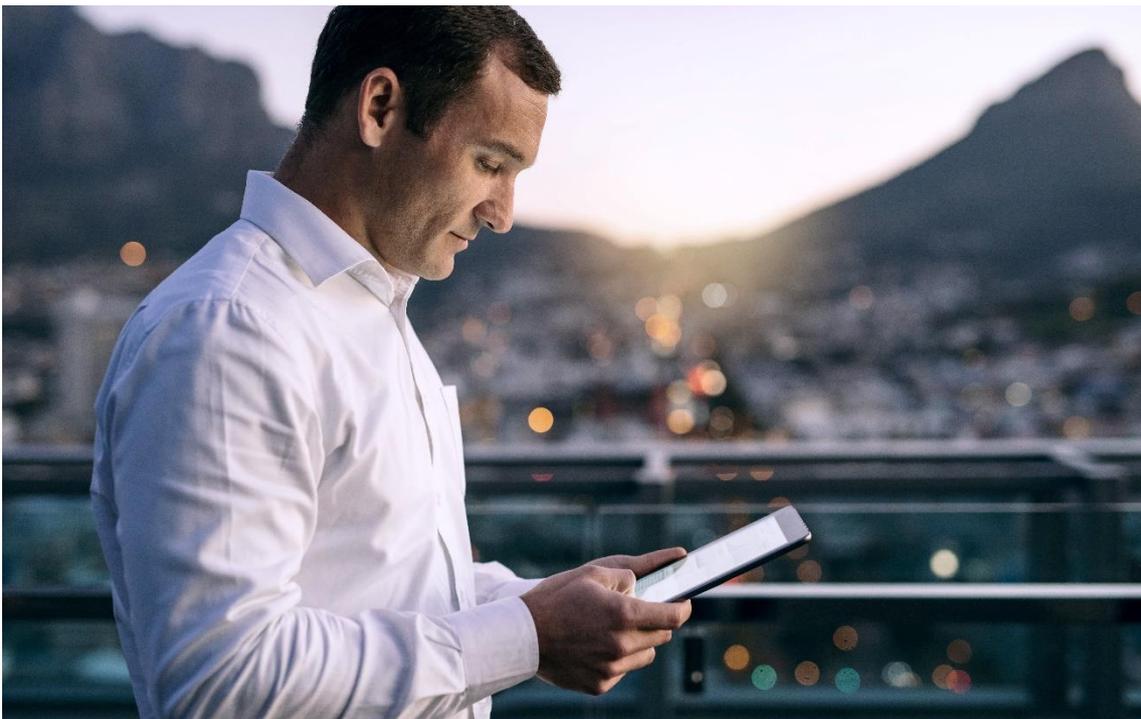
## Las empresas españolas apuestan por invertir en marca y sostenibilidad como estrategia de crecimiento

Tres de cada diez empresarios buscan aumentar la reputación y la visibilidad de su marca en sus procesos de internacionalización.

Más de la mitad de las compañías (55%) invertirá en Inteligencia Artificial (IA), una intención cuatro puntos superior a la media de la Unión Europea

Solo el 40% de las organizaciones de nuestro país destinará recursos a ciberseguridad

La mitad de las empresas considera la escasez de talento una barrera para el desarrollo de sus negocios



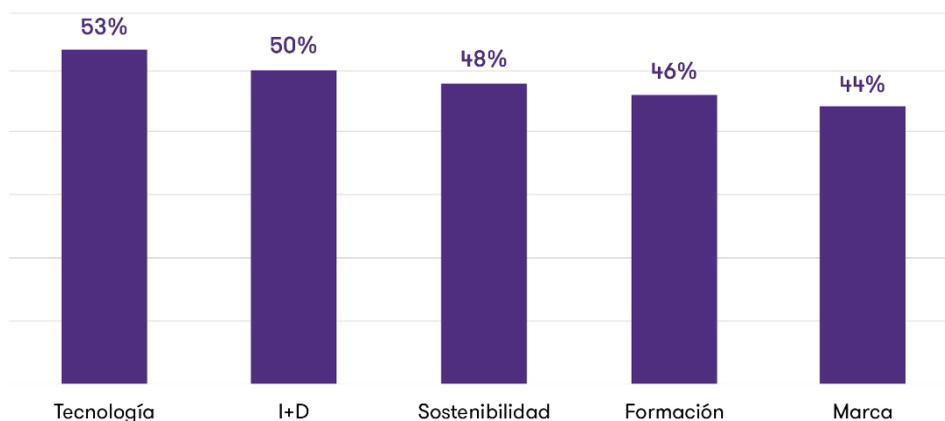
Síguenos en



26/08/2024

La **marca y la sostenibilidad** se han convertido en **aspectos de gran importancia** en las **estrategias del middle-market español**, no solo para ayudar a las empresas a ser más competitivas y resilientes en un escenario global complejo, sino también para ayudarlas en sus proyectos de internacionalización. Esta es la tendencia que apunta la última entrega del informe [International Business Report \(IBR\) de Grant Thornton](#), que estudia las perspectivas y preocupaciones de este tipo de compañías, tanto españolas como de todo el mundo.

**Las compañías de nuestro país son las que más aumentarán sus inversiones en marca en los próximos doce meses de toda la Unión Europea.** Estas son las perspectivas del 44% de los directivos de nuestro país, unas previsiones un punto porcentual superior a la media comunitaria. Estos datos que van en línea con los ofrecidos por **InfoAdex<sup>1</sup>**, que aseguran que **la inversión publicitaria en España superó en 2023 los 12.700 millones de euros**, lo que supone **un 4% más con respecto al pasado año.**

**Expectativas de inversión de las empresas españolas**

Por otro lado, **los empresarios con apetito exportador** son conscientes de que **invertir en su marca les ayuda a diferenciarse de los competidores locales,**

<sup>1</sup> <https://www.infoadex.es/wp-content/uploads/2024/02/Estudio-InfoAdex-2024-Resumen.pdf>

Síguenos en



ofreciendo a un **mayor acceso a los clientes** en los mercados internacionales además de atraer a **nuevos profesionales**.

Según **Ramón Galcerán, presidente de Grant Thornton en España**, “las empresas han invertido a lo largo de los años en su mercado nacional para crear una red y darse a conocer, y es importante que sigan esos mismos pasos cuando amplíen las operaciones en el extranjero”.

De hecho, **tres de cada diez organizaciones españolas (29%)** aseguran que con sus negocios en el extranjero buscan **aumentar la reputación y la visibilidad de su marca**, siendo el tercer aspecto que más les interesa tras la calidad (39%) y acceder a nuevos clientes (30%).

“No se trata de llegar a un mercado nuevo y esperar a que los clientes te conozcan; hay que hacer un esfuerzo para crear una red, una presencia en las redes sociales, un sitio web y materiales de marketing. Todas estas acciones ayudarán a dar a conocer la marca”, asegura **Policarpo Aroca Oviedo, director de Marketing, Comunicación y Desarrollo de negocio de Grant Thornton**.

### **Sostenibilidad, sinónimo de eficiencia, innovación y rentabilidad**

Los directivos españoles también están teniendo en cuenta el valor de sostenibilidad a la hora de diseñar sus estrategias. De hecho, **cerca de la mitad (48%) tienen previsto invertir en los próximos doce meses en iniciativas sostenibles**, una expectativa que se encuentran un punto por encima de la media comunitaria.

Cada vez se relaciona más la sostenibilidad con aspectos positivos y rentables como la **eficiencia, la responsabilidad, el compromiso, la innovación o la rentabilidad**. Pero, además, **son conscientes de la obligatoriedad que conllevan** las cada vez más normativas de aplicación hasta el punto de que, según cálculos de Grant Thornton, **50.000 empresas han ya de informar sobre indicadores relacionados con la sostenibilidad, incluidas las grandes empresas y pymes cotizadas, cuando hace unos años apenas eran 11.600**.

En un **mercado global cada vez más comprometido con el medioambiente**, las organizaciones saben que, si quieren competir con garantías a la hora de internacionalizarse, deben **aprender de las mejores prácticas y cumplir con criterios sostenibles**. De este modo, **el 21% de las compañías españolas con negocios en el extranjero buscan mejorar en materia de sostenibilidad**.

Sin embargo, **el 42% de los empresarios de nuestro país temen que la situación medioambiental, como las consecuencias del cambio climático, termine afectando a sus negocios**, una preocupación que es dos puntos superior a la media de la Unión Europea y uno por encima del promedio del conjunto del estudio. Además,

Síguenos en



**cuatro de cada diez organizaciones tienen dificultades para implantar la sostenibilidad por la complejidad de las normativas existentes.**

Por ello, y según recuerda **Jaime Romano, Socio Director de Consultoría e Innovación de Grant Thornton**, “es necesario que toda la empresa, desde los técnicos hasta el comité de dirección, estén comprometidos e implicados en el diseño, desarrollo e implantación de de la estrategia de sostenibilidad”.

### **Innovación y tecnología, aliados imprescindibles**

La tecnología se ha convertido en un elemento imprescindible para los directivos a la hora de diseñar sus estrategias de futuro. De hecho, **una de cada dos compañías españolas (50%) espera impulsar sus estrategias en I+D en los próximos doce meses**, la tasa más alta de los últimos años y que se incrementó en doce puntos con respecto a la última edición del estudio. Además, **más de la mitad (53%) tienen previsto en invertir en tecnología**, una intención que tampoco han dejado de crecer en las últimas entregas.

En cuanto a las tecnologías concretas, **el 55% de las organizaciones de nuestro país invertirá en Inteligencia Artificial (IA), una intención cuatro puntos superiores a la media de la Unión Europea.**

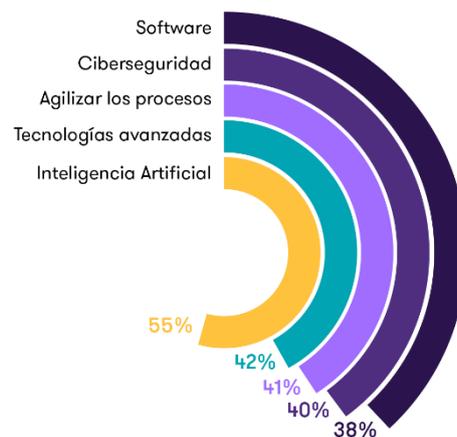
“Las medianas empresas españolas están sabiendo ver, incluso más que sus competidores de otros países, que el desarrollo de la IA y su impacto potencial en los negocios es imparable. Además, esta tecnología va a ofrecer una serie de ventajas de nivel de sostenibilidad que pueden marcar la diferencia en un mercado tan competitivo”, asegura **Isabel Bellot, directora de Transformación Digital de Grant Thornton.**

En materia tecnológica y más allá de la Inteligencia Artificial, las compañías tienen previsto dedicar esfuerzos a **la aplicación de tecnologías avanzadas** (elegida por el 42%), al **uso de herramientas que agilicen los procesos** (41%) y en **cuarto puesto, la ciberseguridad** (40%), una apuesta **que se encuentra por debajo tanto de la media de la UE (45%) y como del porcentaje global (54%).**

Síguenos en



### Herramientas en las que invertirán las empresas españolas



La ciberseguridad es, por lo tanto, un aspecto de mejora para las organizaciones de nuestro país, teniendo en cuenta además que el **Centro Criptológico Nacional** registra la cifra de **940.776 cibercrímenes** en los últimos nueve meses, lo que supone un **incremento del 21,5%** con respecto al año anterior.

**Lorenzo Bellido, director de Ciberseguridad de Grant Thornton**, alerta que “ocho de cada diez ataques cibernéticos que sufren las compañías están dirigidos a empleados, a través malware o phishing” y recuerda que “invertir en ciberseguridad se ha convertido en imprescindible hoy en día, y los españoles como poco proactivos en este sentido. No olvidemos que, si surge algún problema y no se han tomado precauciones adecuadas, cualquier empresa puede verse en auténticos aprietos”.

En lo que se refiere a sectores, los datos globales del estudio IBR destacan que las compañías que más apostarán por las **herramientas relacionadas con la ciberseguridad** serán las **empresas de IT** (65%), el **sector público** (59%), la **banca** (55%) y el **sector consumo** (54%). Por otra parte, la inversión en **Inteligencia Artificial** (IA) será más sólida entre las **compañías tecnológicas, financieras y energéticas**, de las cuales **siete de cada diez apostarán por dicha tecnología**.

### La escasez de talento, una amenaza para la rentabilidad de las empresas

El talento es otra de las inversiones más valiosas que pueden llevar a cabo las compañías quieren continuar creciendo, ser competitivas o incluso internacionalizar sus negocios. Según los datos del IBR, el **43% de las empresas de nuestro país tiene**

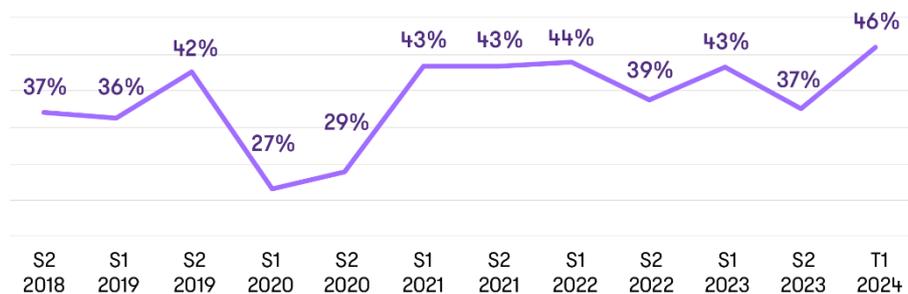
Síguenos en



**previsto incrementar las plantillas en los próximos 12 meses**, unas expectativas que son dos puntos superiores a sus homólogos europeos y que, además, han crecido en cinco puntos con respecto a la última edición del estudio.

En el marco de un mercado global y muy competitivo, **la escasez de un talento cualificado** puede lastrar de manera considerable a los negocios y su rentabilidad, de hecho, **el 47% de los directivos de nuestro país la considera como una barrera para sus organizaciones**. Para incrementar la atracción y fidelización de talento, **las previsiones de incremento de los salarios han crecido en dos puntos porcentuales, alcanzando el 18%**.

**Evolución de las previsiones de las empresas españolas en aumentar la inversión en formación de sus empleados**



Por otro lado, **cerca de la mitad de las compañías españolas (46%) esperan aumentar su inversión en formación para sus empleados**. Estas previsiones se han incrementado en nueve puntos porcentuales con respecto a la última edición del IBR y es la tasa más alta desde que existen datos de este indicador, lo que denota la **creciente importancia de que las competencias de los profesionales se ajusten a las tendencias del mercado**, en especial en lo relacionado con las nuevas tecnologías.

Síguenos en



### Áreas de RRHH a las que las empresas españolas dedicarán más esfuerzos



"La inversión en formación siempre es una buena opción para que la competitividad de las empresas aumente y que los profesionales se sientan motivado y generen un sentimiento de pertenencia. Las compañías deben formar constantemente a sus empleados para que puedan interactuar con la tecnología de una forma que fomente el crecimiento", recomienda **Pablo Gonzalez-Costea, director de People & Culture en Grant Thornton España.**

La **formación es elegida por la mitad de las organizaciones** de nuestro país como el **área prioritaria de Recursos Humanos a la que dedicar esfuerzos**, seguida por el **incremento del salario o de los beneficios (48%)**, el **desarrollo del liderazgo (42%)**, el **aumento de las plantillas (41%)**, o el fomento de la **cultura de empresa (30%)**.

Por otro lado, **dos de cada diez empresas que se internacionalizan esperan acceder a nuevo talento** gracias a sus negocios en el extranjero. De este modo, las compañías con apetito exportador **aprovechan su experiencia internacional para generar valor** a través del crecimiento de sus profesionales, el desarrollo de la innovación, las oportunidades que generan los nuevos mercados o la implementación de buenas prácticas aprendidas. **El talento es un aspecto directamente relacionado con el éxito de cualquier organización**, por lo que es previsible que los empresarios incrementen su apuesta por el desarrollo de los profesionales.

Síguenos en

**Sobre Grant Thornton**

Grant Thornton es una Firma multidisciplinar que presta servicios de Auditoría, Consultoría de Negocio, Tecnología e Innovación, Asesoramiento Fiscal, Legal, Laboral, Financiero y Outsourcing. Somos la Firma en España de Grant Thornton International, una de las mayores organizaciones mundiales de servicios profesionales, con un equipo de más de 73.000 profesionales y presente en 147 mercados. En la actualidad estamos presentes en 10 ciudades: Madrid, Barcelona, Bilbao, Castellón, Murcia, Las Palmas de Gran Canaria, Oviedo, Pamplona, Valencia y Zaragoza. Grant Thornton España ha sido elegida Firma del Año de la red global de Grant Thornton en 2023.

Para ampliar información o hablar con profesionales de Grant Thornton, no dudes en llamarnos:

**DEPARTAMENTO COMUNICACIÓN  
GRANT THORNTON****POLICARPO AROCA**

Director de Comunicación

T 91 576 39 99

M 650 71 31 21

[Policarpo.aroaca@es.gt.com](mailto:Policarpo.aroaca@es.gt.com)**RAFAEL GIL**

Supervisor de Comunicación

T 91 576 39 99

M 681 15 65 13

[Rafael.gil@es.gt.com](mailto:Rafael.gil@es.gt.com)**ROMAN****TAMARA RAPOSO**

+34 690 358 123

[T.raposo@romanrm.com](mailto:T.raposo@romanrm.com)**IGNACIO MARÍN**

+34 602 254 999

[I.marin@romanrm.com](mailto:I.marin@romanrm.com)