



Una guía para el crecimiento

Un análisis global de las características definitorias de las empresas en crecimiento líderes

INVESTIGACIÓN DE:



Katie Evans

Directora de Investigación

Worldwide Small and Medium Business Research Program, IDC



Cómo recorrer este documento informativo

Haga clic en los títulos o números de página para dirigirse hacia cada sección.

Identificar las prácticas y estrategias de las empresas de alto crecimiento.....	3
Preparar el escenario: desafíos y prioridades.....	4
Estrategia de crecimiento: hacer evolucionar los modelos de negocio.....	5
Estrategia de crecimiento: diversificar la cadena de suministro.....	6
Estrategia de crecimiento: dedicar recursos a la transformación digital.....	7
Estrategia de crecimiento: invertir en sostenibilidad.....	8
Estrategia de crecimiento: concentrarse en la eficiencia del empleado.....	9
Estrategia de crecimiento: priorizar la felicidad del empleado.....	10
Estrategia de crecimiento: mejorar constantemente la experiencia del cliente.....	11
Estrategia de crecimiento: realizar el seguimiento del ROI.....	12
Acerca de la analista y el estudio de investigación.....	13
Mensaje del patrocinador.....	14

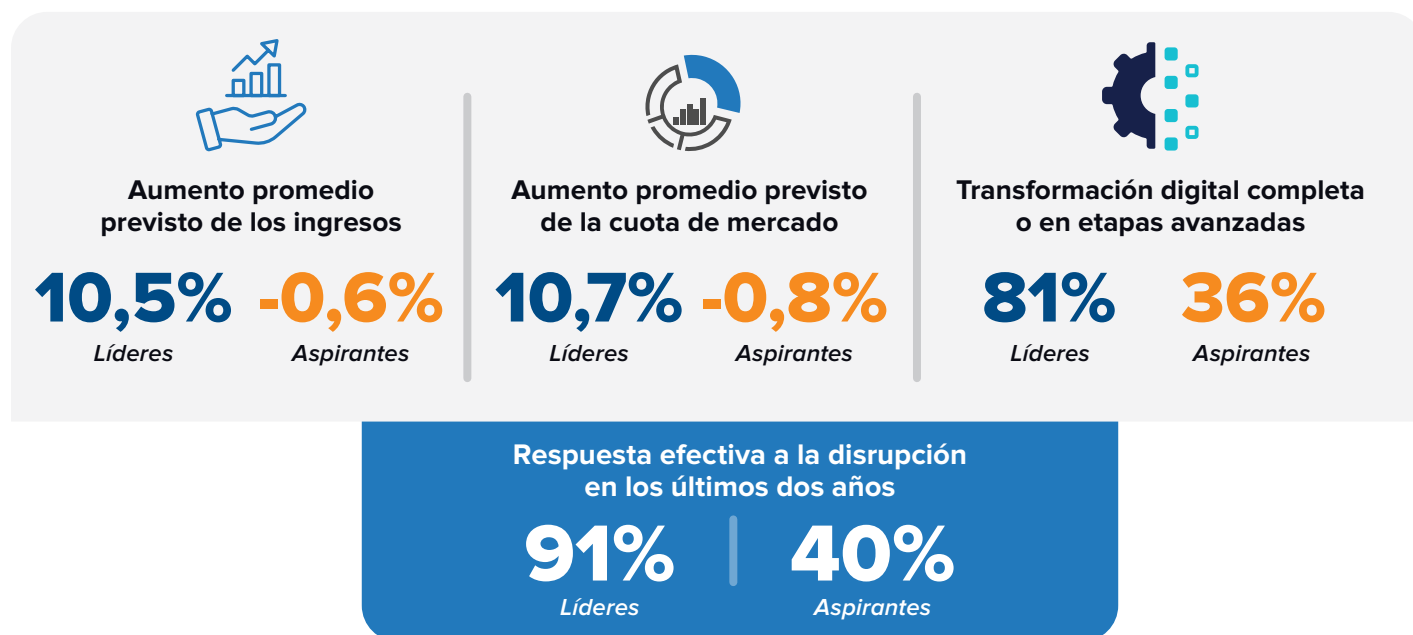
Identificar las prácticas y estrategias de las empresas de alto crecimiento

El difícil terreno de negocios de hoy está repleto de desafíos: presiones en la cadena de suministro, inflación y brechas de habilidades, por nombrar solo algunos, y se necesitan inversiones estratégicas y una planificación cuidadosa para atravesarlo. Sin embargo, muchas empresas en crecimiento están sobreviviendo —y prosperando— a pesar de los desafíos.

SAP le encomendó a IDC realizar una investigación a partir de una encuesta para comprender los diferenciadores clave de las empresas en crecimiento líderes y las lecciones que otras empresas pueden aprender de ellas.

Clasificamos a cada empresa en crecimiento participante en uno de los cuatro niveles de madurez (Líderes, En progreso, En evolución y Aspirantes) en función de:

- ▶ Un aumento previsto de los ingresos y la cuota de mercado mayor que lo experimentado por el mercado general en 2022
- ▶ El estado de su transformación digital
- ▶ La eficacia de la respuesta a las disrupciones



Luego investigamos las acciones y características definitorias de los Líderes. Sobre la base de esta información, hemos desarrollado una **Guía para el crecimiento**, un conjunto de ocho recomendaciones claras y útiles que pueden servir como modelo para ayudar a otros actores medianos a hacer frente a los desafíos, alcanzar prioridades y trazar un camino hacia el crecimiento a largo plazo.

- ▶ Hacer evolucionar los modelos de negocio
- ▶ Diversificar la cadena de suministro
- ▶ Dedicar recursos a la transformación digital
- ▶ Invertir en sostenibilidad
- ▶ Concentrarse en la eficiencia del empleado
- ▶ Priorizar la felicidad del empleado
- ▶ Mejorar constantemente la experiencia del cliente
- ▶ Realizar el seguimiento del ROI

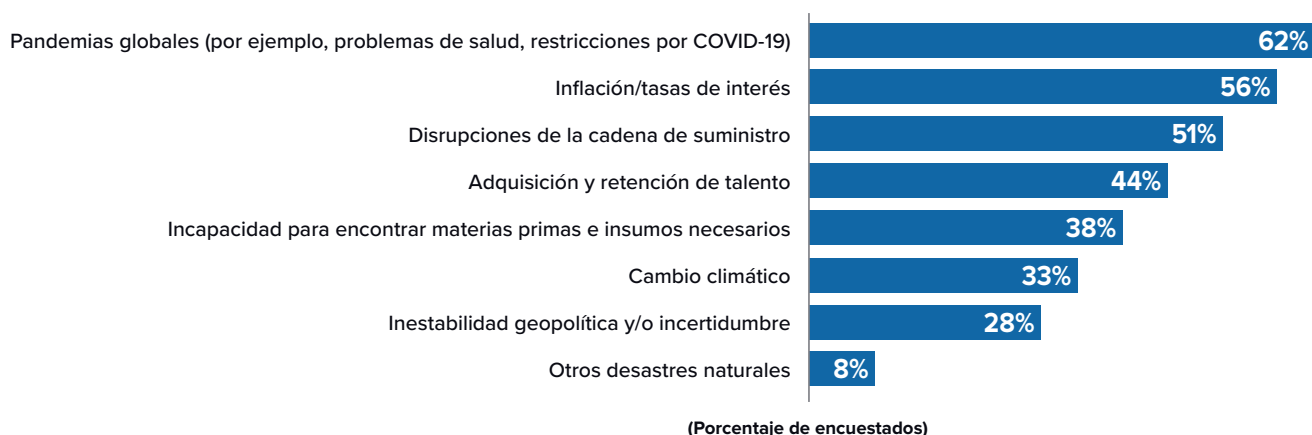
Fuente: A Guide to Growth Survey (de SAP), IDC, septiembre de 2022; n = 1.850

Preparar el escenario: desafíos y prioridades

Principales desafíos

En 2022, hablamos de los vientos de cambio a medida que emergíamos de la pandemia. El tema subyacente era entonces la incertidumbre con una dosis sana de optimismo. Ahora esos vientos de cambio se han convertido en tormentas de disrupción. Están cada vez más entrelazados: tensiones internacionales, costos energéticos crecientes que impulsan la inflación, disrupciones en la cadena de suministro y mayores honorarios por mano de obra calificada.

Principales desafíos macroeconómicos



Principales prioridades

En una infinidad de objetivos estratégicos, los encuestados informaron que atraer nuevos clientes, aumentar los ingresos, aumentar la productividad del empleado, expandirse a nuevos mercados y mejorar la sostenibilidad eran los cinco objetivos de negocio principales para impulsar el crecimiento en 2023. Estas prioridades generalmente son consistentes con el análisis previo de IDC sobre el mercado en crecimiento, con la adición de un enfoque creciente en la sostenibilidad.

Principales objetivos de negocio en 2023



Fuente: A Guide to Growth Survey (de SAP), IDC, septiembre de 2022; n = 1.521 para el gráfico 1, n = 1.549 para el gráfico 2

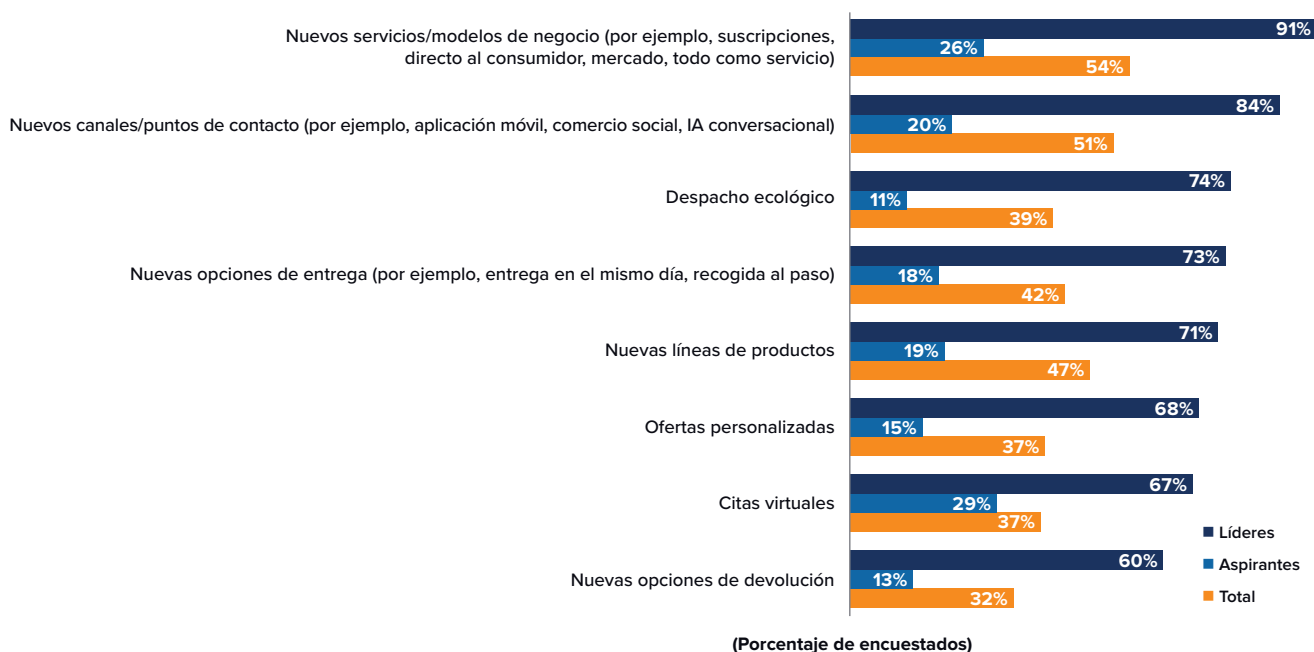
Estrategia de crecimiento: hacer evolucionar los modelos de negocio

Las empresas en crecimiento que quieren seguir creciendo deben evolucionar. Deben adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado y a las preferencias de los consumidores, y rápidamente.

Esto podría significar brindar servicios a los consumidores de nuevas maneras, como emplear la realidad aumentada para mostrar a los compradores cómo cabría un mueble en su habitación, a escala, de modo que no duden en comprarlo on-line. O significar emplear machine learning que automatizará y mejorará las campañas de marketing para ahorrar en costos del empleado, o usar robótica en almacenes para reducir los procesos manuales.

Los Líderes están explorando constantemente formas de hacer evolucionar sus modelos de negocio. La mayoría de los Líderes (91%) dijo que planea expandirse hacia nuevos modelos de negocio y servicios para abordar las cambiantes expectativas del consumidor en comparación con el 26% de las empresas Aspirantes. Los Líderes también ocupan un lugar más alto en muchas otras facetas de la evolución, incluida la incursión en nuevos canales de clientes, como aplicaciones móviles o el lanzamiento de nuevas líneas de productos.

Servicios de valor agregado para abordar las expectativas en evolución del cliente



Fuente: A Guide to Growth Survey (de SAP), IDC, septiembre de 2022; n = 1.850

¿Mi estrategia de crecimiento?

“Innovar para crear nuevos productos que atraigan el interés de un mercado más amplio, con la esperanza de lograr un desarrollo continuo”.

– Director, empresa de alta tecnología, España

“Ingresar a nuevos mercados e invertir fuertemente en innovación tecnológica”

– CIO, servicios profesionales, EE. UU.

“Expandirse a los ‘nuevos’ mercados, categorías, segmentos de clientes...”

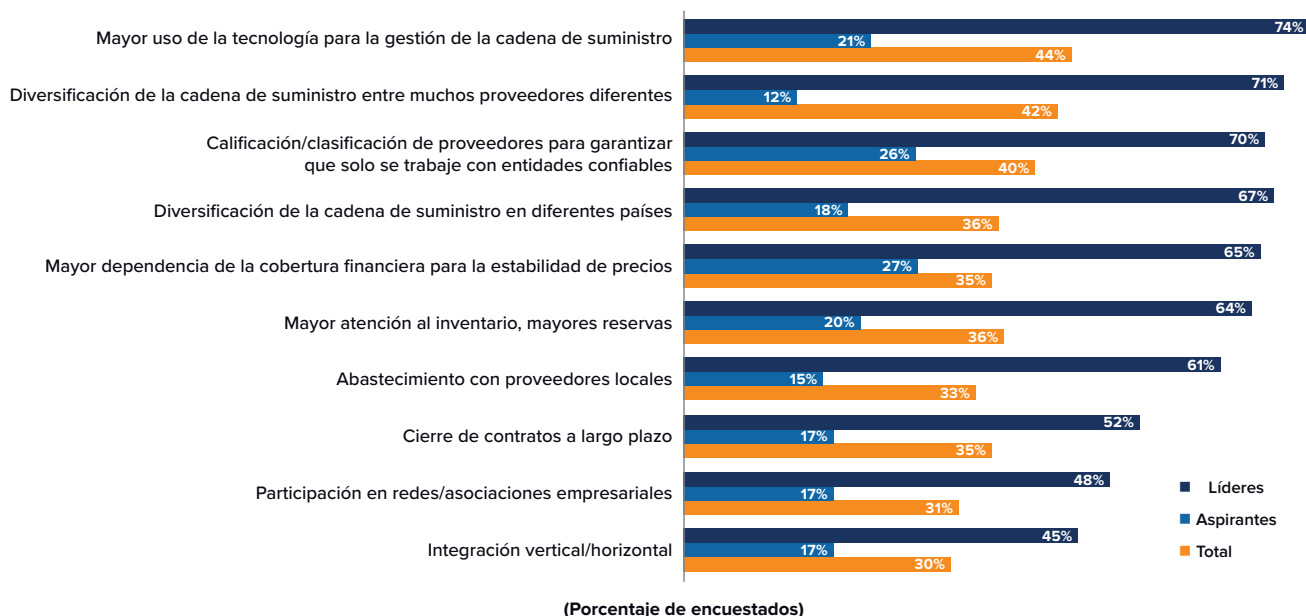
– Director de TI, bienes de consumo envasados, China

Estrategia de crecimiento: diversificar la cadena de suministro

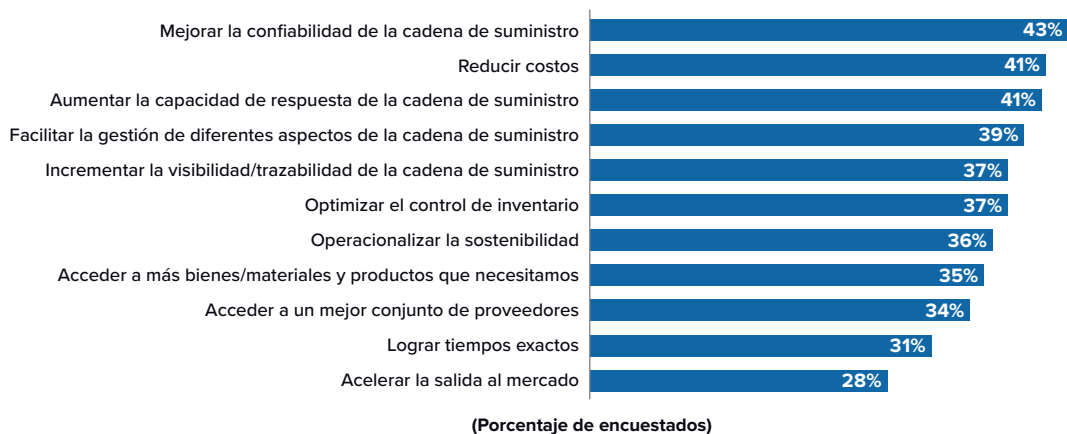
Los Líderes comenzaron a sumar elementos estratégicamente a su combinación de abastecimiento y a encontrar nuevos proveedores al inicio del COVID-19 (o antes) y ahora se están beneficiando de ese trabajo a medida que navegan por la nueva ola de problemas macroeconómicos.

La táctica con el mayor diferencial entre los Líderes y las empresas en crecimiento Aspirantes es el área de diversificación de la cadena de suministro (abastecimiento de varios proveedores) para mejorar la resiliencia de la cadena de suministro. Completando las tres estrategias principales de los Líderes existe un mayor uso de tecnología para la gestión de la cadena de suministro y la clasificación/calificación de proveedores. Los principales beneficios deseados de implementar soluciones tecnológicas de cadena de suministro en todas las empresas en crecimiento incluyen mejorar la confiabilidad y reducir los costos.

Estrategias importantes para mejorar la resiliencia de la cadena de suministro



Beneficios deseados de implementar tecnología para gestionar la cadena de suministro



Fuente: A Guide to Growth Survey (de SAP), IDC, septiembre de 2022; n = 1.521 para el gráfico 1, n = 1.549 para el gráfico 2

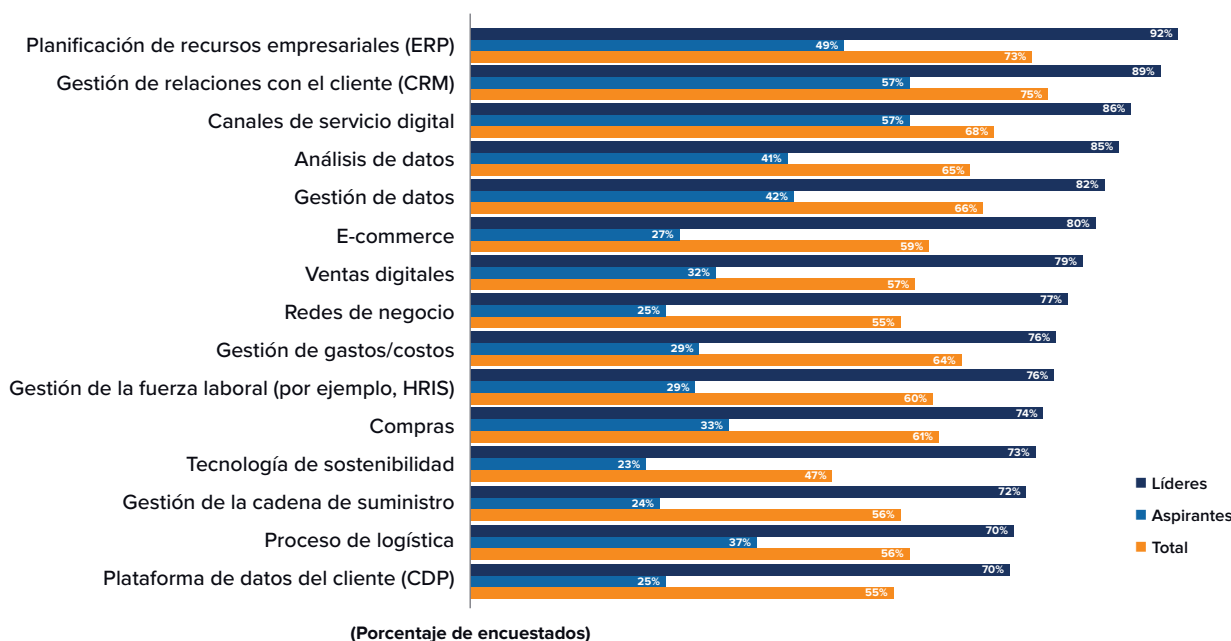
Estrategia de crecimiento: dedicar recursos a la transformación digital

Las empresas centradas en el crecimiento están recurriendo a la tecnología tanto en el front-end como en el back-end para adaptarse a las cambiantes condiciones macroeconómicas actuales y a las preferencias del consumidor al dejar atrás el COVID-19. Mientras que el 81% de los Líderes ha completado la transformación digital o está en etapas avanzadas, solo el 36% de las empresas en crecimiento Aspirantes han hecho un progreso significativo en ese sentido.

92%
de los Líderes usan/
planean usar sistemas de
planificación de recursos
empresariales (ERP)

Dado que muchos líderes invirtieron en tecnología durante la primera ola de la pandemia o incluso antes, están mejor posicionados para gestionar la nueva inundación de factores de estrés de hoy. A medida que más consumidores interactúan digitalmente con las empresas, las empresas en crecimiento deben esforzarse por ofrecer más canales de servicio digital para permitir que los consumidores se conecten utilizando sus métodos preferidos.

Soluciones tecnológicas utilizadas o planificadas por organizaciones



De todas las empresas en crecimiento, el 67% dice usar ERP para ahorrar tiempo y mejorar la eficiencia. A medida que las empresas en crecimiento enfrentan mayores honorarios para los trabajadores calificados, un sistema de ERP que pueda reducir los procesos manuales generará ganancias significativas a lo largo del tiempo.

Mejoras deseadas con la solución de ERP



¿Mi estrategia de crecimiento?

“Digitalizar la mayoría de los procesos de toma de decisiones de producción y ventas para responder mejor al impacto de la epidemia...”

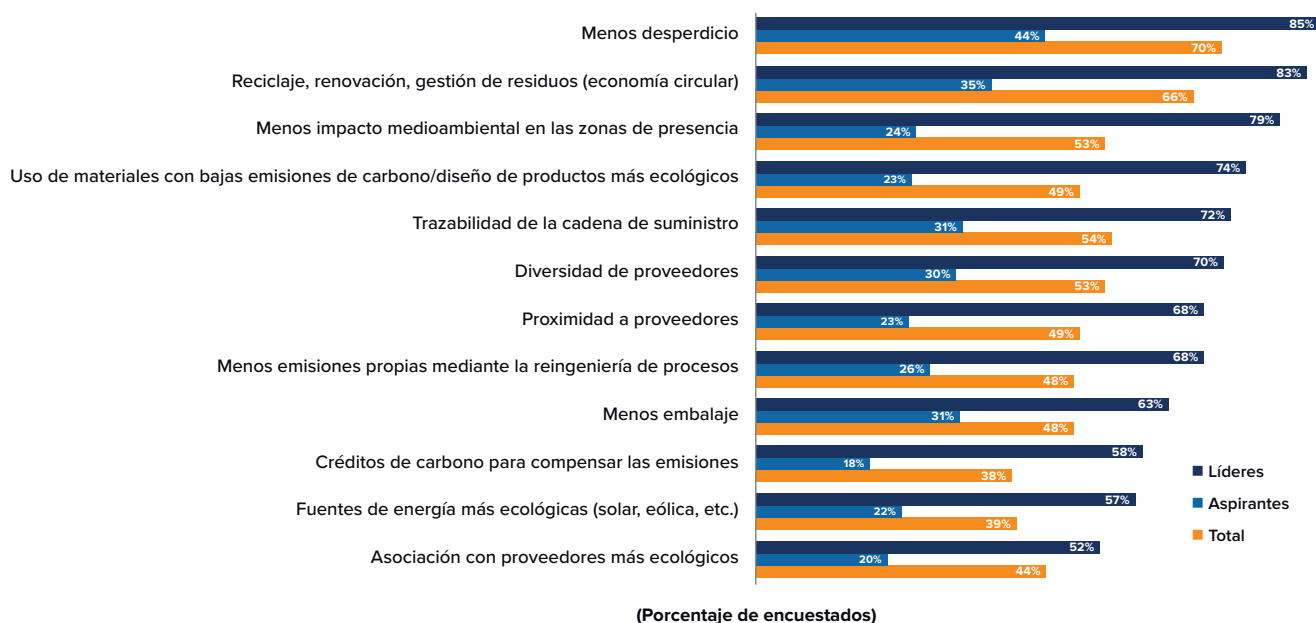
– Director, constructora, Brasil

Fuente: A Guide to Growth Survey (de SAP), IDC, septiembre de 2022; n = 1.850 para el gráfico 1; 1.537 para el gráfico 2

Estrategia de crecimiento: invertir en sostenibilidad

La sostenibilidad ya no es solo para los principales actores empresariales. Los consumidores la exigen. Las empresas conocedoras centradas en el crecimiento están explorando la sostenibilidad más intensamente para ahorrar costos a medida que los precios de la energía, los materiales y el transporte aumentan con la inflación. Los Líderes están utilizando iniciativas de sostenibilidad para atraer y retener talento, particularmente a trabajadores más jóvenes. Y también están pensando de forma característica en el futuro, preparándose para cumplir con más regulaciones de sostenibilidad que están en el pipeline de las empresas más pequeñas. Las principales iniciativas de sostenibilidad emprendidas por los Líderes incluyen la reducción de residuos, el reciclaje/renovación/gestión de residuos y la trazabilidad de la cadena de suministro.

Iniciativas de sostenibilidad planificadas o implementadas



Aunque la implementación de iniciativas de sostenibilidad trae aparejados desafíos únicos, como costos y coordinación con terceros, los encuestados citaron una serie de beneficios deseados, tales como eficiencia mejorada, beneficios económicos a largo plazo y dar soporte a las preferencias del cliente.

Beneficios deseados de las iniciativas de sostenibilidad



Fuente: A Guide to Growth Survey (de SAP), IDC, septiembre de 2022; n = 1.521 para el gráfico 1, n = 1.549 para el gráfico 2

Estrategia de crecimiento: concentrarse en la eficiencia del empleado

Los grandes aumentos salariales de la mano de obra calificada como resultado de la inflación, los problemas de contratación y la escasez de habilidades hacen que la productividad de los empleados sea primordial para las empresas en crecimiento. Los Líderes han hecho de esto una inversión estratégica e implementaron el tiempo y los recursos para equipar a los empleados con todas las tecnologías, educación, herramientas e incentivos para que sean lo más eficientes posible.

Cuando se les preguntó sobre las estrategias que usaron para medir las interrupciones de los últimos dos años, el 80% de los líderes mencionó que habían trabajado para mejorar la eficiencia del empleado. Solo el 28% de las empresas Aspirantes lo habían hecho.

Las principales maneras en que los Líderes están trabajando para impulsar la productividad son las iniciativas de experiencia del empleado, la gestión del talento, la implementación de soluciones de software y la capacitación/mejora de habilidades de los empleados.

Estrategias para mejorar la productividad



Fuente: A Guide to Growth Survey (de SAP), IDC, septiembre de 2022; n = 1.850

¿Mi estrategia de crecimiento?

“Programas de capacitación para empleados actuales y nuevos para aumentar la productividad. Campañas para capturar nuevos talentos...”

– Vicepresidente de TI, empresa de alta tecnología, China

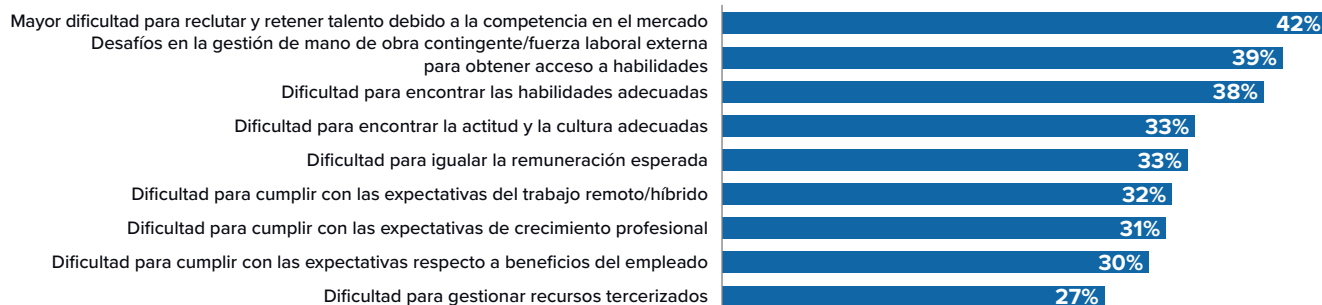
“Centrarse en los empleados con capacitación y la mejora del área de trabajo para que puedan brindar un mejor servicio a los clientes”.

– Gerente general, firma de construcción, Indonesia

Estrategia de crecimiento: priorizar la felicidad del empleado

La guerra del talento es real. Cerca de la mitad de las empresas encuestadas enfocadas en el crecimiento (42%) encuentran más difícil contratar y retener talento debido a la competencia. Muchas empresas en crecimiento no pueden pagar tanto como las grandes empresas u ofrecer beneficios como vacaciones ilimitadas o reembolso de matrículas. Esto hace que la guerra de talentos sea particularmente dura.

Desafíos para contratar y retener talento



(Porcentaje de encuestados)

Dada la batalla por el talento, los Líderes enfocados en el crecimiento están más centrados que nunca en mantener a los empleados motivados y comprometidos. Gestionar una fuerza laboral requiere una variedad de tácticas, y los Líderes implementan muchas para reducir la rotación, atraer a empleados altamente calificados y mantenerlos motivados.

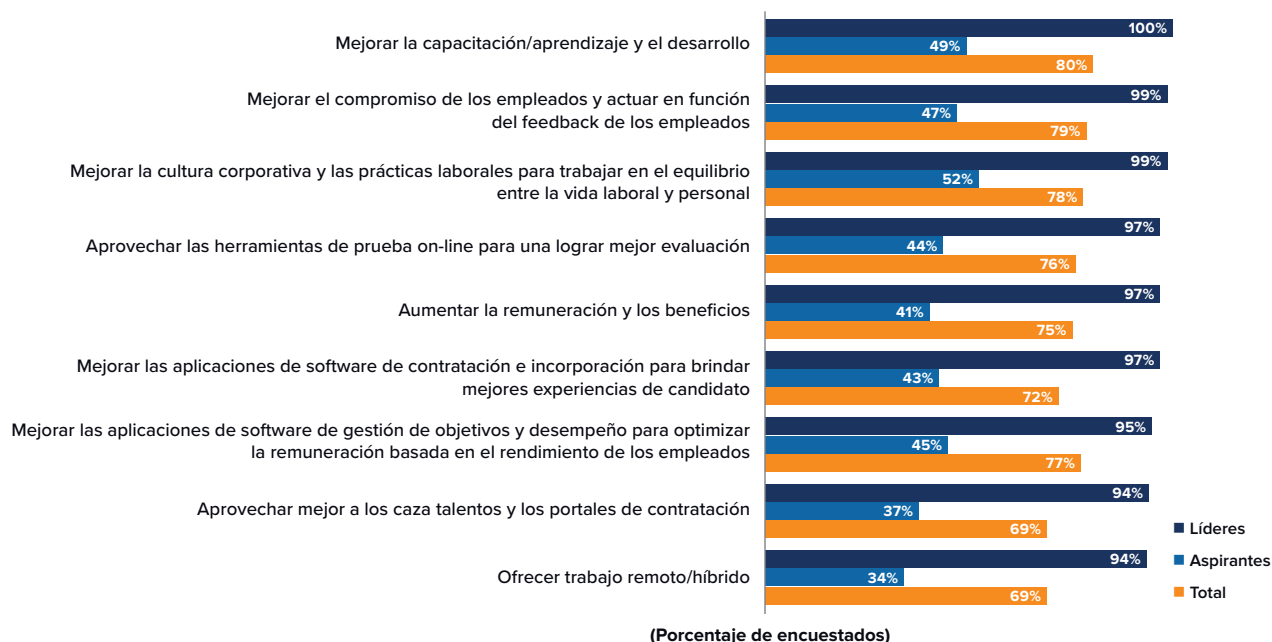
El 100% de los Líderes señalaron mejorar la capacitación/el aprendizaje y desarrollo como una estrategia importante para contratar y retener talento, en comparación con el 49% de las empresas Aspirantes. En general, los Líderes también pusieron mayor énfasis en la satisfacción del empleado.

¿Mi estrategia de crecimiento?

“Mejorar el entorno de trabajo al 100% para que mis empleados puedan dar el 100% de su capacidad y, por lo tanto, sentirse emocionados por trabajar y ganar su salario...”

– CXO, negocio de bienes de consumo envasados, México

Cómo contratar y retener a los mejores talentos



(Porcentaje de encuestados)

Fuente: A Guide to Growth Survey (de SAP), IDC, septiembre de 2022; n = 1.521 para el gráfico 1, n = 1.549 para el gráfico 2

Estrategia de crecimiento: mejorar constantemente la experiencia del cliente

Las empresas en crecimiento citan un toque más personal en las interacciones con sus clientes como una ventaja competitiva sobre las empresas más grandes. Los líderes de nuestra encuesta mencionaron una mejor experiencia del cliente, la capacidad de generar fidelidad con un servicio más personal y empleados centrados en el cliente como formas de diferenciarse de las organizaciones más grandes.

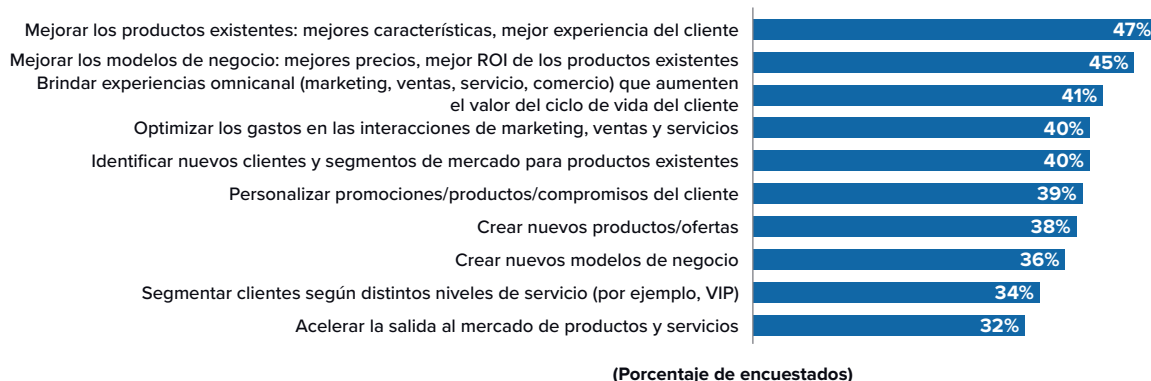
Diferenciadores competitivos



Muchos quieren proporcionar esa conexión local o humana que los separa de sus contrapartes más grandes. Esto podría significar ofrecer consultas de estilo basadas en videos, paquetes considerados con todo y una nota manuscrita o un servicio al cliente sorprendentemente excepcional.

También significa explorar los beneficios de los datos, la automatización, machine learning o la inteligencia artificial para conectarse con los consumidores en sus propios términos. Esta combinación de una experiencia de cliente personal junto con sofisticación digital es un punto óptimo en el que las empresas en crecimiento, particularmente, pueden brillar. Las empresas en crecimiento ven el valor de usar los datos del cliente para fortalecer la experiencia del cliente mejorando los productos y modelos de negocio existentes o brindando una experiencia omnicanal.

Aplicaciones de datos del cliente para mejorar la experiencia del cliente



Fuente: A Guide to Growth Survey (de SAP), IDC, septiembre de 2022; n = 1.521 para el gráfico 1, n = 1.549 para el gráfico 2

Estrategia de crecimiento: realizar el seguimiento del ROI

Hay una gran movida entre las empresas enfocadas en el crecimiento por tener más información estratégica sobre el impacto de sus gastos. Casi tres cuartas partes de los Líderes (73%) mencionaron “comprender y controlar el gasto/resiliencia financiera” como un cambio que implementaron para sobrevivir a las disrupciones en los últimos dos años, en comparación con el 19% de las empresas Aspirantes.

La importancia de comprender el ROI también apareció en otras áreas de la encuesta, ya que el 36% de los encuestados dijo que la incapacidad de definir el ROI o el valor para el negocio era un desafío principal en la implementación de soluciones tecnológicas. Y, según el 42%, la incapacidad de definir el ROI o el valor para el negocio fue un desafío a la hora de implementar iniciativas de sostenibilidad.

Es clave disponer de las herramientas y estrategias adecuadas para generar información sobre el ROI. Estas podrían incluir herramientas analíticas y de business intelligence para realizar un seguimiento del rendimiento de las inversiones en tecnología. Las empresas en crecimiento también deben desarrollar KPI claros para ayudarlas a medir el impacto de las tecnologías que implementan.

Los encuestados que mencionaron “comprender y controlar el gasto/la resiliencia financiera” como un cambio que implementaron para sobrevivir a las disrupciones en los últimos dos años:

73% **19%**
Líderes Aspirantes

Como han demostrado claramente los datos de los Líderes, las empresas centradas en el crecimiento deben invertir para optimizar sus operaciones internamente a fin de ofrecer mejores experiencias a los consumidores externamente.

También deben pensar en cómo abordar los desafíos y las circunstancias futuras que puedan surgir, ya sea usando soluciones de ERP u otras tecnologías para optimizar los sistemas y reducir las tareas manuales, diversificando la cadena de suministro para mantenerse al día con la demanda del consumidor o manteniendo a los empleados comprometidos y eficientes.

Acerca de la analista y el estudio de investigación



Katie Evans

Directora de Investigación, Worldwide Small and Medium Business Research Program, IDC

Katie Evans es directora de investigación, Small Medium Business (SMB) Research Program dentro del espacio Digital Transformation. El área la investigación principal de Katie incluye la identificación y el soporte de las necesidades específicas y en evolución del comprador de tecnología empresarial muy pequeño, pequeño y mediano. Katie cuenta con una sólida experiencia de investigación y escritura centrada en pymes, ya que ha cubierto a las pymes en el sector minorista y de e-commerce durante más de 12 años. Más recientemente, su principal área de cobertura fue investigar las necesidades tecnológicas de las pymes minoristas y analizar las ofertas de los proveedores en el mercado para satisfacer esas necesidades en evolución. Katie también cuenta con prolíficas publicaciones e investigación sobre comercio electrónico móvil e internacional y ha creado varios informes personalizados para proveedores que prestan servicios a pymes.

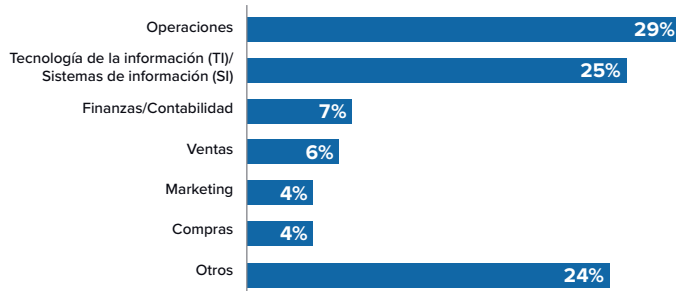
Más sobre Katie Evans

Datos demográficos de la encuesta

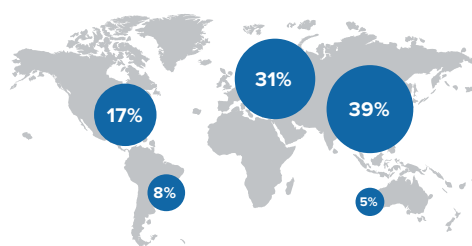
La encuesta A Guide to Growth Survey de SAP realizada por IDC tuvo lugar en septiembre de 2022 con una muestra de 1.850 participantes. Todos los gráficos de este estudio se basan en esta encuesta.

Tamaño de muestra: n = 1.850

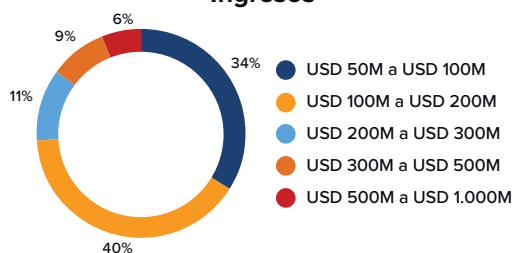
Área de negocios



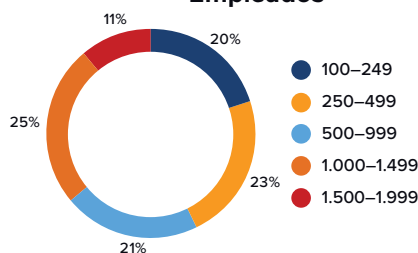
Región



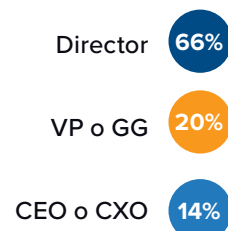
Ingresos



Empleados



Cargo o función actual



Mensaje del patrocinador

Acerca de SAP

La estrategia de SAP es ayudar a que cada negocio opere como una empresa inteligente y sostenible. Como un líder del mercado en software de aplicaciones empresariales, ayudamos a empresas de todos los tamaños e industrias a operar al máximo. Nuestras tecnologías de machine learning, internet de las cosas (IoT) y analítica avanzada ayudan a convertir los negocios de los clientes en empresas inteligentes. SAP ayuda a brindar a las organizaciones información estratégica profunda sobre el negocio y fomenta la colaboración que las ayuda a mantenerse a la delantera de sus competidores. Nuestra suite integral de aplicaciones y servicios permite que los negocios y los clientes públicos de 25 industrias a nivel global operen de manera rentable y se adapten continuamente. Con una red global de clientes, partners, colaboradores y líderes de opinión, SAP ayuda a que el mundo funcione mejor y a mejorar la vida de las personas.

Aproximadamente el 80% de nuestros clientes son empresas en crecimiento. Con SAP, usted obtiene un motor de crecimiento que puede hacer que llegue a cualquier lugar, y estaremos a su lado cada paso del camino –sin importar hacia adónde lleve su negocio a continuación–.

[Conozca más](#)

IDC Custom Solutions

Esta publicación fue elaborada por IDC Custom Solutions. Como proveedor mundial líder en inteligencia de mercado, servicios de asesoramiento y eventos para los mercados de tecnología de la información, telecomunicaciones y tecnología de consumo, el grupo IDC Custom Solutions ayuda a los clientes a planificar, comercializar, vender y alcanzar el éxito en el mercado global. Creamos inteligencia de mercado accionable y programas de marketing de contenidos influyentes que producen resultados cuantificables.



 @idc

 @idc

[idc.com](https://www.idc.com)

© 2023 IDC Research, Inc. Los materiales de IDC cuentan con licencia [de uso externo](#), y de ninguna manera ni el uso ni la publicación de la investigación de IDC indican su respaldo a los productos o estrategias del patrocinador o titular de la licencia.

[Política de privacidad](#) | [CCPA](#)