

Sobre el ecosistema de innovación abierta de grandes empresas y scaleups B2B

Caracterización general con vistas a impulsar su crecimiento

Estudio realizado en el contexto de los

2018

B2B

PREMIOS

COMPRENDEDOR

Madrid, 7 de noviembre de 2018

Este informe tiene el objetivo de realizar una caracterización cualitativa general del ecosistema de innovación abierta de grandes empresas y *scaleups B2B* con vistas a impulsar su crecimiento.

Lo ha elaborado la Fundación Empresa y Sociedad (**Empresa&Sociedad**) a partir de una encuesta electrónica realizada durante la semana del 29 de octubre de 2018 por invitación directa, en la que han participado 103 *scaleups* (Fundadores/CEOs y directivos de Desarrollo de Negocio) y 54 empresas (directivos relacionados con la Innovación, la Transformación Digital y el Venture Capital), entre ellas las asociadas a **Empresa&Sociedad** y a su *ClusterB2B*.

Más información

<https://empresaysociedad.org/empresa/>

Sobre las *scaleups* B2B

Los 103 emprendedores B2B participantes en este estudio se caracterizan por:

- Un alto nivel de motivación en la vida (9,46 sobre 10) y en el trabajo (9,32), por encima de los habituales en estudios similares realizados por **Empresa&Sociedad**.
- Tener como motivación principal “mejorar la sociedad desde mi empresa” (28%), seguida por “crecer personal y profesionalmente” y “desarrollar una idea inspiradora” (21% cada una).
- Tener como prioridad “conseguir clientes empresariales” (42%), por delante de “inversión” (19%) y de “acuerdos estratégicos” (9%).
- Considerar que el actor más importante del ecosistema emprendedor son las “empresas clientes” (73%), más que los “inversores” (16%), muy distanciados en segunda posición. Apenas conceden importancia a incubadoras, aceleradoras y programas de acompañamiento, ni a las Administraciones Públicas.
- Señalar el área Innovación como el área clave para vender su producto en una empresa (19%), ligeramente por delante de las de Personas y Organización (16%) y Dirección General (16%).
- Apoyarse en sus *partners* comerciales (34%) y contactar directamente con empresas (30%) para acelerar sus clientes empresariales.
- Realizar la primera toma de contacto con la empresa a través de conocidos comunes (26%), directamente por teléfono, linkedin o en eventos (25%) o apoyándose en sus *partners* (17%). Aunque en ocasiones es la empresa la que se pone en contacto directamente con ellas (20%).
- Proponer que las empresas establezcan procedimientos más ágiles y transparentes para sus compras innovadoras (68%) y que les traten con la misma consideración que a sus grandes proveedores tradicionales (46%) para mejorar su relación con empresas.
- Aspirar a tener como clientes, por este orden, a Santander, Telefónica, Repsol, Inditex, El Corte Inglés y BBVA.
- Tener como clientes actuales más importantes a Telefónica, Cepsa, Ikea y Repsol.

Sobre las empresas

Las 54 grandes empresas participantes en este estudio se caracterizan por:

- Un alto nivel de motivación en la vida (9,08 sobre 10) y en el trabajo (8,48), por encima de los habituales en estudios similares realizados por **Empresa&Sociedad**.
- Tener como motivación principal “crecer personal y profesionalmente” (44%) y “disfrutar con mi trabajo” (21%).
- Tener como objetivos principales de su innovación “explorar nuevas oportunidades de negocio” (38%), “desarrollar el negocio actual con perspectiva de futuro (38%) y “explorar soluciones que faciliten la transformación digital en todas las áreas corporativas” (19%).
- Contar con una innovación dependiente de varias áreas, dado su carácter transversal (38%), de la Dirección de Innovación (21%) o de la Dirección de Estrategia y Desarrollo de Negocio (13%).
- Considerar como áreas clave para conseguir la transformación digital de la empresa a Desarrollo de Negocio (29%), Personas y Organización (27%) y Operaciones y Procesos (23%).
- Ofrecer al mundo emprendedor tres líneas colaboración principalmente: acuerdos estratégicos para crecer juntos (56%), retos para que les ayuden con sus soluciones (48%) y desarrollo conjunto de soluciones para terceros (46%).
- Utilizar como principales formas de conocer nuevas *scaleups* la participación en foros empresariales y reuniones de *networking* (69%), y la formación e información sistemática sobre *scaleups* (21%).
- Recomendar que las *scaleups* contacten con su empresa en eventos de emprendedores y foros de *networking* (37%), mediante el contacto directo aunque sea en frío (25%) o a través de conocidos comunes (17%).
- Recomendar a su propia empresa una mayor participación en foros de *networking* y *benchmarking* con otras empresas (48%), ser más proactivos en identificar *scaleups* de interés (44%) y ser más ágiles y transparentes en los procesos de decisión (38%), incluso estableciendo procesos más dinámicos para compras innovadoras (31%).

Para impulsar su colaboración

Se pueden identificar algunas ideas a tener en cuenta para impulsar el ecosistema de innovación abierta de grandes empresas y *scaleups B2B*:

- La **motivación** de quienes trabajan en el mundo de la innovación es especialmente alta, tanto a nivel personal como profesional, y un poco mayor en las *scaleups* que en las grandes empresas.
- La principal motivación de las *scaleups* es “mejorar la sociedad desde mi empresa desarrollando ideas inspiradoras que me permitan crecer personal y profesionalmente”. La de las empresas, “crecer personal y profesionalmente disfrutando de mi trabajo”. Ambas reflejan el perfil empresario de las primeras y directivo de las segundas, que influye de manera clara en su relación en el ecosistema de innovación.
- La principal **prioridad** para las *scaleupsB2B* es conseguir clientes empresariales. Los clientes son mucho más importantes que los inversores para su proyecto empresarial, vender productos, que conseguir inversión. Las empresas están alineadas con dicha prioridad, aunque incorporan algunos matices a la relación pura cliente/proveedor: ofrecen principalmente acuerdos estratégicos para vender juntos, piden soluciones para sus retos y están interesadas por desarrollar conjuntamente soluciones para terceros. Todo ello, considerando que el principal objetivo de su innovación es el desarrollo de negocio, a cierta distancia de la identificación de soluciones para la transformación digital en sus distintas áreas.
- En cuanto a la **interlocución en la empresa**, las *scaleups* consideran clave las áreas de Innovación y Personas y Organización, además de la de Dirección General. En las empresas, dado que la innovación es un contenido transversal, habitualmente se considera una función natural de sus distintas áreas corporativas y operativas, aunque suele estar coordinada desde Innovación o Desarrollo de Negocio. Si la *scaleup* plantea su colaboración como una parte del proceso de transformación digital de la empresa, los interlocutores recomendados por las empresas son Desarrollo de Negocio, Personas y Organización y Operaciones.
- Las *scaleups* suelen realizar el **primer contacto** con las empresas apoyándose en sus *partners* comerciales, aunque también buscan el contacto directo. Las empresas prefieren contactar, además, en eventos y foros de *networking*.
- Para **mejorar la colaboración**, ambas partes coinciden en que es necesario que los procesos en las empresas sean más ágiles y transparentes. Las empresas subrayan también la importancia de los eventos de *networking* y la de que las *scaleups* tomen la iniciativa de

contactar con ellas. Eso sí, no genéricamente sino informándose y pensando antes en cómo pueden atender a sus desafíos.

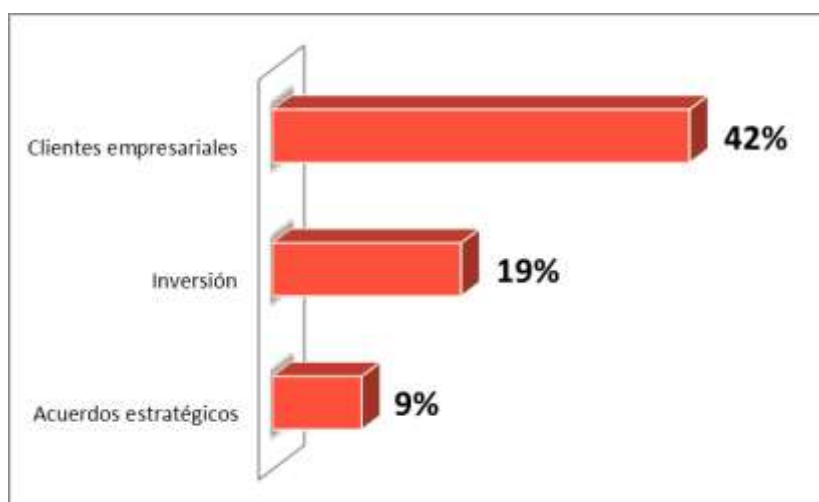
- Los clientes que las *scaleups* dicen **que les gustaría tener**, son Santander, Telefónica, Repsol, Inditex, El Corte Inglés y BBVA.
- Los **clientes más habituales** de las *scaleups* participantes son Telefónica, Cepsa, Ikea y Repsol, por este orden.

¿Qué explicación tiene este último punto? **Telefónica, Cepsa, Ikea y Repsol** son empresas de referencia. Pero faltan otras también con programas de referencia en innovación abierta y alta capacidad de compra. ¿Por qué no están?

Buena parte de la respuesta a las preguntas anteriores es que, en línea con lo que hemos visto, las cuatro unen ambas cosas: sus programas de innovación abierta dan **una importancia especial a la relación comercial y de desarrollo de negocio con las *scaleups***. Algo que coincide con que las principales *scaleupsB2B* consideran que el actor más importante del ecosistema emprendedor son las empresas clientes, mucho más que los inversores. Y apenas conceden importancia a las tradicionales incubadoras, aceleradoras y programas de acompañamiento, todavía frecuentes, ni a las Administraciones Públicas, en cierto retroceso.

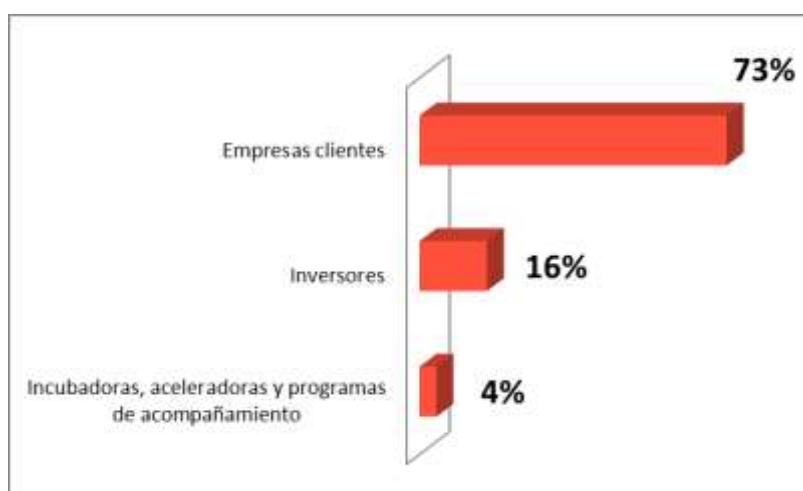
Gráficos con las respuestas de *scaleups*B2B

¿Cuál es tu principal necesidad como *scaleup* B2B?
(% de respuestas, para las más relevantes)



Fuente: 103 *scaleups* B2B participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

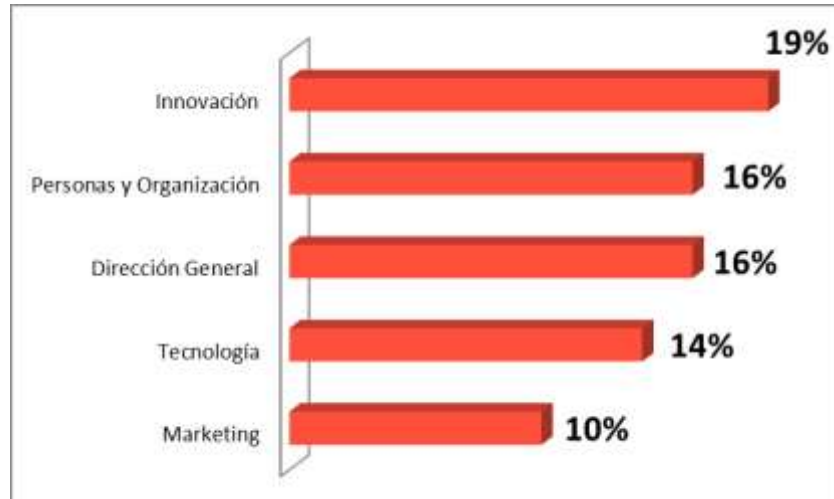
¿Cuál es el actor del ecosistema emprendedor que consideras más importante para tu proyecto empresarial?
(% de respuestas, para las más relevantes)



Fuente: 103 *scaleups* B2B participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿Cuál es el área de tus empresas clientes que consideras clave para vender tu producto?

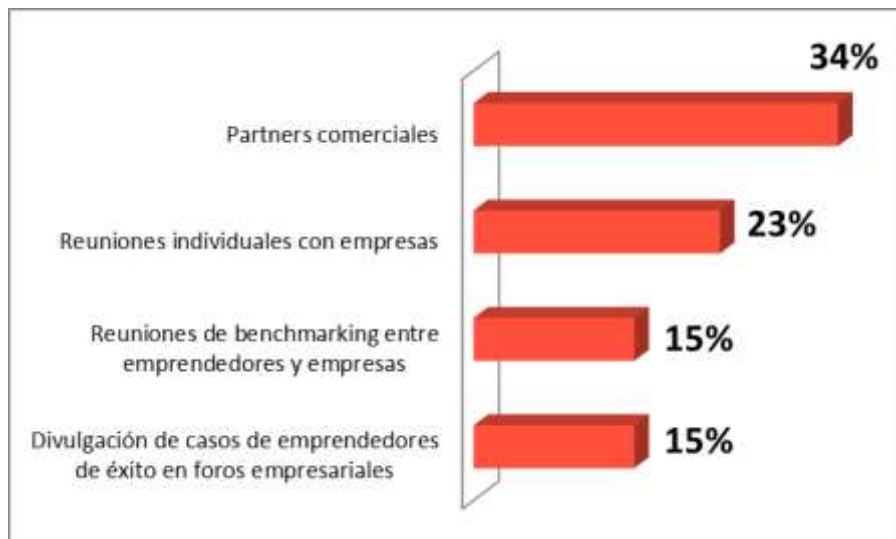
(% de respuestas, para las más relevantes)



Fuente: 103 *scaleups B2B* participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿Qué actividad te parece más útil para acelerar clientes?

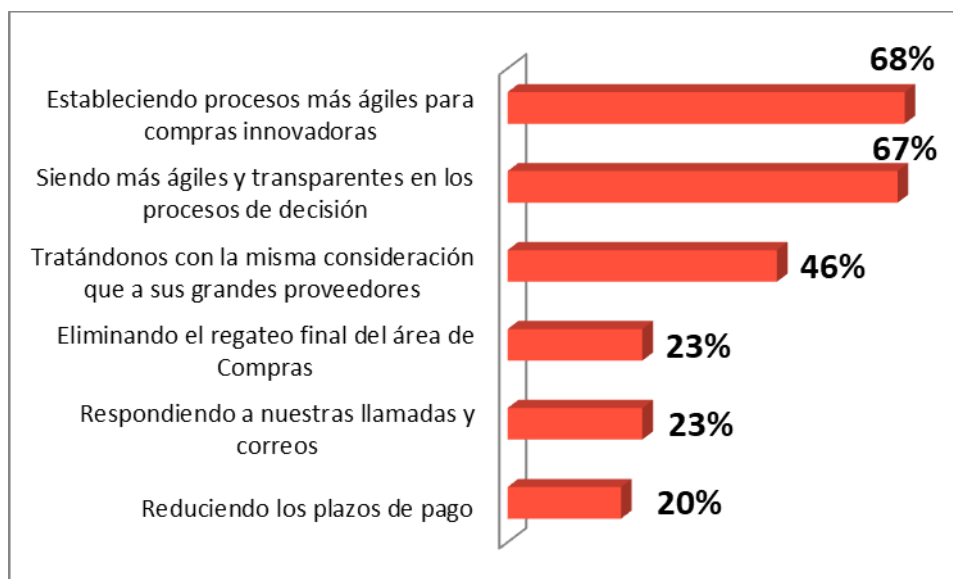
(% de respuestas, para las más relevantes)



Fuente: 103 *scaleups B2B* participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿En qué crees que podría mejorar la relación entre *scaleups* y empresas?

(% de respuestas, para las más relevantes; varias opciones)



Fuente: 103 *scaleups* B2B participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿Qué tres empresas son tus principales clientes?

(empresas con más menciones)

1. Telefónica
2. Cepsa
3. Ikea
4. Repsol

Fuente: 103 scaleups B2B participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿Qué tres empresas te gustaría tener como clientes?

(empresas con más menciones)

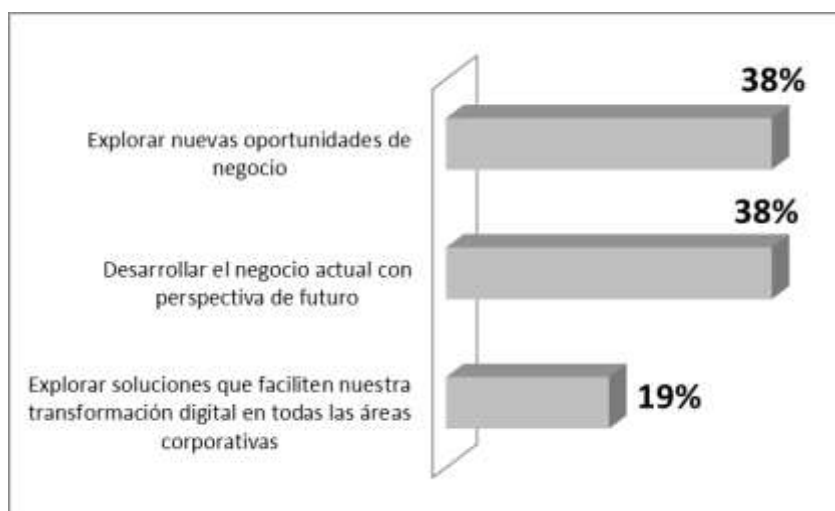
1. Santander
2. Telefónica
3. Repsol
4. Inditex
5. El Corte Inglés
6. BBVA

Fuente: 103 scaleups B2B participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

Gráficos con las respuestas de empresas

¿Cuál es el principal objetivo de vuestra innovación en este momento?

(% de respuestas, para las más relevantes)



Fuente: 54 grandes empresas participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿De qué Dirección depende vuestra innovación?

(% de respuestas, para las más relevantes)



Fuente: 54 grandes empresas participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿Qué área es la más importante para vuestra transformación digital?

(% de respuestas, para las más relevantes)



Fuente: 54 grandes empresas participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿Qué ofrece tu empresa al ecosistema de *scaleups*?

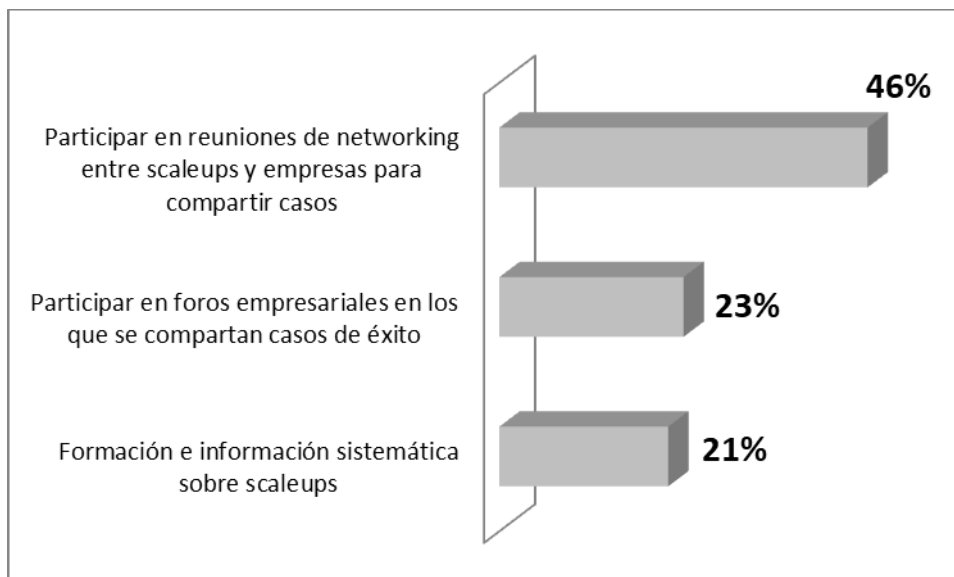
(% de respuestas, para las más relevantes; varias opciones)



Fuente: 54 grandes empresas participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿Qué te parece más útil para conocer nuevas *scaleups* B2B que puedan ser de interés para tu empresa?

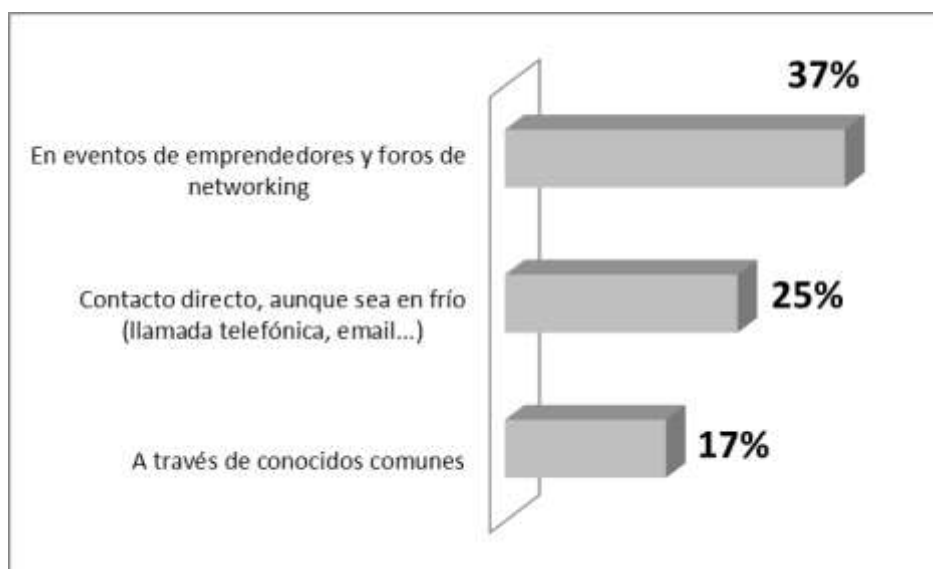
(% de respuestas, para las más relevantes)



Fuente: 54 grandes empresas participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿Cuál es la mejor forma para que una *scaleup* contacte con tu empresa?

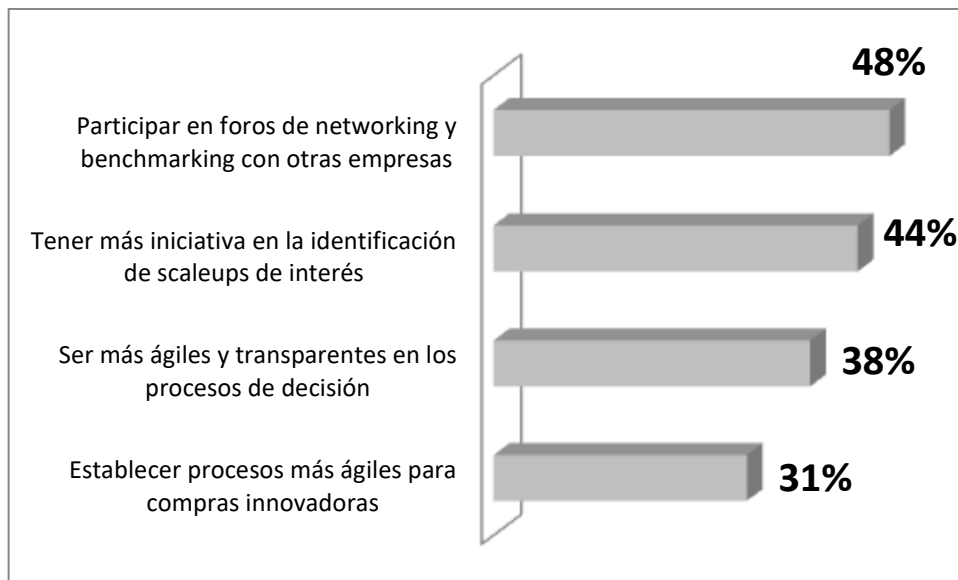
(% de respuestas, para las más relevantes)



Fuente: 54 grandes empresas participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

¿Qué recomiendas a tu empresa para mejorar la colaboración con *scaleups*?

(% de respuestas, para las más relevantes; varias opciones)



Fuente: 54 grandes empresas participantes en el estudio de Empresa&Sociedad. Noviembre de 2018.

Anexo

¿Qué es una *scaleup*?

Las *scaleups* son empresas jóvenes con un componente nativo digital, que cuentan con grandes empresas como clientes y que están en fase de crecimiento. Son como las hermanas mayores de las *startups*.

Ecosistema B2B de Empresa&Sociedad

Empresa&Sociedad concentra su actividad en *scaleups* que tienen como clientes a empresas (*scaleupsB2B*). Es un grupo de importancia creciente respecto a las *scaleupsB2C*. Según el informe *The evolution of the Spanish VC evolution*, de K Fund (2018), el número de operaciones de inversión en emprendedores B2B en España ha pasado de ser la mitad que el de B2C a un número similar en los tres últimos años. Sin embargo, todavía representa la mitad en términos de importe invertido.

El ecosistema B2B de Empresa&Sociedad es un foro de innovación abierta formado por *scaleups B2B* y empresas.

Tiene el objetivo de ayudar a las empresas asociadas a su **ClusterB2B** a encontrar soluciones para afrontar sus retos de innovación estratégica y transformación digital.

Basado en un Observatorio de las mejores *scaleups*, realiza convocatorias a medida por encargo de sus empresas miembro, presentaciones *in Company* a equipos de innovación y áreas corporativas y Planes de Innovación Abierta para empresas en colaboración con este nicho especializado del mundo emprendedor.

Además, organiza actividades de *networking* y *benchmarking* sobre innovación y eventos divulgativos para directivos del mundo empresarial.

Las 36 *scaleupsB2B* asociadas a Empresa&Sociedad a 31 de diciembre de 2017:

- Facturaron 45 MM€ en 2017 (+87%)
- Empleaban a 663 personas a 31/12/2017 (+61%).
- Tenían presencia en 24 países de todo el mundo.

Los Premios Compreendedor 2018

Se trata de un reconocimiento de Empresa&Sociedad dirigido a *scaleups* y empresas, que este año celebra su quinta edición.

Los Premios **COMPREENDEDOR** tienen un objetivo doble: mostrar que una empresa joven es capaz de crecer si cuenta con un producto innovador y

presentar casos de soluciones innovadoras a las empresas para que puedan afrontar mejor sus retos empresariales.

Se entregarán un total de seis premios, que este año incluyen por primera vez el reconocimiento de casos de colaboración entre empresas y emprendedores en el ámbito comercial, además de al crecimiento del emprendedor en sus primeros años de vida. Habrá un premio de caso y otro de crecimiento en cada una de las tres áreas corporativas clave a las que las *scaleups* B2B ofrecen sus soluciones: Marketing y Ventas; Personas y Talento; y Operaciones y Procesos.

Los Premios **COMPRENDEDOR 2018** cuentan con el apoyo de empresas como CEPSA, Bankia, AON, Damm, Expense Reduction Analysts y Onza Capital, entre otras.

[\(más información\)](#)

La Fundación Empresa y Sociedad

Empresa&Sociedad está clasificada e inscrita en el Registro de Fundaciones con el número 28/0999. Orden 21.739 de 7 de septiembre de 1995.

Además, tiene reconocido por la Agencia Estatal de Administración Tributaria el régimen fiscal especial regulado en el Título II de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Scaleups asociadas a Empresa&Sociedad



A 7 de noviembre de 2018.

Más información

Francisco Abad

info@empresaysociedad.org

Fundación Empresa y Sociedad

Padre Damián 2
28036 Madrid

T 650 108 075

<https://empresaysociedad.org>

