

¿Quién no quiere tenerlos en su equipo de innovación?

Claves empresariales de los emprendedores B2B

Estudio realizado en el contexto de

2015

PREMIO | COMPRENDEDOR

Con la colaboración de



Licencia Creative Commons
Reconocimiento
CC BY

Esta licencia permite a otros distribuir, mezclar, ajustar y construir a partir de su obra, incluso con fines comerciales, siempre que le sea reconocida la autoría de la creación original.

Esto es un resumen legible del texto legal (la licencia completa) se encuentra disponible en <http://creativecommons.org/licenses/>

Madrid, 7 de diciembre de 2015

Escrito por Francisco Abad
para
Fundación Empresa y Sociedad

1. Presentación

Este documento presenta los resultados de una encuesta sobre motivaciones personales y laborales en la que han participado 80 emprendedores B2B invitados por la Fundación Empresa y Sociedad en el contexto de sus [Premios Comprendedor](#) en su segunda edición, correspondiente a 2015 (ver [Anexo](#)).

Los Premios surgen porque parece que para un emprendedor B2B cuesta más conseguir un cliente que cualquier otra cosa. Porque la sociedad apoya a los emprendedores de formas diversas, pero no es sencillo que las empresas y organizaciones realicen compras a emprendedores porque no cumplen con los requisitos de antigüedad y experiencia que exigen habitualmente.

El objetivo de los Premios es facilitar que los emprendedores B2B consigan sus primeros clientes. Un objetivo que tiene dos ángulos:

- Desde el punto de vista de los emprendedores, acelerar clientes para emprendedores B2B.
- Desde el punto de vista de las empresas, ofrecerles una nueva vía de innovación en colaboración con el mundo emprendedor.

La encuesta busca una interpretación cualitativa de la situación actual, ya que se ha dirigido a emprendedores B2B con un éxito especial en conseguir clientes empresariales en sus primeros años de vida como empresas. Ellos son los que mejor reflejan las motivaciones, necesidades y líneas de actuación prioritaria en su relación con empresas, por lo que pueden aportar una orientación especial para las empresas que quieran:

- Conocer el perfil de las nuevas generaciones de empresarios.
- Plantear la colaboración con emprendedores como una parte natural de sus procesos de innovación.
- Incorporarse a iniciativas colaborativas generadoras de ideas y actuaciones relacionadas con la innovación procedente del mundo emprendedor.

La Fundación Empresa y Sociedad impulsa la colaboración entre emprendedores B2B y empresas a través de su [Club Comprendedor](#), sobre todo a través de:

- Reuniones periódicas y talleres entre emprendedores y empresas.
- Artículos de opinión y colaboración con medios de comunicación.
- Participación en eventos y coloquios.
- Red social privada de emprendedores y empresas.
- Divulgación de casos de éxito.

2. Síntesis y contextualización

Los emprendedores B2B participantes en este estudio se caracterizan por:

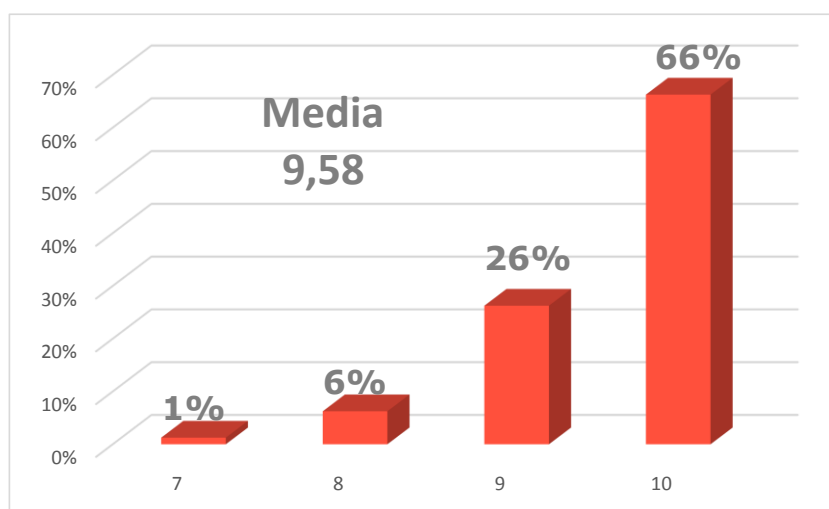
- Un alto nivel de motivación en la vida (9,58 sobre 10) y en el trabajo (9,25), por encima de los habituales en [estudios similares realizados por la Fundación Empresa y Sociedad](#).
- Tener como motivación principal “mejorar la sociedad desde mi empresa” (29%), seguida por “disfrutar con mi trabajo” (22%) y por “crecer personal y profesionalmente” (18%).
- En línea con lo anterior, y como complemento a la encuesta, 24 de los 36 emprendedores finalistas de los Premios Comprador 2015 (66%) cuentan con programas de apoyo a ONG y proyectos sociales a pesar de ser empresas con dedicación intensiva y menos de cinco años de antigüedad.
- Tener como prioridad “conseguir clientes empresariales” (38%), por delante de “inversión” (26%) y de “visibilidad” (9%).
- Considerar que el actor más importante del ecosistema emprendedor son las “empresas clientes” (55%), más que los “inversores” (15%) y los “clientes particulares” (9%).
- Señalar el área Marketing como el área clave para vender su producto en una empresa (28%) por delante de las de Dirección General (19%) Recursos Humanos, Responsabilidad Social e Innovación.
- Las empresas más mencionadas como clientes soñados son, por este orden, El Corte Inglés, Telefónica e Inditex. A continuación, empatadas, Acciona, BBVA, Coca-Cola, Fnac, Leroy Merlin, Mercadona y Repsol.

Llama especialmente la atención:

- Su alto grado de motivación y sus motivaciones principales, especialmente valiosas y poco conocidas hasta ahora por el mundo empresarial, sobre todo para plantear alianzas estratégicas y para incorporar su forma de trabajar a los procesos empresariales más tradicionales.
- La importancia que tiene para ellos conseguir clientes empresariales, mayor que la de conseguir inversión, y el área de la empresa que consideran clave como interlocutor para vender: Marketing.

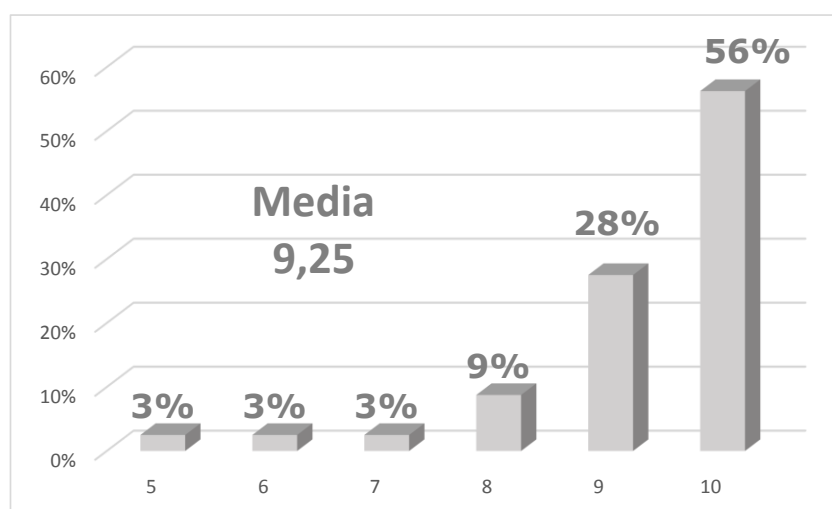
3. Resultados y gráficos

De 1 a 10, ¿cuál es tu motivación en la vida?



Fuente: 80 emprendedores B2B del entorno de los Premios Comprador 2015. Diciembre de 2015.

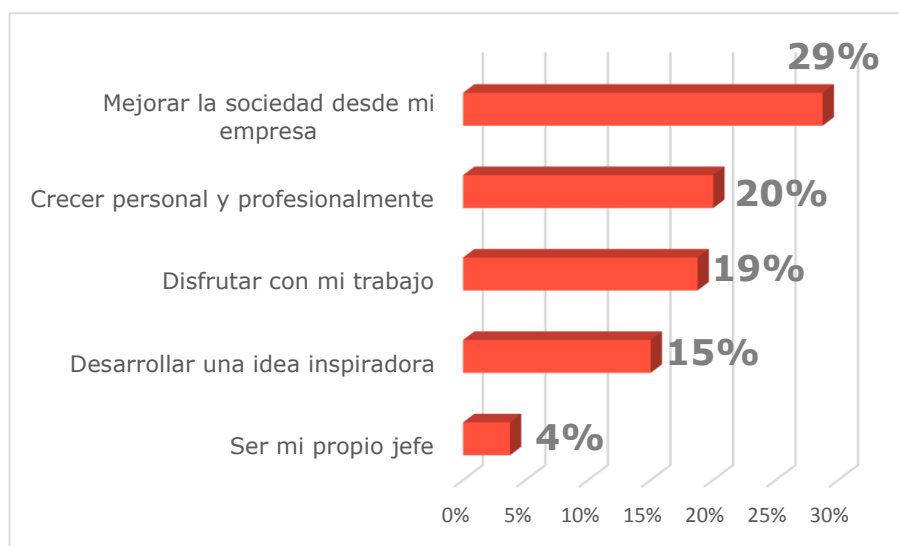
De 1 a 10, ¿cuál es tu motivación en el trabajo?



Fuente: 80 emprendedores B2B del entorno de los Premios Comprador 2015. Diciembre de 2015.

¿Cuál es la principal motivación para dar lo mejor de ti en el trabajo?

(% de respuestas, para las cinco con mayor número de menciones)

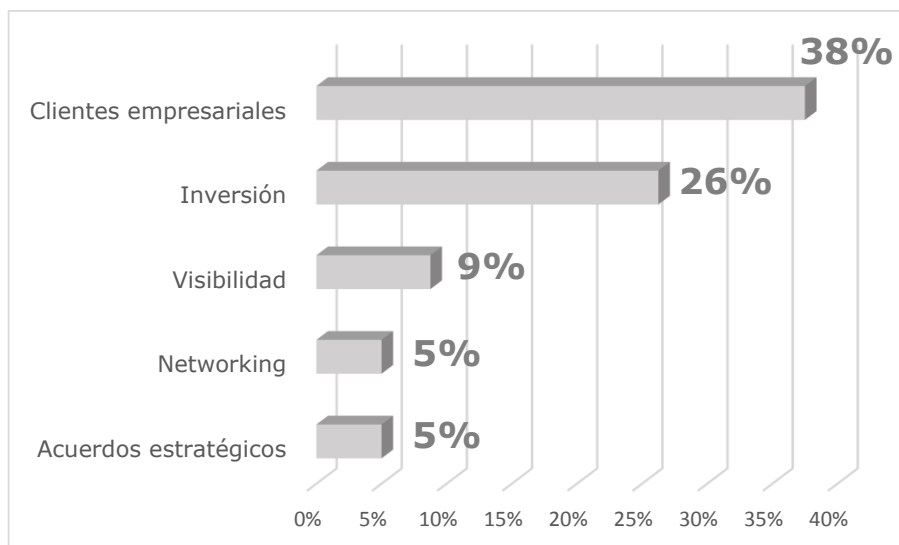


Fuente: 80 emprendedores B2B del entorno de los Premios Comprendedor 2015. Diciembre de 2015.

Como complemento al gráfico, 24 de los 36 emprendedores finalistas de los Premios Comprendedor 2015 (66%) cuentan con programas de apoyo a ONG y proyectos sociales a pesar de ser empresas con dedicación intensiva y menos de cinco años de antigüedad.

¿Cuál es tu principal necesidad como emprendedor B2B?

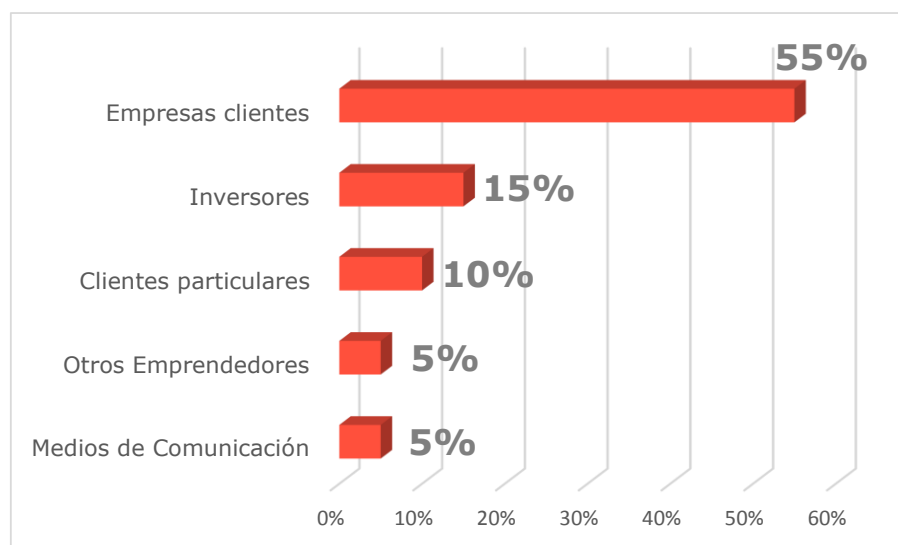
(% de respuestas, para las cinco con mayor número de menciones)



Fuente: 80 emprendedores B2B del entorno de los Premios Comprendedor 2015. Diciembre de 2015.

¿Cuál es el actor del ecosistema emprendedor que consideras más importante para tu proyecto empresarial?

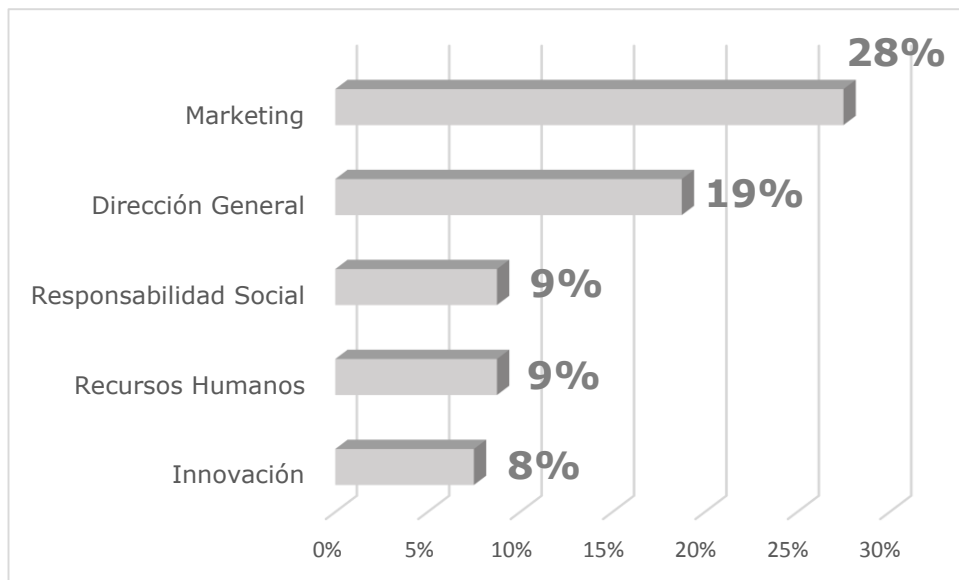
(% de respuestas, para las cinco con mayor número de menciones)



Fuente: 80 emprendedores B2B del entorno de los Premios Comprendedor 2015. Diciembre de 2015.

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

(% de respuestas, para las cinco con mayor número de menciones)



Fuente: 80 emprendedores B2B del entorno de los Premios Comprendedor 2015. Diciembre de 2015.

¿Qué tres empresas te gustaría más como clientes?

(empresas con más menciones)

1. El Corte Inglés
 2. Telefónica
 3. Inditex
 4. Acciona
- BBVA
Coca-Cola
Fnac
Leroy Merlin
Mercadona
Repsol

Fuente: 80 emprendedores B2B del entorno de los Premios Comprendedor 2015. Diciembre de 2015.

Anexo

Metodología y perfil de los participantes

Este informe se ha elaborado a partir de una encuesta por invitación directa a emprendedores B2B en el entorno de los Premios Comprendedor 2015.

Las respuestas se recibieron durante el mes de noviembre de 2015.

Agradecimiento

Muchas gracias a todos los que han participado en este documento, especialmente a los 80 emprendedores que han respondido a la invitación de participar en la encuesta que nos ha servido de base.

Entre ellos se encuentran los candidatos a los Premios Comprendedor 2015:



Más información

Estela Fernández
efernandez@empresaysociedad.org

Fundación Empresa y Sociedad

Orense 29, 6º
28020 Madrid

T 91 435 89 97
www.empresaysociedad.org

fundación

empresa y **s**ociedad

Impulsamos colaborativamente ideas inspiradoras para un futuro mejor, considerando las grandes tendencias sociales

¡ Cumplimos **20 años** en 2015 !