

Ambición

Por qué es importante ser ambicioso
y cómo las pymes logran sus
objetivos

*Ambición.
Es contagiosa.
Sin ambición, nada cambiaría.
La ambición genera interrupción.
Crecimiento. Éxito del cliente.
Mejoras en el negocio y en la sociedad.
La ambición ve el status quo y declara
"¡Podemos hacerlo mejor!"*

*Pero ¿qué ambiciones arden en los corazones de las pymes?
¿De qué manera estas ambiciones se transforman en realidad?
¿Y qué tan bien preparadas se encuentran las pymes para emprender
esta travesía?*

Veamos...



Resumen ejecutivo

Ser ambicioso es importante. Nuestro estudio reciente encontró que las empresas más ambiciosas han experimentado **un crecimiento más rápido de los ingresos** y son más optimistas sobre el futuro.

Estas empresas "muy ambiciosas" comparten una serie de características:

- Tienen una mentalidad común - **estratégica, energizada y pionera** ; las empresas muy ambiciosas no esperan a ver qué sucede, ellas avanzan y se apropian del futuro
- Las empresas muy ambiciosas emplean **personas muy ambiciosas** - después de todo, son las personas las que van a alcanzar la ambición
- Ponen especial **énfasis en la tecnología** - la adopción de nuevas tecnologías ya les ha dado una ventaja competitiva y quieren ser los primeros adoptantes que van hacia adelante

Con este deseo en marcha, el siguiente paso para las empresas es articular sus objetivos. Lograr **el crecimiento de ingresos y ganancias** es una prioridad en las agendas de muchas empresas. Sin embargo, mientras que las pequeñas y medianas empresas (pyme), en general, suelen ser un tanto vagas sobre cómo lograr esto, las empresas muy ambiciosas tienen un plan definido con mayor claridad. El desarrollo de nuevos **productos y servicios** , penetrar nuevas **geografías** y expandir los **locales comerciales** son ambiciones en el foco de atención para las empresas muy ambiciosas.

De hecho, para las empresas muy ambiciosas, todo se trata de empujar nuevas fronteras, y no solo en términos de crecimiento. Mientras que **mejorar los procesos de negocio** - por ejemplo, la eficientización de las prácticas de trabajo, la utilización eficaz de los recursos humanos y la introducción de eficiencias en la cadena de suministro - es importante, ocupa un lugar menos importante en la agenda que la consecución del **éxito de los clientes**. En el corazón de las empresas muy ambiciosas existe una necesidad de entender más acerca de sus clientes - ¿qué es lo que los motiva y cómo pueden usarse estos conocimientos para aumentar la satisfacción de los clientes existentes y el número de clientes?

Sin embargo, con todas estas ambiciones, existe un desafío. Mientras que las empresas tienen el deseo y la voluntad de lograr grandes cosas, muchas no están **preparadas** para hacerlo realidad. Solo una de cada cinco aproximadamente está muy cerca de tener éxito; el resto debe **mejorar sus procesos y los sistemas de tecnología** antes de poder alcanzar sus ambiciones.

La mayor importancia que las empresas muy ambiciosas le dan a la tecnología, sin embargo, les proporciona una ventaja competitiva, lo que les permite estar más cerca de lograr sus ambiciones que sus contrapartes menos ambiciosas.

En particular, las empresas muy ambiciosas creen que las soluciones tecnológicas deben ser **rentables, escalables, específicas para su sector y basadas en software**. Esto las lleva cada vez más a buscar **soluciones** basadas en la nube y **aplicaciones de software** de conectividad.

Claro que la implementación exitosa de la tecnología adecuada resulta crucial, esta es la razón por la cual las empresas muy ambiciosas entienden **que los proveedores de software de negocios** juegan un papel muy importante ya que les permiten alcanzar sus ambiciones.

Introducción de la investigación: contexto y alcance

La ambición es el elemento vital de las pymes. Estas empresas, gracias a una combinación vibrante de pasión, determinación y un deseo de tener éxito, están constantemente abriendo nuevos caminos formados a partir de grandes ambiciones.

Para triunfar como empresa, es esencial entender estas ambiciones - y cómo pueden ser convertidas en realidad -.

¿Qué buscan lograr los líderes empresariales? ¿Qué tan cerca están de alcanzar estas ambiciones? ¿Y a qué se parece el camino al éxito?

Para conocer las respuestas, encuestamos a más de **800 altos responsables de la toma de decisiones estratégicas a nivel mundial en el negocio y TI** en empresas con entre **25 y 1.000 empleados**, que operan en los sectores de **comercio minorista, distribución mayorista y productos de consumo**.

Los resultados nos parecieron fascinantes y esperamos que a usted le ocurra lo mismo.



Nota: en este estudio, la frase "pyme" (pequeñas y medianas empresas) se utiliza para referirse a las empresas que emplean entre 25 y 1.000 personas.

La encuesta se realizó online durante julio y agosto de 2014 y fue realizada por especialistas en investigación B2B independientes, [Circle Research](#).

Para cualquier pregunta relacionada con el programa de investigación, por favor póngase en contacto con Graeme: graeme.cade@circle-research.com

Contenido

1. Definición de ambición

- i. Cómo reconocer a las empresas muy ambiciosas
- ii. Por qué es importante ser muy ambicioso

2. Prioridades de ambición

- i. Prioridades del logro del crecimiento
- ii. Prioridades del éxito de los clientes
- iii. Prioridades de la mejora en el negocio
- iv. Prioridades de la mejora en la sociedad
- v. Jerarquía de las ambiciones

3. La travesía de la ambición

- i. Una barrera de aptitud para lograr el crecimiento
- ii. Una barrera de aptitud para el éxito del cliente
- iii. Una barrera de aptitud para la mejora en el negocio

4. Facilitar la ambición

- i. Lista de deseos de inversión tecnológica



1

Definición de ambición

¿Qué significa ser ambicioso,
y es realmente importante?

1



Definición de ambición

CASI LA MITAD (46%) DE LAS EMPRESAS SE DESCRIBE A SÍ MISMA COMO MUY AMBICIOSA

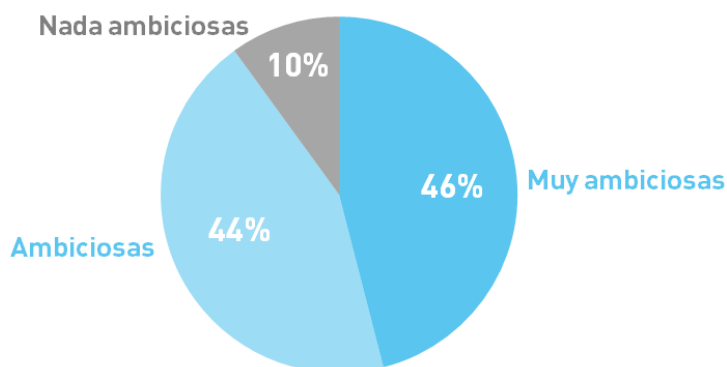
Enfoque del país:

India es el país más ambicioso - casi tres cuartas partes (74%) de las empresas indias encuestadas son muy ambiciosas.

Por el contrario, Rusia es el país menos ambicioso - aquí solo un poco más de la cuarta parte (26%) son muy ambiciosas y casi una quinta parte (19%) no son ambiciosas.

La ambición y las pymes van de la mano. Pero ¿qué significa ser verdaderamente ambicioso y cómo puede reconocer una empresa ambiciosa cuando la ve?

¿Es usted ambicioso? Si no lo es, entonces usted está en una pequeña minoría - solo una de cada diez pymes encuestadas está contenta con el estado actual de sus negocios; las otras nueve quieren mejorarlo.



P: ¿Qué tan ambicioso diría que es usted como empresa? Base: todos los encuestados (804)
Nota: "nada ambicioso" incluye las pymes que están "contentas con el statu quo" o que ven el negocio como una "elección de estilo de vida" y no como una iniciativa comercial.

Pero mientras que prácticamente todos los negocios son ambiciosos, el nivel de su impulso varía. Aproximadamente la mitad de las empresas (44%) se ve a sí misma como "ambiciosa", mientras que una proporción igual (46%) va un paso más allá al declararse "muy ambiciosa".

Esto lleva a dos preguntas sencillas, pero muy importantes: *¿cuál es la diferencia entre una empresa ambiciosa y una empresa muy ambiciosa? ¿Y por qué es importante?*

1.1

LAS EMPRESAS MUY AMBICIOSAS SON PIONERAS ENERGIZADAS CON UNA VISIÓN

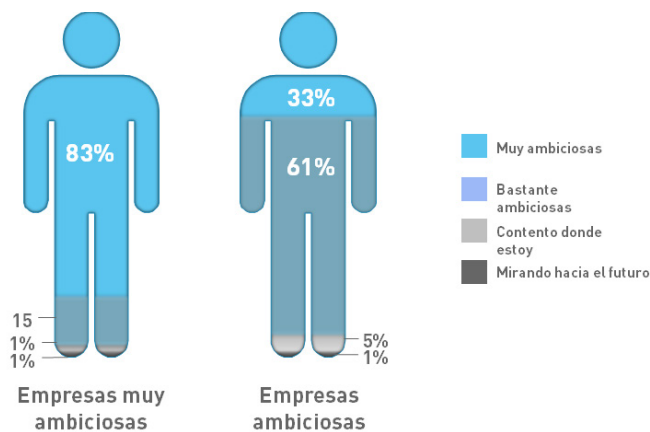
Sobre la base de descriptores culturales identificados por 368 pymes muy ambiciosas.

Enfoque del país:

Las empresas en la India, Brasil y México tienen el mayor deseo de ser las primeras en adoptar nuevas tecnologías, mientras que el Reino Unido y EE. UU. son más reservados.

Cómo reconocer a las empresas muy ambiciosas

Tal como se lo dirá cualquier otro propietario, un negocio no es un objeto inanimado. Todo lo contrario, estas empresas viven, respiran y son criaturas en constante evolución, con los empleados en su centro. Por lo tanto, resulta esencial que **cualquier empresa que desee maximizar su nivel de ambición esté formada por personas muy ambiciosas**. Al final del día, son las personas quienes alcanzan las ambiciones.



P: Como individuo, en su trabajo, ¿cuán ambicioso es usted? Por ejemplo, ¿cuán ambicioso es para obtener ascensos, aumentos salariales, responsabilidad adicional, aportes en la estrategia más amplia de la empresa, el reconocimiento de sus pares y del sector, etc.? Base: todas las pymes muy ambiciosas (368) y las pymes ambiciosas (353) que respondieron la pregunta.

Así que, ¿cómo hacen las empresas muy ambiciosas para atraer y retener a personas muy ambiciosas? La clave reside en la cultura. Las empresas muy ambiciosas son **pioneras energizadas con una perspectiva estratégica**. Se ven a sí mismas como "innovadoras", "emprendedoras", "proactivas", "motivadas", "con una visión global" y "conectadas". No son "burocráticas" ni "lentas para cambiar". Al contrario, fomentan un ambiente propicio para que florezca la ambición.



P: Pensando en la "cultura" de su empresa, ¿cuál de las siguientes palabras/frases, si correspondiera, piensa usted que describe su negocio? Palabras dimensionadas proporcionalmente según su prevalencia.
Base: todas las pymes muy ambiciosas que respondieron la pregunta (368).

Además, al operar en el mundo moderno y digital, las empresas muy ambiciosas entienden la **importancia de la tecnología**.

Las empresas muy ambiciosas ya han experimentado beneficios reales para el negocio como consecuencia de la adopción de nuevas tecnologías (88%) y utilizan la tecnología para diferenciarse de sus competidores (83%). Por lo tanto, siempre quieren estar entre los **primeros en adoptar nuevas tecnologías** (80%).

1.2

LAS EMPRESAS MÁS AMBICIOSAS GANAN MÁS DINERO

Enfoque del país:

Rusia parece ser un mercado volátil. En los últimos dos años, las pymes en Rusia se mostraron más proclives a haber experimentado un crecimiento de los ingresos de más del 100% (8%), pero también son más proclives a haber experimentado una disminución de los ingresos (8%).

Por qué es importante ser muy ambicioso

Algunas empresas son más ambiciosas que otras. ¿Entonces? ¿Por qué debería importarnos?

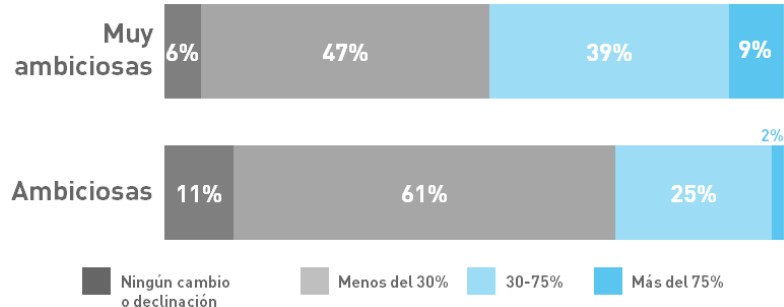
En teoría, hay numerosas razones que uno podría argumentar a favor de la importancia de la ambición, que van desde argumentos antropológicos primigenios sobre el impulso natural de dominación, hasta las teorías de empresas sociales sobre cómo los avances de negocios benefician a la sociedad más amplia.

Sin embargo, por el momento, mantendremos esto muy simple y observaremos algo con lo que toda empresa puede relacionarse - el dinero.

Lo que vemos es una relación simple: **las empresas más ambiciosas ganan más dinero.**

En los últimos dos años, casi **la mitad de las empresas muy ambiciosas (48%) ha observado un crecimiento de sus ingresos de más del 30%**, en comparación con apenas algo más de una cuarta parte (27%) de las empresas ambiciosas. La relación se hace aun más fuerte cuando nos dirigimos a los extremos del crecimiento de los ingresos. El 9% de las empresas muy ambiciosas ha observado un crecimiento de sus ingresos de más del 75% en los últimos 24 meses, en comparación con solo el 2% de las empresas ambiciosas.

Crecimiento real de los ingresos durante los últimos dos años

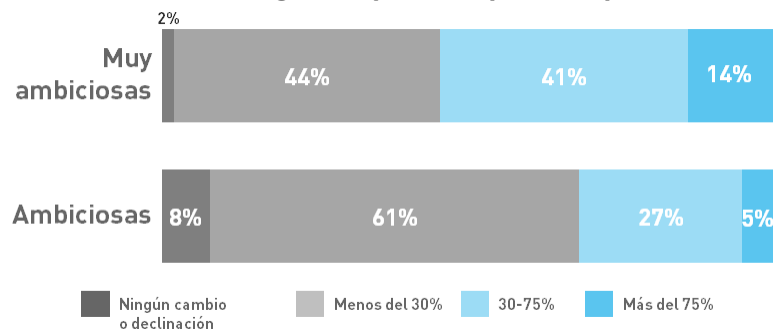


P: En los últimos dos años los ingresos de nuestra empresa han...

Base: todas las pymes muy ambiciosas (348) y las pymes ambiciosas (345) que respondieron la pregunta.

Y esta tendencia va a continuar, ya que las empresas muy ambiciosas predicen un crecimiento mucho mayor de los ingresos durante los próximos dos años que sus contrapartes.

Crecimiento de los ingresos previsto para los próximos dos años



P: En los próximos dos años esperamos que nuestros ingresos...

Base: todas las pymes muy ambiciosas (364) y las pymes ambiciosas (349) que respondieron la pregunta.

2

Prioridades de ambición

¿Qué ambiciones encabezan la lista de prioridades de las pymes?

2



Prioridades de ambición

ALCANZAR
EL CRECIMIENTO
ES LA AMBICIÓN CON
MÁXIMA PRIORIDAD

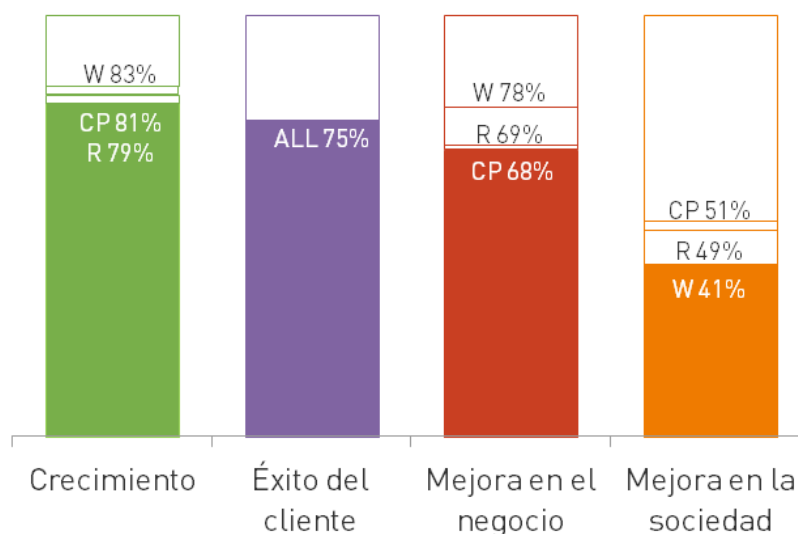
Si las empresas son impulsadas por la ambición, ¿hacia dónde se dirigen exactamente? La ambición puede tomar muchas formas, por lo que resulta fundamental tener una comprensión clara de lo que estamos tratando de lograr.

Pregúntele a una pyme ambiciosa qué es lo que quiere lograr y a grandes rasgos es probable que mencione tres cosas:

1. Queremos **crecer**
2. Queremos aumentar nuestro **éxito a los ojos de los clientes**
3. Queremos mejorar nuestros procesos y ser **más eficientes**

Además, aproximadamente la mitad le dirá que también quiere ir más allá de estas ambiciones de negocio directas y hacer una diferencia en el resto del mundo, **y mejorar la sociedad**.

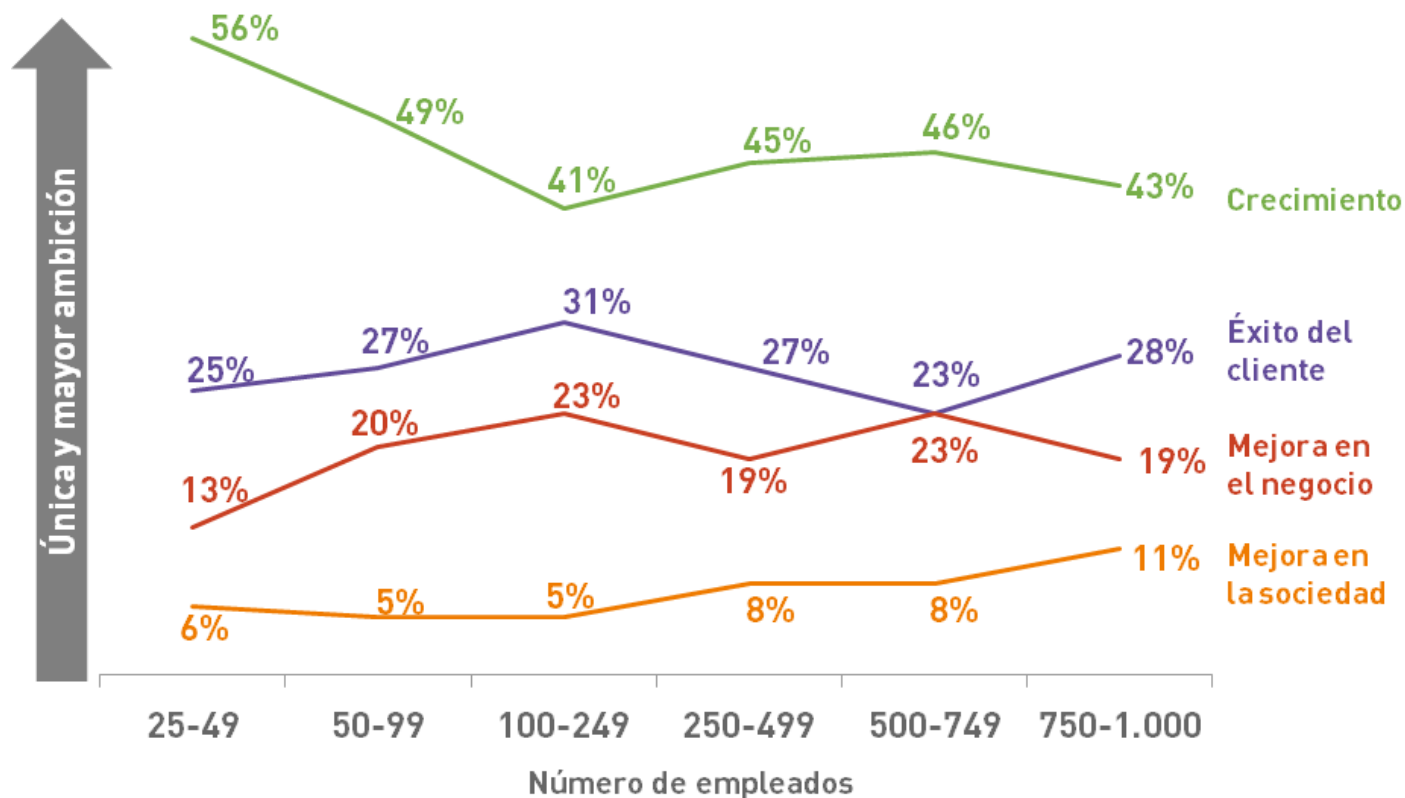
% de las empresas para quienes las siguientes son ambiciones:



P: ¿Cuáles de las siguientes, si correspondiera, son ambiciones específicas para su negocio?
Base: todos los encuestados que respondieron la (721).
Clave: R = comercio minorista; W = distribución mayorista; CP = productos de consumo

Prioridades de ambición

Sin embargo, al tener que elegir solo una ambición primaria, **lograr el crecimiento** es la clara ganadora - algo que es especialmente importante entre las empresas más pequeñas.



Q: ¿Cuál de las siguientes es su única y mayor ambición?

Base: todas las pymes ambiciosas y muy ambiciosas que respondieron la pregunta (713), divididas por número de empleados (47-155).

Enfoque del país:

Francia y la India fueron los únicos países de la investigación que no clasificaron el crecimiento como su máxima ambición. En ambos países, el éxito del cliente ocupa, en vez, un lugar central.

2.1

LAS EMPRESAS MUY AMBICIOSAS SABEN CÓMO PIENSAN CRECER

P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: 721.

Prioridades del logro del crecimiento

Analicemos cada uno de los cuatro tipos de ambición por vez. En primer lugar, **alcanzar el crecimiento**.

Hay dos - ambiciones prioritarias de crecimiento - predecibles que son frecuentes en una amplia gama de empresas, independientemente del sector en el que operan o de su nivel general de ambición: **aumentar los ingresos y hacer crecer las ganancias**.

Sin embargo, vemos una diferencia en la "facilitación" de este crecimiento.

Para las empresas que operan dentro de la industria de productos de consumo, la clave es la diversificación de la oferta de productos. las organizaciones de distribución mayorista están más preocupadas por la penetración de nuevas geografías, mientras que las empresas minoristas se centran en la expansión de sus locales comerciales.

Facilitadores del crecimiento:

Productos de consumo > Desarrollo de nuevos productos

Distribución mayorista > Penetrar nuevas geografías

Comercio minorista > Expandir locales comerciales

Además, mientras que las organizaciones ambiciosas y muy ambiciosas comparten niveles similares de prioridad en términos de ingresos totales y crecimiento de las ganancias, **las empresas muy ambiciosas tienen una mayor claridad sobre qué piensan hacer para facilitar este crecimiento**.

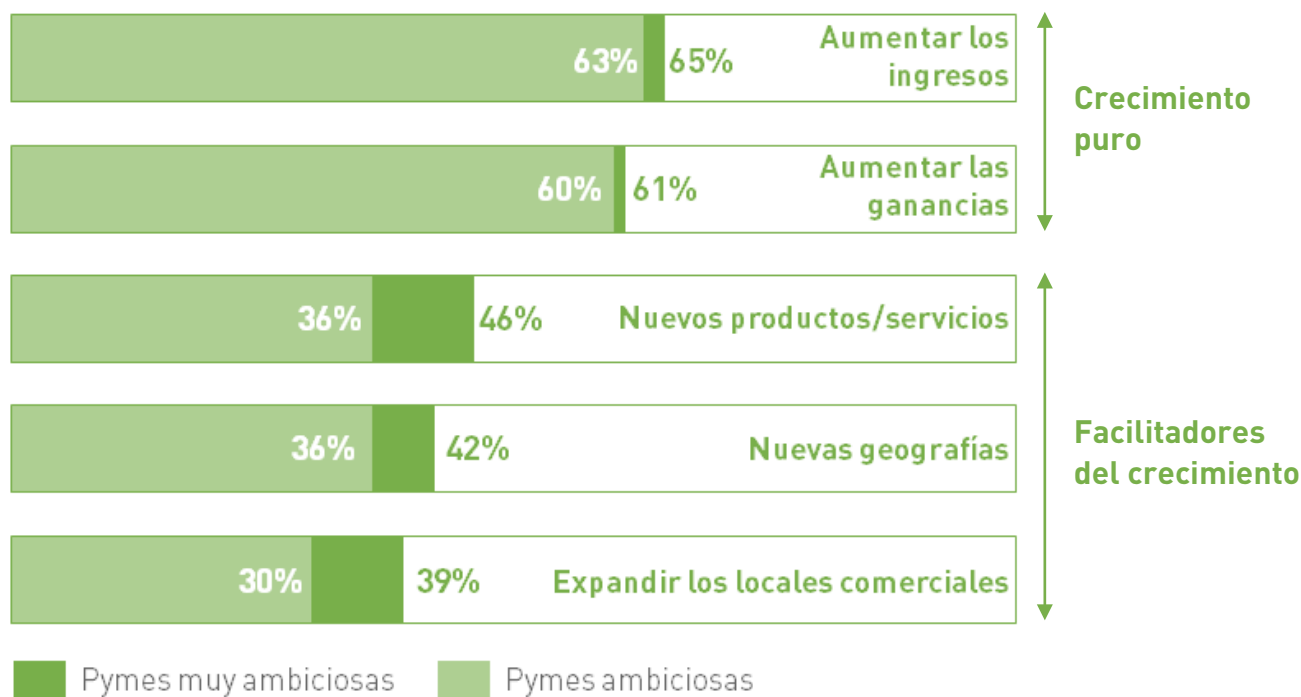
Enfoque del país:

Penetrar nuevas geografías es especialmente importante para las empresas en Rusia (61%); mientras que las empresas en Alemania están mucho menos preocupadas por expandir su alcance geográfico (30%).

Casi la mitad de las empresas en la India (45%) quiere ampliar sus locales comerciales en comparación con alrededor de solo una quinta parte (22%) de las empresas francesas.

Prioridades del logro del crecimiento

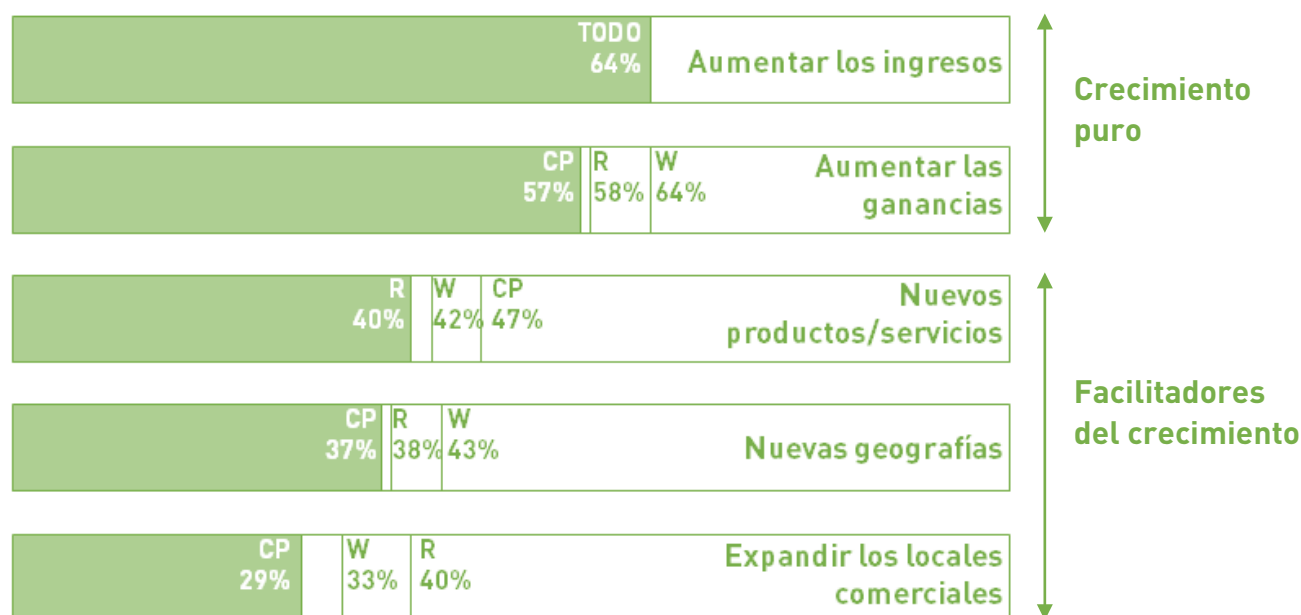
% de las empresas según el nivel de ambición, para quienes las siguientes son ambiciones de máxima prioridad



P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos?

Base: todos los encuestados que respondieron la pregunta divididos en pymes ambiciosas (353) y pymes muy ambiciosas (368).

% de las empresas según el sector, para quienes las siguientes son ambiciones de alta prioridad



Clave: R = comercio minorista; W = distribución mayorista; CP = productos de consumo.

P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos?

Base: todos los encuestados ambiciosos y muy ambiciosos que respondieron la pregunta divididos en comercios minoristas (231), distribución mayorista (215) y productos de consumo (203).

2.2

LAS EMPRESAS MUY AMBICIOSAS TIENEN UN MAYOR DESEO DE OBTENER PREMIOS Y GALARDONES

P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: 721.

Prioridades del éxito de los clientes

Cuando se trata del **éxito de los clientes**, hay dos tipos de ambición - la ambición de mejorar el desempeño de su cliente, haciendo lo que ya está haciendo... solo que mejor; y la ambición de redefinir su imagen a los ojos de los clientes y ser recompensado por la excelencia del patrón oro.

Para la mayoría de las empresas, se da prioridad a lo anterior: **hacer lo que ya están haciendo... solo que mejor.**

Este tipo de ambición, que prevalece entre más de la mitad de las empresas, puede tomar uno de cuatro formatos principales:

1. Alcanzar **una satisfacción del cliente óptima**
2. Siempre **cumplir con los plazos de entrega y conforme a las especificaciones** - una ambición que es más importante para el sector de distribución mayorista
3. **Aumentar la base de clientes**
4. **Aumentar la comprensión de los clientes**

Por el contrario, este último tipo de ambición - centrada en torno al **posicionamiento** - solo es frecuente en aproximadamente un cuarto o un tercio de las pymes.

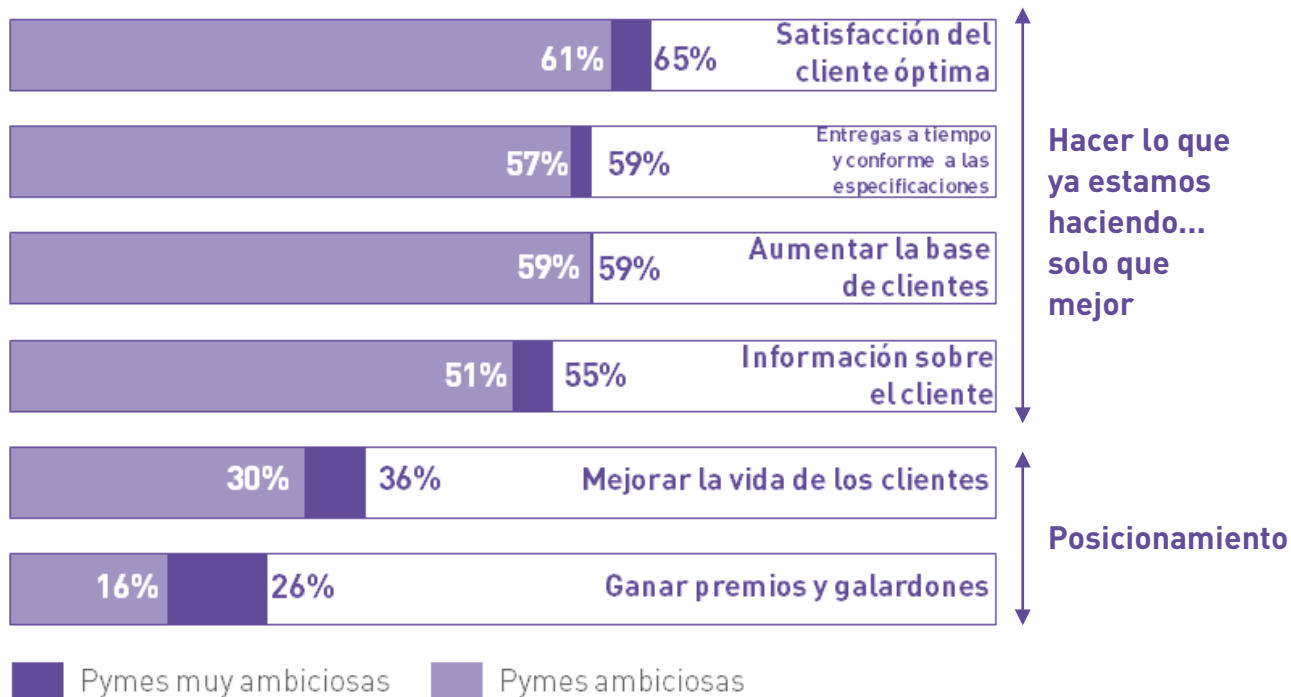
Una vez más, sin embargo, las empresas muy ambiciosas están más avanzadas - especialmente cuando se trata de la ambición de recibir **premios y galardones**.

Enfoque del país:

Ganar premios y galardones es casi tres veces más importante para las empresas en Australia (38%) que para aquellas en Alemania (13%), Reino Unido (15%) o EE. UU. (15%).

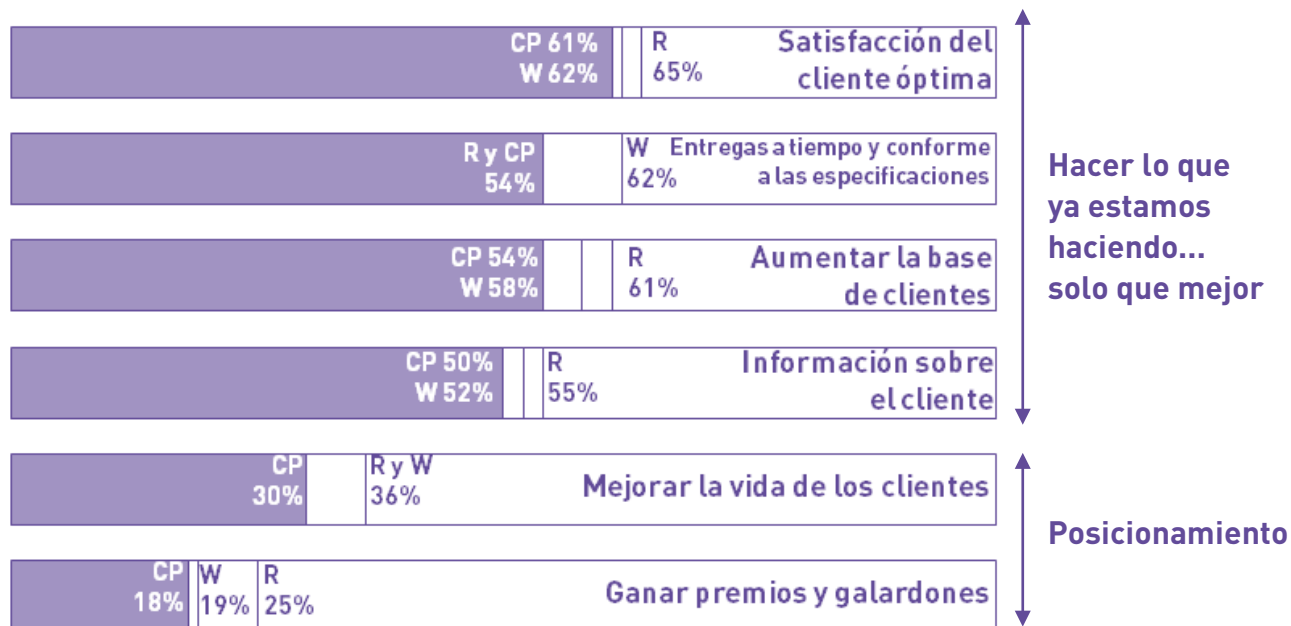
Prioridades del éxito de los clientes

% de las empresas según el nivel de ambición, para quienes las siguientes son ambiciones de máxima prioridad



P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: todos los encuestados que respondieron la pregunta divididos en pymes ambiciosas (353) y pymes muy ambiciosas (368).

% de las empresas según el sector, para quienes las siguientes son ambiciones de alta prioridad



Clave: R = comercio minorista; W = distribución mayorista; CP = productos de consumo.

P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: todos los encuestados ambiciosos y muy ambiciosos que respondieron la pregunta divididos en comercios minoristas (231), distribución mayorista (215) y productos de consumo (203).

2.3

LA MEJORA EN EL NEGOCIO ES UNA PRIORIDAD MÁS IMPORTANTE PARA LA DISTRIBUCIÓN

P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: 721.

Mejora en el negocio

Al igual que los primeros cuatro factores incluidos en el éxito del cliente, **la mejora en el negocio** tiene que ver con hacer lo que ya está haciendo... solo que mejor.

Pero más que respecto a las relaciones exteriores, estas ambiciones se relacionan con **las eficiencias de los procesos internos**.

Estas ambiciones son una serie de objetivos de mejora incremental. Mientras que pueden no parecer revolucionarias, incluso los cambios relativamente pequeños pueden conducir a una gran mejora del rendimiento.

Una vez más, las empresas muy ambiciosas ponen más énfasis en estas ambiciones.

Sin embargo, cuando se trata de la mejora en el negocio, encontramos también otra tendencia más: **la mejora en el negocio es más importante para la distribución mayorista**.

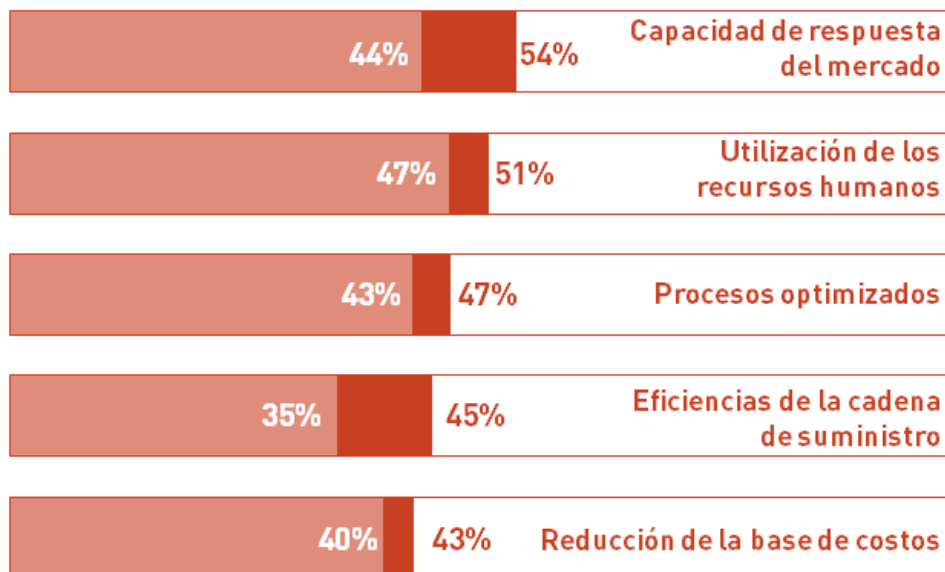
En este sector - donde los márgenes son ajustados, pero los volúmenes son grandes - cualquier eficiencia que pueda ser introducida tendrá un impacto significativo en los resultados finales de la organización.

Enfoque del país:

Las empresas en los EE. UU. están mucho más preocupadas por utilizar sus recursos humanos con eficacia (64%) en comparación con las empresas francesas (26%).

Prioridades de la mejora en el negocio

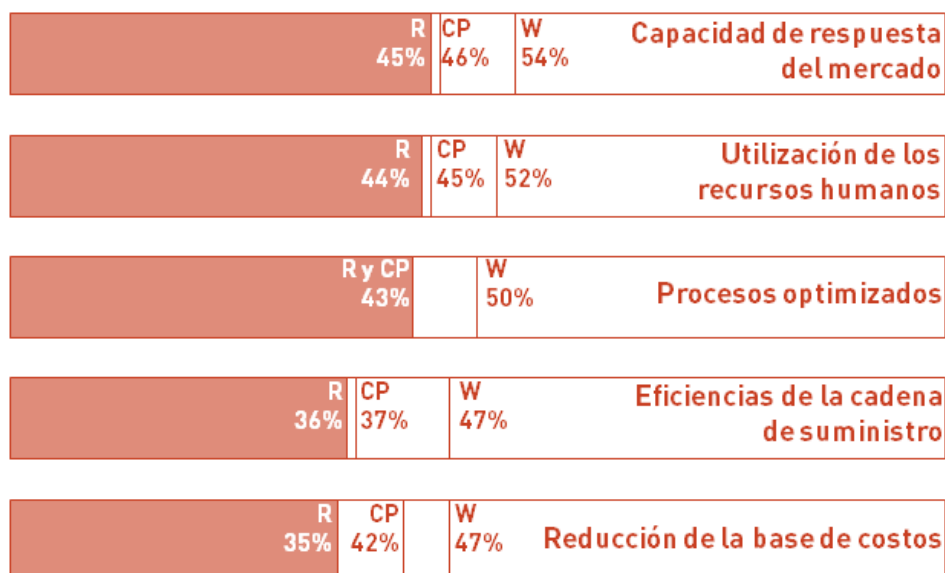
% de las empresas según el nivel de ambición, para quienes las siguientes son ambiciones de máxima prioridad



■ Pymes muy ambiciosas ■ Pymes ambiciosas

P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: todos los encuestados que respondieron la pregunta divididos en pymes ambiciosas (353) y pymes muy ambiciosas (368).

% de las empresas según el sector, para quienes las siguientes son ambiciones de alta prioridad



Clave: R = comercio minorista; W = distribución mayorista; CP = productos de consumo.

P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: todos los encuestados ambiciosos y muy ambiciosos que respondieron la pregunta divididos en comercios minoristas (231), distribución mayorista (215) y productos de consumo (203).

2.4

LAS PRIORIDADES DE MEJORAS EN LA SOCIEDAD PERMANECEN "CERCA DEL HOGAR"

P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: 721.

Mejora en la sociedad

A grandes rasgos, **la mejora en la sociedad** es una prioridad de menor importancia para las pymes que el crecimiento, el éxito del cliente o la mejora en el negocio... y cuando nos adentramos en el detalle vemos una continuación de esta tendencia a un nivel más granular.

Dentro de la mejora en la sociedad, las organizaciones dan más prioridad a las ambiciones que están "**más cerca del hogar**". Es comprensible que las empresas estén intentando ayudar a aquellos en sus inmediaciones antes de ampliar su mirada.

La mejora en la vida y las perspectivas de carrera de los empleados ocupa el primer lugar como objetivo de alta prioridad para casi un tercio de las empresas.

Esto es seguido por un enfoque en la imagen pública de la empresa mediante el desarrollo de una excelente **responsabilidad social empresarial (RSE)**.

Así, los negocios comienzan a mirar más allá de sus propias empresas para alcanzar **la comunidad local**.

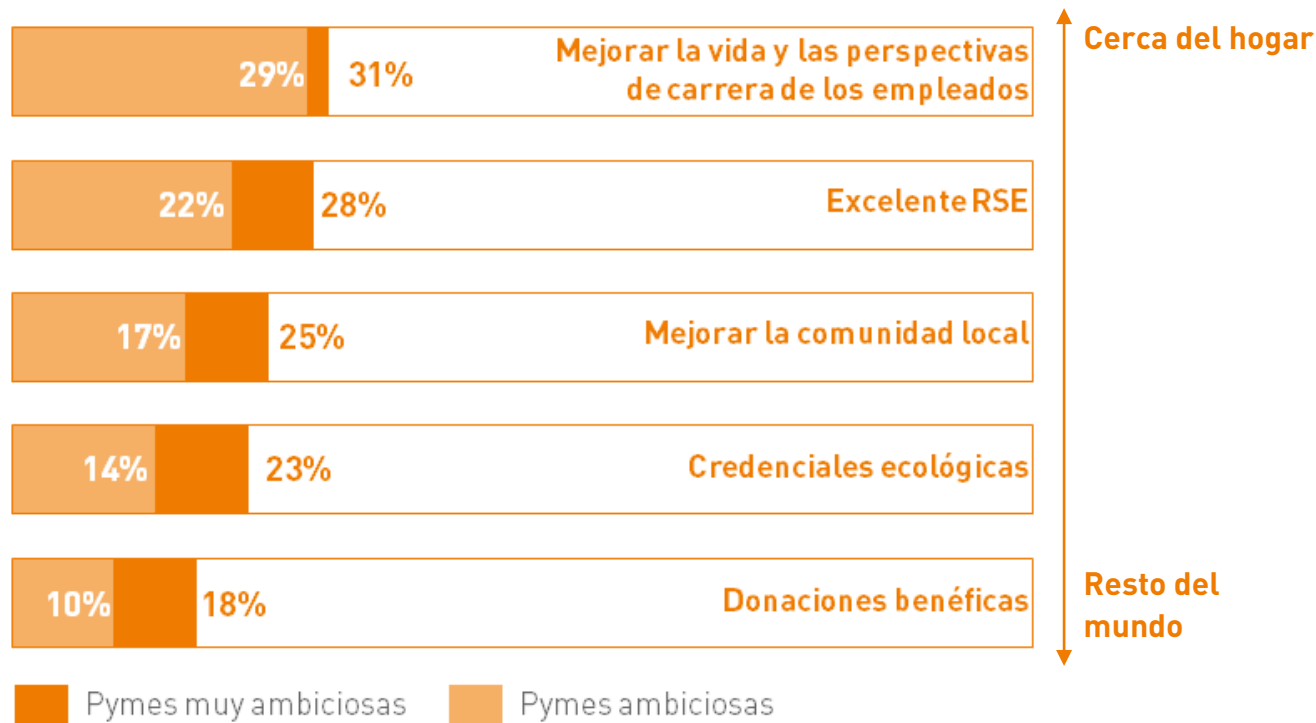
Tener un impacto en el resto del mundo - ya sea mediante el apoyo **a organizaciones benéficas** o mejorando **las credenciales ecológicas** - está al final de la agenda.

Enfoque del país:

Mejorar la vida y las perspectivas de carrera de los empleados es una ambición de alta prioridad para las empresas en Brasil y México (42%), pero viene mucho más abajo en la agenda en China y Japón (19%).

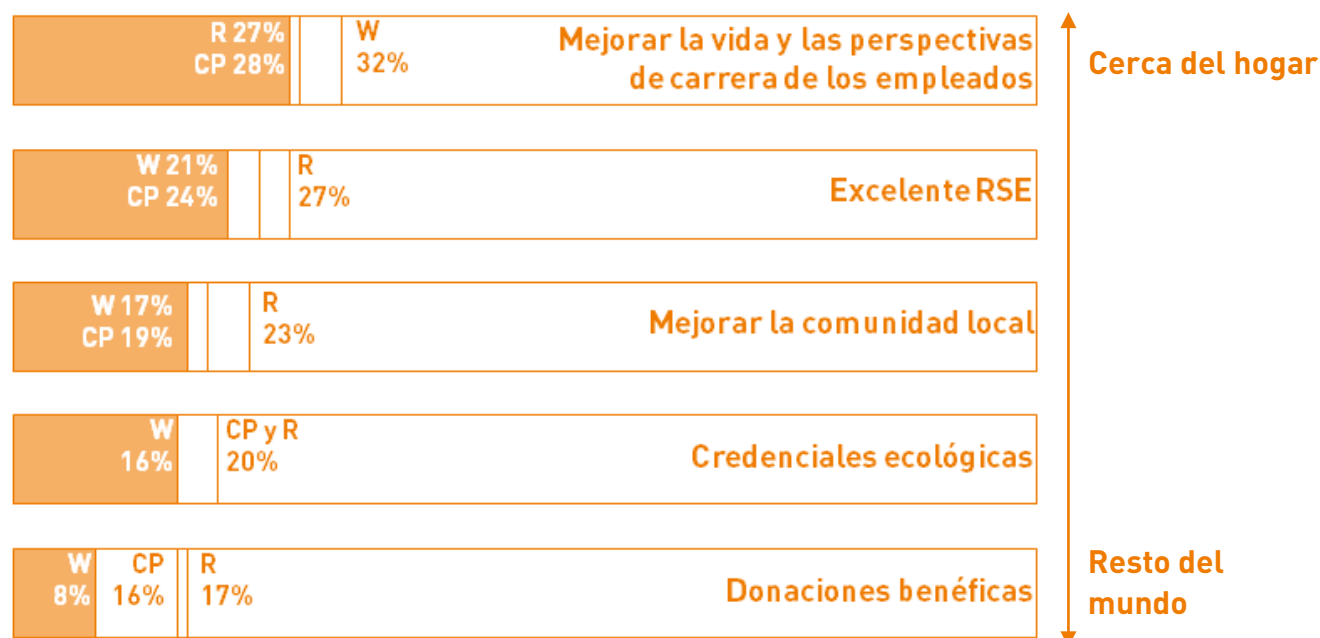
Prioridades de la mejora en la sociedad

% de las empresas según el nivel de ambición, para quienes las siguientes son ambiciones de máxima prioridad



P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: todos los encuestados que respondieron la pregunta divididos en pymes ambiciosas (353) y pymes muy ambiciosas (368).

% de las empresas según el sector, para quienes las siguientes son ambiciones de alta prioridad



Clave: R = comercio minorista; W = distribución mayorista; CP = productos de consumo.

P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: todos los encuestados ambiciosos y muy ambiciosos que respondieron la pregunta divididos en comercios minoristas (231), distribución mayorista (215) y productos de consumo (203).

2.5

LAS EMPRESAS MÁS AMBICIOSAS DAN MÁS PRIORIDAD AL POSICIONAMIENTO Y LOS FACILITADORES DE CRECIMIENTO

P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: 721.

Jerarquía de las ambiciones

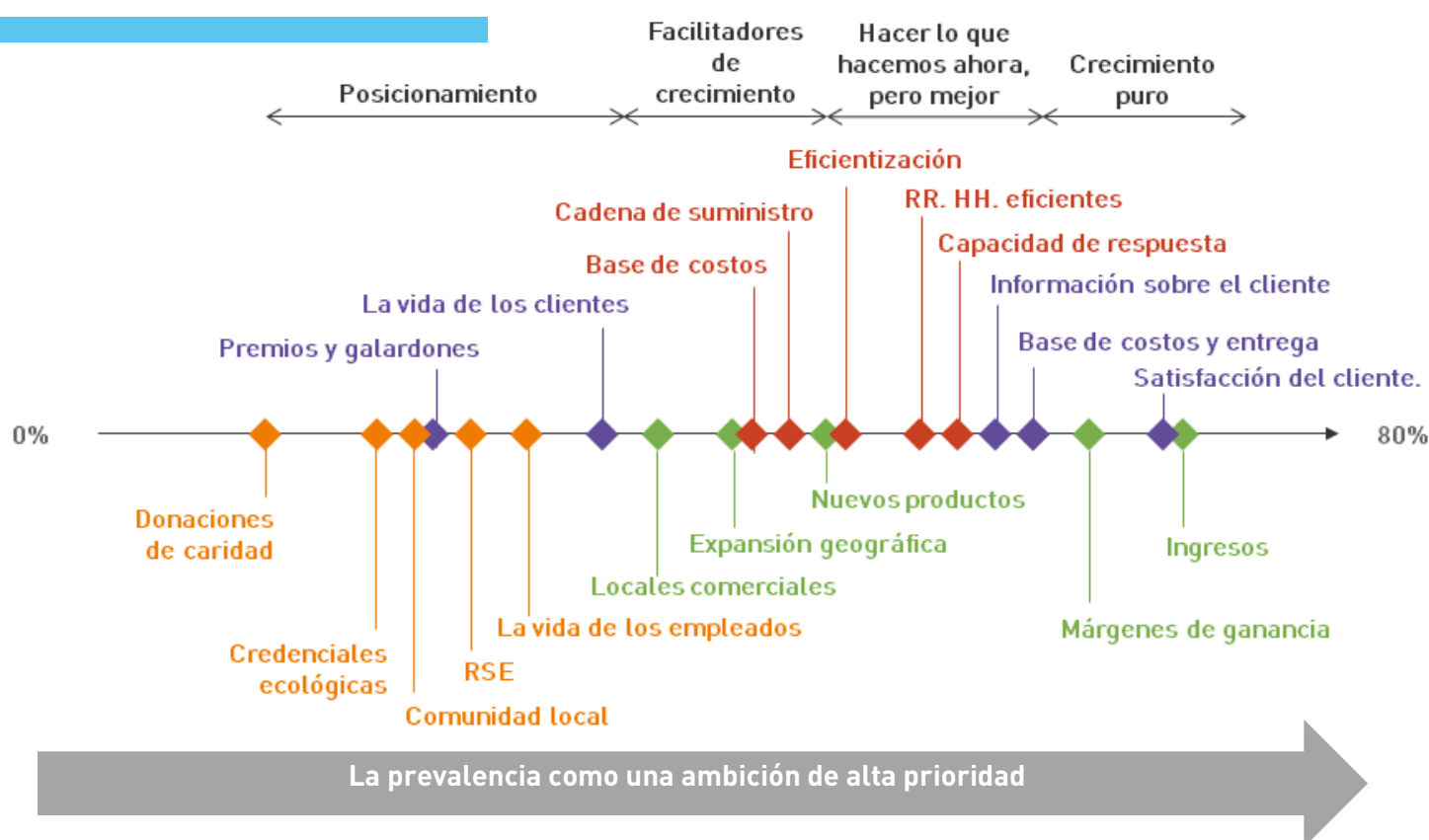
Resumamos. Tome cualquier pyme muy ambiciosa. ¿Cuáles serán sus principales ambiciones prioritarias?

En primer lugar, lo más importante es el mero crecimiento monetario - aumentando ingresos y ganancias.

Luego sigue un grupo de ambiciones relativas a "hacer lo que ya estamos haciendo... solo que mejor". Si bien esto puede estar relacionado con mejoras incrementales, no debe ser subestimado. El logro de estos objetivos puede tener un gran impacto - especialmente en el mundo de la distribución mayorista.

Más adelante, encontramos facilitadores de crecimiento específicos - diferentes formas de expansión, los cuales tienen como objetivo último incrementar los ingresos y la participación en el mercado. **Las empresas muy ambiciosas tienen una idea más clara de lo que quieren hacer con esta expansión.**

Por último, al final de la agenda se encuentran las ambiciones relacionadas con el **posicionamiento** de la organización y su contribución al resto del mundo. **Cuanto más ambicioso sea usted, esto será una prioridad más importante**, pero sigue siendo un "criterio deseable" más que una máxima prioridad.



P: Al pensar en lograr las ambiciones de su negocio, ¿qué grado de prioridad se le da a cada uno de los siguientes objetivos? Base: todas las pymes muy ambiciosas que respondieron la pregunta (378).

3

La travesía de la ambición

Cómo convertir las visiones
en realidades

3



La travesía de la ambición

EL DESEO Y LA VOLUNTAD EXISTEN... PERO LA MAYORÍA DE LAS EMPRESAS AÚN NO ESTÁ TOTALMENTE

P: Cuando se trata de alcanzar su ambición, ¿en qué medida cuenta usted con los procesos y la tecnología adecuados en funcionamiento para cumplir la visión?

Nota: se pidió a las pymes que denoten su disposición en forma de porcentaje. Las respuestas fueron definidas de la siguiente manera: <60% = "un largo camino por recorrer"; 60-75% = "algún avance"; 75-90% = "grandes avances" >90% = "muy cerca de lograrlo".

Una ambición comienza con un deseo, pero lograrlo requiere voluntad y aptitud.

Una cosa es tener una ambición. Otra cosa completamente diferente es alcanzarla. Esta es una travesía que **comienza con el deseo** - la visión de una persona o personas dentro de su organización para hacer que algo suceda.

Esta visión entonces debe ser convertida en **voluntad** mediante la difusión de la ambición en toda la organización. Por último, es necesario tener los **procesos y tecnologías** en funcionamiento para que usted pueda poner en práctica la visión.



Esta investigación encontró que los dos primeros factores existen en abundancia. La gran mayoría de las pymes se declara a sí misma como "ambiciosa" o "muy ambiciosa", además de poder determinar exactamente cuáles son estas ambiciones, existe una **prevalencia del deseo**. Tal como hemos visto, las empresas muy ambiciosas comparten rasgos comunes - son pioneras energizadas con una perspectiva estratégica. Como resultado, podemos asumir que están **dispuestas**.

Pero ¿qué pasa con **la aptitud**? ¿Qué tan cerca están las organizaciones de tener las tecnologías y procesos para implementar la visión?

La respuesta - los fundamentos están en su lugar, pero hay un largo camino por recorrer antes de reunir todas las piezas del rompecabezas.

3.1

LAS EMPRESAS MÁS AMBICIOSAS ESTÁN MÁS CERCA DE ALCANZAR LAS AMBICIONES DE CRECIMIENTO

Enfoque del país:

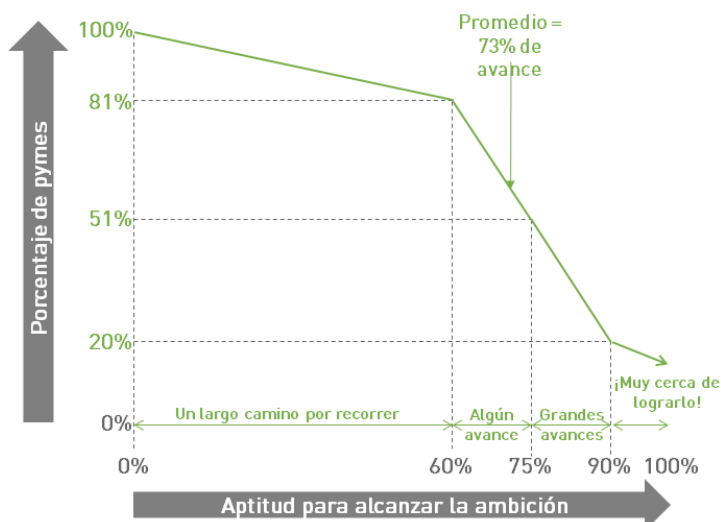
Las empresas en Francia están menos preparadas para lograr sus ambiciones de crecimiento - solo una de cada veinticinco (4%) está muy cerca de lograrlo.

Una barrera de aptitud para lograr el crecimiento

Tomemos la mayor y única ambición de las pymes - **alcanzar el crecimiento**.

Cuando se les preguntó qué tan cerca están de contar con los procesos y las tecnologías necesarios en funcionamiento para alcanzar sus ambiciones de crecimiento, solo una de cada cinco empresas (20%) dijo estar "muy cerca de lograrlo". El resto debe mejorar sus procesos y tecnologías antes de que la ambición pueda convertirse en realidad.

Realizados para tener las tecnologías y procesos en funcionamiento y alcanzar las ambiciones de crecimiento

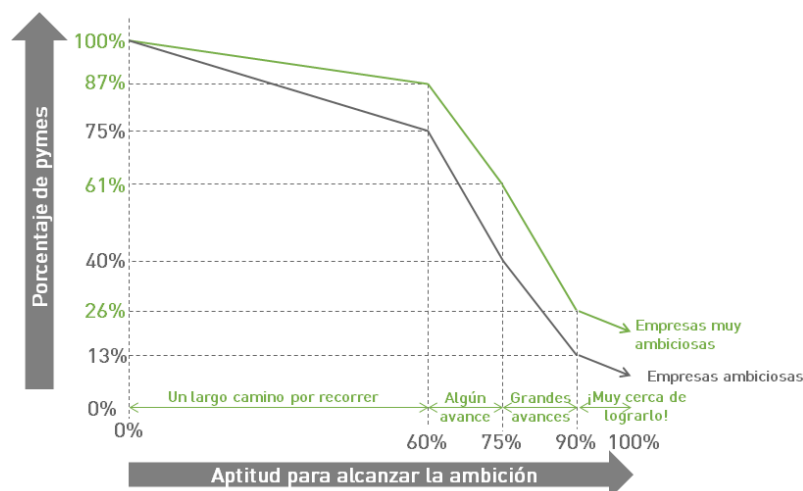


P: Cuando se trata de lograr el crecimiento, ¿en qué medida cuenta usted con los procesos y la tecnología adecuados en funcionamiento para cumplir la visión?

Base: todos los encuestados que respondieron la pregunta (578).

Si usted es una organización muy ambiciosa, es probable que haya avanzado más que sus competidores, pero solo una de cada cuatro se encontrará totalmente preparada.

Diferencia en la aptitud por nivel de ambición del negocio



P: Cuando se trata de lograr el crecimiento, ¿en qué medida cuenta usted con los procesos y la tecnología adecuados en funcionamiento para cumplir la visión?

Base: todas las pymes ambiciosas (278) y muy ambiciosas (300) que respondieron la pregunta.

Tecnologías en funcionamiento para permitirles alcanzar plenamente sus ambiciones.

3.2

LAS EMPRESAS DEBEN ACHICAR LA BRECHA DE APTITUD TECNOLÓGICA PARA ALCANZAR EL ÉXITO DEL CLIENTE

Enfoque del país:

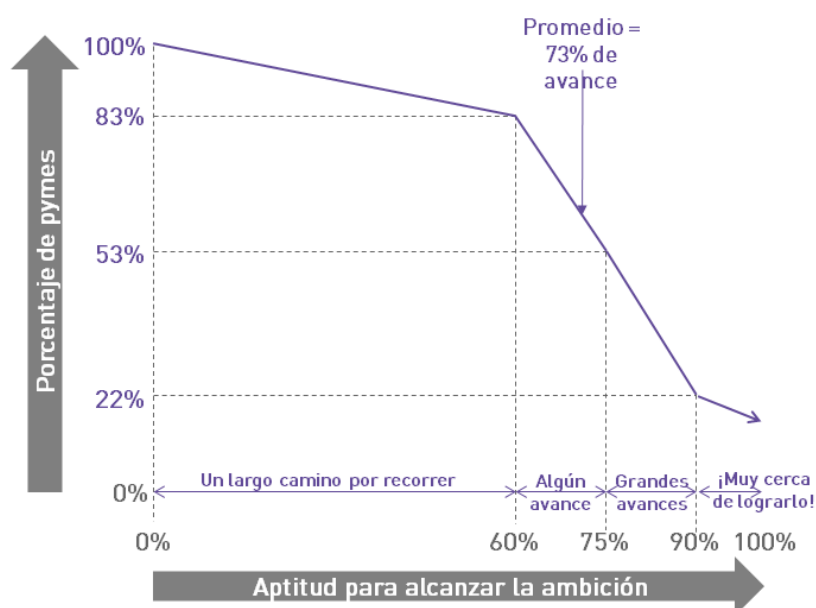
Dos tercios de las empresas en Australia (67%) ya han logrado grandes avances para tener las tecnologías y procesos para alcanzar sus ambiciones de éxito del cliente.

Una barrera de aptitud para el éxito del cliente

A medida que aumenta la presión competitiva, ofrecer una gran experiencia del cliente, ya sea para el consumidor final o un cliente dentro de una cadena de suministro, puede ser una característica distintiva.

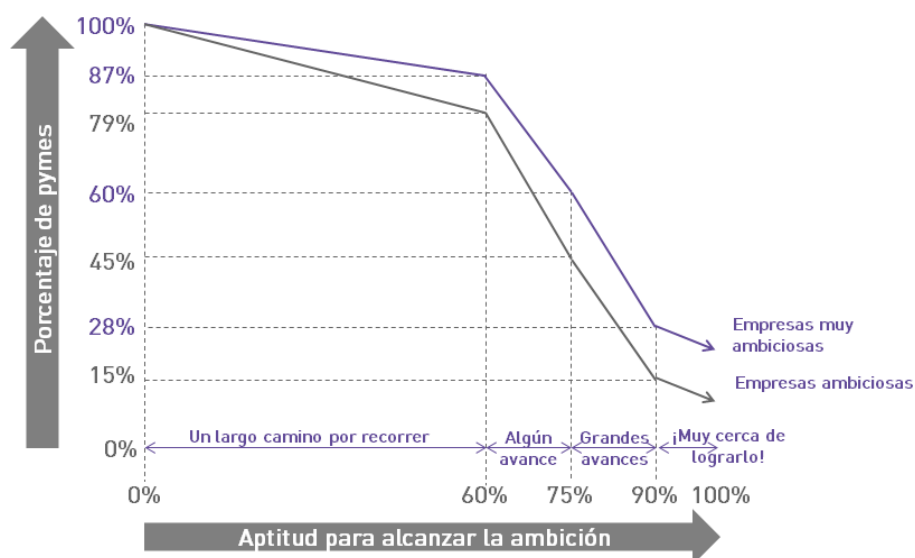
Por supuesto, una mejor tecnología y mejores procesos respaldan un mayor **éxito del cliente**. Pero cuando se trata de la aptitud para alcanzar las ambiciones de éxito del cliente, las empresas, una vez más, no están preparadas.

Avances realizados para tener las tecnologías y procesos en funcionamiento y alcanzar las ambiciones de éxito del cliente



P: Cuando se trata de lograr el éxito del cliente, ¿en qué medida cuenta usted con los procesos y la tecnología adecuados en funcionamiento para cumplir la visión?
Base: todos los encuestados que respondieron la pregunta (543).

Diferencia en la aptitud por nivel de ambición del negocio



P: Cuando se trata de lograr el éxito del cliente, ¿en qué medida cuenta usted con los procesos y la tecnología adecuados en funcionamiento para cumplir la visión?
Base: todas las pymes ambiciosas (265) y muy ambiciosas (278) que respondieron la pregunta.

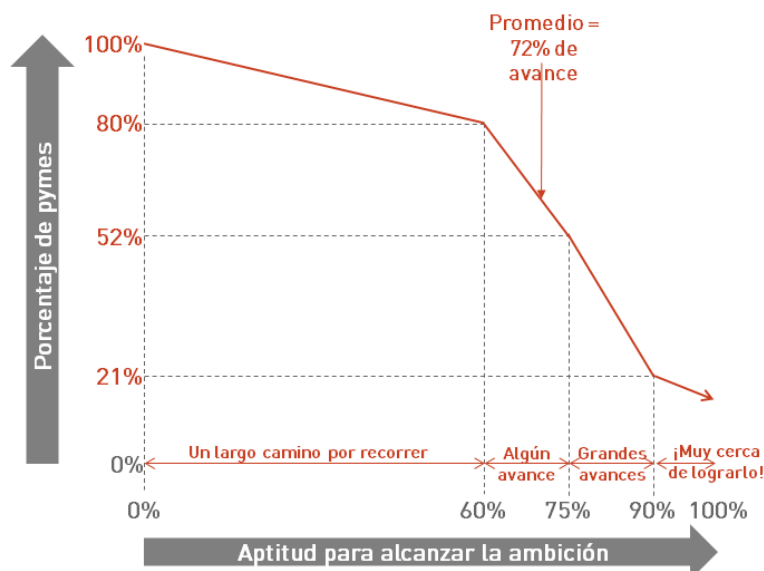
3.3

ES MÁS PROBABLE QUE
LAS EMPRESAS MUY
AMBICIOSAS ESTÉN
DOS VECES MÁS
PREPARADAS PARA
MEJORAR EL NEGOCIO

Una barrera de aptitud para la mejora en el negocio

Pasando a la **mejora en el negocio**, vemos una mayor verificación de una brecha de aptitud tecnológica. Una vez más, solo una de cada cinco empresas (21%) se encuentra muy cerca de lograr sus ambiciones.

Avances realizados para tener las tecnologías y procesos en funcionamiento y alcanzar las ambiciones de mejora en el negocio

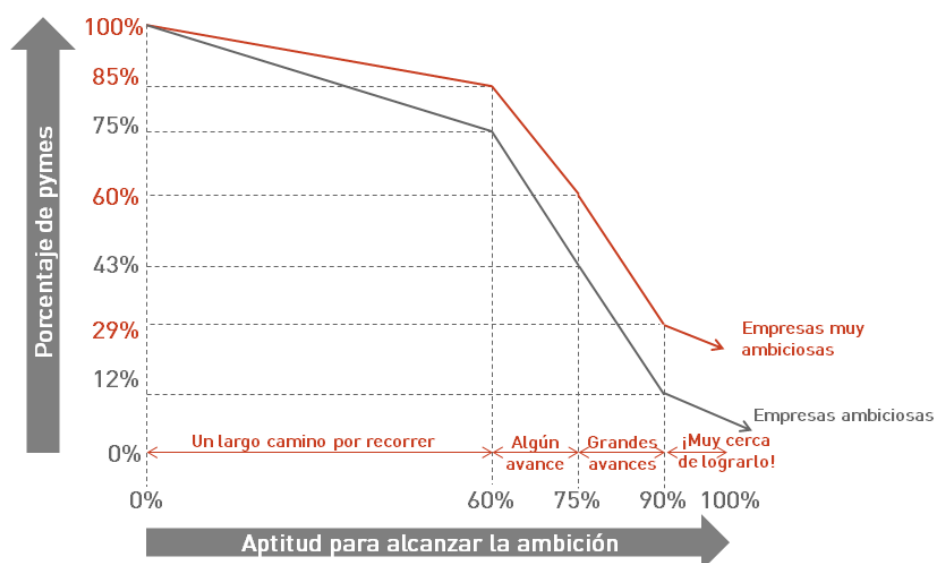


P: Cuando se trata de lograr la mejora del negocio, ¿en qué medida cuenta usted con los procesos y la tecnología adecuados en funcionamiento para cumplir la visión?

Base: todos los encuestados que respondieron la pregunta [513].

Aquí, la brecha entre las empresas ambiciosas y muy ambiciosas es aun más exagerada - aproximadamente una de cada tres empresas muy ambiciosas (29%) está muy cerca de lograrlo, frente a solo una de cada diez empresas ambiciosas (12%)

Diferencia en la aptitud por nivel de ambición del negocio



P: Cuando se trata de lograr la mejora del negocio, ¿en qué medida cuenta usted con los procesos y la tecnología adecuados en funcionamiento para cumplir la visión?

Base: todas las pymes ambiciosas (243) y muy ambiciosas (270) que respondieron la pregunta.

A partir de los resultados, está claro que las **tecnologías que han logrado llevar las empresas a donde están hoy en día no son suficientes para alcanzar sus metas futuras**. Se requerirán nuevas inversiones.

4

Facilitando la ambición

¿Cómo completarán las pymes el rompecabezas de la ambición?

4



Facilitar la ambición

LA INVERSIÓN TECNOLÓGICA SERÁ FUNDAMENTAL PARA PERMITIR QUE SE ALCANCEN LAS AVANCES

Sobre la base de preguntas referentes a los beneficios de la tecnología y los niveles actuales de preparación tecnológica

Si existen el deseo y la voluntad en abundancia, ¿cómo harán las pymes para conectar la brecha entre la aptitud tecnológica y los procesos?

Las pymes tienen un gran deseo y la voluntad de lograr una serie de ambiciones. Casi todos los negocios (90%) se definen a sí mismos como ambiciosos y un 46% declara ser muy ambicioso. Estas empresas muy ambiciosas ganan más dinero que sus competidores. También comparten una serie de rasgos comunes:

- Tienen una **cultura compartida** - energizada, pionera y estratégica
- Emplean **personas ambiciosas**
- Reconocen el **valor de las nuevas tecnologías** en la medida en que quieren ser los **primeros adoptantes**

Sin embargo, al mismo tiempo que reconocen la importancia de la tecnología, las empresas todavía tienen un camino por recorrer antes de contar con la tecnología necesaria en funcionamiento que les permita alcanzar sus ambiciones. Solo alrededor de una de cada cinco empresas está cerca de tener las tecnologías y los procesos necesarios funcionando (un número ligeramente superior entre las empresas muy ambiciosas).

Dos cosas están claras:

1. **La tecnología juega un papel fundamental en las empresas muy ambiciosas**
2. **Estas organizaciones no tienen aún las tecnologías en funcionamiento para permitirles alcanzar plenamente sus ambiciones**

Por lo tanto, es lógico que para que las empresas puedan alcanzar sus ambiciones, se necesite una inversión tecnológica. Pero en un mundo con un número exponencialmente creciente de soluciones tecnológicas, ¿de qué manera se tomarán las decisiones acerca de las soluciones a elegir, y cuáles serán las tecnologías elegidas?

Afortunadamente, las empresas muy ambiciosas tienen una "lista de deseos" que hace que sus decisiones tecnológicas sean algo más simples. A menos que se invierta en tecnologías y procesos, las empresas corren el riesgo de apartarse de sus ambiciones de crecimiento.

4.1

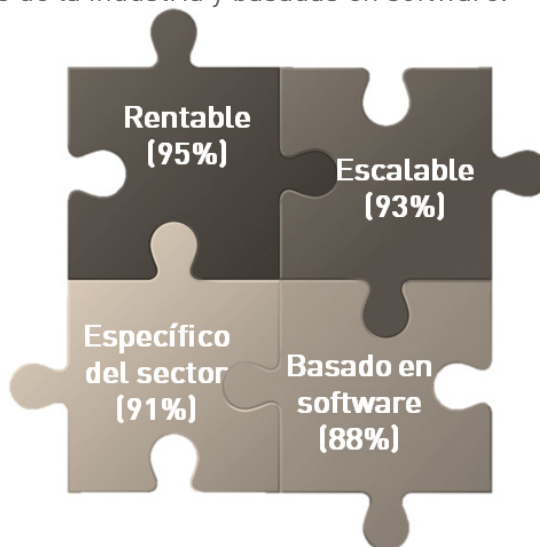
EL SOFTWARE DE NEGOCIO JUEGA UN ROL FUNDAMENTAL PARA FACILITAR LA AMBICIÓN

Enfoque del país:

La introducción de soluciones basadas en la nube es considerada mucho más importante por las empresas en la India (90%) que por las empresas en Rusia (48%).

Lista de deseos de inversión tecnológica

Las pymes muy ambiciosas tienen una **lista de deseos** que utilizan para informar las decisiones de inversión tecnológica. En el corazón de esta lista de deseos se encuentran cuatro principios clave: las tecnologías deben ser rentables, escalables, específicas de la industria y basadas en software.



Q: ¿Qué tan importante cree usted que es cada uno de los siguientes para lograr sus ambiciones?

Base: todas las pymes muy ambiciosas que respondieron la pregunta (353).

Como resultado, las organizaciones muy ambiciosas ven dos tipos específicos de tecnología que son cada vez más importantes para sus estrategias:

1. **Aplicaciones de software de conectividad (89%)**
2. **Soluciones basadas en la nube (76%)**

Pero mientras ellas tienen un plan en marcha, las organizaciones muy ambiciosas también reconocen que no van a ser capaces de lograrlo "en forma aislada".

En cambio, las empresas muy ambiciosas afirman que van a dirigirse hacia **los proveedores de aplicaciones de negocio, analíticas y soluciones móviles** para que las ayuden a implementar sus ambiciones - nueve de cada diez empresas muy ambiciosas (90%) dicen que estos proveedores **jugarán un papel importante para permitirles lograr sus ambiciones**; un tercio (34%) va más allá de esto para describir el papel como fundamental.

El desarrollo de esta relación entre las empresas y los proveedores de software de negocios será crucial para facilitar la ambición - la pieza final del rompecabezas que debe ser completado.

Para lograr las ambiciones, es esencial el uso de tecnología.

Es imprescindible tomar las decisiones tecnológicas adecuadas.

"Crear **que nada es imposible**"

"Éxito"

"Establecer **objetivos desafiantes** y alcanzar **metas estratégicas**"

"La ambición es tu **próxima**"

"Buscar **la mejora continua** tanto en lo personal como en lo profesional" "Ir **más allá**"

"Correr **riesgos** e ir **más allá de las reglas**"

"Asumir **la responsabilidad** cuando no es

"**El deseo y la determinación** para mejorar"

Ambición

"Ser **mejor que nuestros pares**"

"Ser **los mejores** en lo que hacemos"

"Ser una **persona dinámica**"

"El deseo de **crecer** y ser cada vez **más**

"Buscar siempre la forma de **mejorar** o **crecer**"

"El deseo de **lograr grandes cosas**"

"Significa llegar a **más clientes**, crear **nuevos mercados**, aumentar **los márgenes** de ganancias y generar nuevos **beneficios para los empleados**"

"El deseo y la motivación para **superar obstáculos percibidos** y **exceder los objetivos**"

"Ser **mejor que la competencia**"

Selección de las respuestas dadas a la pregunta:

P En líneas generales, ¿qué significa la palabra "ambición" para usted en un contexto de negocios?

