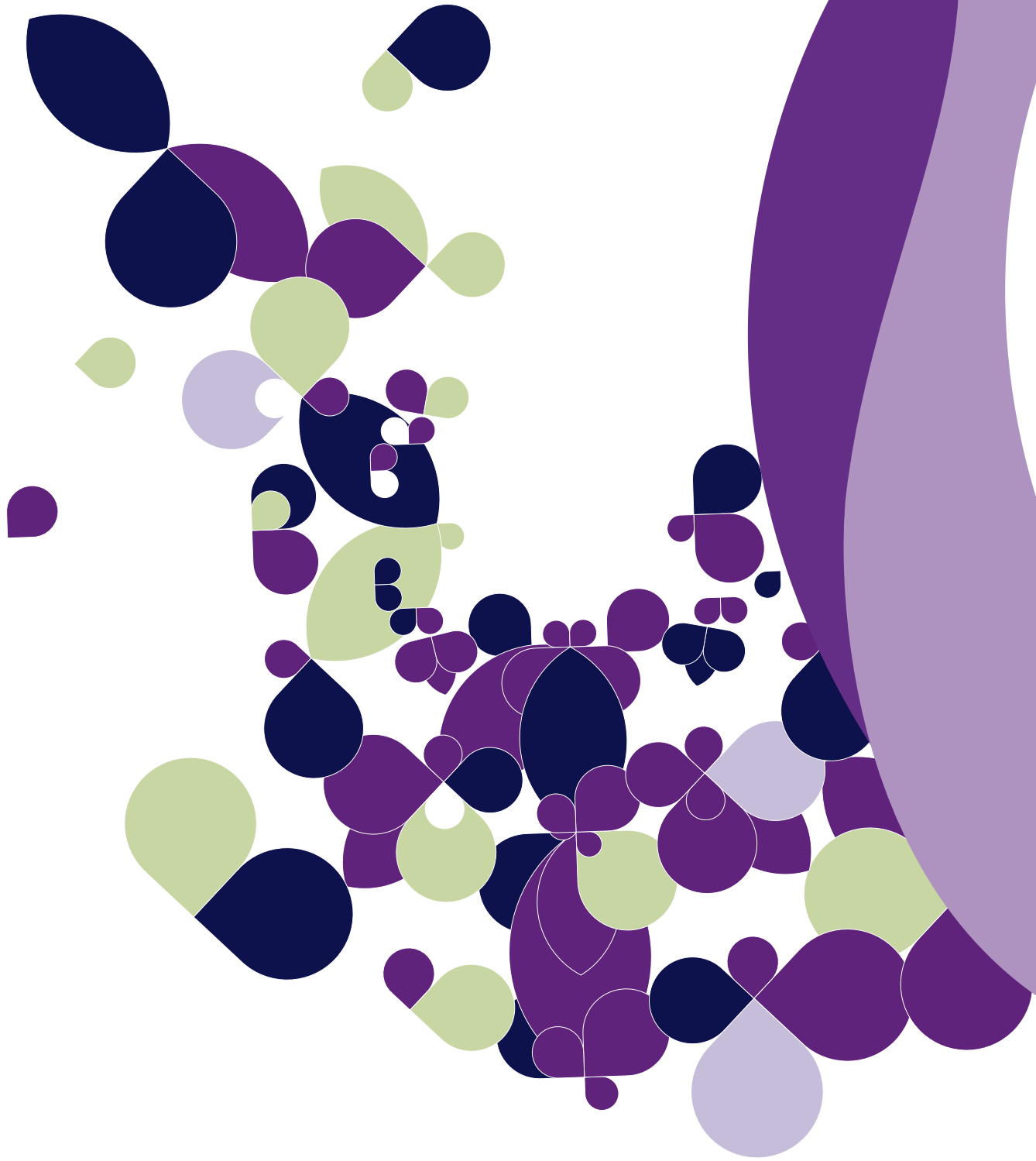




# Radiografía de la Empresa Edelweiss 2010

Las empresas que crecen  
en tiempo de crisis



# Índice

Introducción .....	5
Definiciones y ficha técnica .....	6
Las empresas Edelweiss: Análisis general .....	10
Estrategias y factores de crecimiento .....	12
Las empresas Edelweiss y el uso de la tecnología .....	16
La financiación de las Empresas Edelweiss .....	20
Previsiones de crecimiento e inversión .....	22
Anexo 1. Comparativa en cinco Comunidades Autónomas .....	24
Anexo 2. Infografías .....	30



# Introducción

Una vez más, y fieles a nuestro compromiso por ayudar y estar cerca de los emprendedores, autónomos y empresas de este país, Sage vuelve a asumir su papel de altavoz del tejido empresarial a través de la publicación y difusión de un nuevo estudio en el marco del recientemente creado “Observatorio Sage de la pyme española”. Nuestra cercanía y contacto diario con miles y miles de empresas nos ha permitido estudiar en profundidad los rasgos de un tipo de empresa a la que hemos denominado Edelweiss.

De la misma forma que esta planta oriunda de los Alpes cuenta con una serie de mecanismos biológicos que la ayudan a crecer y desarrollarse en condiciones geográficas y climáticas adversas, las empresas objeto del estudio han podido crecer en época de crisis gracias a la adopción e implantación de una serie de estrategias con las que ha podido sortear los problemas y dificultades a los que ha tenido que enfrentarse. Y lo más importante, cómo gracias a la aplicación de dichas estrategias han convertido ese entorno hostil en uno lleno de oportunidades.

El principal objetivo del estudio es conocer el comportamiento de las empresas que en tiempos de crisis son capaces de seguir creciendo en facturación y beneficios. Estudiar sus estrategias y mecanismos en busca del patrón común, si lo hubiere, que las diferencia del resto de empresas del país, y darlo a conocer para que el resto del tejido empresarial se vea beneficiado o, como mínimo, orientado hacia una serie de pautas de actuación que ayuden a la mejora del negocio.

¿Pero qué caracteriza a estas empresas? ¿Qué estrategias han seguido para poder crecer? ¿Ha jugado la tecnología algún papel protagonista? ¿Qué Comunidad Autónoma tiene un mayor porcentaje de empresas Edelweiss en su territorio? El estudio da respuesta a estas y otras preguntas, como por ejemplo cuáles son sus previsiones para el corto y medio plazo.

Al igual que el estudio “Radiografía de la pyme 2010” que presentamos en el mes de febrero, esta “Radiografía de la empresa Edelweiss” tendrá carácter anual para, a través de las sucesivas actualizaciones del informe, poder evaluar el comportamiento de los diferentes indicadores.

Esperamos y deseamos que la información presentada sea de utilidad a todos los empresarios, y que les ayude a sacar conclusiones sobre la mejor manera de afrontar el futuro más inmediato.



**Santiago Solanas**  
Director General de la División de Pymes, Autónomos  
y Formación de Sage España



# Definiciones y ficha técnica

# Definiciones

## Empresa Edelweiss

Empresa que ha crecido en un entorno de adversidad o crisis económica. Incluye dentro de su definición a la empresa gacela.

## Empresa Gacela

Tipo especial de empresa edelweiss que ha crecido mas del 20% en los últimos tres ejercicios.

# Ficha técnica

**Universo:** Autónomos y pymes de todos los sectores de actividad

**Ámbito geográfico:** Península, Baleares y Canarias

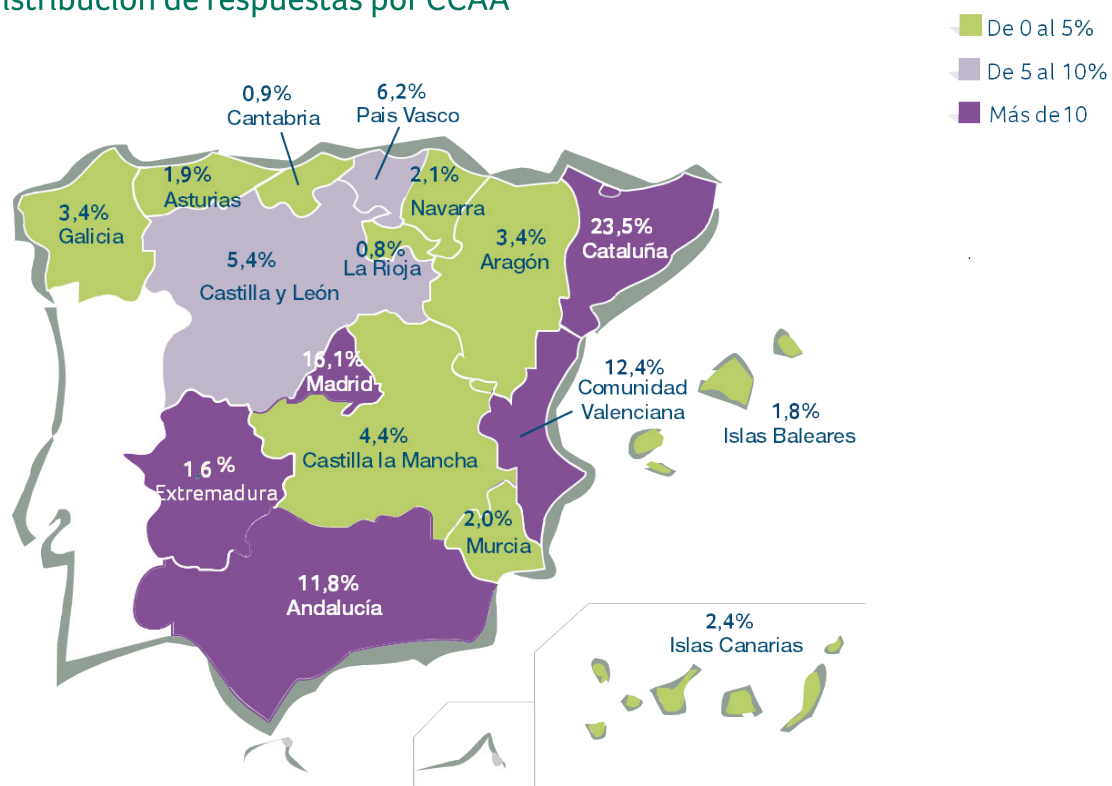
**Técnica:** Envío de cuestionario por correo electrónico

**Diseño muestral:** Aleatorio simple

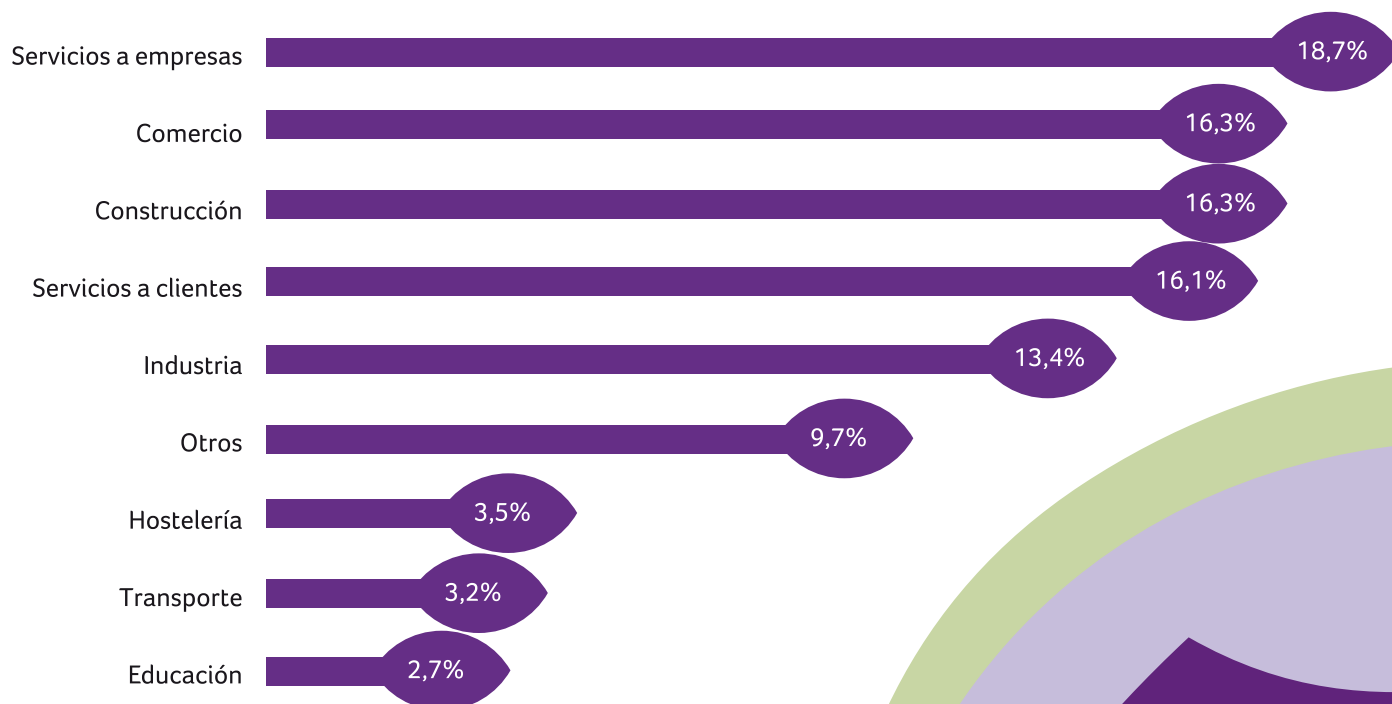
**Tamaño y error muestral:** 2.534 cuestionarios completos con un error muestral del 1,9 al 95% de confianza

## Datos generales de población

### Distribución de respuestas por CCAA

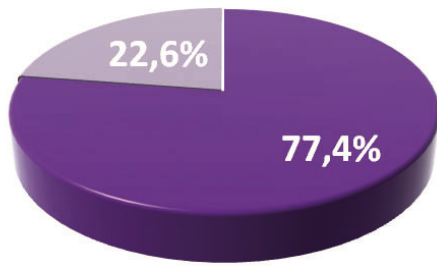


### ¿A que sector pertenece su empresa?



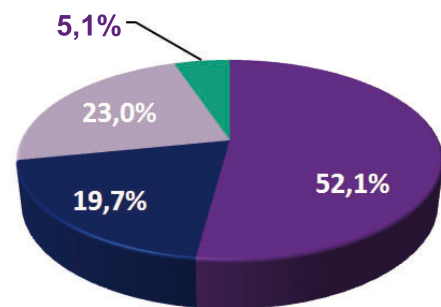


Usted es:



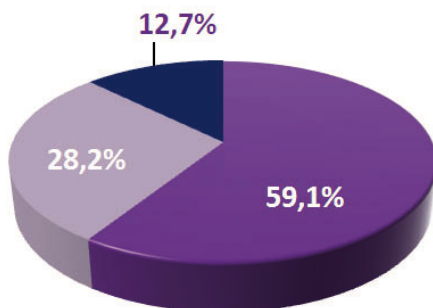
■ Empresa    ■ Autónomo

¿Cuántos empleados tiene su empresa?



■ Entre 1 y 5    ■ Entre 5 y 10    ■ Entre 10 y 50    ■ Más de 50

En el año 2009 su nivel de facturación ha...



■ Ha descendido  
■ Se ha mantenido similar a años anteriores  
■ Ha aumentado

# Las empresas Edelweiss: Análisis General

## Resultados

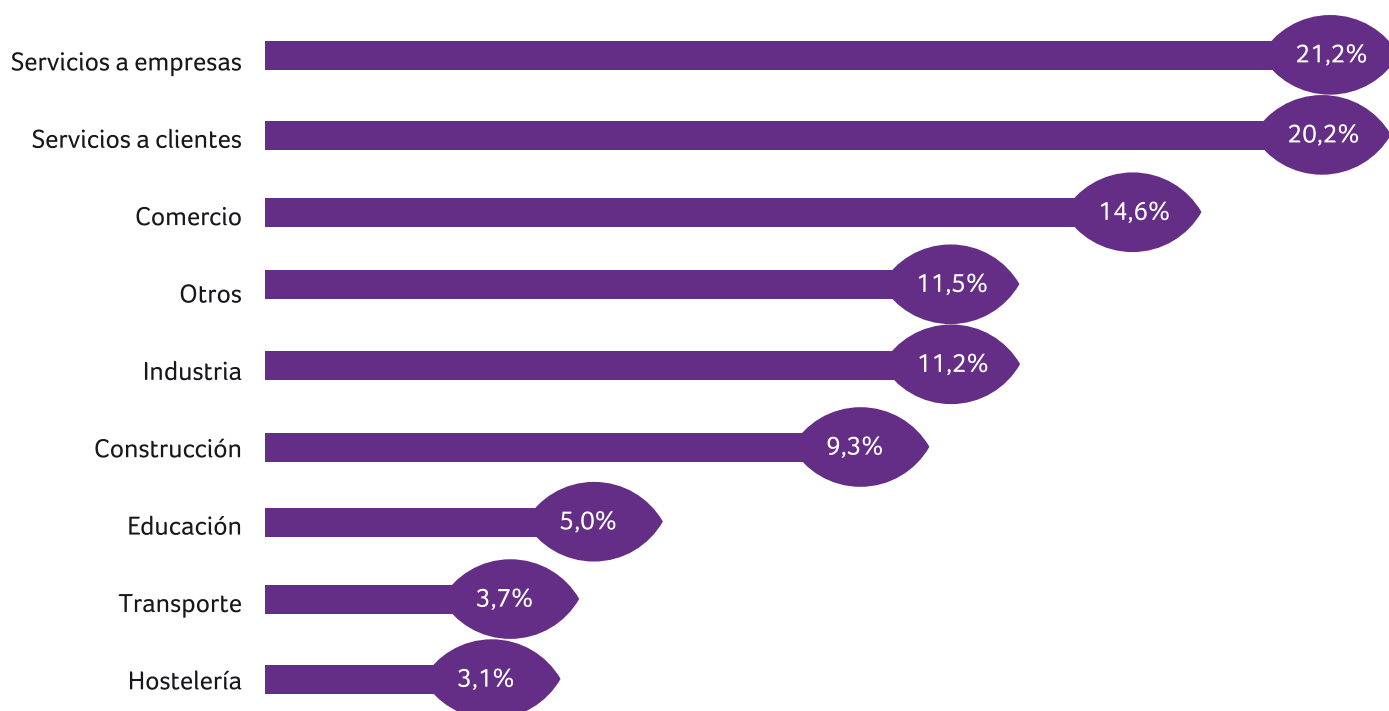
Los resultados del estudio concluyen que la Empresa Edelweiss tipo tiene entre 1 y 10 empleados pero es muy significativo resaltar que el 35,2% tiene entre 10 y 50 empleados.

El 59% de ellas desarrolla su actividad en una de estas cinco Comunidades Autónomas: Madrid (12,78%), País Vasco (12,74%), Andalucía (12,42%), Comunidad Valenciana (11,11%) y Cataluña (10,76%).

El 56% de las empresas Edelweiss pertenece a tres sectores de actividad: Servicios a empresas (21,2%), Servicio a clientes (20,2%) y Comercio (14,6%)

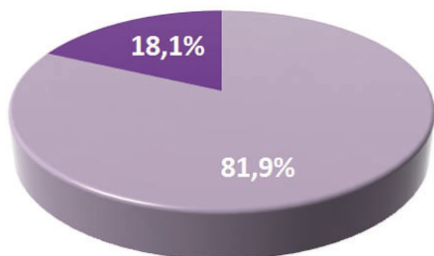
Es importante destacar que el 33,9% ha obtenido un crecimiento en la facturación de entre el 10% y el 20% en 2009 respecto al año anterior, y que un significativo 25% lo ha hecho por encima del 20%.

### ¿A que sector pertenece su empresa?



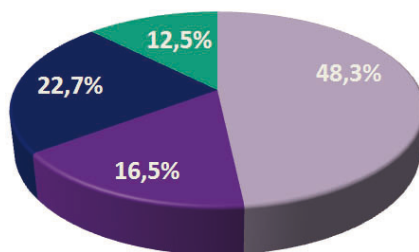
## Datos generales de población

Usted es:



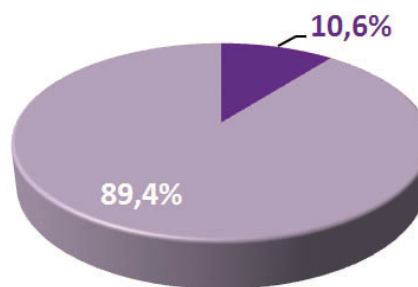
■ Empresa ■ Autónomo

¿Cuántos empleados tiene su empresa?



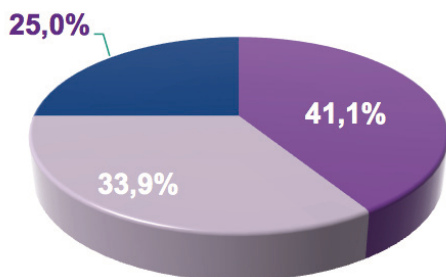
■ Entre 1 y 5 ■ Entre 5 y 10 ■ Entre 10 y 50 ■ Más de 50

En los últimos 3 años, ¿ha crecido más de un 20% cada año?



■ SI ■ NO

¿Cuánto ha crecido su empresa en 2009?



■ Menos de un 10 ■ Entre un 10 y un 20 ■ Más del 20

# Estrategias y factores de crecimiento: Edelweiss vs. Gacela

## Resultados

Las empresas Edelweiss hacen suyo el concepto de Océano Azul. Trabajan especialmente en diferenciarse de la competencia a través de productos y servicios de calidad que buscan posicionar en nuevos mercados. Productos y servicios orientados a cubrir las demandas de los clientes y donde el factor precio no es decisivo.

Los porcentajes arrojan los siguientes resultados por orden de importancia:

- Para el 41,4% la clave es ofrecer productos y servicios diferentes a los de la competencia.
- El 24,1% opta por la apertura a nuevos mercados
- El 13,8% se centra en ofrecer productos y servicios de mayor calidad
- Y finalmente, la orientación a los clientes es importante para el 10,3%

Si hablamos de los factores que hacen posible el desarrollo de estas estrategias, y que son definitivos a la hora del crecimiento, la motivación de los empleados, con una puntuación de 7,2 sobre 10 es el más importante, seguido de la capacidad para adaptarse a los cambios, 7,1 sobre 10, la formación de los empleados, 6,7 sobre 10 y la innovación en los procesos de negocio, con un 6,4 sobre 10.

Si comparamos las empresas Edelweiss con el subgrupo de las Gacela, aquellas que crecen más de un 20% durante tres años de forma consecutiva, observamos que las estrategias y factores de crecimiento son muy similares, aunque sí hay que destacar que la empresa Edelweiss le da mucha más importancia a diferenciarse de la competencia, 41,4% frente a las Gacela, 28% y la apertura a nuevos mercados, 24,1% frente al 15,7% de las Gacela.

## Estrategias de crecimiento en %



## Factores de crecimiento

Grado de importancia, de 1 a 10, de los factores que han intervenido en el crecimiento de su organización en 2009



Al principio nos daba miedo  
abrirnos a nuevos mercados pero  
nuestros productos han sido bien  
acogidos. Ha merecido la pena



Está claro que en un entorno tan complicado hay que diferenciarse de los demás para seguir adelante

Gracias al equipo de trabajo, que siempre ha creído y participado en el proyecto, hemos podido adaptarnos a los cambios con rapidez

# Las empresas Edelweiss y el uso de la tecnología

## Resultados

El estudio muestra que aunque la tecnología no está asentada al 100% entre las empresas Edelweiss si le dan mayor importancia que el resto de empresas para el éxito del negocio y se perciben con más claridad los beneficios derivados de su utilización.

Así, en una escala de 1 a 10, la empresa Edelweiss puntúa con un 6,6 la importancia de la tecnología para el negocio frente al 6,1 de las pymes.

En relación a los principales beneficios derivados de su implantación, el ahorro de tiempo y dinero en la ejecución de tareas es puntuado con un 7,6 sobre 10, seguido de la obtención de información fiable para la toma de decisiones, con un 7,5 sobre 10 y la mejora de la relación con los clientes con un 6,6 sobre 10.

Es importante destacar que las empresas Edelweiss asocian el uso de la tecnología a la mejora de captación de clientes, 6,3 sobre 10, muy por encima del resto de pymes, 4,9 sobre 10.

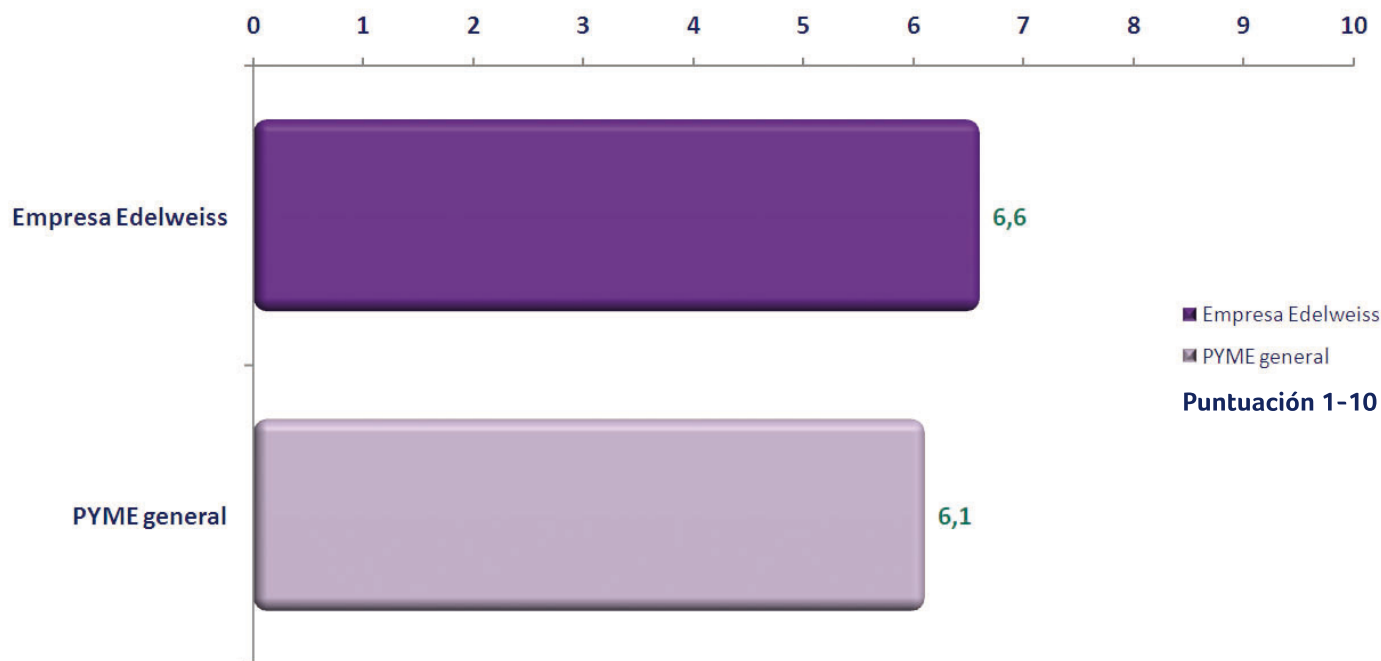
Si profundizamos más en aspectos concretos observamos que el 50% de las empresas Edelweiss tiene web corporativa y que el 12,7% de ellas la utiliza para fines comerciales frente al 7% de las pymes.

En cuanto al uso de redes sociales aún hay un largo camino por recorrer. Su adopción es aún baja, un 18,4% está presente, y todavía no está bien definido su uso profesional vs personal. El 62% está presente en Facebook y sólo un 12,5% en Twitter. En cuanto a las redes más profesionales de networking LinkedIn es utilizada por el 25%.



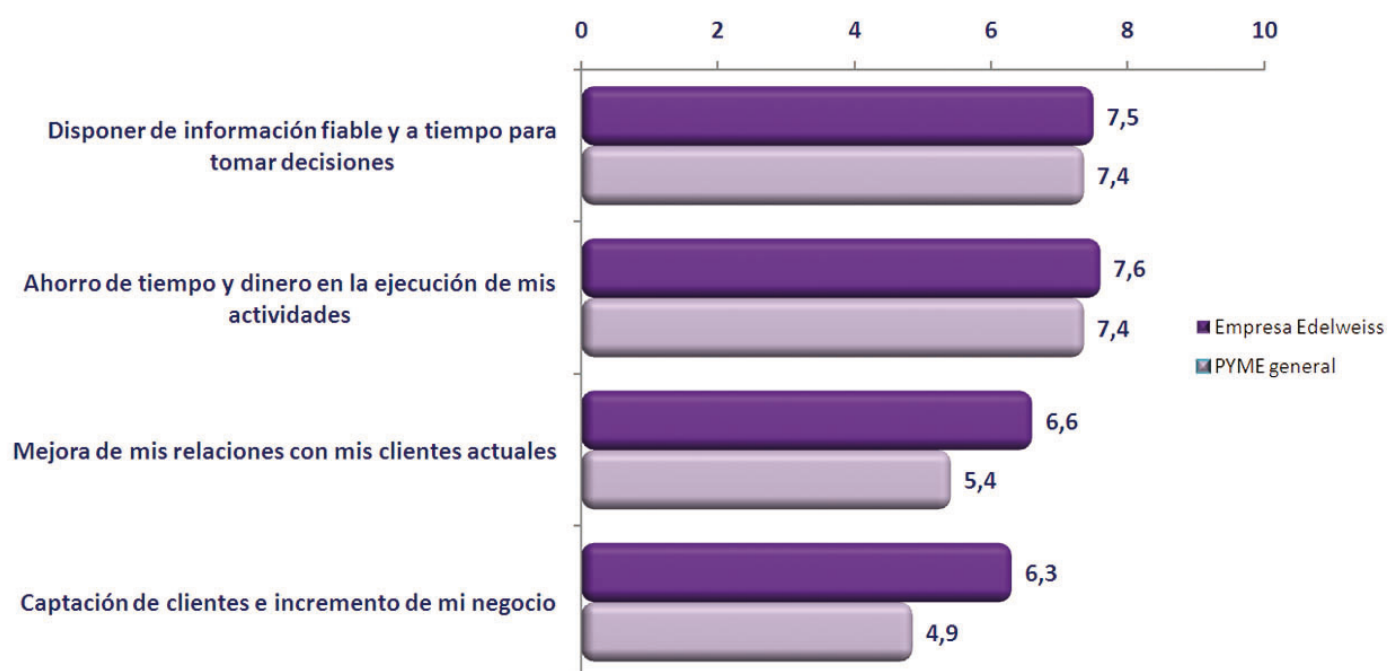
## Importancia de la Tecnología

En estos momentos la tecnología es para mí más importante que en años anteriores

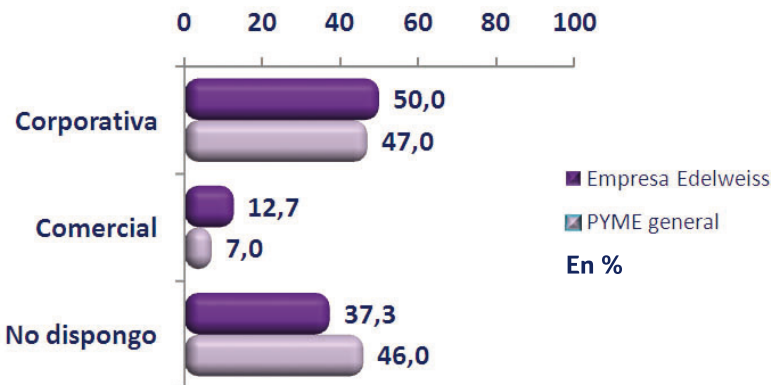


## Uso de la Tecnología

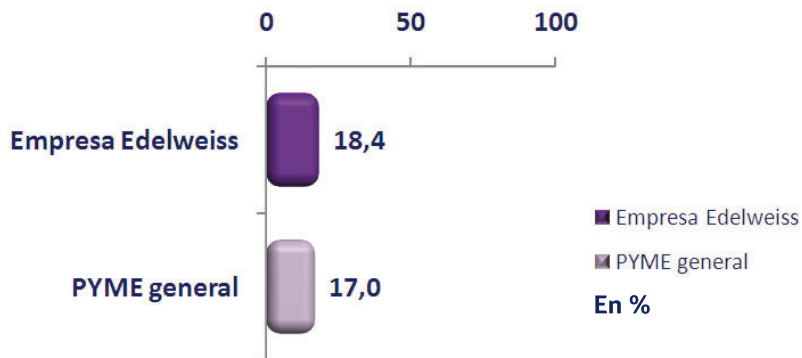
El principal beneficio del uso de la tecnología asociado a mi negocio es: Puntuación 1-10



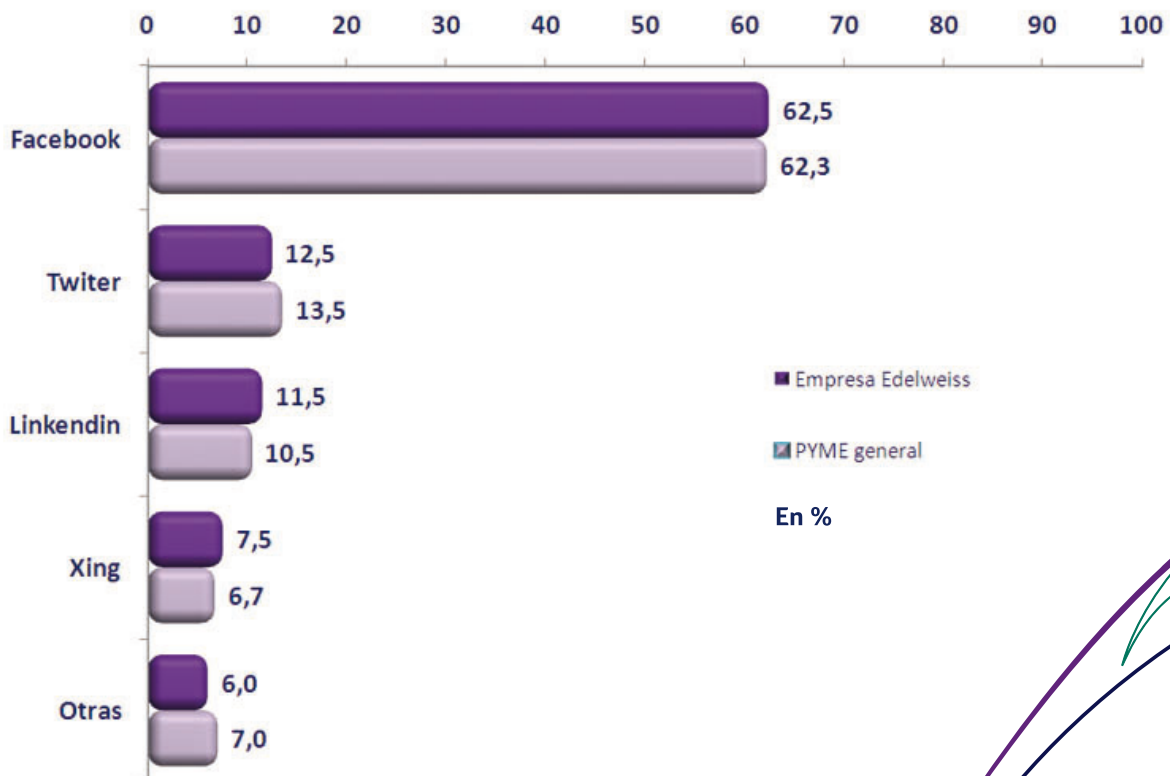
### ¿Qué tipo de web tiene su empresa?




### ¿Hace uso de las redes sociales?



### ¿Que tipo de redes utiliza?





La tecnología sigue siendo para nosotros una herramienta imprescindible, y más cuando se trata de optimizar procesos e inversiones

Uno de los beneficios más claros que hemos visto del uso de las TIC es que podemos hacer más cosas con nuestros clientes, atenderles mejor y estar más cerca de ellos

Para mejorar nuestro servicio de atención al cliente hemos decidido abrir una tienda on-line en la web corporativa. Ahorraremos costes respecto al proceso de venta tradicional

Y además, y aunque algún socio aún no crea en su potencial para el negocio y la marca, vamos a incrementar nuestras acciones en los social media

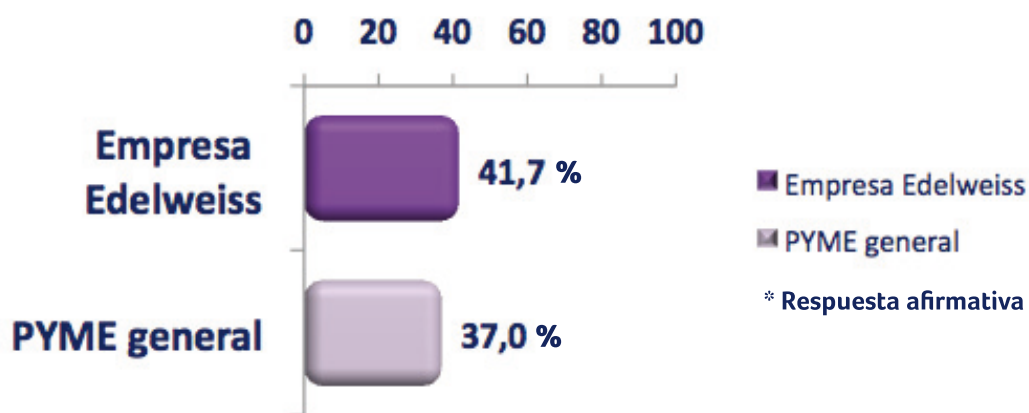
# La financiación de las Empresas Edelweiss

## Resultados

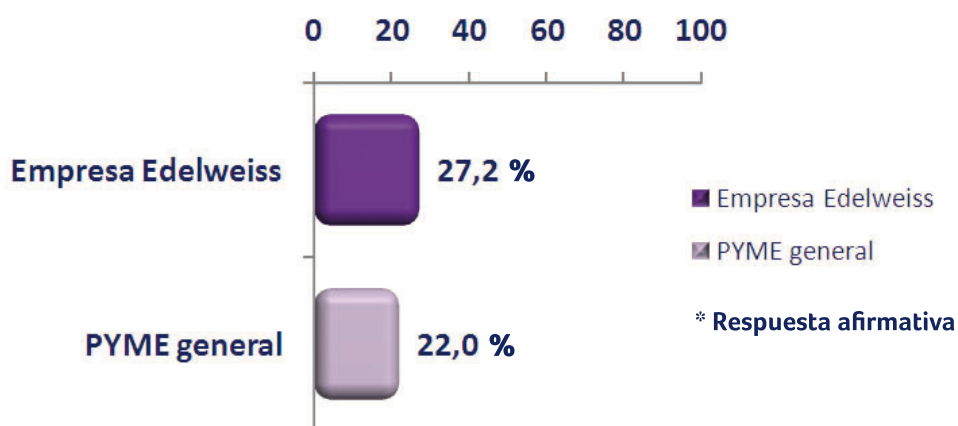
El estudio concluye en este apartado que la financiación o concesión de subvenciones no son determinantes para sacar adelante el proyecto empresarial. El porcentaje de empresas Edelweiss que se han visto beneficiadas con la concesión de créditos ha sido del 41,7% respecto a las pymes en general que ha sido del 37%. En el apartado de subvenciones, de estas se han beneficiado el 27,2% de las empresas Edelweiss frente al 22% de las pymes.

Hay que destacar que el acceso a las subvenciones ha sido más positivo cuando se han tramitado y concedido vía Comunidad Autónoma 42,7%, frente a las de tipo estatal 27,3% o europeo 23,6%

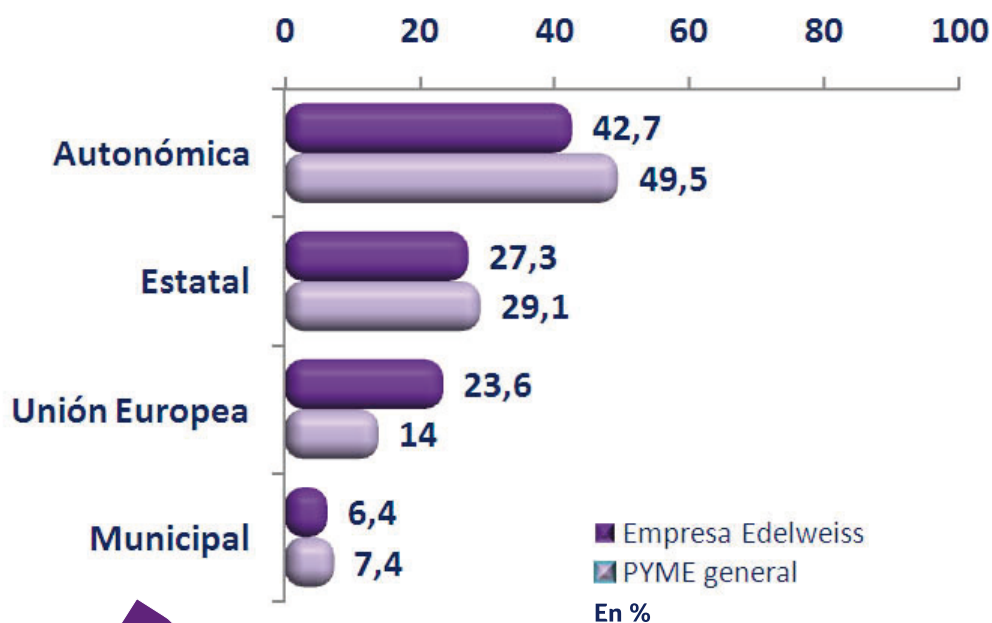
### ¿Le ha concedido su banco un crédito durante 2009?\*



## ¿Ha recibido alguna subvención en el año 2009?\*



## ¿Qué origen tenía dicha subvención?



En todo caso lo importante es haber sabido manejar los recursos propios con habilidad, reinvertiendo beneficios y dejando de invertir en lo que no era estrictamente imprescindible

Con el tema de las subvenciones no lo hemos tenido especialmente bien. Pocas e insuficientes

Hemos sabido manejar bien, y con cabeza, los ahorros

Al igual que todos los años  
hemos pedido créditos para  
afrontar nuevos proyectos



# Previsiones de crecimiento e inversión

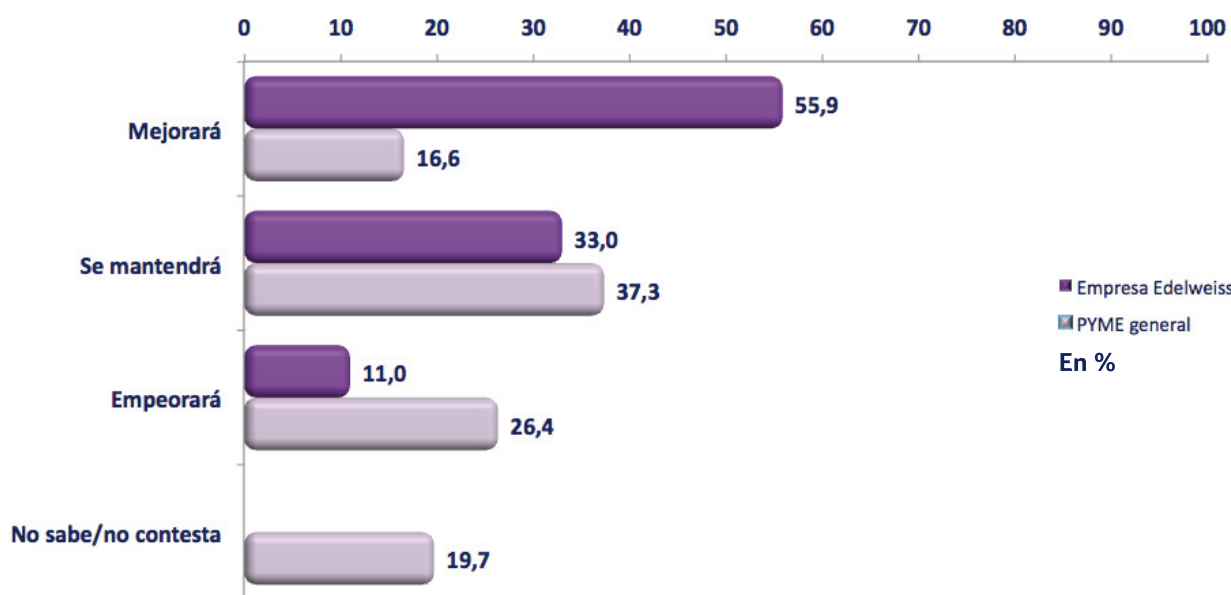
## Resultados

Las empresas Edelweiss son en general optimistas respecto a sus previsiones de facturación en 2010. El 55,9% creó que mejorará frente al 16,6% del resto de pymes. El pesimismo es generalizado en las pymes que estiman, en un 63,70%, que sus cuentas se mantendrán o empeorarán frente a las empresas Edelweiss, más positivas, con un 44%.

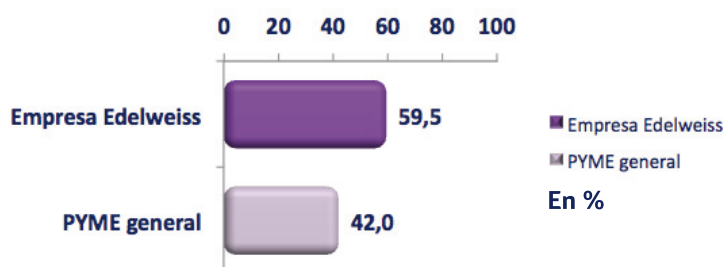
Al preguntar a las empresas Edelweiss sobre su intención de realizar inversiones en 2011 con el objetivo de mejorar el negocio, lo ven positivo. Dichas inversiones quedan priorizadas de la siguiente forma: El 72,2% invertirá en formación, el 66,2% en tecnología y el 59,5% en innovación.

En lo que sí coinciden las empresas Edelweiss y las pymes es que 2011 no será buen año para contratar personal, pero de nuevo las diferencias son importantes entre las empresas Edelweiss que sí tienen pensado incrementar la plantilla, el 32,3 % frente al 14% de las pymes.

¿En 2010 cómo cree que evolucione su facturación?

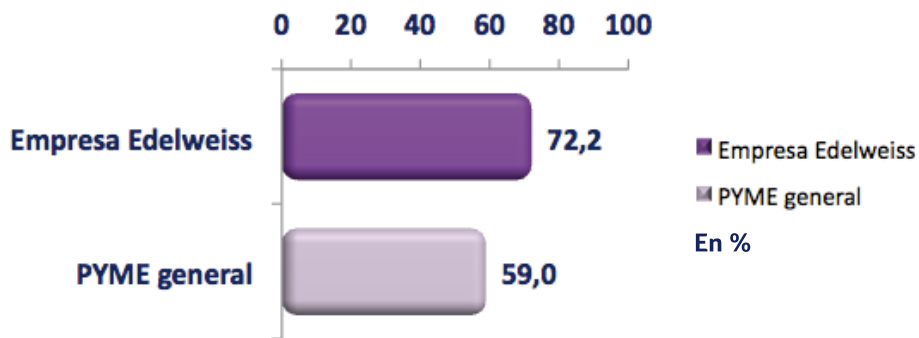


¿Considera usted que 2010 es un buen año para invertir en innovación?

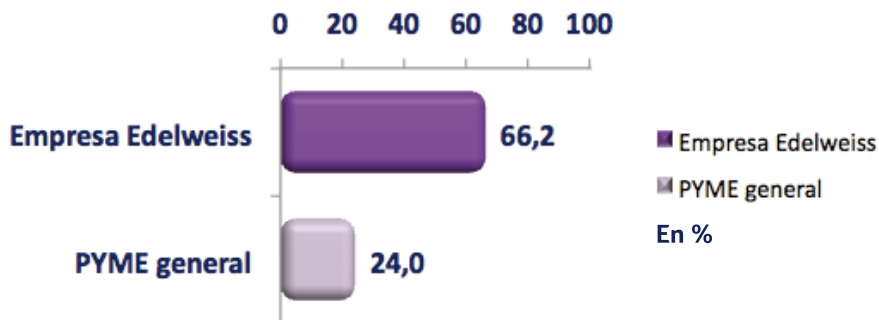




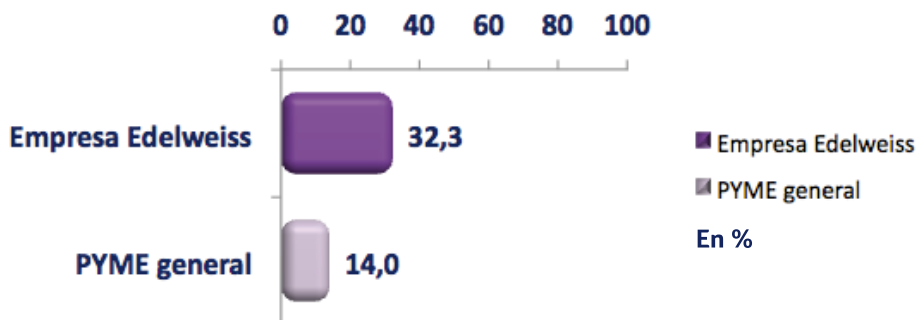
### ¿Considera que 2010 es un buen año para invertir en formación?

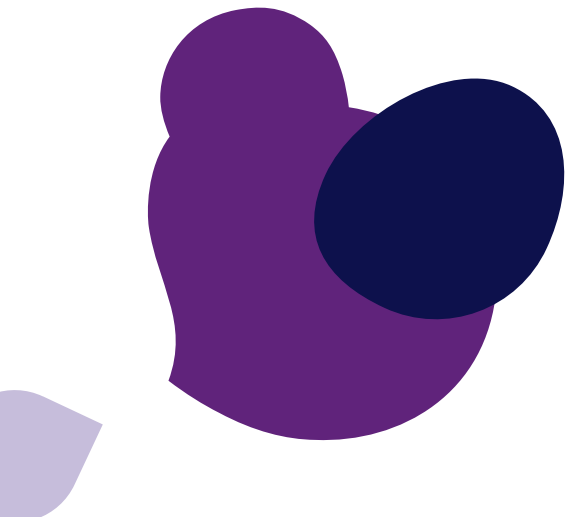


### ¿Considera que es un buen año para invertir en tecnología?



### ¿Considera que es un buen año para contratar personal?





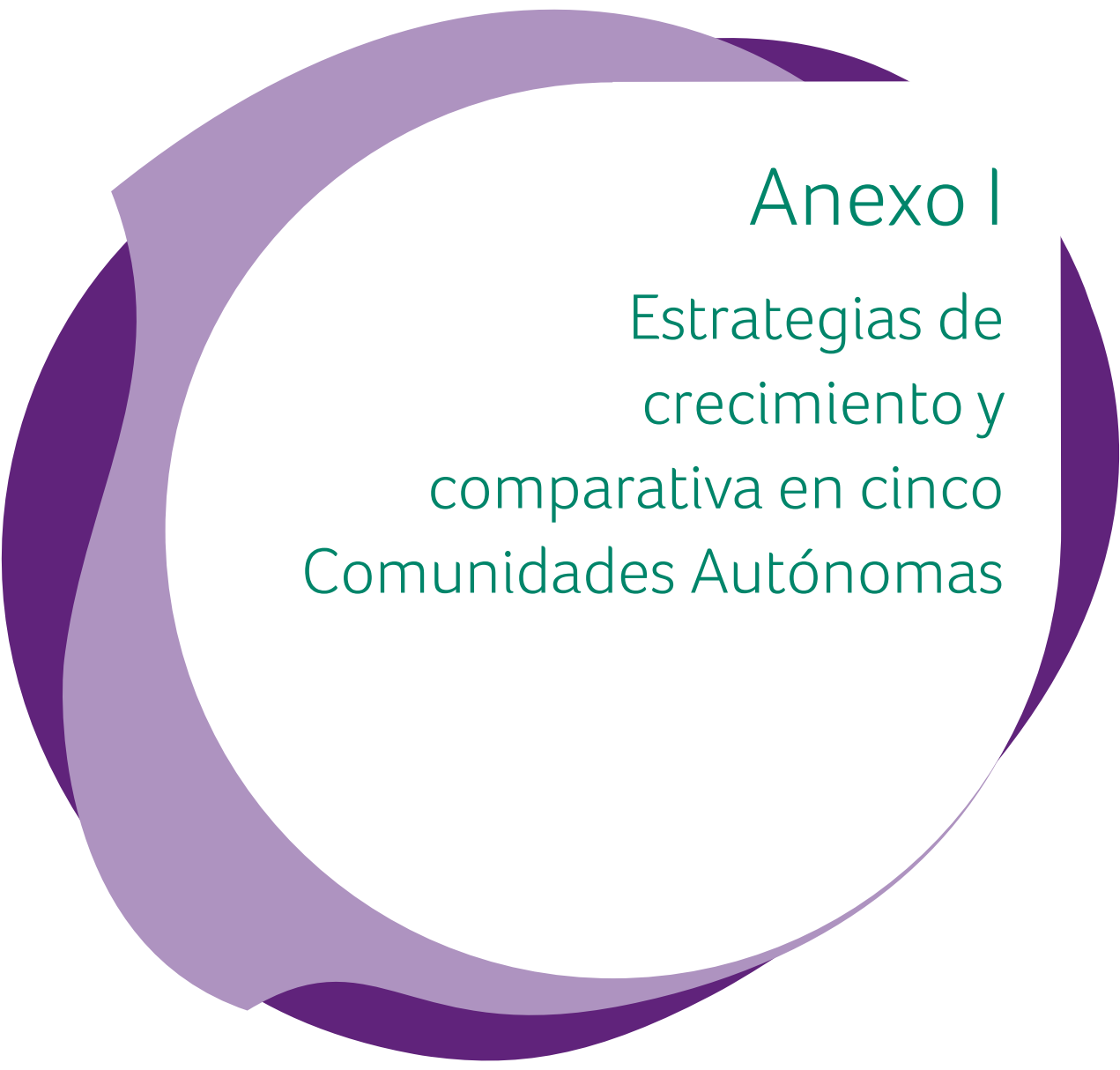
Seguiremos invirtiendo en tecnología e innovación, a la búsqueda de nuevos productos y servicios que nos permitan seguir siendo diferentes en nuestro sector

Para ello la formación continua del equipo es imprescindible. Tenemos que estar siempre a la última. No podemos quedarnos parados en un mundo en constante cambio

Aunque la situación es difícil, haremos esfuerzos en contratación de personal

Somos optimistas de cara al año que viene. Está en nuestro ADN y creemos que es uno de los secretos para seguir creciendo



A large, stylized circular graphic composed of overlapping, curved purple bands in various shades, creating a sense of movement and depth. The text is centered within the white space of the circle.

# Anexo I

## Estrategias de crecimiento y comparativa en cinco Comunidades Autónomas

El estudio ha querido profundizar en cinco Comunidades Autónomas, si el comportamiento de las empresas Edelweiss ubicadas en dichas Comunidades en relación a las estrategias de crecimiento aplicadas al negocio es un rasgo común entre todas ellas, o el factor geográfico prioriza unas sobre otras.

- En Andalucía las empresas coinciden en un 50% en que la estrategia más importante es la de diferenciarse de la competencia, seguido de disponer de productos y servicios de mayor calidad, el 16,7% y la apertura a nuevos mercados, con un 10%.  
En relación a los motivos de crecimiento, en una escala de 1 a 10, la prioridad de las empresas en Andalucía es la rápida adaptación al cambio, con un 7,1 sobre 10, seguido de la motivación de los empleados, un 6,9 sobre 10 y la Innovación, con un 6,7.
- En Cataluña, las empresas coinciden con las andaluzas en darle la mayor importancia a diferenciarse de la competencia 32,7% y disponer de productos y servicios de mayor calidad 24,5%. Para las empresas catalanas es importante además el desarrollo de estrategias orientadas a los clientes, 14,3% frente a la apertura a nuevos mercados. Si observamos los motivos de crecimiento, la adaptación al cambio es el más importante, 7,5 sobre 10, seguido de la motivación y formación de los empleados, 6,4 y 6,3 sobre 10 respectivamente, por encima del uso de las nuevas tecnologías y la innovación
- En el País Vasco las empresas Edelweiss coinciden con las andaluzas en las estrategias de crecimiento más importantes. Sin embargo es más importante el disponer de productos y servicios de calidad, 26,8% que la diferenciación de la competencia 24,4%. Las empresas vascas posicionan la Formación (7,4 sobre 10) y la motivación (7,1 sobre 10) de los empleados como el factor de crecimiento más importante. A continuación se sitúa la adaptación rápida al cambio (6,7 sobre 10) y el uso de las nuevas tecnologías (6,6 sobre 10)
- Las empresas Edelweiss de la Comunidad de Madrid destacan como principal estrategia de crecimiento el ofrecer a sus clientes productos y servicios de calidad (el 36,4%) seguido de la diferenciación de la competencia (27,3%) y la apertura a nuevos mercados (18,2%). Al igual que las empresas vascas, para las empresas madrileñas es muy importante la motivación (8,3 sobre 10) y la formación de los empleados (7,5 sobre 10), por encima incluso que el uso de las nuevas tecnologías (6,5 sobre 10) y la innovación (6,3)
- Por último en la Comunidad Valenciana, además de la diferenciación con la competencia (29,2%) y la oferta de productos y servicios de calidad (25%) son importantes las estrategias de orientación al cliente (16,7%) y competir con rebajas de precio en productos y servicios (16,7%). De nuevo la adaptación rápida al cambio con un 7,3 sobre 10 y la motivación de los empleados, 7 sobre 10, se posicionan como los motivos de crecimiento más importantes. Hay que destacar que las empresas valencianas si valoran de forma importante la innovación, 6,6 sobre 10.

Hay que destacar como conclusión general que todas las empresas Edelweiss, con independencia de la comunidad autónoma en la que desarrollan su actividad, no le dan una puntuación muy alta a la inversión en I+D y la concesión de ayudas y subvenciones como drivers fundamentales de crecimiento. Es mucho más importante poder adaptarse a los cambios y condiciones del mercado de forma ágil, y para ello la motivación, la inversión en tecnología y la formación de los trabajadores es clave.

# Datos generales de población

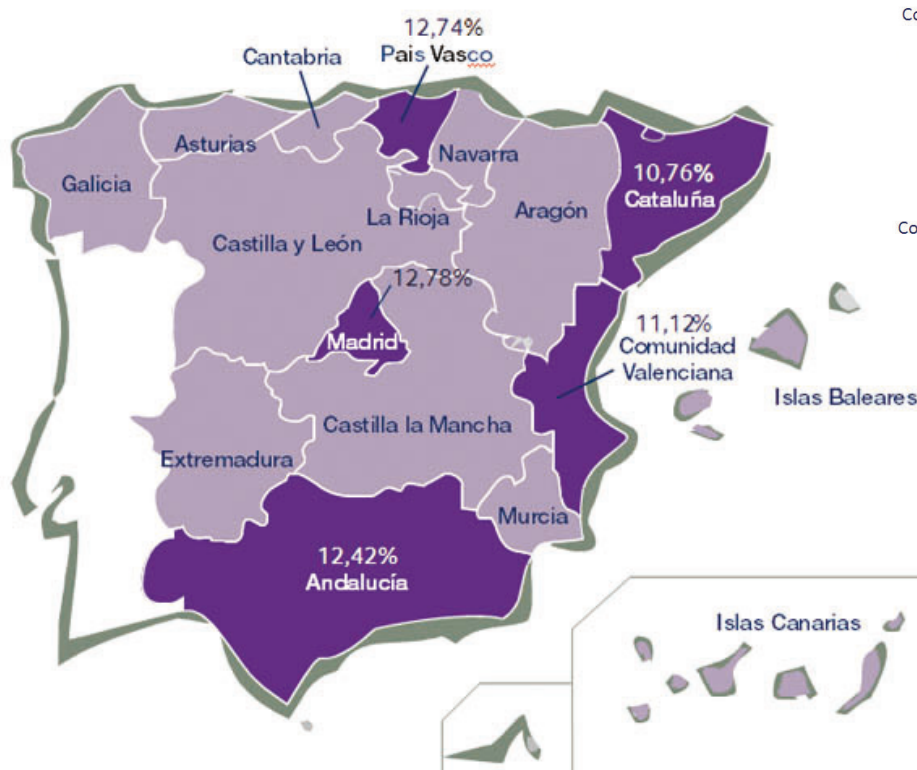
## Análisis por Comunidad Autónoma

En algunas partes de este estudio se han analizado más profundamente diferentes aspectos teniendo en consideración el ámbito geográfico (Comunidad Autónoma). A continuación se presentan las muestras existentes para cada una de las Comunidades autónomas contempladas, siempre por debajo del 6% de significación.

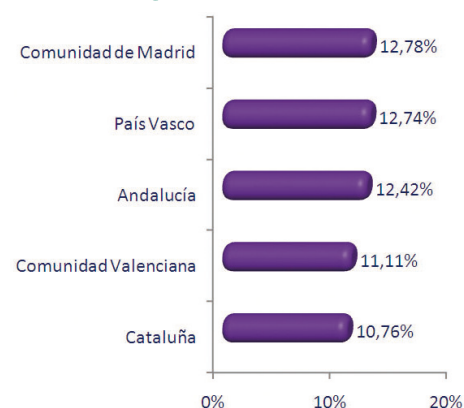
Comunidad Autónoma	Muestra	Error muestral (95%)
Cataluña	595	4%
Madrid	407	4,9%
C. Valenciana	315	5,5%
Andalucía	298	5,7%
País Vasco	275	5,9%

## Distribución geográfica de las empresas Edelweiss

### % de empresas Edelweiss por Comunidad Autónoma



### Ranking de crecimiento



# Andalucía

## Estrategias de Crecimiento

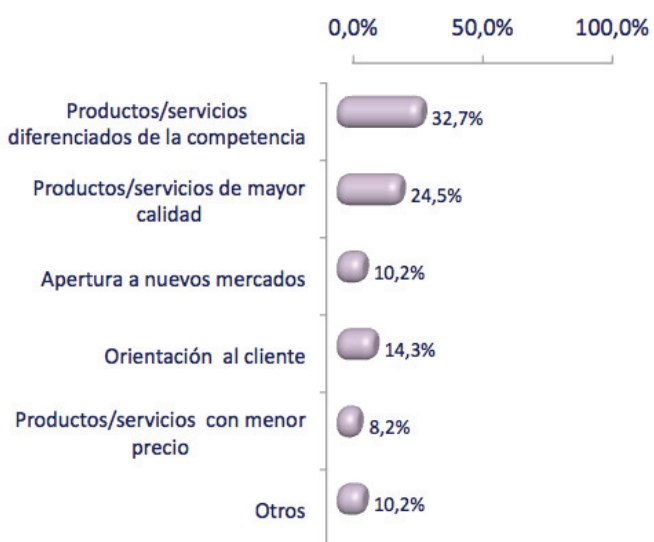


## Motivos de Crecimiento

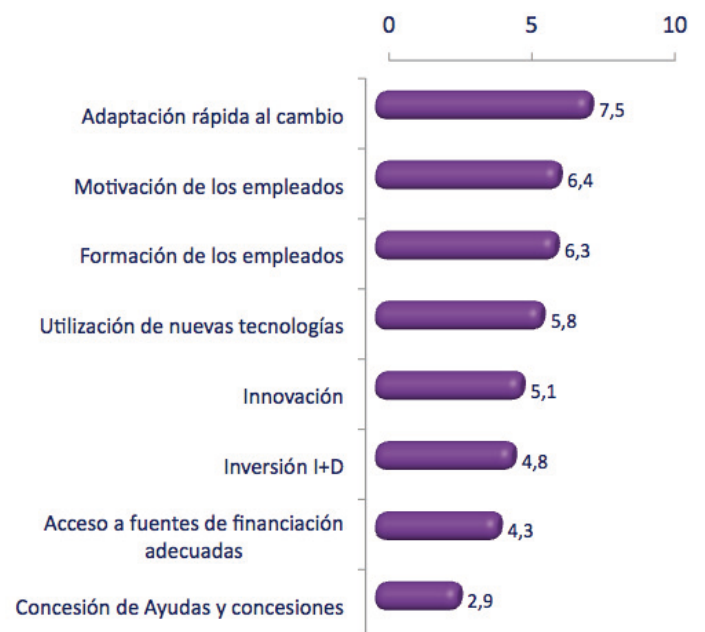


# Cataluña

## Estrategias de Crecimiento

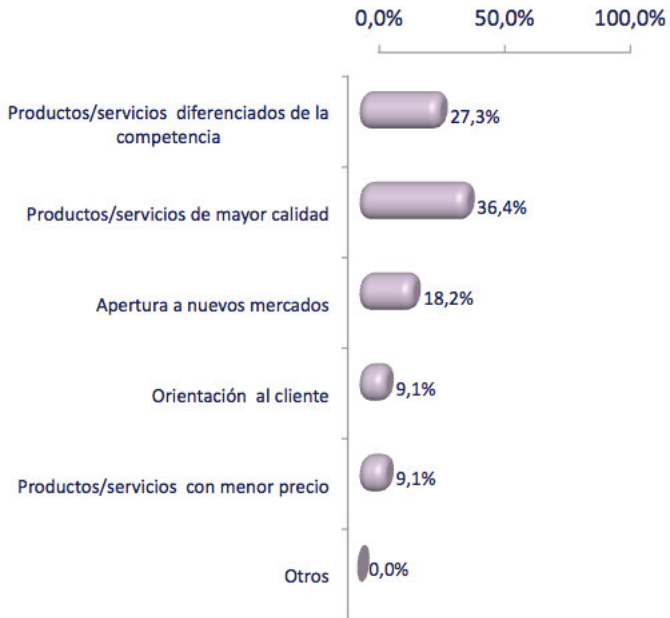


## Motivos de Crecimiento



# Madrid

## Estrategias de Crecimiento

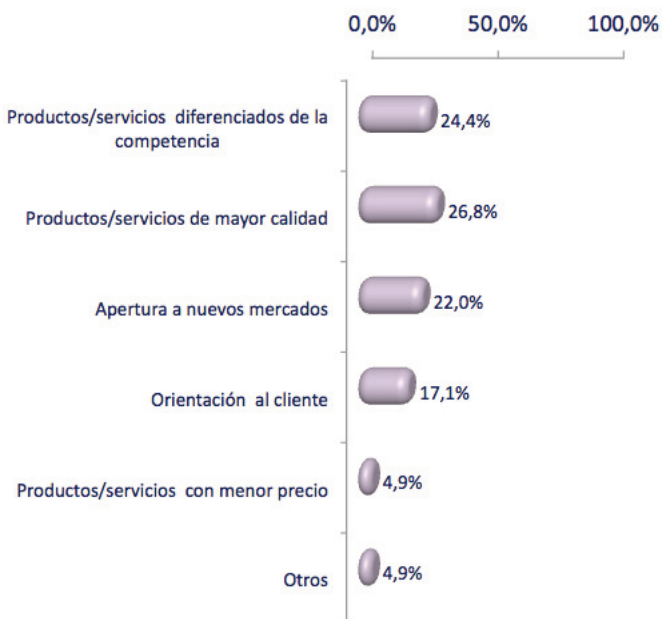


## Motivos de Crecimiento



# País Vasco

## Estrategias de Crecimiento



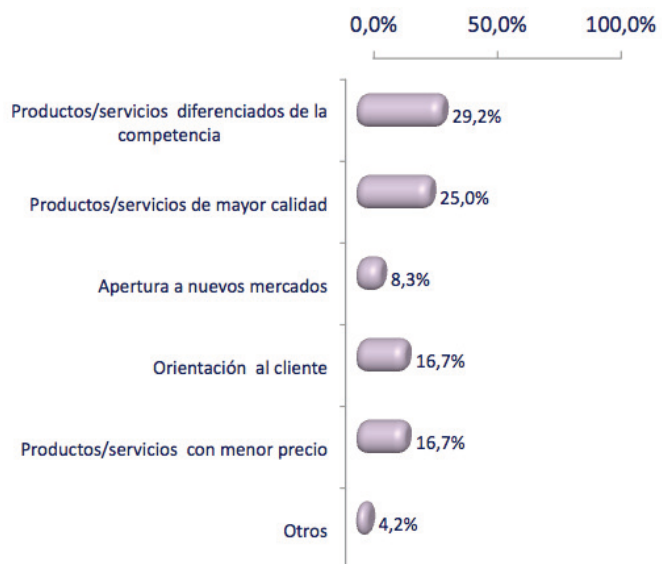
## Motivos de Crecimiento





# Valencia

## Estrategias de Crecimiento



## Motivos de Crecimiento



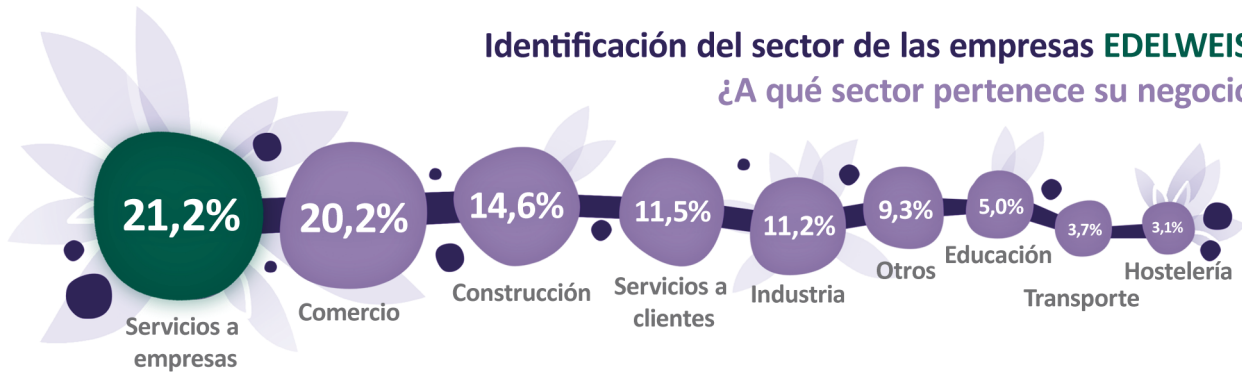


## Anexo II

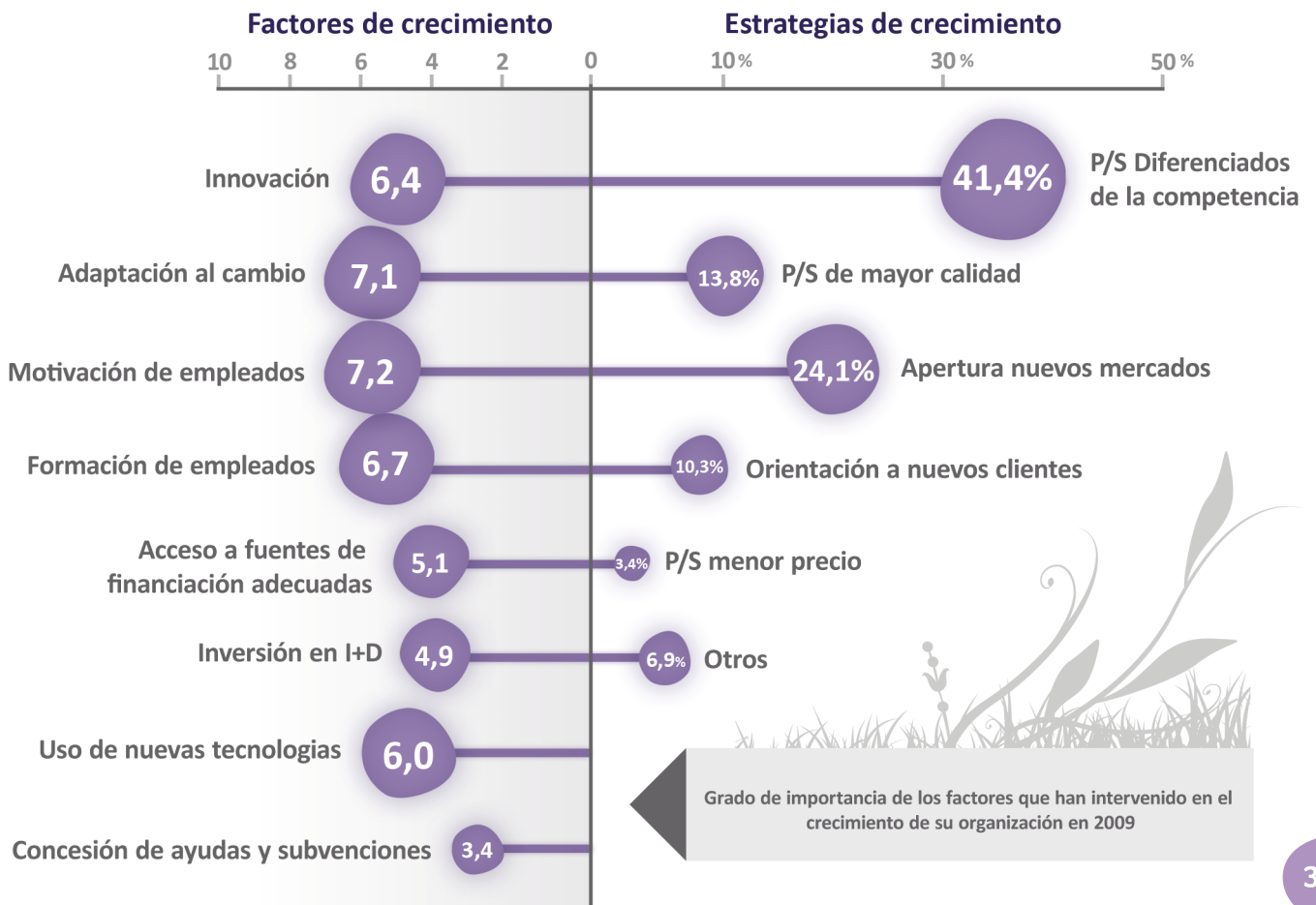
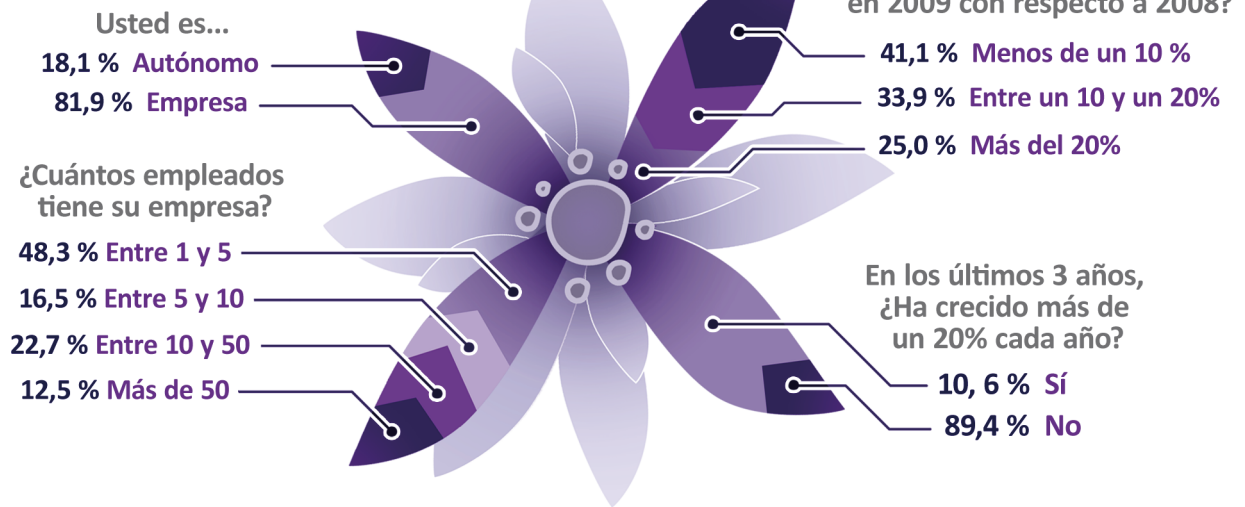
### Infografías con los principales resultados del Estudio

# Las empresas EDELWEISS

## Identificación del sector de las empresas EDELWEISS ¿A qué sector pertenece su negocio?



## Rasgos de las empresas EDELWEISS



# Las empresas **EDELWEISS** y la tecnología

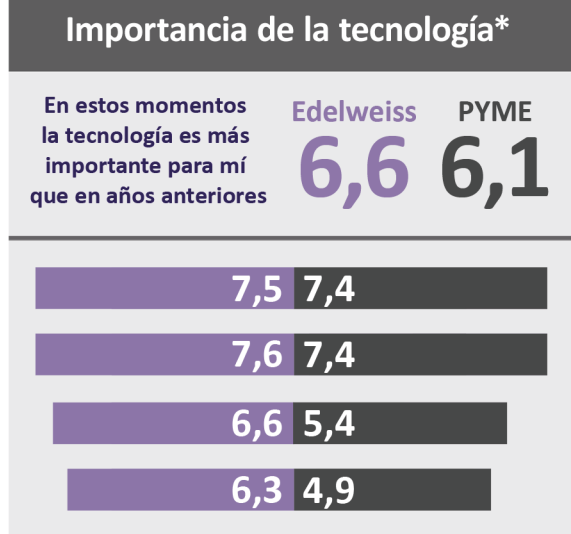
## Beneficio del uso de la tecnología\*

Disponer de información fiable y a tiempo para tomar decisiones

Ahorro de tiempo y dinero en la ejecución de mis actividades

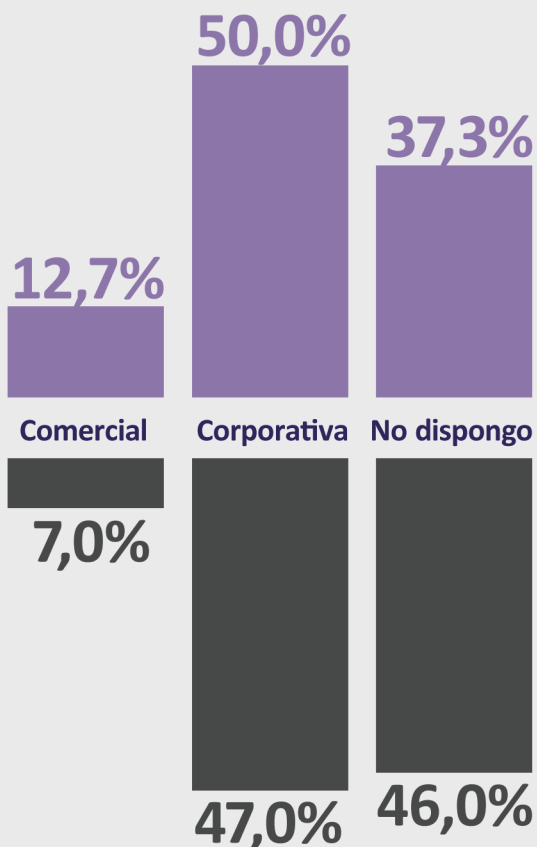
Mejora de mis relaciones con mis clientes actuales

Captación de clientes y mejora de mi negocio



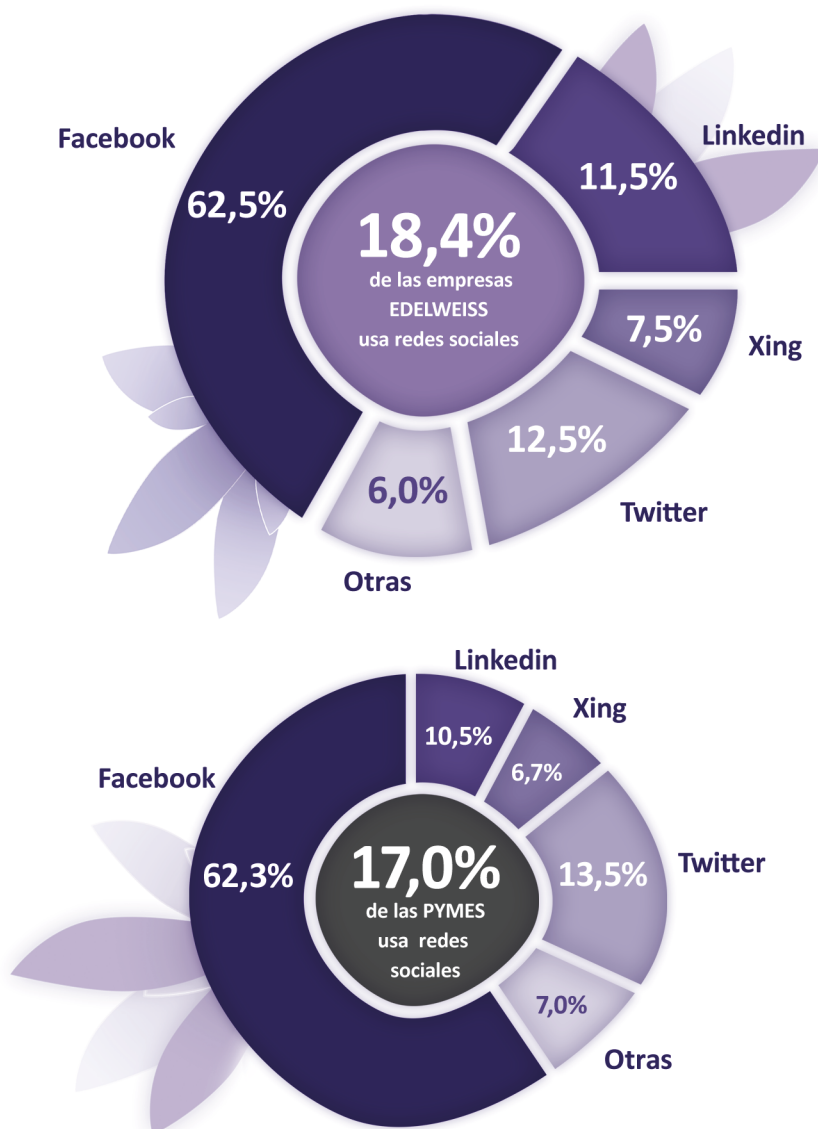
\*sobre 10

## ¿Qué tipo de web tiene su empresa?



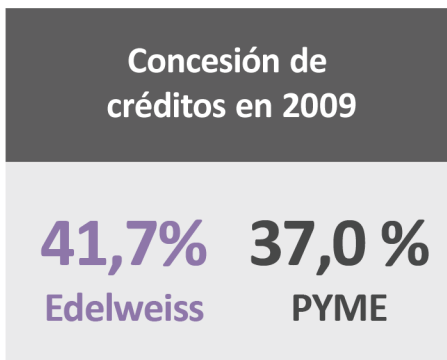
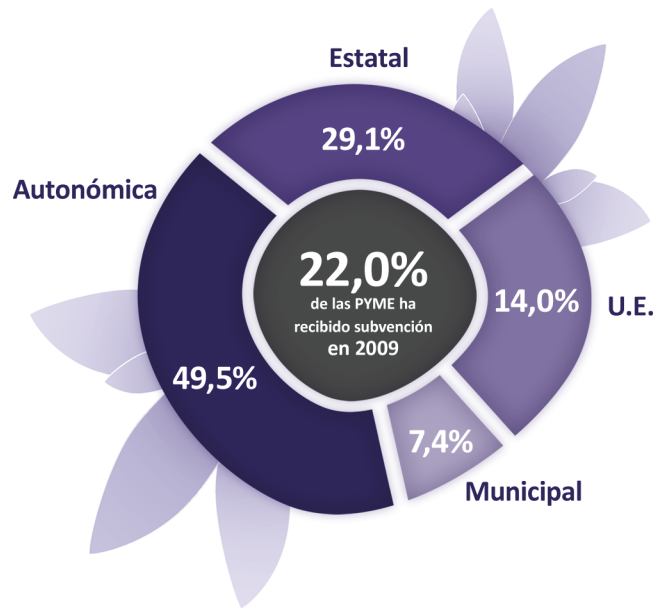
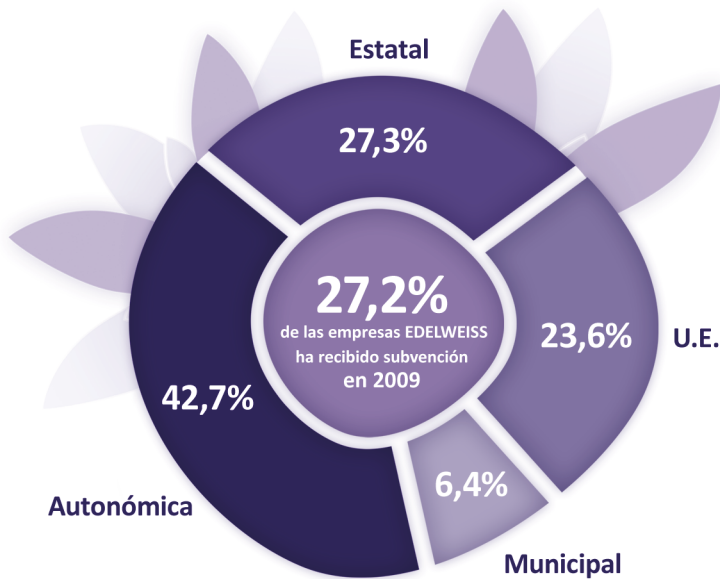
empresa Edelweiss ● PYME general ●

## ¿Hace uso de las redes sociales?

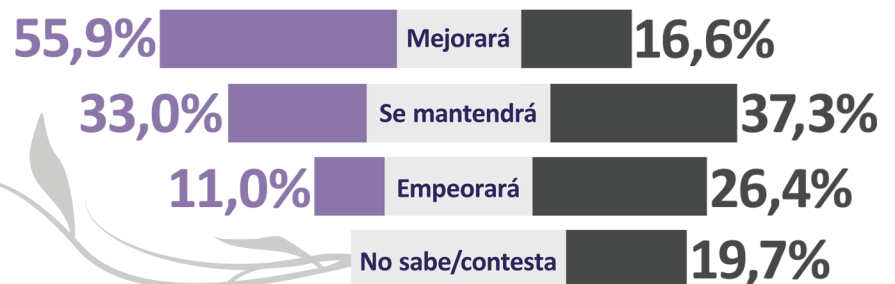


# Las empresas EDELWEISS frente a las subvenciones, facturación e inversiones

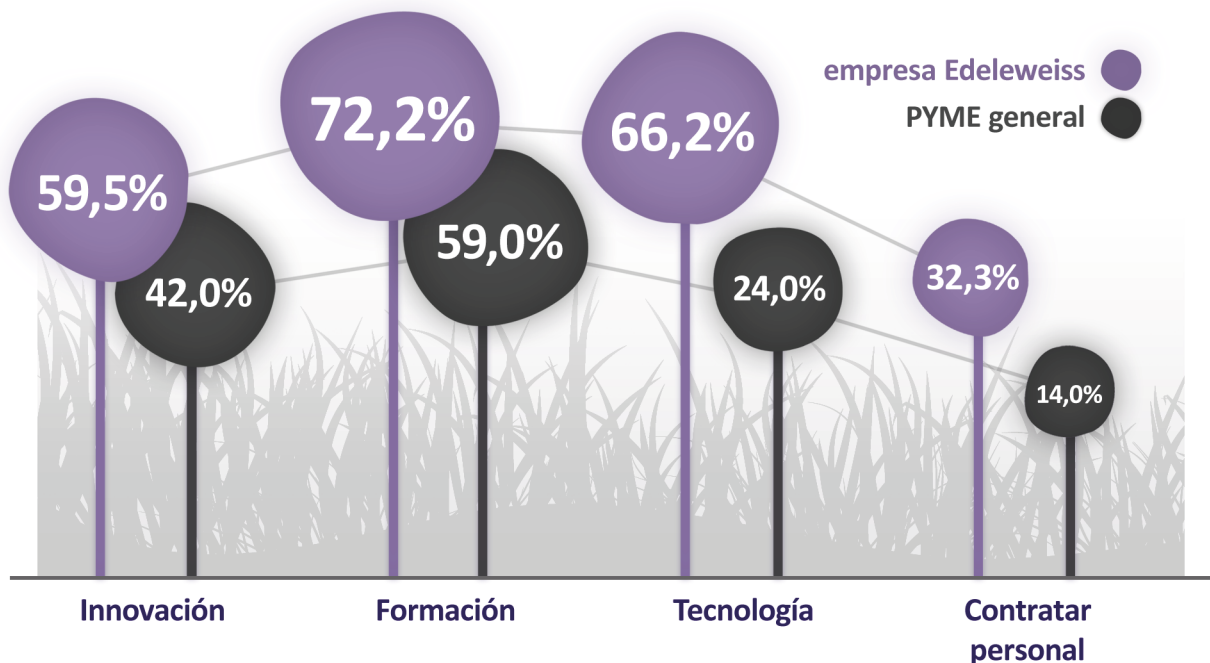
¿Ha recibido alguna subvención en el año 2009?



¿Cómo cree que evolucionará su facturación en 2010?



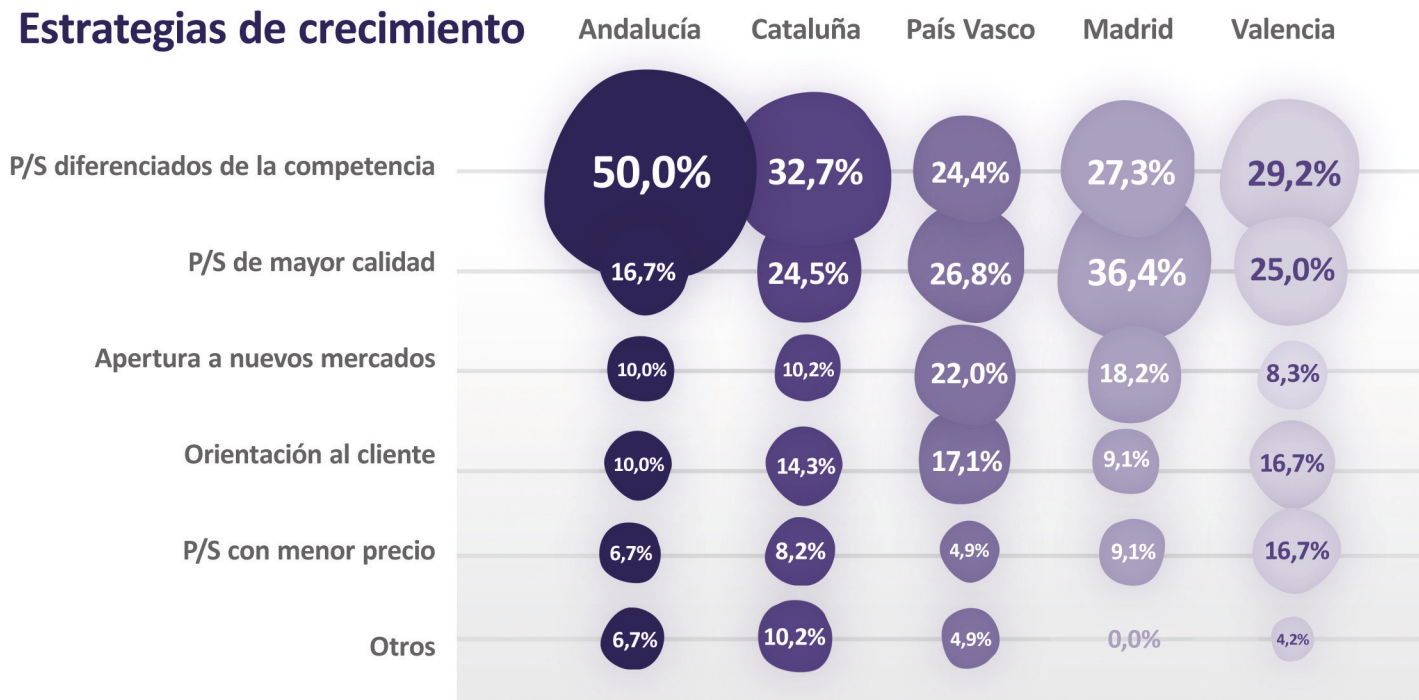
Considera que 2010 es un buen año para invertir en...



# Las empresas EDELWEISS

estrategias y factores de crecimiento por comunidad autónoma

## Estrategias de crecimiento



## Factores de crecimiento\*



\*sobre 10





Pasión por el software

Sage España  
Labastida 10-12  
28034 Madrid  
[www.sage.es](http://www.sage.es)

