



**Situación actual de la Pyme
española en el mundo digital**



1

Objetivo y Metodología

2

Principales Conclusiones

3

Informe de Resultados



Objetivo y Metodología

Websa100, empresa especializada en marketing online para Pymes, ha realizado un estudio en profundidad para conocer cuál es la situación actual de la Pyme española en el mundo digital.

Para dar respuesta a dicho objetivo hemos analizado las siguientes áreas:



Página web corporativa



Venta por Internet



Redes Sociales



Posicionamiento en buscadores



Marketing Online



Formación digital

PROPIEDAD INTELECTUAL
Este documento es gratuito y se puede reproducir, difundir, compartir, pero no modificar, alterar o editar.
Puede citar datos de este documento pero la fuente debe indicarse con claridad.

Ante “el baile de números” que tenemos todos los días en los medios sobre las Pymes españolas y su realidad online, en Websa100 nos propusimos realizar un estudio de mercado riguroso, siguiendo todos los pasos que conlleva una investigación cuantitativa, para conseguir datos fiables.

La metodología que se ha seguido ha sido:

- Estudio de carácter cuantitativo
- Entrevistas web (CAWI)
- 27 preguntas; 23 de ellas son preguntas cerradas o de escala y el resto precodificadas con la opción “otros”. Duración aproximada 10 minutos.
- Fechas de campo: Del 24 de mayo al 7 junio del 2013

UNIVERSO

Pymes españolas: 3.199.612

(Fuente: Directorio Central de empresas INE 2012)

700 Pymes españolas (De 1 a 199 asalariados)

Error muestral +/- 3,7% (con un nivel de confianza del 95.5% considerando el máximo nivel de incertidumbre $p=q=0.5$)

MUESTRA



Principales Conclusiones

¿Cuál es la situación actual de las Pymes españolas dentro del mundo online? Ésta fue la pregunta que nos propusimos responder cuando iniciamos el estudio.



Un elevado número de Pymes españolas están muy presentes en el mundo online:

 Un 79% dispone de página web

 Tres de cada cuatro están en redes sociales

 Y un 66% cuenta con página web y esta presente en redes sociales.



Esta incorporación al mundo digital ha sido para muchas de estas Pymes un hecho reciente; de hecho disponen de página web desde:

 “Menos de un año” un 30% de Pymes

 “Entre uno y cuatro años” un 36% de Pymes

Las Pymes reconocen los innegables beneficios que supone para ellas estar en el mundo online: estar bien posicionado en Google aumenta las ventas, y tener una tienda online puede suponer un incremento de negocio.

-  Un 67% de encuestados está de acuerdo con la afirmación “estar bien posicionado en Google le ha servido a su empresa para vender más”.
-  Cada vez más pequeños empresarios llevan a cabo estrategias de posicionamiento en buscadores en sus negocios. La estrategia más utilizada es el SEO (posicionamiento orgánico).
 -  La mitad de las Pymes encuestadas hacen tareas de SEO
 -  Un 11% hace sólo SEM
 -  Y un 34% de ellas combina SEO y SEM.
-  La falta de recursos económicos es el principal freno que manifiestan las Pymes para no realizar estrategias de posicionamiento en buscadores
-  De las Pymes que cuentan con e-commerce, más de la mitad admite que desde que vende a través de internet ha visto incrementar sus ventas: un 35% ha conseguido incrementos de ventas en más de un 20%.

-  La presencia de las Pymes españolas en redes sociales es muy alta: un 75% cuenta con perfiles en redes.
 -  Facebook es la red social más utilizada por las Pymes: 9 de cada 10 tienen perfil en esta red
-  El obstáculo principal que encuentra una Pyme para no estar en redes sociales es porque intuye que “requiere mucho tiempo”.
-  En relación a las acciones de marketing online que realizan las Pymes todavía hay un 36% de Pymes que no realiza ninguna acción de marketing online.
 -  El mantenimiento del blog corporativo es la acción de marketing online más empleada por las Pymes: un 35% de Pymes declara contar con un blog actualizado.



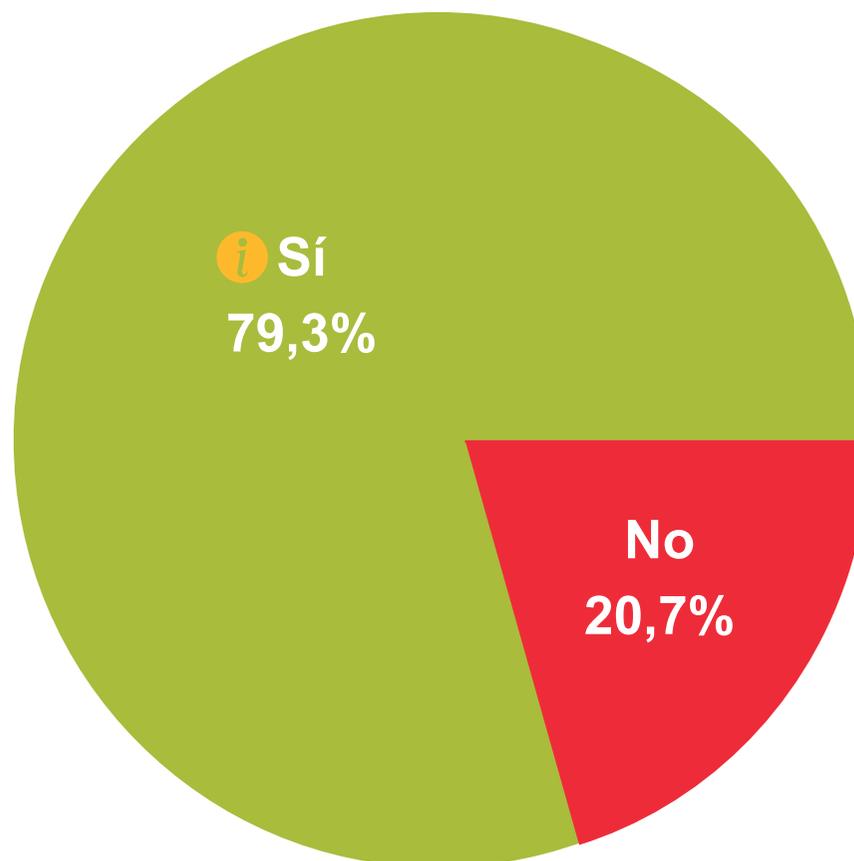
-  A pesar de la alta presencia de las Pymes españolas en el mundo online y del reconocimiento de los beneficios que da estar en la red, si analizamos en profundidad esta situación no es tan idílica, y el tejido empresarial de las Pymes españolas adolece de importantes lagunas en temas digitales. ¿Por qué?
-  Poca formación: el marketing online es “asignatura pendiente” para una mayoría importante de Pymes, ya que un 63% nunca ha ofrecido a sus trabajadores formación en temas de marketing online.
-  Elevado nivel de autogestión en temas de online: las Pymes no piden ayuda externa profesional, y ellas mismas llevan los temas digitales. Un 81% no ha contratado nunca los servicios de una agencia de marketing online externa, y la mitad de ellas no cuenta con un responsable de marketing interno.
-  Estos datos revelan que existe un margen importante para la mejora de estas empresas en el entorno online.



Informe de Resultados

¿Tiene la empresa página web?

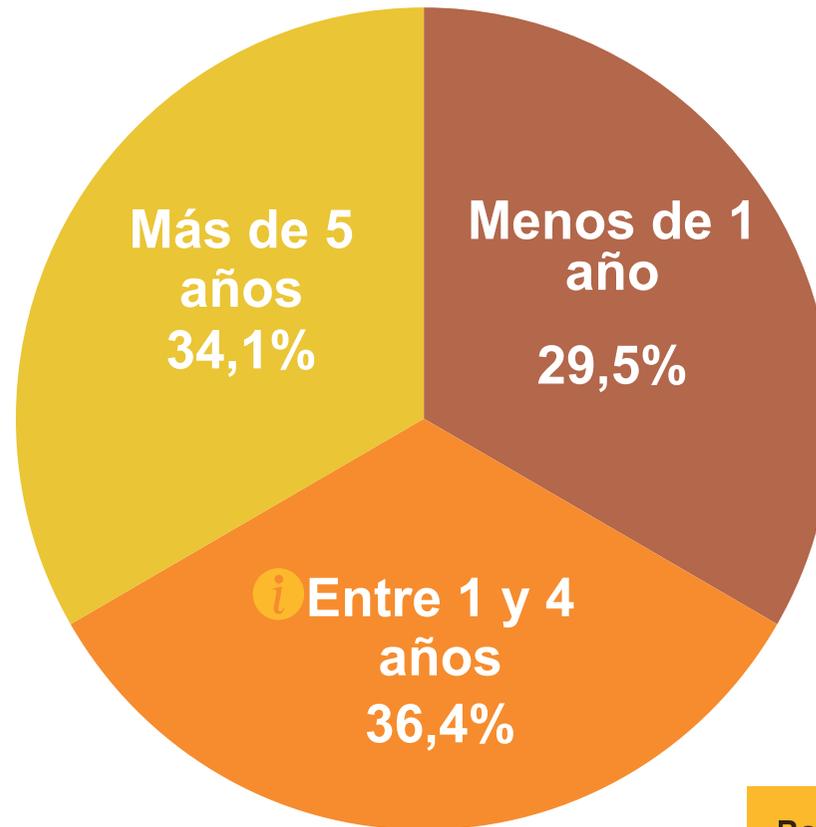
Un 79% de las Pymes encuestadas dispone de página web



Base total: 700

¿Desde cuándo disponen de página web?

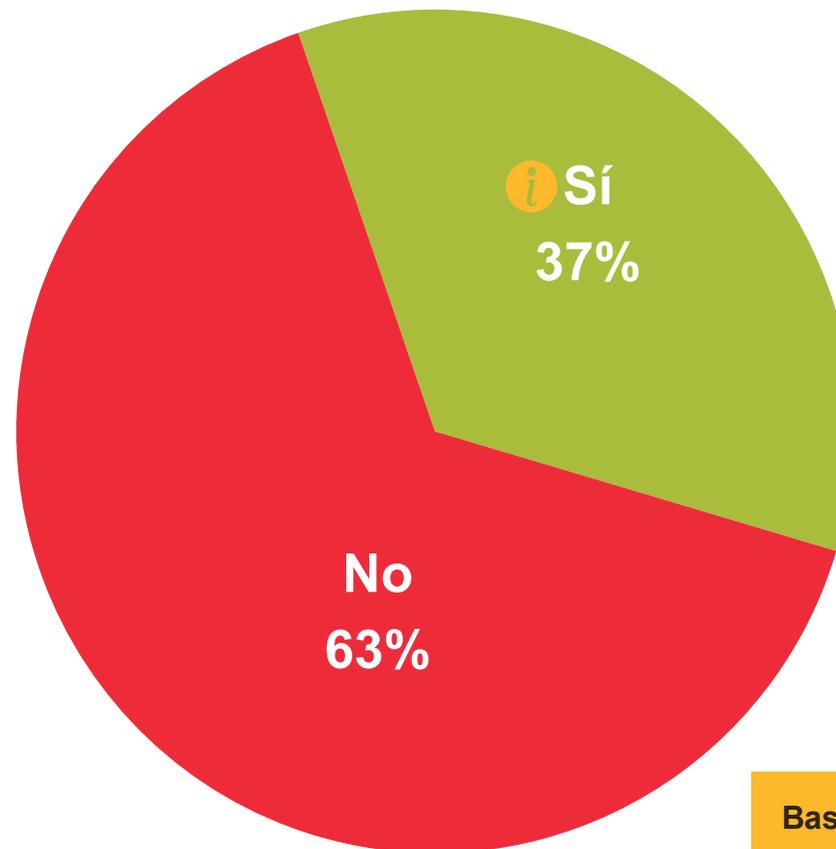
Un 36% de las Pymes encuestadas posee página web hace “de uno a cuatro años”



Base: Sí tiene página web: 555

¿Venden las Pymes españolas a través de internet?

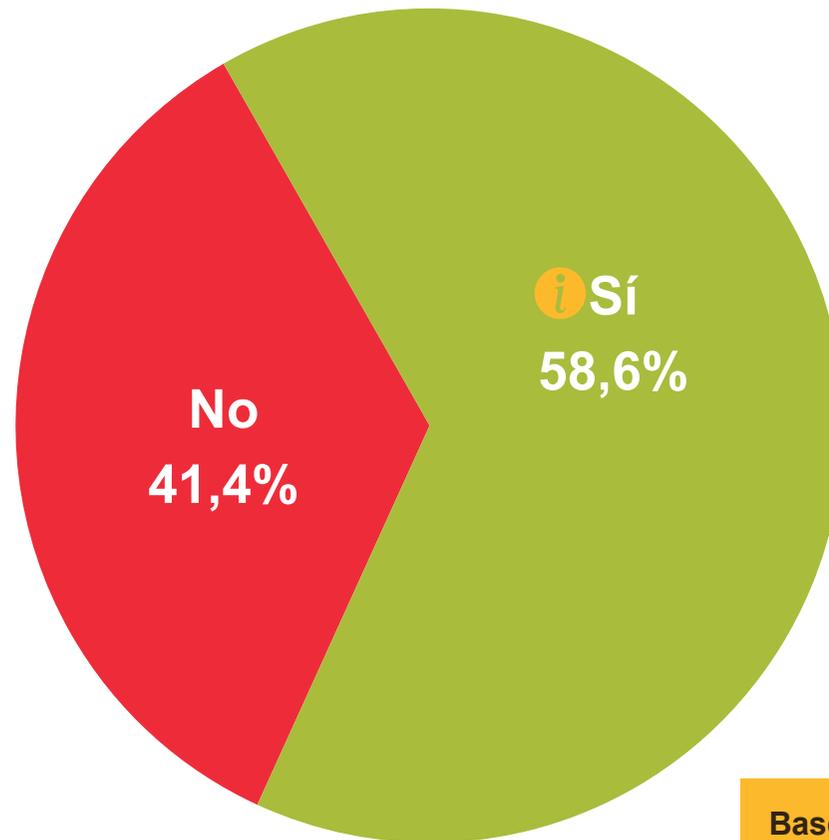

Un 37% de las Pymes encuestadas venden a través de internet



Base: Sí tiene página web: 555

 Han incrementado las ventas desde que venden por internet?

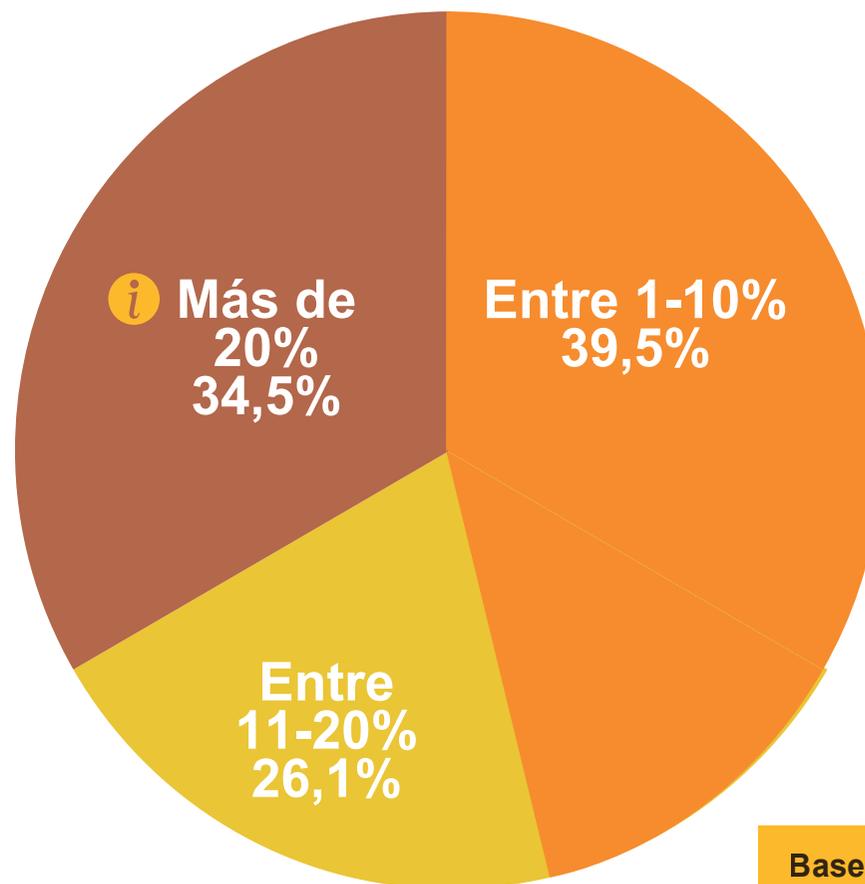
Un 59% de Pymes encuestadas han incrementado sus ventas desde que venden a través de internet



Base: Sí venden a través de internet: 203

¿ En qué porcentaje se han incrementado las ventas desde que venden a través de internet ?

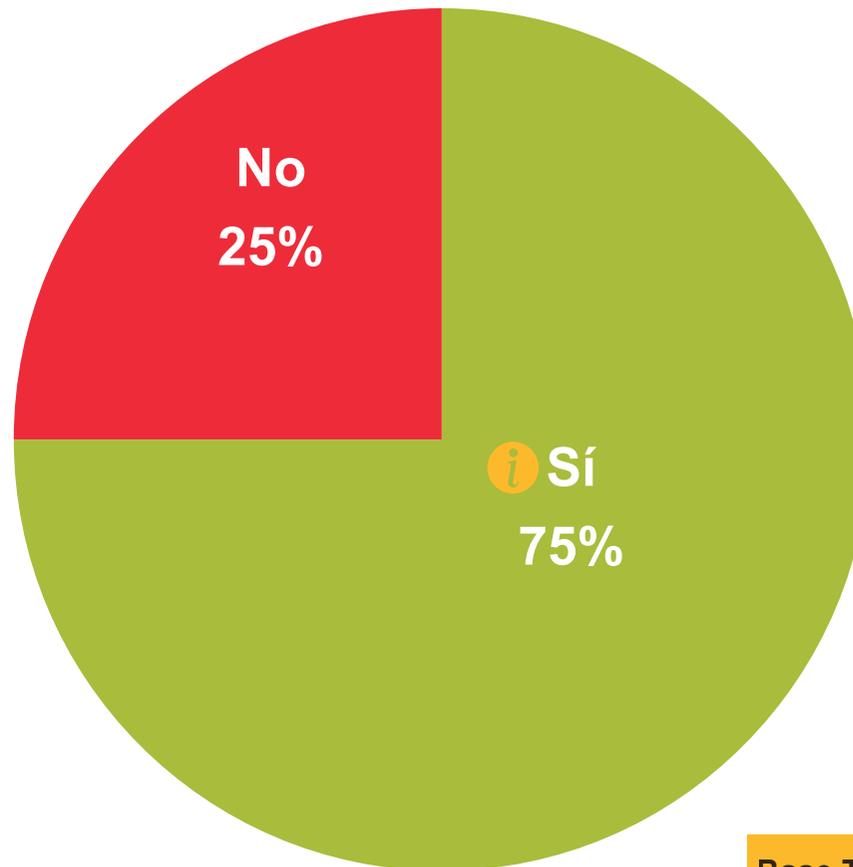
Un 35% de Pymes encuestadas han incrementado sus ventas "más de un 20%" desde que venden a través de internet



Base: Sí Incremento de las ventas: 119

¿Está presente su empresa en redes sociales?


El 75% de
las Pymes encuestadas
están en Redes
Sociales



Base Total: 700

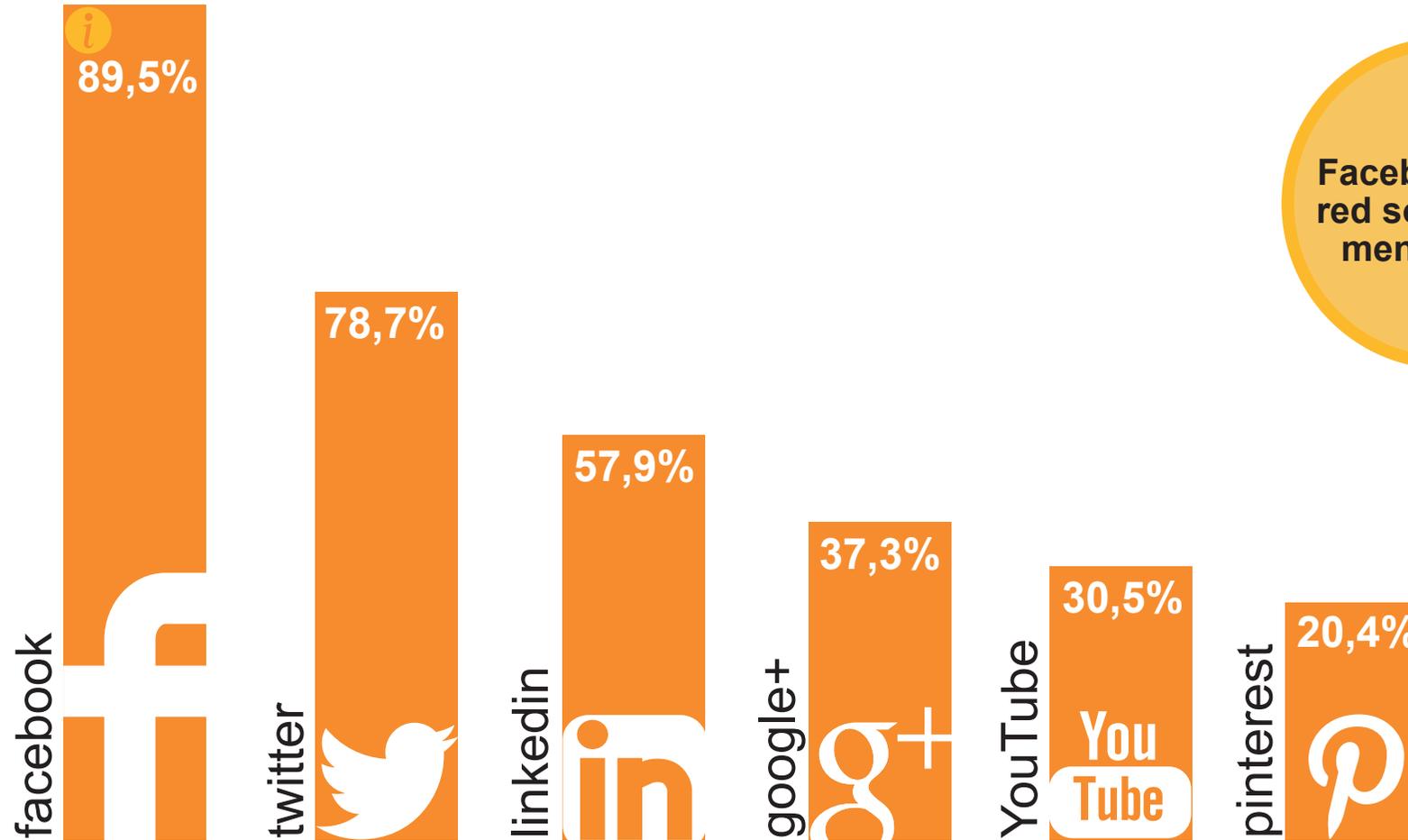
¿Por qué no está presente su empresa en redes sociales?



Base: No Está presente en Redes Sociales: 175

*Nota: No se han representado porcentajes por debajo del 4%

¿En qué Redes Sociales están presentes?

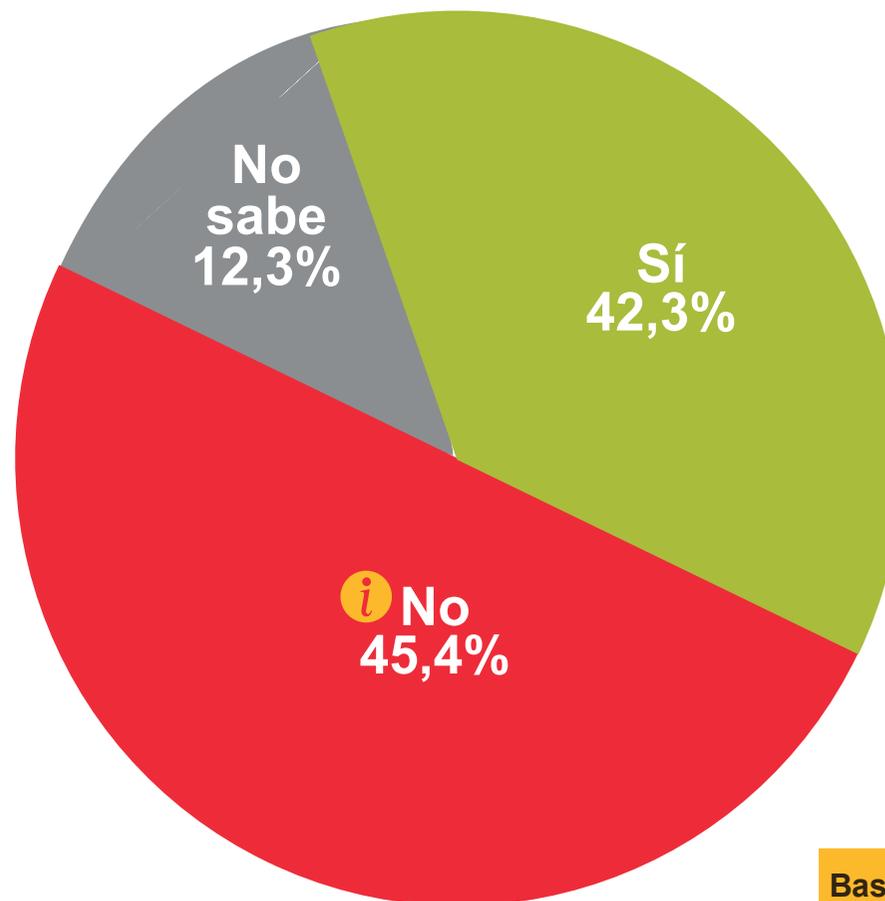


Facebook es la red social más mencionada

Base: Sí está en RRSS: 525

¿ Utilizan las Pymes alguna estrategia para posicionarse en buscadores (SEO/SEM) ?

Un 45% de Pymes no utiliza ninguna estrategia para posicionarse en buscadores



¿ Por qué motivos no realiza su empresa ninguna estrategia para posicionarse en buscadores SEO/SEM ?

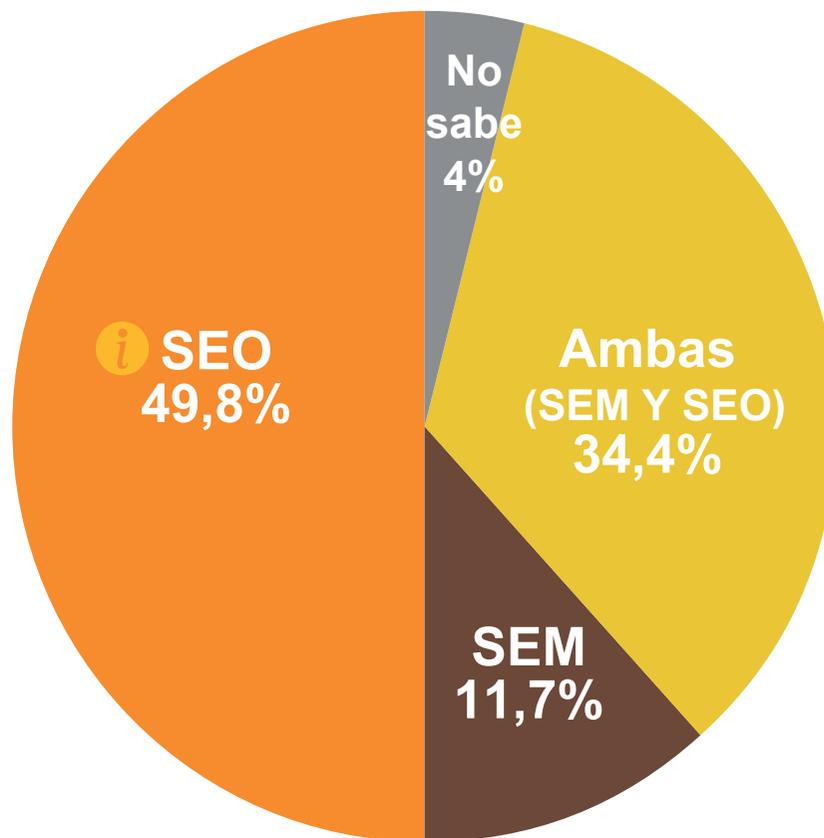


Base: No Realiza estrategia en buscadores: 318

*Nota: No se han representado porcentajes por debajo del 4%

¿Qué estrategias utilizan las Pymes para posicionarse en buscadores?

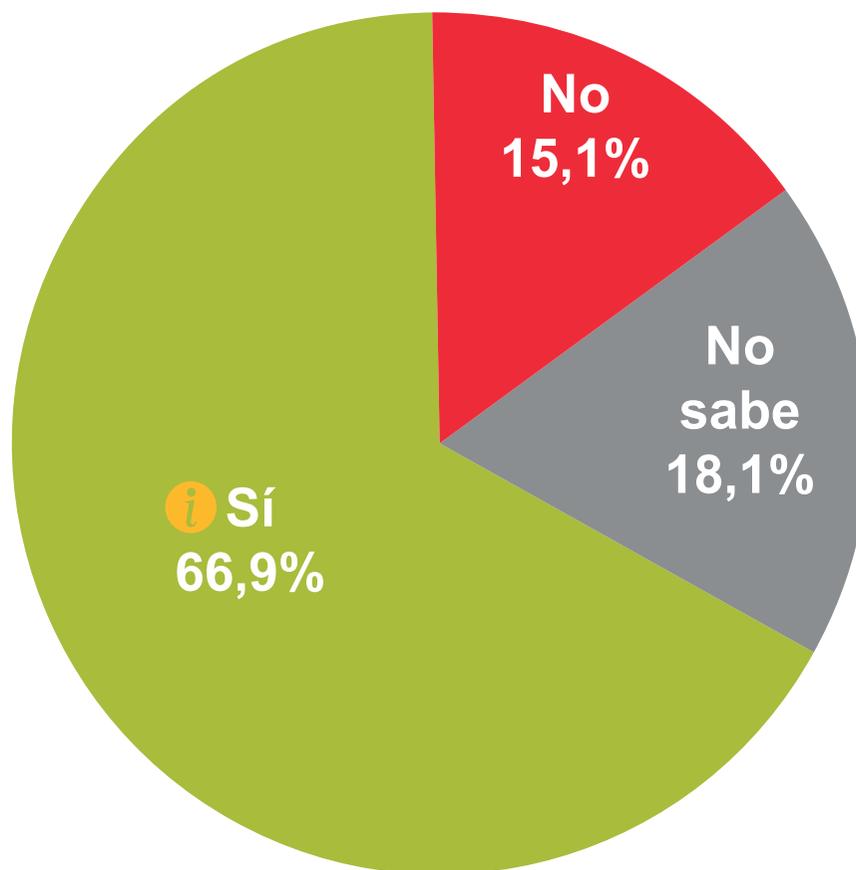
SEO es la estrategia más empleada para posicionarse en buscadores



Base: Sí utiliza alguna estrategia en buscadores: 296

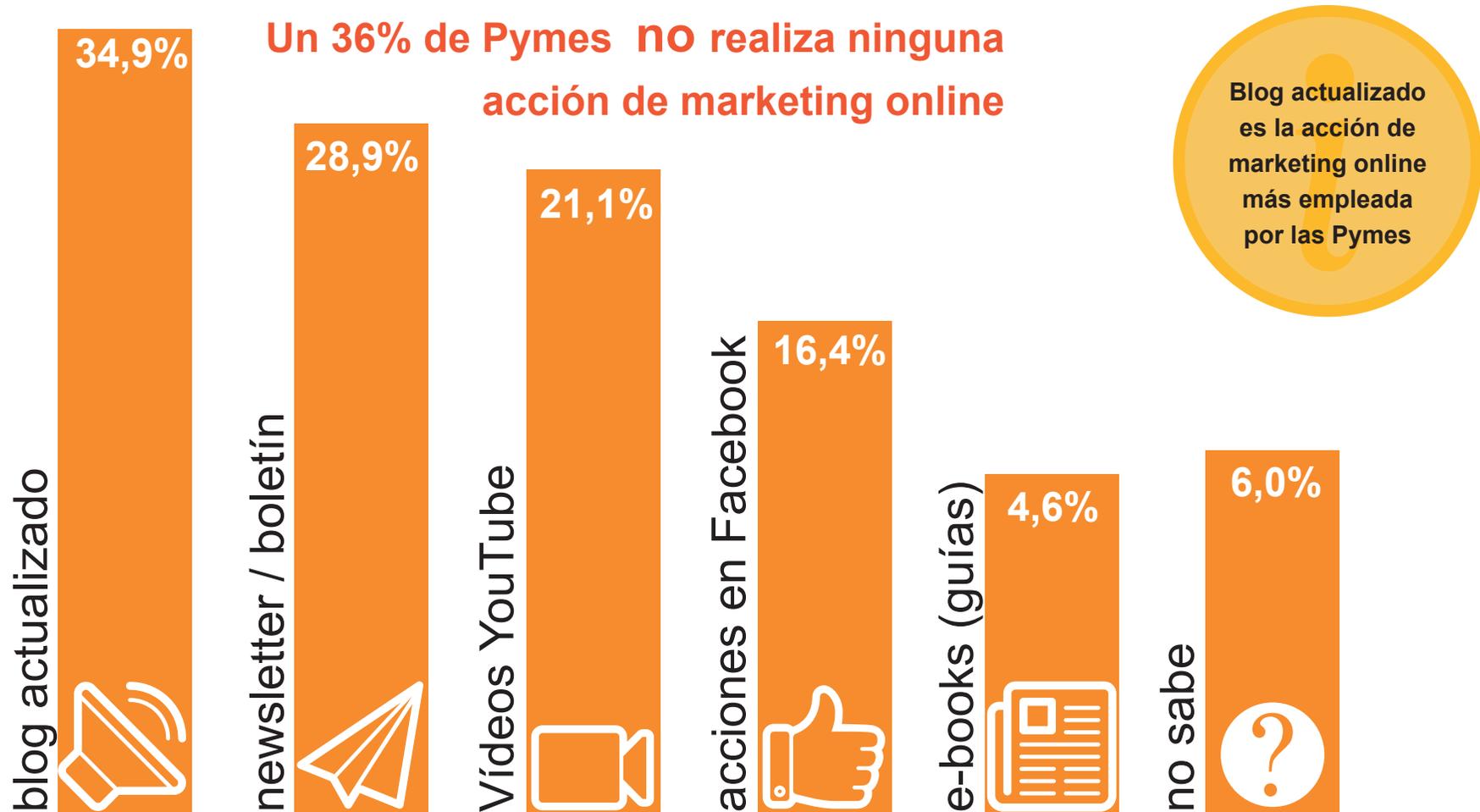
¿Estar bien posicionado en Google sirve para vender más?

Acuerdo mayoritario (67%) con que “estar bien posicionado en Google sirve para vender más”



Base: Sí utiliza alguna estrategia en buscadores: 296

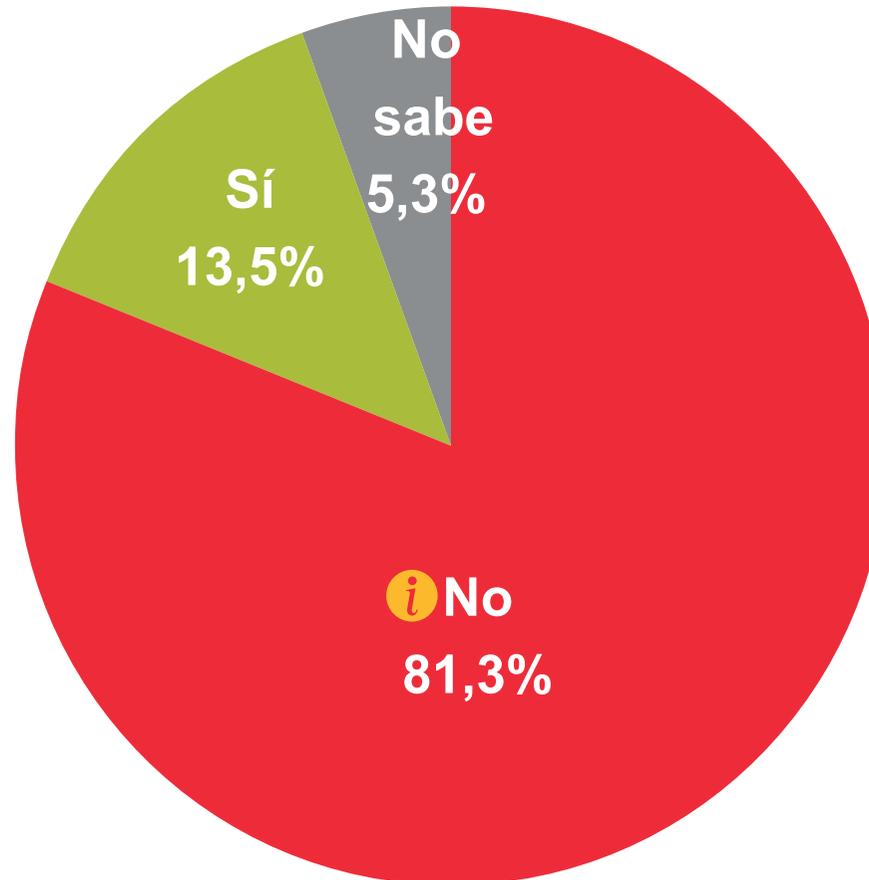
¿Realiza su empresa alguna de estas acciones de marketing online?



Base total: 700

¿Trabajan las Pymes con agencias online externas?

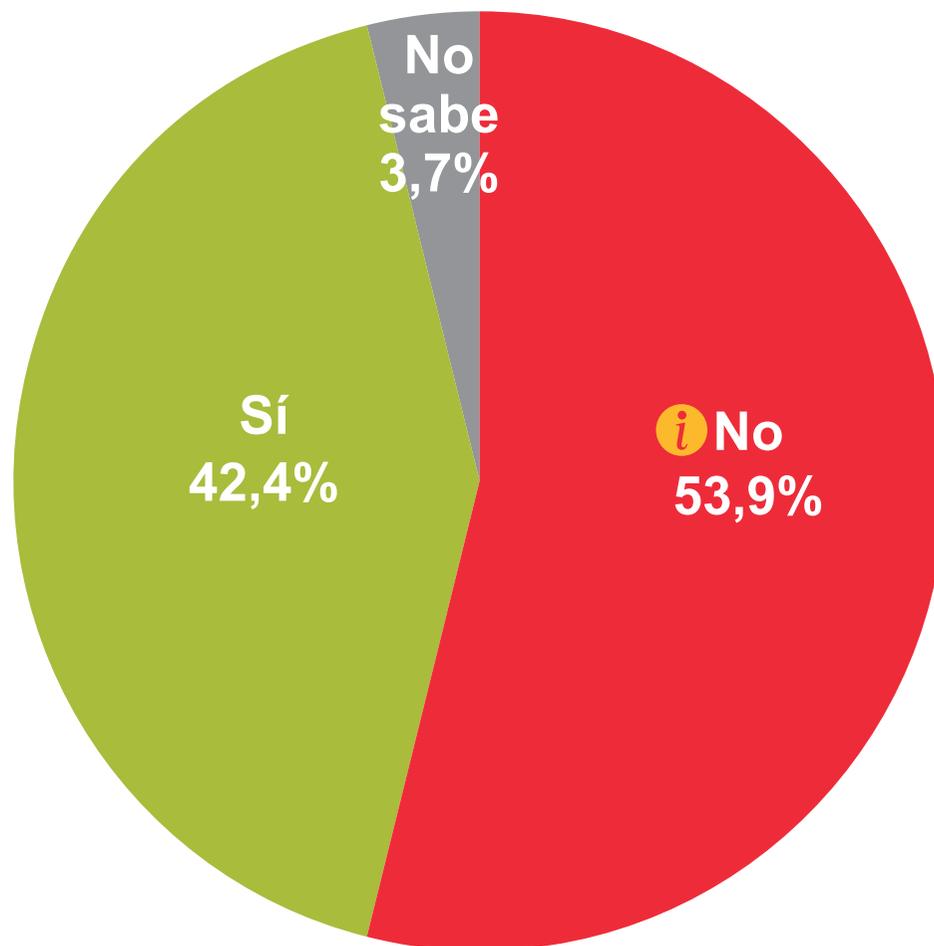
 No es usual que una Pyme trabaje con una agencia online externa



Base total: 700

¿Cuentan las Pymes con responsable interno de marketing online?

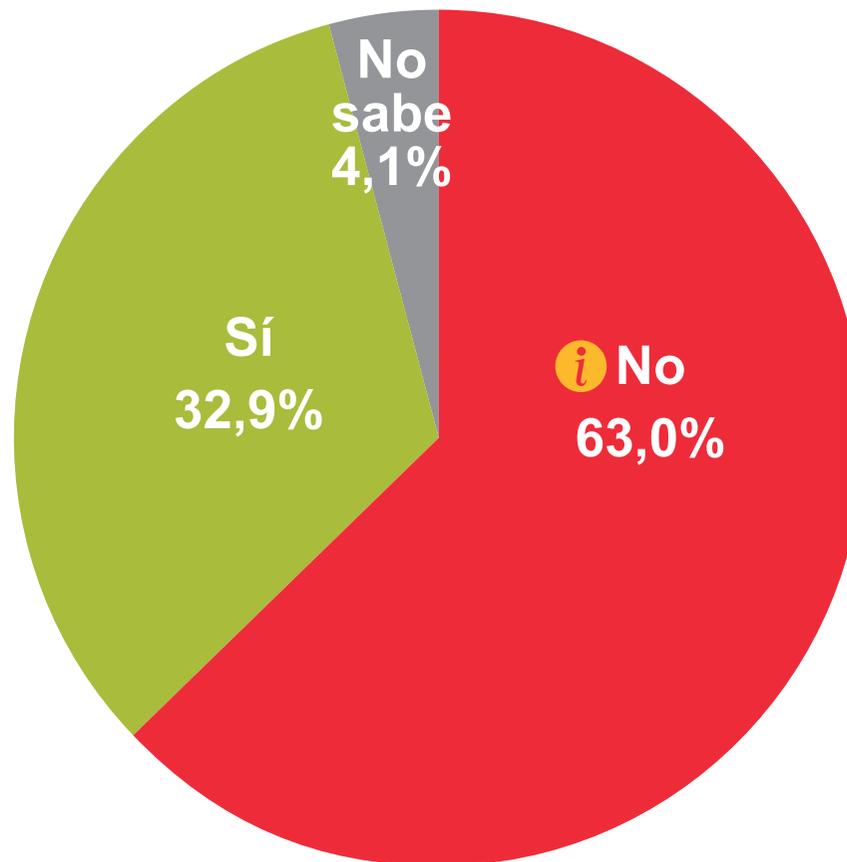
Más de la mitad de las Pymes (54%) no cuentan con responsable interno de marketing online



Base total: 700

¿Formación a los trabajadores en temas de marketing online?

Formación en temas de marketing online “asignatura pendiente” para un 63% de Pymes



Base total: 700



Más información
Ángeles Carsi Lluch
Socia/Directora general
www.websa100.com
Calle Adolfo Pérez Esquivel, 3,
oficina 23
28232 Las Rozas (Madrid)
Tel. 91.626.39.24

Sobre Websa100...

Somos una agencia de marketing online orientada a conseguir resultados y con amplia experiencia en Pymes. Asesoramos y acompañamos a nuestros clientes durante toda la vida digital de su negocio, ofreciéndoles los servicios más acordes a sus necesidades. Somos expertos en trazar estrategias online, diseño y desarrollo web, campañas de SEO y SEM, marketing de contenidos (infografías, ebooks, vídeos para Youtube) y formación digital.