

**Estudio hibu  
CENSUS 2013**

**Pymes &  
autónomos  
en internet**

**Madrid,  
noviembre  
2013**

Estudio hibu CENSUS 2013  
realizado por:

Extracción de datos realizada por:

**hibu**

**d+i** LLORENTE & CUENCA

**GfK**

1	Resumen Ejecutivo.....	2
2	Objetivos del Estudio.....	3
3	Metodología.....	4
4	Situación de la Pyme en España.....	5
5	La Pyme española e Internet.....	9
6	Nivel de Confianza y perspectivas.....	23
7	Horizonte online.....	26
	ANEXO .....	27

# 1. resumen ejecutivo

En el siguiente estudio ha sido elaborado por **hibu España** y **LLORENTE & CUENCA**, consultores de comunicación, con la colaboración en la extracción de datos realizada por **GfK Emer** Investigación de mercados..

En él se pretende analizar cuál es la situación de las Pymes y autónomos españoles respecto a Internet y las oportunidades que éste puede traer a sus negocios. El grado de adaptación de los empresarios españoles a las nuevas tecnologías se vislumbra como una gran ventaja competitiva que debe seguir explotándose.

De este estudio se desprenden tres grandes mensajes:

- **Aumenta el optimismo.** El 75% de las pymes y autónomos piensa que 2014 será mejor o igual que 2013. Solo el 20% piensa que el año que viene le irá peor que en 2013, mientras que en diciembre de 2012 este porcentaje ascendía al 60%.
- **La transición al entorno online ya está en marcha.** En 2012, solo el 33% tenía página web de su negocio, en 2013 ya cuenta con una el 48% del sector. Si se cumplen las previsiones de los empresarios españoles, el 63% contará con una web corporativa en 2014. Además, el 21% de pymes y autónomos ya tienen un negocio exclusivamente online, en este aspecto España se encuentra al mismo nivel que EEUU (21%).
- **Quedan oportunidades por explorar.** Especialmente en el terreno del comercio electrónico y las redes sociales. Solo el 7% de las las pymes y autónomos con permite el pago online. Además, solo un 2% se ha atrevido a explorar el modo en que las tablets o smartphones pueden potenciar los beneficios de su negocio.

Las pymes y autónomos españoles siguen teniendo grandes oportunidades al alcance de la mano para mejorar la competitividad de su negocio en el entorno online. La transición ya está en marcha, pero avances en cuestiones tales como la gestión online de la atención al cliente –por ejemplo en Redes Sociales–, el aumento de la clientela nacional e internacional a través de comercio electrónico o la profesionalización de las tareas de marketing y comunicación online, acompañada de una correcta medición de resultados, son algunos de los próximos pasos a analizar por parte de Pymes y autónomos.

## 2. objetivos del estudio

Con el objetivo de comprender las potenciales oportunidades a desarrollar por parte de las Pymes y autónomos en el entorno online, el **Estudio hibu Census 2013** se enfoca en 3 líneas de trabajo principales.

- Definición del papel económico de la Pyme en España. Es necesario contextualizar cuál es la situación de estas empresas: peso en el PIB del país, cuál es su masa laboral, qué importancia tienen por CCAA y por sector económico.
- Determinar cuál es el nivel de confianza de los pequeños y medianos empresarios sobre la situación a corto plazo (dentro de 1 año) y a lo largo (dentro de 3-5 años).
- Analizar en qué punto se encuentra la transición de la pyme al entorno online (equipamiento tecnológico, acceso a internet, creación de página web, servicios online que ofrecen, integración de comercio electrónico, participación en Redes Sociales, inversión publicitaria, etc).

# 3. metodología

- **Universo:** Responsables de la contratación de publicidad en PYMES Y AUTÓNOMOS de España (empresas 0 a 250 empleados)
- **Tamaño Muestral:** 1.700 entrevistados en España
- **Diseño de muestra:** Muestreo polietápico estratificado, en una primera etapa se realiza una afijación de los datos de tamaño de la empresa, sector de actividad y localización geográfica. En una segunda etapa y última se realiza una aleatorización simple dentro de las empresas.
- **Error muestral:** España: +2,38% (n=1.700)
- **Tipo de entrevista:** Entrevistas telefónicas asistidas por ordenador (CATI) con cuestionario semiestructurado.
- **Duración de la entrevista:** 20 minutos.
- **Trabajo de campo:** España del 05-07-2013 al 31-07-2013

## 4. situación de la Pyme en España

### tamaño y número de empleados

- Las pymes y autónomos emplean a casi 8 millones de trabajadores en España.
- El 95,4% de las empresas del país cuenta con menos de 8 empleados.

Las pymes y autónomos representan el 99.8% del tejido productivo en España y dan empleo a 8,08 millones de personas (el 72% de los empleados del país). **Constituyen por tanto el motor de la economía española** y se dividen de la siguiente manera por tamaño y representación de empleados:

- Micropymes y Autónomos (0-9 empleados) representan el 95,4% de las empresas en España y aglutinan al 26,3% de los empleados de España.
- Las pequeñas empresas (10-49 empleados) representan un 3,8% del total y emplean a un 23,9% de los trabajadores.
- Las medianas empresas (50-199 empleados) tienen un peso del 0,2% del total, ofreciendo empleo al 21,9% de los empleados..

Puntualizamos que estos datos estadísticos sobre la masa laboral no incluyen a miembros de la empresa que no sean empleados –ni a socios, ni a propietarios, ni a autónomos– por lo que si se tuvieran en cuenta, el peso de las micropymes y autónomos se incrementaría notablemente.

## 4. situación de la Pyme en España

### representación por Comunidad Autónoma y sector de actividad

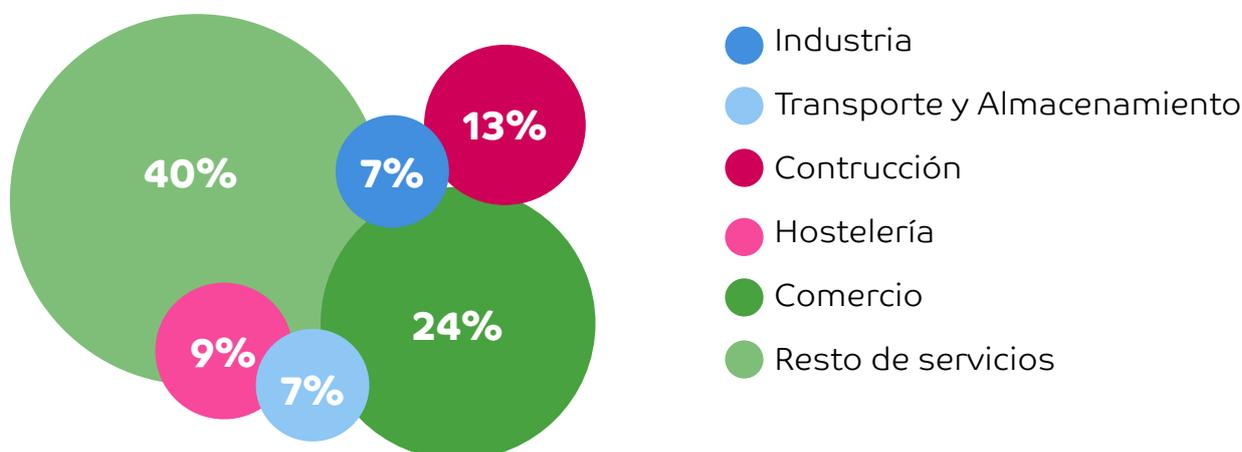
- Cataluña es la CCAA con mayor número de pymes y autónomos, seguida por Madrid y Andalucía.
- Los sectores mayoritarios de actividad entre pymes y autónomos en España son el sector servicios y el de comercio.

En el mapa de las Pymes y autónomos español, las Comunidades Autónomas con mayor representación de estos grupos son, por orden, Cataluña, Madrid y Andalucía. En estas 3 CCAA se concentran más de la mitad de las empresas en España (59,9%), de las 3,2 millones que existen.



- >300.000 empresas
- >100.000 empresas
- >60.000 empresas
- <60.000 empresas

Por sectores de actividad, el **Sector Servicios\***, excluido el Comercio, es el que concentra mayor número de empresas, **representando el 40% del total**. El peso del Comercio también es significativo, con el 24,3% del total. Las empresas del sector Construcción representan el 13,5% del total y las de la Industria el 6,6%.



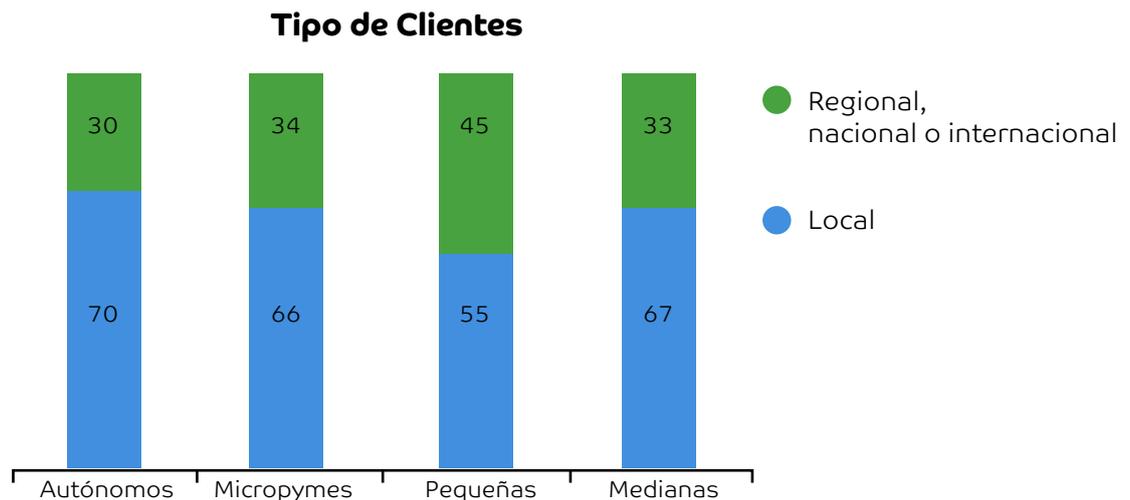
\*El Sector Servicios incluye todas las empresas dedicadas a hostelería, transporte y almacenamiento, información y comunicaciones, actividades financieras y de seguros, actividades inmobiliarias, profesionales, científicas y técnicas, actividades administrativas y de servicios auxiliares, educativas, sanitarias y de asistencia social y otro tipo de actividades sociales, incluidos los servicios personales

## 4. situación de la Pyme en España

### tipo de clientela por tipo de pyme y sector

- El 62% de las pequeñas empresas y autónomos dedican sus ventas a particulares, mientras que el 81% de las ventas de medianas empresas proceden de ventas B2B.
- El 69% de las ventas de pymes y autónomos procede de clientes fidelizados.

Un **68%** de los clientes de las pymes y autónomos son **clientes locales** próximos a su negocio. Destacan los autónomos (70%) con un mayor número de clientes locales, que el resto de los segmentos.



En cuantos a Sectores, son los sectores de Comercio (77%), Servicios de Reparaciones (78%) y Educación y Sanidad (82%) los que destacan de forma significativa con la media, teniendo un mayor número de clientes locales.

**El 62% de las pymes y autónomos dedican sus ventas a Particulares**, siendo los autónomos los que tiene un porcentaje más elevado. Las empresas medianas (con un número de empleados comprendido entre 50 y 250 empleados) sólo dedican un 19% de sus ventas a particulares, el resto está destinado a ventas B2B.

**El 69% del volumen de facturación de las Pymes y autónomos procede de clientes que repiten** en sus compras, sólo el 31% proceden de clientes nuevos. No se dan diferencias según el número de empleados, pero sí en cuánto a los sectores, ya que las Pymes y autónomos dedicadas a Inmobiliarias, Alquileres y Servicios Auxiliares, facturan un 79% de sus ventas a clientes habituales, a este sector se suma el de Comercio con un 75% de ventas a clientes que repiten.

## 4. situación de la Pyme en España

### antigüedad y ubicación

- La antigüedad media de pymes y autónomos españoles es de 15 años.
- El 54% desarrolla su negocio en una tienda y un 24% desde oficinas. El 21% de las pymes y autónomos trabaja desde su hogar o tiene un negocio móvil.

La media de la edad de la Pymes y autónomos españolas es de 15 años. Las pequeñas y medianas empresas tienen una mayor **antigüedad**, siendo su creación hace 20 y 28 años respectivamente.

Tienen una media de **1,5 locales en el país de ubicación**, habiendo una gran diferencia por el tamaño de empresa, las pequeñas y medianas tienen una media de locales distribuidos a nivel nacional de 6 y 8 respectivamente, frente a los autónomos y microempresas con solo 1,2 y 1,4 locales de media.

El **54%** de las Pymes y autónomos tiene ubicado su negocio en una **Tienda**, un 24% en oficinas. El 21% trabaja desde su hogar y/o un negocio móvil.

## 5. la pyme española e internet

### equipamiento tecnológico

- La Rioja es la CCAA con mayor penetración de acceso a internet en el negocio y mayor uso de smartphones y tablets por parte de pymes y autónomos.
- Un tercio de las pymes y autónomos del país tiene una Tablet como equipamiento de su negocio.

Los dispositivos tecnológicos más habituales en los negocios de las pymes y autónomos son 3: ordenador, smartphone y tablet. Un **94% de las Pymes y autónomos españolas tiene algún tipo de equipamiento tecnológico** para uso en su negocio.

#### Ordenadores

Un **87%** de las Pymes y autónomos españoles tiene **ordenador** en su negocio. El uso del ordenador en Pequeñas y Medianas empresas es casi absoluto, mientras que en las Micropymes y autónomos el 93% tienen ordenador, en los Autónomos sólo se obtienen un 82% de penetración de este equipamiento.

Destaca un menor porcentaje de Pymes y autónomos dedicados al Sector Comercio (77%) y Transporte/Almacenamiento (67%) empleando ordenador en su negocio. Por localización, La Rioja (71%), Extremadura (75%), Castilla y León (76%) y Navarra (76%) son las CCAA con menos porcentaje de Pymes y autónomos con un ordenador en el lugar de trabajo.

#### Teléfono móvil/smartphone

El **teléfono móvil/Smartphone** es el otro gran equipamiento TIC en las empresas. La penetración media nacional en pymes y autónomos alcanza el **83%**. De la misma manera que ocurría con el caso de los ordenadores, cuánto más grande es la empresa mayor proporción tienen teléfono móvil/Smartphone usado para su negocio. Los sectores que superan la media son aquellos que van asociados a la movilidad en el trabajo como es Construcción (92%), Servicios empresariales (92%) e Información y Comunicaciones.

La penetración de Smartphones entre los pequeños empresarios es más alta en La Rioja (100%), Aragón (94%) y en Murcia (92%).

## 5. la pyme española e internet

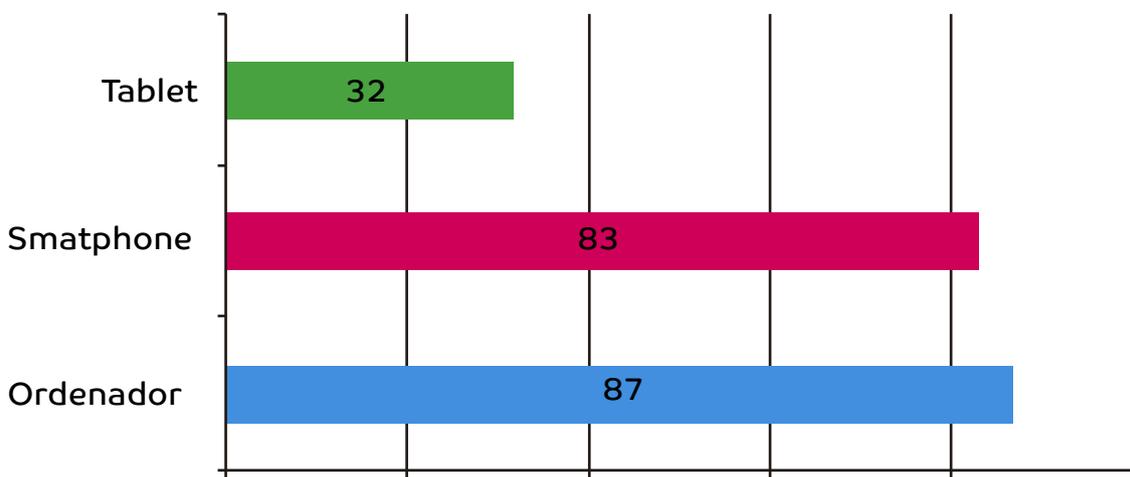
### equipamiento tecnológico

#### Tablet

Un **32%** de las Pymes y autónomos tienen **Tablet**, como equipamiento de su negocio. Se vuelve a cumplir la regla según el tamaño de la Pyme: cuanto más grande es la empresa, mayor penetración. En cuanto a sectores, aquí destacan con un mayor porcentaje de Tablet las Pymes y autónomos dedicadas a Información y Comunicaciones (54%), Sector financiero (59%) y Servicios empresariales (44%).

La Rioja (55%), Canarias (48%) y Aragón (44%) son las CCAA en las mayor porcentaje de pymes y autónomos que utilizan Tablet como equipamiento.

#### Equipamiento Tecnológico



## 5. la pyme española e internet

### acceso y uso de internet

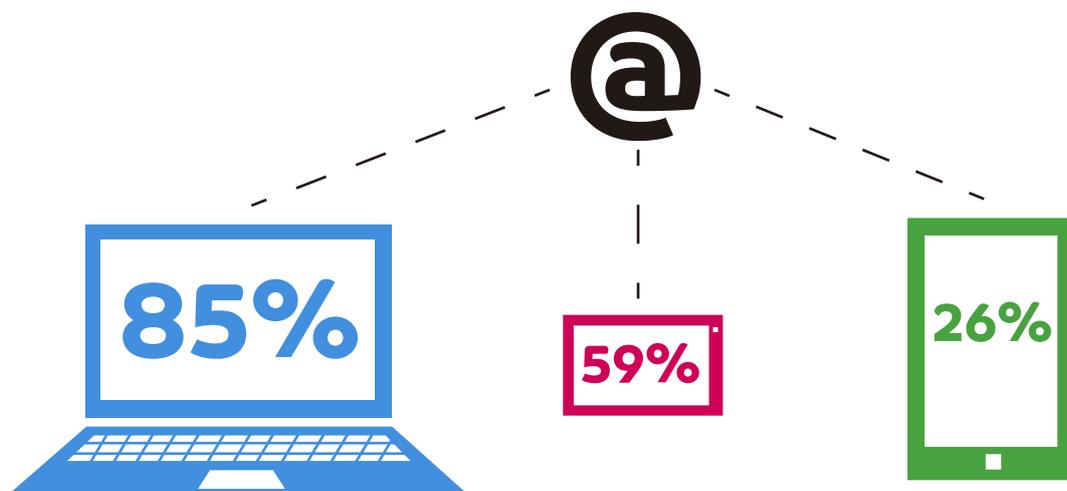
Un **93%** de las Pymes y autónomos **acceden a Internet en su empresa**. En cuatro sectores se sitúa el 100% acceden a internet (Información y Comunicaciones, Sector Financiero, Inmobiliarias, Alquileres y Servicios Auxiliares y Servicios empresariales).

Por CCAA, la penetración de internet es más alta en: La Rioja (100 %), Cantabria (99 %), Cataluña (97%), Canarias (97%), Madrid (96%), Castilla la Mancha (96%), Murcia (93%).

Utilizan de media dos equipamientos para acceder a internet en su empresa. **El 85% lo hace desde el ordenador**, un **59% desde Smartphone** y un **26% desde Tablet**.

**En La Rioja, Cantabria, Cataluña, Canarias, Madrid, CLM y Murcia la penetración de internet entre las Pymes y autónomos supera el 90%**

#### Acceso a Internet



## 5. la pyme española e internet

### web corporativa

- El número de pymes y autónomos con web corporativa prácticamente se dobla en sólo dos años.
- España cuenta con el mismo porcentaje que EEUU e Inglaterra de pymes y autónomos con negocio exclusivamente online.
- El 51% de los que tienen tienda online vende fuera de España a través de Internet.

**Casi la mitad de las Pymes y autónomos tiene página web de su negocio. El año pasado solo tenían el 33%**

#### **PENETRACIÓN MEDIA ACTUAL**

El **48%** de las Pymes y autónomos españoles **tienen Página web de su empresa**. Esta cifra aumenta con respecto a 2012 en 15 p.p. (era de 33%), confirmando lo que las pymes y autónomos tenían previsto para este año en cuanto a la creación de webs corporativas. Por localización, destacan Asturias (61%), Madrid (57%) y País Vasco (54%) como las CCAA en las que hay más pymes y autónomos con página web. En Extremadura solo el 20% tiene página web.

El incremento más alto se da en las Pymes y autónomos más pequeñas, lógicamente porque son las que menor penetración de web tienen.

Los sectores de Información y Comunicaciones, junto con Educación y Sanidad, son los que cuentan con un mayor porcentaje de Pymes y autónomos con web corporativa (83% y 69% frente al 48% de la media). Por el contrario, los sectores de Servicios de Reparaciones y Comercio son los sectores que menos se han incorporado a esta tecnología (37% y 33% respectivamente).

El mayor incremento en la construcción de web en este año ha sido en los Sectores de Inmobiliarias, Alquileres y Servicios Auxiliares, Información y Comunicaciones y Educación y Sanidad.

## 5. la pyme española e internet

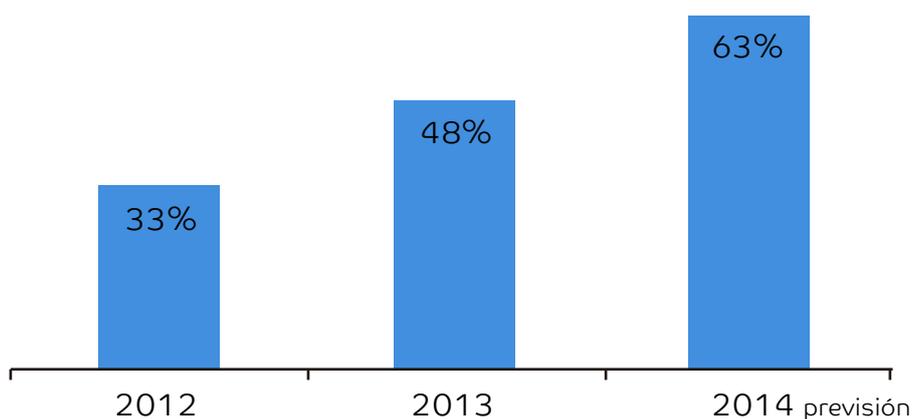
### web corporativa

#### PENETRACIÓN MEDIA FUTURA

El **15%** de las Pymes y autónomos españoles tiene la **intención de crear una web en los próximos 12-18 meses**. Si como ha ocurrido en oleadas anteriores, se cumple esta tendencia, España contaría con una incidencia de Pymes y autónomos con web corporativa de un **63%** a finales de 2014. Es decir, el porcentaje prácticamente se doblaría entre 2012 y 2014, pasando del 33% al 63%.

Los sectores de Construcción y Comercio Pymes y autónomos con menos de 10 empleados son los que mayor intención tienen de crear una web corporativas. Destaca que el **36%** de las pymes y autónomos que tienen pensado crear una página web, quiere añadir la posibilidad de que se realicen compras o reservas online a través de ésta, incluyendo funciones de pasarela de pago.

**Pymes & Autónomos con web**



**El 36%** de las que tiene pensado crear una web de su negocio en el próximo año, quiere incluir una **Tienda Online**

## 5. la pyme española e internet

### web corporativa

#### PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA WEB CORPORATIVA

El **45%** de las Pymes y autónomos declaran que la construcción de su web no ha sido realizada por ningún profesional o empresa especializada, sino por **él mismo o alguien de su empresa, a través de un amigo/conocido**.

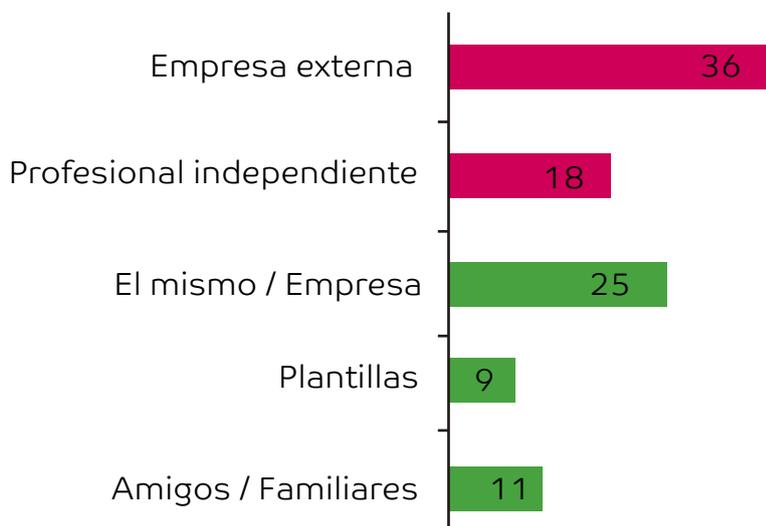
Aumenta sin embargo la concienciación de la necesidad de profesionalización en la construcción y mantenimiento de las web corporativas entre los que la han desarrollado este último año. Un 54% declara que ha sido una empresa o profesional quien ha creado su web.

El **60%** de las Pymes y autónomos españoles **incluye solo Diseño y Hosting** cuando construyen su web. Este dato se incrementa entre las Pymes y autónomos más pequeños. Entre las Pymes y autónomos de más de 10 empleados se duplica el porcentaje medio en que incluyeron en la construcción, Diseño + Hosting + Funcionalidad tipo tienda online + Posicionamiento SEO ó SEM.

Las Pymes y autónomos que han creado su web más recientemente obtienen los mismos valores que la media.

Entre las Pymes y autónomos que han construido su web utilizando profesionales externos a su empresa, destaca la **gran atomización de empresas o profesionales especializados en diseño de web** que se ha utilizado. **hibu es la empresa especializada en la que más han confiado Pymes y autónomos** (el 13% de las Pymes y autónomos españolas que han construido su web con hibu).

#### Proceso de construcción de la web



El 13% de las Pymes y autónomos que piden ayuda profesional para diseñar su web se decantan por hibu

# 5. la pyme española e internet

## web corporativa

### FUNCIONALIDADES DE LAS WEBS CORPORATIVAS DE LAS PYMES Y AUTÓNOMOS ESPAÑOLES

Las Pymes y autónomos españoles cuentan de media con **5 funcionalidades** en su web.

#### Servicios en la web



## 5. la pyme española e internet

### web corporativa

- Prácticamente la totalidad ofrece datos de contacto (teléfono, email, dirección postal).
- Un 68% cuenta con un catálogo de sus productos o servicios.
- El 63% tiene mapas de Google para la localización de su negocio.
- Un 51% tiene links a redes sociales (Facebook, Twitter...)
- Un 43% está optimizada para dispositivos móviles (Smartphone, Tablets).
- Un 34% está optimizada para posicionamiento SEO.
- Un 30% ofrece la posibilidad de realizar compras o reservas online. El 14% ofrece la posibilidad de realizar el pago online, y el 7,2% cuenta con pasarela de pago.

Las webs creadas en el último año destacan por la optimización para dispositivos móviles, por tener tienda online, tener links a redes sociales y estar optimizadas para el posicionamiento SEO.

#### MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACION DE LA WEB

Un 57% de las Pymes y autónomos que tienen web ha realizado alguna **actualización** de contenidos o ha **añadido alguna mejora, característica o funcionalidad a su web**. El 43% de éstos ha realizado estos cambios contratando a una **empresa o profesional externo** a su empresa.

#### TIENDA ONLINE

El 30% de las Pymes y autónomos con web corporativa, ofrece la **posibilidad de realizar compras o reservas online**, representando un 14% del total de las Pymes y autónomos españoles. Este dato ha aumentado en un 77% con respecto a diciembre de 2012, cuando solo el 9% de las Pymes y autónomos contaba con una tienda online.

**El 14% de las Pymes y autónomos tiene Tienda Online. Supone un aumento del 77% respecto a 2012**

El 14% de las Pymes y autónomos con web corporativa ofrece la **posibilidad de realizar pagos online en su página web**, un 7% del conjunto de pymes y autónomos españoles.

Se observa en este dato una tendencia a subrayar, ya que **aquellos que han creado su web de manera más reciente, son a su vez los que más importancia dan a la tienda online**.

## 5. la pyme española e internet

### web corporativa

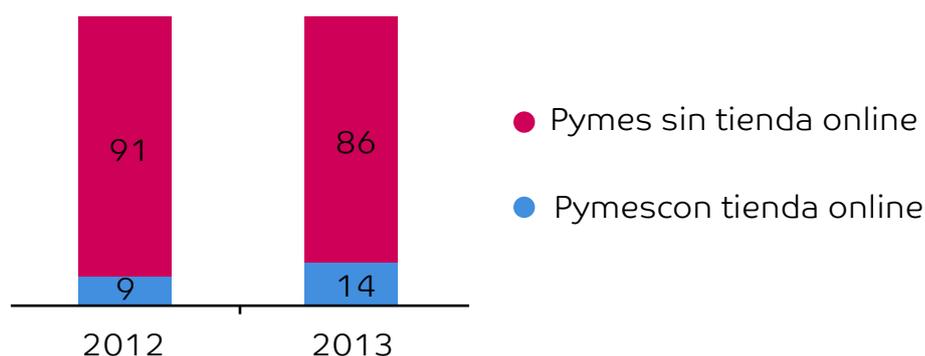
Las **principales dificultades** que encuentran las Pymes y autónomos en la **gestión de la tienda online** son: **Introducción de datos/actualización de contenidos (16%)**, **tener conocimientos para poder gestionarla bien (11%)**, **el posicionamiento en internet (8%)**, y **la gestión de los envíos y transporte (6%)**.

Sólo el **11%** de las Pymes y autónomos con tienda online tiene contratado **personal específico para la gestión de la misma**. Este dato cae al 2% si solo tenemos en cuenta a los autónomos, y aumenta hasta el 45% en las pequeñas empresas (10-50 empleados) y al 95% en las empresas medianas (50-250 empleados).

El **51%** de los que tienen tienda online con posibilidad de pago online **vende fuera de España** a través de Internet.

El **21%** de las pymes y autónomos españoles tiene un **modelo de negocio exclusivamente online**, es decir, no tiene tienda física. Este dato sitúa a España a la par de países pioneros en el uso de internet, como Reino Unido (36%) o EEUU (21%).

**Tienda Online**



## 5. la pyme española e internet

### web corporativa

#### SATISFACCIÓN CON SU ACTUAL WEB CORPORATIVA

El **47%** de las Pymes y autónomos no están del todo satisfechas con su página web (calificaciones de 0-5 en una escala de 0-10), lo que puede estar directamente relacionado con el hecho de que el 51% no haya solicitado ayuda a un profesional para diseñarla.

El **23%** de las Pymes y autónomos **está satisfecho** con su web (calificaciones de 8 a 10 en una escala de 0-10). En este grupo, no se encuentran diferencias entre las Pymes y autónomos que han contratado el servicio de construcción de web a empresas o profesionales en diseño de las que no.

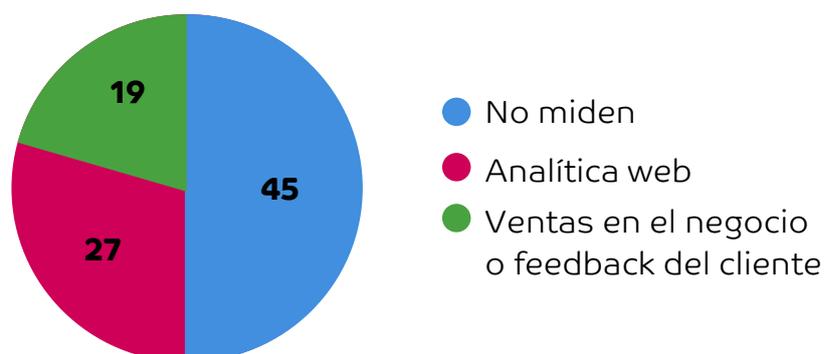
Entre las pymes y autónomos con web, un **24%** no llega a dar una nota de aprobado a su página corporativa (calificaciones de 0 a 4 en una escala de 0-10). De éstos, el **14%** **cambiaría de proveedor** en los próximos 12-18 meses, y **preferiría** en un porcentaje del 70% **iniciar el diseño de su Web desde cero**.

#### RENTABILIDAD DE LA WEB CORPORATIVA

El **45%** de las Pymes y autónomos con web corporativa **no miden la rentabilidad que les ofrece la misma**.

Entre los que sí miden la rentabilidad que les aporta su web, el **45%** lo hace a través de las **estadísticas web**, y el 20% según el incremento de ventas que ha registrado a través de su web.

#### Medición de resultados web



## 5. la pyme española e internet

### web corporativa

#### MOTIVOS PARA NO TENER WEB CORPORATIVA

El **37%** de las Pymes y autónomos españoles **no tiene web** corporativa en la actualidad ni tiene intención de crearla en los próximos 12-18 meses.

En un 42% de los casos, la principal razón tras esta decisión está relacionada con la falta de convencimiento de que una web **sea esencial para su negocio**. Aunque muy alejada de la primera, y un 15% de los casos, la siguiente razón es que las recomendaciones personales entre la clientela derivan ya un volumen importante de visitas al negocio.

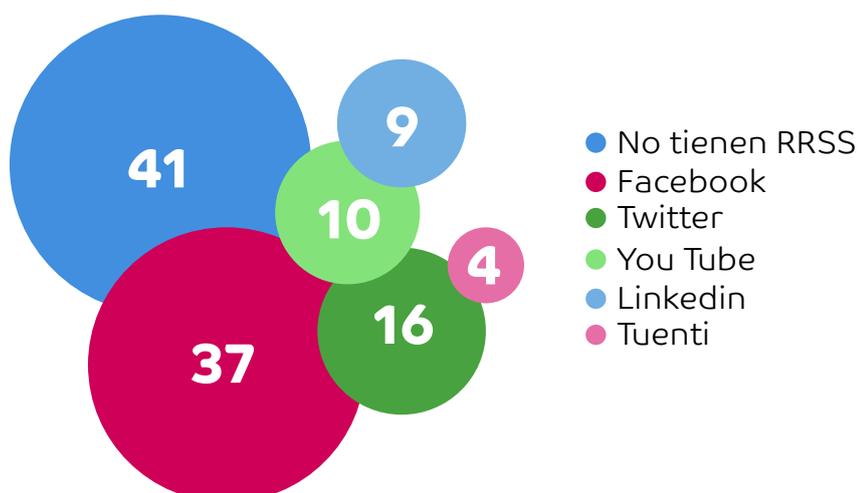
#### REDES SOCIALES

El **41%** de las Pymes y autónomos en España tiene creado un perfil de su empresa en alguna Red Social. Entre este grupo, son las empresas medianas (de 50 a 250 empleados) las que mayor incidencia registran en redes, con un 66% de las mismas gestionando un perfil en alguna red social.

Las ramas de actividad de los sectores de Información y Comunicaciones, Sector Financiero, Inmobiliarias, Alquileres y Servicios Auxiliares, junto con Educación y Sanidad, son las que mayor concentración de Pymes y autónomos con perfil en Redes Sociales registran.

Por área geográfica, **Canarias (79%), Cantabria (79%) y Galicia (71%) son las CCAA en donde las pymes y autónomos están más “socializadas”**. Por otro lado, La Rioja (74%), Navarra (65%) y Castilla y León (63%) son las CCAA en donde hay más pymes y autónomos sin perfil en RRSS.

#### Presencia en Redes Sociales



## 5. la pyme española e internet

### web corporativa

**Facebook es la red más utilizada**, con un **37%**. A ésta le sigue Twitter, donde solo se encuentran un 16% de las pymes y autónomos. LinkedIn y Youtube, con un 10% y 9% respectivamente, serían las siguientes en la lista. Tuenti es solo utilizada por un 4% de las Pymes y autónomos españoles.

**El 75% de las Pymes y autónomos con presencia en RRSS actualizan periódicamente sus contenidos, pero no interactúan con sus clientes**

El **75%** de las Pymes y autónomos españoles con perfil en Redes Sociales, **actualiza o revisa sus contenidos**. Este porcentaje se mantiene estable respecto a 2012.

Aumenta, sin embargo, hasta el 97%, entre aquellos que han creado su web en el último año y tienen posibilidad de venta online con pasarela de pago.

El **73%** de las Pymes y autónomos españoles con perfil de su empresa en Redes Sociales, declara que **utiliza a estas redes sociales para obtener ideas o información para su negocio**, pero sin interactuar con sus clientes. Los sectores de Ocio, Inmobiliarias, Alquileres y Servicios Auxiliares, junto con el sector de Educación y Sanidad, son los más activos en este terreno.

### BLOGS

Un **9%** de las Pymes y autónomos españoles ha creado un **Blog corporativo**. Este dato aumenta entre las Pymes y autónomos con web, donde el 15% de ellas tiene un Blog corporativo creado para su negocio.

## 5. la pyme española e internet

### inversión publicitaria

El 63% de las Pymes y autónomos españoles ha invertido en publicidad en el último año. En diciembre de 2012 era un 58% respecto.

#### MEDIOS CONVENCIONALES

Un 51% de las Pymes y autónomos ha invertido en el último año en **Medios Convencionales** (se produce un incremento de 10 p.p. con respecto al año anterior).

El 38% de estos ha invertido en publicidad online y el 12% lo ha hecho directamente en Redes Sociales. Este espacio es el que resulta más rentable en la opinión de pymes y autónomos.

Los métodos usados para **medir la rentabilidad** de esta inversión digital se reparte en:

- **Opinión de los clientes**, directa o como respuesta a pregunta directa: 30%
- **Visitas y estadísticas de la web**: 22%
- **Volumen de ventas**: 16%

Sólo un 2,2% de las Pymes y autónomos españoles ha realizado alguna promoción o publicidad exclusiva para Smartphone o Tablets.

#### MEDIOS NO CONVENCIONALES

El 48% de las Pymes y autónomos invierte en medios no convencionales, dato ligeramente inferior a la inversión registrada en medios convencionales. Este dato está en línea con los porcentajes obtenidos en el anterior estudio realizado en el año 2012.

# 5. la pyme española e internet

## inversión publicitaria

**TABLA RESUMEN DE TRANSIÓN A INTERNET DE LAS PYMES&AUTÓNOMOS POR CCAA (EN %)**

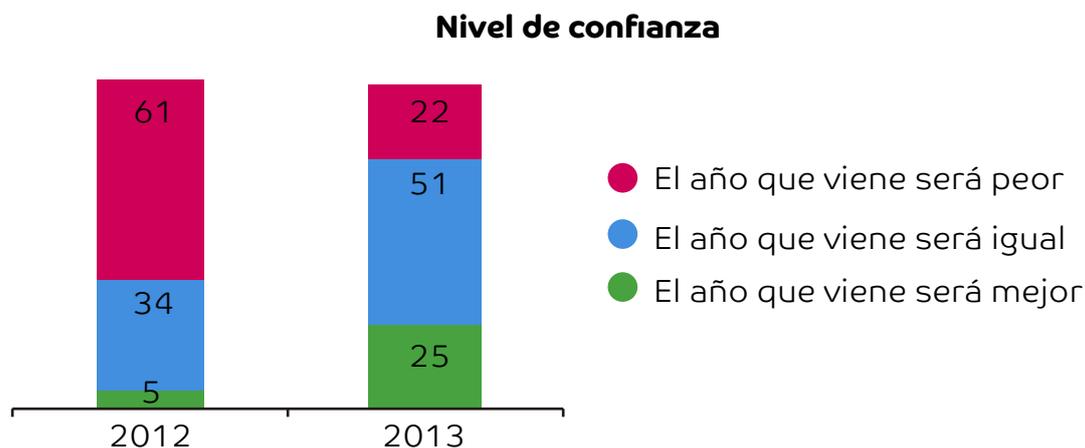
	Tienen página web	Permiten pago Online	Su negocio es online	Tienen perfil en Redes Sociales	Han invertido en publicidad	Han invertido en publicidad online
Andalucía	45	7.2	25	47	65	40
Aragón	39	12.96	23	26	49	37
Asturias	61	5.28	14	61	55	37
Cantabria	41	0	29	36	51	25
Castilla y León	43	9.12	27	28	65	34
Castilla la Mancha	41	7	17	39	74	54
Cataluña	51	3.84	21	39	57	32
Comunidad Valenciana	50	6.24	16	43	61	33
Extremadura	21	9.6	22	29	83	24
Galicia	43	17.28	12	47	74	46
Islas Baleares	40	4.32	1	43	50	36
Islas Canarias	44	3.36	19	52	63	47
La Rioja	42	7	0	25	41	18
Madrid	57	7.2	26	41	60	39
Navarra	19	0.96	0	12	50	29
País Vasco	54	4.8	25	43	76	44
Murcia	53	1.44	12	39	62	30

## 6. nivel de Confianza de las Pymes y autónomos

- El 25% de las pymes y autónomos considera que 2014 será positivo para su negocio y el 51% muestra confianza en que esté no empeorará.
- Los sectores más optimistas con respecto a 2014 son el de Educación y Sanidad y el sector Financiero.

El Nivel de Confianza expresado por Pymes y autónomos para el próximo año es positivo. El 25% considera que va a crecer, un 51% opina que mantendrá su negocio y sólo el 22% declara que va a decrecer o le va a costar mucho mantenerse .

Estos datos revelan un aumento significativo en el optimismo, especialmente comparados con los obtenidos en diciembre de 2012, cuando el Nivel de Confianza de las Pymes y autónomos se encontraba en niveles muy bajos. En 2012, sólo el 5% consideraba que en 2013 iba a crecer su negocio, frente al 61%, que opinaba que éste decrecería o que iba a requerir de grandes esfuerzos para mantenerse.



A más largo plazo, el optimismo se incrementa. El 40% de las Pymes y autónomos opina que en los próximos tres a cinco años crecerá su negocio. Este mismo dato no superaba el 15% a finales de 2012.

## 6. nivel de Confianza de las Pymes y autónomos

Si cruzamos estos datos con el tamaño de las empresas, el Nivel de Confianza es positivo en todos los segmentos, siendo especialmente superior en las compañías de más de 10 empleados. El incremento más significativo con respecto a encuestas anteriores se da entre autónomos.

**Crece el optimismo.  
El 76% cree que el  
año que viene le irá  
mejor o igual que en  
2013**

Por sectores, cinco de los doce contabilizados tiene un saldo negativo en cuanto a lo que creen que ocurrirá el próximo año: Comercio, Ocio, Transportes/Almacenamiento, Servicios de Reparaciones y Construcción. Los más optimistas son Educación y Sanidad (con un saldo de 28 frente al 3 de la media) y el Sector financiero (con un saldo positivo de 30).

Comparado con 2012, el sector de Educación y Sanidad es el que mayor aumento ha registrado en la perspectiva positiva de su negocio para 2014.

### TABLA RESUMEN DE NIVEL DE CONFIANZA POR CCAA (EN %)

#### **Pymes & Autónomos que creen que el año que viene su negocios crecerá o se mantendrá igual**

Andalucía	71	Extremadura	72
Aragón	58	Galicia	71
Asturias	62	Islas Baleares	75
Cantabria	67	Islas Canarias	79
Castilla y León	59	La Rioja	85
Castilla la Mancha	69	Madrid	81
Cataluña	77	Navarra	83
Comunidad Valenciana	81	País Vasco	80
		Murcia	90

# 7.

## Horizonte de oportunidades

- La gestión online de la atención al cliente ofrece la posibilidad de agilizar trámites internos y aportar una dosis adicional de transparencia y visibilidad.
- Las pasarelas de pago y funciones de pago online pueden ayudar a las pymes y autónomos a aumentar su clientela, tanto nacional como internacional.
- La medición de resultados obtenidos por la web corporativa es un factor clave a la hora de evaluar la estrategia de negocio y decidir próximos pasos.
- Contar con un equipo profesional en la gestión de las web corporativas agiliza procesos y aumenta el nivel de satisfacción de los empresarios con el producto final.
- El salto de las pymes y autónomos a redes sociales ya está en marcha, pero sigue siendo necesario definir sus objetivos y cómo implementarlos.

**La mejor forma para que las Pymes y autónomos puedan rentabilizar su inversión en internet es midiendo los resultados.** El 45% de las Pymes y autónomos con activos web no miden sus resultados, lo que dificulta la posibilidad de mejorar su experiencia y que los empresarios estén satisfechos con su inversión. Que el 52% no tenga pensado incluir ninguna mejora en su página web en los próximos 6-12 meses, puede estar relacionado con esta falta de análisis de resultados y consecución de objetivos.

Entre aquellos que sí contemplan la posibilidad de incluir mejoras, las optimizaciones consideradas son:

- Inclusión de la tienda con pago online (11%)
- Habilitación de espacios para incluir opiniones de clientes (14%)
- Optimización para smartphones (18%)
- Inclusión de vídeos de empresa (18%)
- Mejora del posicionamiento en Internet (11%).

**El 60% de las que han invertido en publicidad cree que las RRSS son el mejor espacio para hacerlo**

**Las Pymes y autónomos sienten atracción por las Redes Sociales, pero deben definir sus objetivos.** El 41% de las Pymes y autónomos tiene un perfil de su empresa en las Redes Sociales, y el 60% de aquellos que ha invertido en soportes publicitarios, cree que este es el mejor espacio para hacerlo. Los pequeños empresarios ven en las Redes Sociales un océano de oportunidades, aunque sigue habiendo desconocimiento sobre cómo aprovecharlo. El 75% de las pymes y autónomos con perfiles en redes sociales actualiza periódicamente su perfil y el 73% lo utiliza para sacar ideas para su negocio.

# 7.

## Horizonte de oportunidades

**Gestión online de la atención al cliente** (por ejemplo en Redes Sociales). Según el IV Estudio anual de Redes Sociales en España (2013) de la Interactive Advertising Bureau, el 11% de los usuarios de Facebook en España ha utilizado esta red como canal de atención al cliente en su relación con alguna marca. En el caso de Twitter, las interacciones entre clientes y marcas es todavía superior, según el informe Simply Measured: "Customer service on Twitter: How top brands respond", que afirma que el 30% de las marcas más valoradas utiliza esta red como canal de atención al cliente.

**Tendencia: El 30% de las marcas más valoradas del mundo utiliza Twitter como canal de atención al cliente**

**Aumento de la clientela nacional e internacional a través de comercio electrónico.** El 51% de las pymes y autónomos con tienda online tiene posibilidades reales de poder crear una pasarela de pago para clientes extranjeros. Según el último informe de la CMT, el comercio electrónico en España alcanzó en el primer trimestre de 2013 un volumen total de facturación de 2.822,6 millones de euros, un 15% más que en 2012.

**El Comercio Electrónico ha aumentado un 15% desde 2012**

Una buena parte de las pymes y autónomos es consciente de esta oportunidad. El 11% de las pymes y autónomos que añadió alguna funcionalidad a su web el año pasado, optó por incluir pago electrónico. El 17% de las que ha creado su página web este año ya permite esta forma de pago.

**Profesionalización de las tareas de marketing y comunicación online.** La presencia en internet de un negocio puede resultar muy rentable al empresario si éste está bien asesorado. El 45% de las pymes y autónomos con website no está plenamente satisfecha con su página web, y esto parece ser consecuencia de que 51% de las mismas no se ha asesorado correctamente a la hora de iniciar su transición al entorno online.

Hibu es el asesor favorito de las Pymes y autónomos españolas a la hora de iniciar su entrada en Internet, seguido de empresas con plataformas que hacen la gestión online por ti mismo.

**hibu es la empresa preferida por las Pymes y autónomos para asesorarse a la hora de iniciar su transición al entorno online**

## Fuentes consultadas:

Directorio Central de Empresas enero 2013, publicado por el INE.

Encuesta de Coyuntura Laboral cuarto trimestre de 2012, del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Informe CMT Comercio electrónico en España 2013, Comisión del Mercado de Telecomunicaciones.

Estudio anual de Redes Sociales en España (2013) de la Interactive Advertising Bureau.

Informe Simply Measured (2013).