



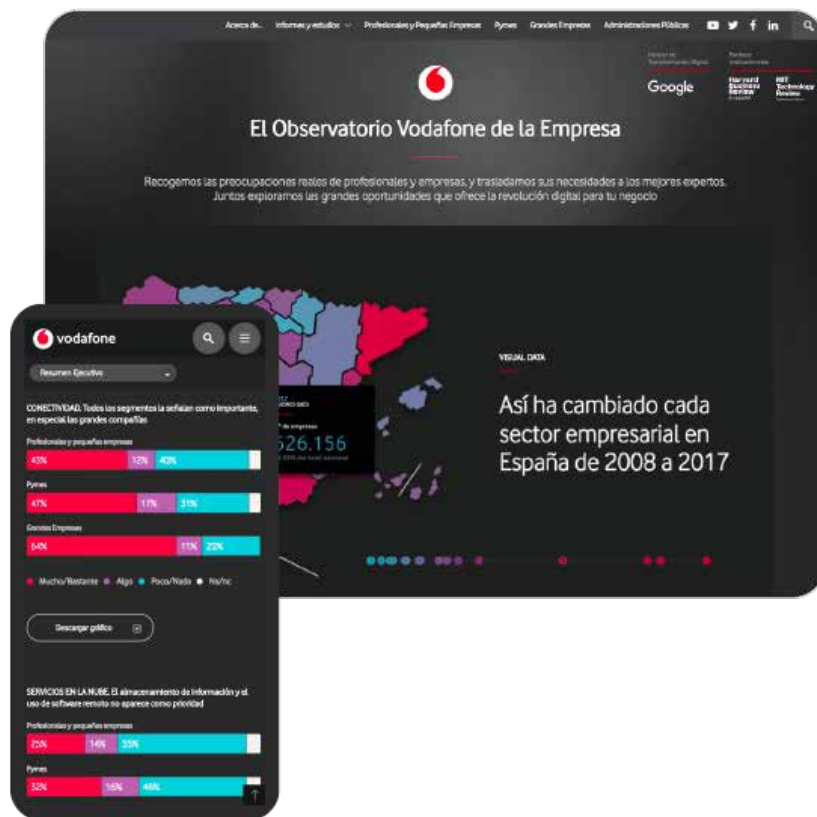
Observatorio Vodafone de la Empresa 2018

Profesionales y Pequeñas Empresas

II Estudio sobre el estado de digitalización
de las empresas y Administraciones Públicas españolas

Índice

El Observatorio Vodafone de la Empresa	3
Introducción	4
Metodología y ficha técnica	5
Conclusiones	7
Contexto general	12
El estado de la digitalización	17
Necesidades en digitalización	30
Aceleradores y frenos de la digitalización	39



Observatorio Vodafone de la Empresa

El Observatorio Vodafone de la Empresa es una plataforma de contenido que tiene como objetivo ayudar a las empresas e instituciones españolas en su proceso de digitalización. Recoge las preocupaciones de los profesionales a nivel nacional, las traslada a los mayores expertos y explora todas las oportunidades que ofrece la revolución digital. Es un gran foro de conocimiento compartido que sirve como inspiración tanto para las empresas como para la sociedad.

El Estudio sobre el estado de la digitalización de las empresas y Administraciones Públicas españolas, que este año se realiza en su segunda edición, cuenta desde su inicio con la colaboración de dos grandes Partners estratégicos, expertos en la realidad digital de los negocios. Por un lado, Google, proveedor de un gran abanico de soluciones digitales para las empresas, y por otro, Opimno, consultora de Innovación y editora de las ediciones en castellano de 'MIT Technology Review' y 'Harvard Business Review'. La experiencia, contenidos y casos de éxito, así como el análisis de estos Partners ayudan a enriquecer los contenidos de la plataforma del Observatorio Vodafone de la Empresa.

ObservatorioVodafone.com

Introducción

Los Profesionales y Pequeñas Empresas: superada la crisis, llega la digitalización

El II Estudio sobre el estado de digitalización de las empresas y Administraciones Públicas españolas del Observatorio Vodafone de la Empresa se plantea ante la necesidad de conocer la situación de las empresas e instituciones del país en su avance digital.

El estudio refleja las conclusiones obtenidas de 3.000 encuestas cuantitativas (1.420 a Profesionales y Pequeñas Empresas) y 60 entrevistas en profundidad a responsables de implantación tecnológica de empresas e instituciones españolas (23 a Profesionales y Pequeñas Empresas). La muestra incluye representación de todos los sectores, tipos de empresas, administraciones y regiones españolas.

Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística, actualizados el 31 de julio de 2018, **actualmente hay casi 3,3 millones de empresas activas en España** de las que 3.185.314 tienen menos de 10 empleados.

Una vez superada la crisis económica, este tipo de empresas se enfrentan a otro tipo de retos que les impone la sociedad digital como una mayor competencia y retos tecnológicos. Ante esta situación, este grupo de empresas opta por dos

estrategias: adaptarse a la digitalización y tratar de ofrecer servicios y productos diferenciados o mantenerse con su estructura tradicional y confiar en sus clientes habituales para conservar sus negocios. Por otra parte, surgen empresas nativas digitales de pocos empleados que identifican nichos con necesidades no cubiertas y aprovechan la agilidad de las nuevas tecnologías para llenar ese hueco en el mercado.

En el presente estudio se identifica cuáles son las necesidades de estas empresas, sus aspiraciones, sus preocupaciones y sus ambiciones. Se trata de una radiografía de los recursos con los que cuentan, si tienen el personal adecuado para enfrentarse a la digitalización y cuánta importancia otorgan a esta en su día a día.

Metodología y ficha técnica



Tipo de estudio	FASE CUALITATIVA
Técnica empleada	Cualitativo (Profesionales y Empresas de 1 a 9 empleados)
Universo de análisis	Entrevistas abiertas en profundidad Propietarios y gerentes de negocios.
Detalle del planteamiento metodológico	Se han realizado 23 entrevistas abiertas en profundidad distribuidas de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none">- 7 tradicionales- 12 avanzadas- 4 nativas digitales
Fecha de realización del campo	Del 2 de abril al 6 de julio de 2018
Estudio realizado por	Opinno

	FASE CUANTITATIVA
Tipo de estudio	Cuantitativo (Profesionales y Empresas de 1 a 9 empleados)
Técnica empleada	Entrevistas telefónicas
Universo de análisis	Propietarios y gerentes de negocios.
Detalle del planteamiento metodológico	Se han realizado un total de 1.420 entrevistas , a Profesionales y Empresas de entre 1 y 9 empleados. Los datos han sido ponderados atendiendo al peso real de la distribución real de Profesionales y Pequeñas Empresas en función del número de trabajadores, comunidad autónoma y sector según los datos del DIRCE a fecha 31/07/2017.
Fecha de realización del campo	Del 2 de abril al 6 de julio de 2018
Estudio realizado por	Opinno

Conclusiones

Los Profesionales y Pequeñas Empresas avanzan en su digitalización, pero no siempre saben cómo adaptarla a sus negocios para seguir mejorando

Los Profesionales y Pequeñas Empresas son conscientes del impacto que genera la digitalización en sus negocios, de ahí que se esfuercen por vincular cada vez más sus procesos con herramientas tecnológicas. Saben que hacerlo les reportará beneficios, pero no siempre conocen el camino para lograr esa mejora. Su desconocimiento técnico y su percepción mayoritaria

de que las tecnologías enfrían el trato con los clientes, les hacen priorizar otros retos antes. Por ello, aunque van mejorando su madurez digital, no sitúan la digitalización como su primera preocupación, sino que buscan primero aumentar su cartera de clientes y ser sostenibles económicamente.

Obtener nuevos clientes, la situación económica y una mayor competencia, principales preocupaciones de los Profesionales y Pequeñas Empresas

- Cuando se les pregunta de forma abierta a los Profesionales y Pequeñas Empresas, la captación de nuevos clientes es la mayor preocupación, seguida de cuestiones como la situación económica, la competencia y sobrevivir. De hecho, la digitalización se mantiene como uno de los aspectos que menos inquieta a estas empresas.
- Este grupo de empresas mantiene la preocupación por ser sostenibles cuando se les sugiere la respuesta. Otorgan a este factor la mayor puntuación, un 8,1 sobre 10. En segundo puesto sitúan la carga impositiva, con un 7,9. En tercer lugar, con una valoración de un 7,7 mencionan ser competitivos y conseguir nuevos clientes. En cuanto a la digitalización, valoran su preocupación con un 6,6 de media.
- Los pequeños negocios reflejan un optimismo moderado en términos económicos, que se traduce en la falta de expectativas ante el aumento de la facturación. Un 48% cree que su nivel se mantendrá igual al del año pasado, mientras que un 43% opina que mejorará.

Casi la mitad de los Profesionales y Pequeñas Empresas declara no estar pensando en digitalizarse

- Un 44% de estas empresas no valoran digitalizarse, mientras que un 18% sí afirman encontrarse en una fase de mejora en este proceso.
- Aunque dan más importancia a la digitalización que el pasado año, solo el 29% de los Profesionales y Pequeñas Empresas tienen un plan para digitalizarse. De ellos, un 39% cuentan con un presupuesto asignado para ello. La mayoría de los que no tienen un plan empiezan su proceso de digitalización de manera espontánea.
- Únicamente un 10% de los Profesionales y Pequeñas Empresas abandonan sus planes de digitalización y, de estos, el 26% lo hace por costes elevados y el 13% por no verle rentabilidad.

Los Profesionales y Pequeñas Empresas consideran que la mejora de la eficiencia y la comunicación son los principales beneficios de la digitalización

- Mejorar la eficiencia en los procesos de la empresa es el mayor beneficio de la digitalización, según declara el 17%, seguida de la comunicación (un 14%) y la ampliación del número de clientes (13%). Un 12% declara no conocer cuáles son los beneficios de las nuevas tecnologías para la empresa.
- Entre los beneficios que menos observan en la digitalización, destacan una mayor seguridad y una mejor atención al usuario.
- Igual que entre los que abandonan un plan, el coste de implantar las nuevas tecnologías en la empresa es la principal barrera para un 22% de los Profesionales y Pequeñas Empresas. La ausencia de personal cualificado también se considera uno de los principales escollos.



Contexto y preocupaciones

Los Profesionales y Pequeñas Empresas apuestan por ser sostenibles y aumentar sus clientes en un mercado cada vez más cambiante

La tecnología ha transformado los hábitos de consumo de la sociedad y ha reconfigurado las necesidades y las preocupaciones del mercado. Su llegada ha marcado unos ritmos tan rápidos de cambio que ha exigido a todas las empresas una reestructuración casi en tiempo récord.

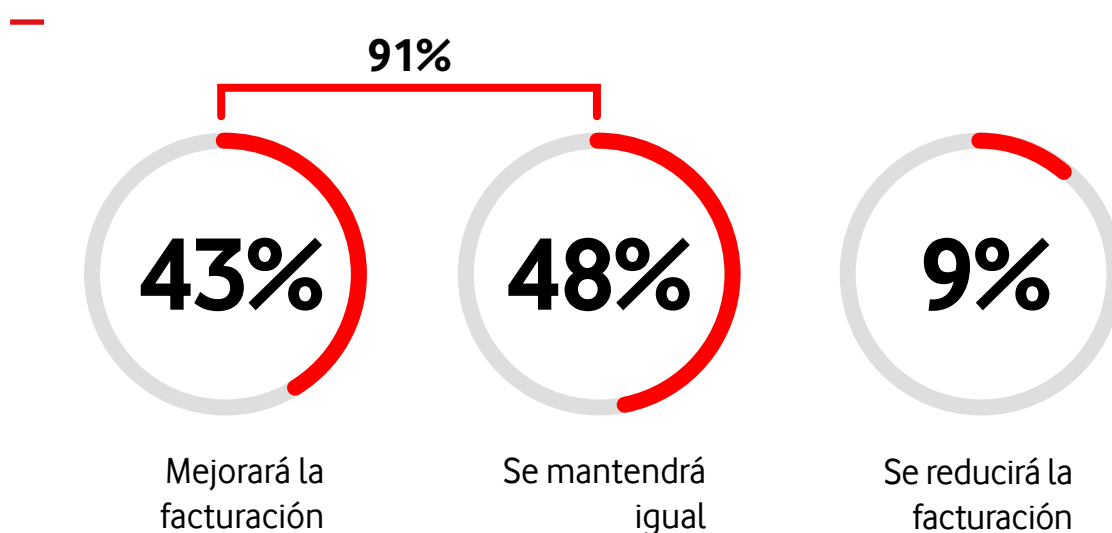
En el caso de los Profesionales y Pequeñas Empresas el impacto ha sido especialmente duro porque, debido a su volumen de negocio, en muchos casos carecían de los recursos necesarios. A pesar de ello,

están apostando en la medida de lo posible por su digitalización porque en la actualidad les preocupa ser sostenibles, captar nuevos clientes y mantenerse competitivos. A pesar de las dificultades, la mitad de los Profesionales y Pequeñas Empresas muestran un optimismo moderado de crecimiento, ya que creen que su facturación se mantendrá estable el año que viene.

El 91% de los Profesionales y Pequeñas Empresas creen q su facturación mejorará o se mantendrá igual

Aunque un 48% de este tipo de empresas entiende que su facturación no variará en los próximos doce meses, también hay un significativo 43% que se muestra más optimista de cara al futuro y que cree que sí habrá un incremento en la economía de su negocio.

Expectativas de evolución de la facturación de su empresa en los próximos 12 meses y motivos



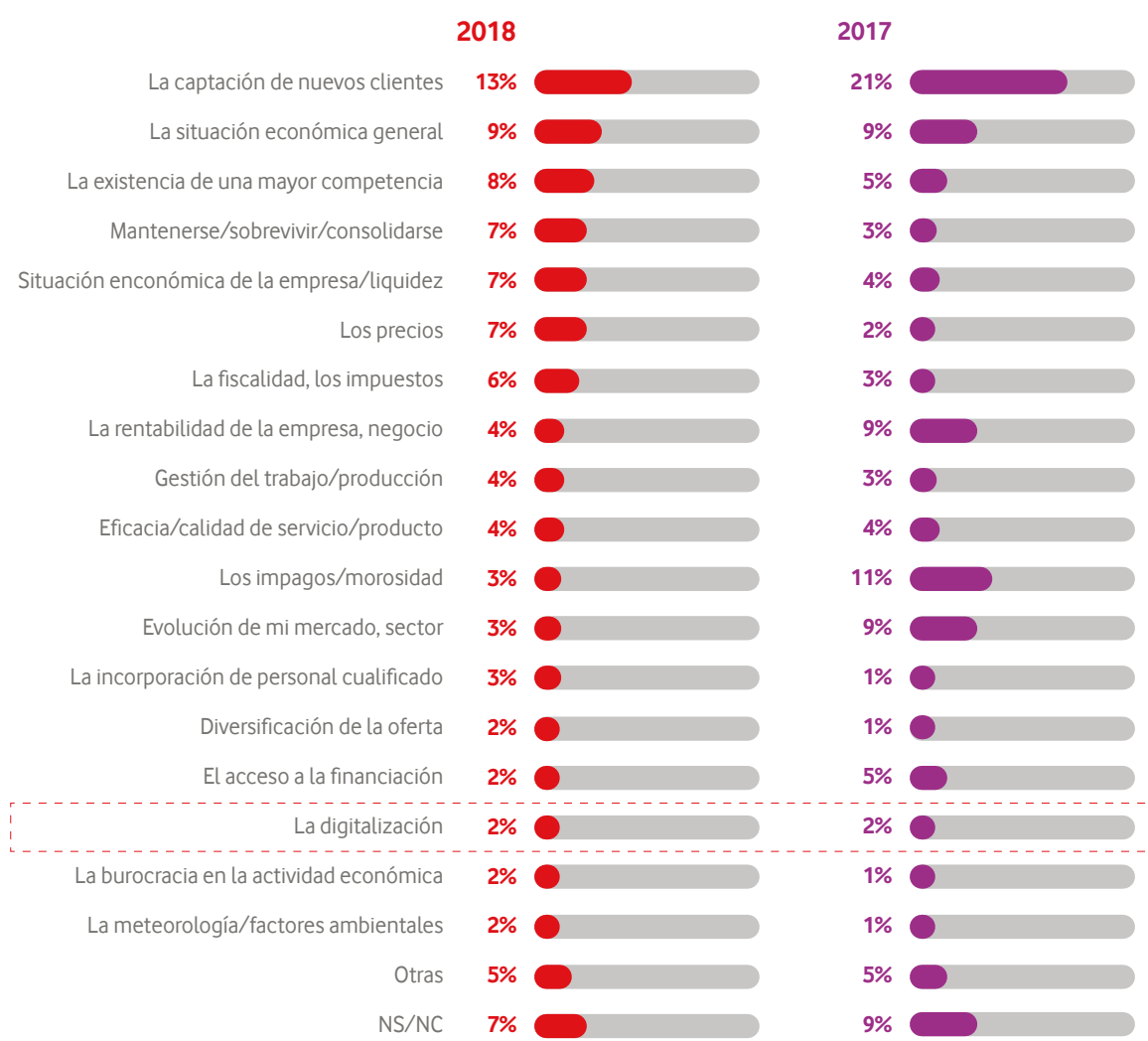
Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.



La digitalización no figura entre las grandes preocupaciones de los pequeños negocios y priorizan el hecho de conseguir más clientes

Cuando se pregunta de forma abierta a Profesionales y Pequeñas Empresas sobre el aspecto que más les preocupa, el factor más destacado es la captación de nuevos clientes, aunque se reduce respecto al año pasado. La existencia de una mayor competencia se incrementa respecto al pasado año y pasa del 5% al 8%. La morosidad deja de preocupar a las empresas españolas y se reduce de un 11% de preocupación al 3%.

Principales preocupaciones de su negocio en estos momentos



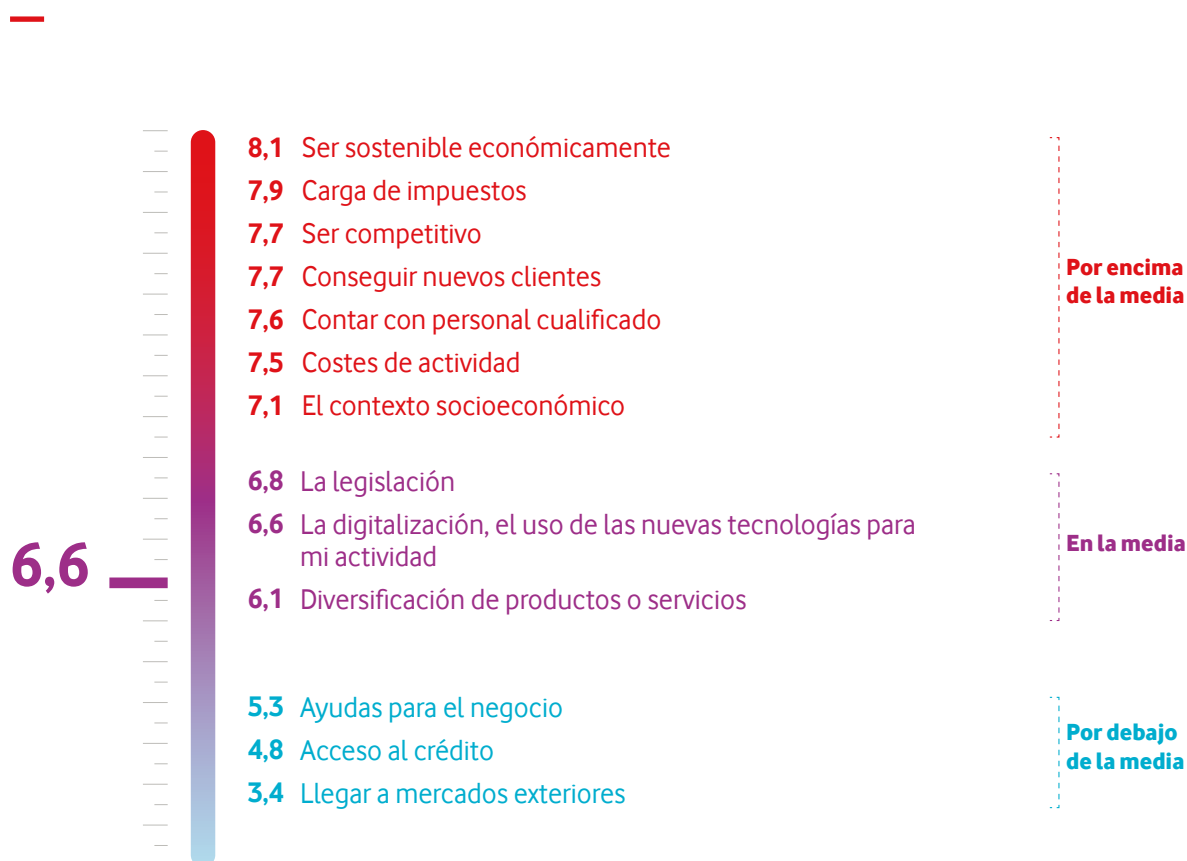
*Pregunta abierta (no se sugería ninguna respuesta a la persona entrevistada)

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

Ser viable económicamente y la carga de impuestos es lo que más preocupa a los pequeños negocios

Ser sostenible es la mayor preocupación para los Profesionales y Pequeñas Empresas cuando se les sugieren opciones. Sin embargo, la carga impositiva se sitúa en la segunda posición por encima de conseguir nuevos clientes. Llegar a mercados exteriores y el acceso al crédito no preocupan a las pequeñas empresas.

Valoración (de 0 a 10) del grado de preocupación sobre distintas cuestiones relacionadas con su negocio.
(Respuesta sugerida)



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

Valoración (de 0 a 10) del grado de preocupación, según el tamaño de la empresa

PREOCUPACIONES	MEDIA	AUTÓNOMOS	1-4 EMPLEADOS	5-9 EMPLEADOS
Ser sostenible económicamente	8,1	8,1	8,0	8,2
Carga de impuestos	7,9	8,4	7,7	7,6
Ser competitivo	7,7	7,3	7,7	7,9
Conseguir nuevos clientes	7,7	6,4	7,8	7,9
Contar con personal cualificado	7,6	6,4	8,0	8,1
Costes de actividad	7,5	7,5	7,5	7,5
La legislación	6,8	6,3	6,9	7,1
La digitalización	6,6	6,0	6,7	7,1
El contexto socioeconómico	7,1	7,1	7,1	7,1
Diversificación de productos o servicios	6,1	5,9	6,1	6,2
Ayudas para el negocio	5,3	5,4	5,3	5,2
Acceso al crédito	4,8	4,6	4,9	5,0
Llegar a mercados exteriores	3,4	2,4	3,8	3,7

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas, por tamaño de empresa

El estado de la digitalización

La importancia de la digitalización afecta cada vez más a los Profesionales y las Pequeñas Empresas

Las Profesionales y las Pequeñas Empresas son cada vez más conscientes de que deben digitalizarse si quieren sobrevivir. Así lo demuestra el hecho de que casi un 30% del conjunto ya cuenta con un plan concreto para llevar a cabo este proceso, y más de la mitad de ellos ya haya destinado un presupuesto para desarrollarlo.

En los dos últimos años, uno de cada tres Profesionales y Pequeñas Empresas ha invertido hasta 3.000€ en digitalización, principalmente enfocados a mejorar la conectividad y la seguridad. Gracias a este desembolso, están

mejorando la eficiencia, la productividad y la toma de decisiones.

Pero llevar a cabo la digitalización de un negocio no es fácil, sobre todo para los más pequeños. De ahí que el **74% de los Profesionales y las Pequeñas Empresas afirme que necesita ayuda de proveedores externos para lograrlo**. Además, un 7% del conjunto de las microempresas abandona sus planes a medio camino a causa de los costes y de la falta de rentabilidad inmediata, entre otros factores.

Cuatro de cada diez Profesionales y Pequeñas Empresas no han valorado de momento la aplicación de nuevas tecnologías a su negocio

A la mayoría de los pequeños comercios la digitalización les resulta un proceso complejo y desconocido. Conocen su importancia, pero se sienten perdidos y no avanzan todo lo que les gustaría porque no cuentan con los recursos necesarios. De ahí que un 44% asegure que no está valorando digitalizarse por el momento. El hecho de no contar con el personal cualificado digital y de no disponer de los recursos económicos, les hace abandonar la idea de implementar mejoras mediante herramientas digitales.

Grado de digitalización de su negocio



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

"A día de hoy la tienda física representa nuestra mejor oportunidad de crecimiento, pero también somos conscientes de que tenemos que diversificar y abrir vías digitales"



Adolfo M. Trujillo, Caravanas Arure, Transporte, Canarias

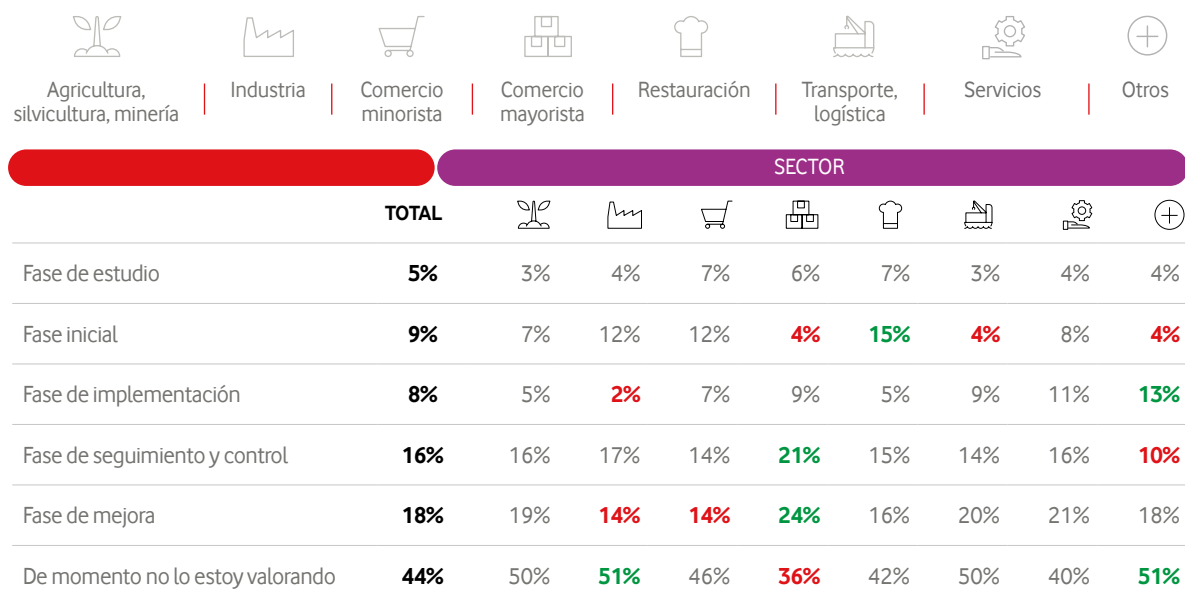


"Se ofrecen muchas soluciones digitales, pero son estándar y muchas empresas necesitamos una solución más a medida"

Pedro Rodríguez, Cervezania, Horeca, Andalucía

GRADO DE DIGITALIZACIÓN DE SU NEGOCIO, DESGLOSADO POR SECTORES

El comercio mayorista destaca en 2018 como el sector que presenta un estado más avanzado de digitalización, ya que un 24% de las empresas asegura encontrarse en la fase de mejora de los procesos. Lo contrario ocurre en el comercio minorista e industria, que presentan los índices más bajos (14%).



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados, por sector de actividad.

% Significativo superior al total.
% Significativo inferior al total.



Se duplican los Profesionales y Pequeñas Empresas que cuentan con un plan estructurado para la digitalización

Cada vez son más los Profesionales y Pequeñas Empresas que afirman haber comenzado su proceso de digitalización y que, además, cuentan con un plan concreto para ello. Este año la cifra asciende a un 29%, de las que un 39% declaran haber asignado un presupuesto definido para ello.

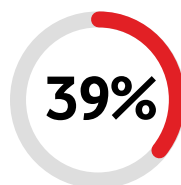
Empresas o negocios con un plan o programa establecido para la digitalización

De ellas, cuántas tienen un presupuesto asignado a dicho plan

Tiene un plan de digitalización



14%
en 2017



50%
en 2017

Le han asignado un presupuesto

Autónomos

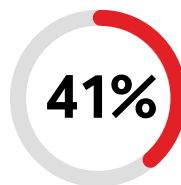
Tiene un plan de digitalización



Le han asignado un presupuesto

1-4 empleados

Tiene un plan de digitalización



Le han asignado un presupuesto

5-9 empleados

Tiene un plan de digitalización



Le han asignado un presupuesto

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados que declara tener un plan digital.

Un 10% de las empresas que inician un plan digital lo abandonan por los costes y por falta de rentabilidad

Aunque para los pequeños negocios los costes se convierten en el principal motivo, influyen otros factores como no obtener los resultados esperados o la falta de personal con conocimientos técnicos.

Empresas que han abandonado algún plan de digitalización y motivos para hacerlo



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados que declaran haber abandonado un plan digital.



Dos de cada tres Profesionales y Pequeñas Empresas han invertido hasta 3.000€ en digitalización en los últimos dos años

En 2018 aumentan de un 64% a un 69% aquellas empresas que deciden invertir en la digitalización de sus procesos. El estudio refleja también que un minoritario 9% lleva a cabo un importante despliegue económico y destina más de 15.000€.

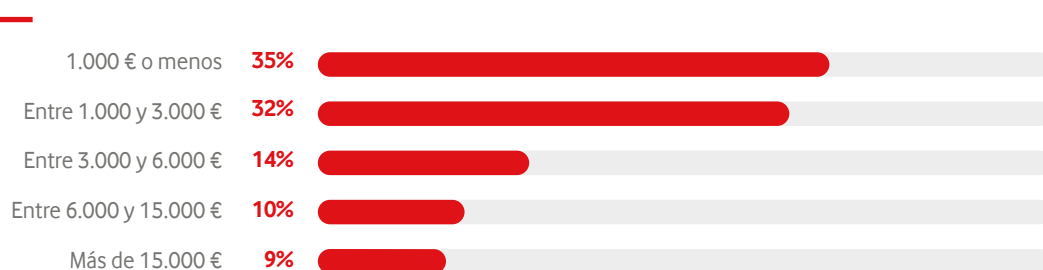


Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

RESPUESTAS AFIRMATIVAS, POR SECTOR



Nivel de inversión en digitalización en los dos últimos años

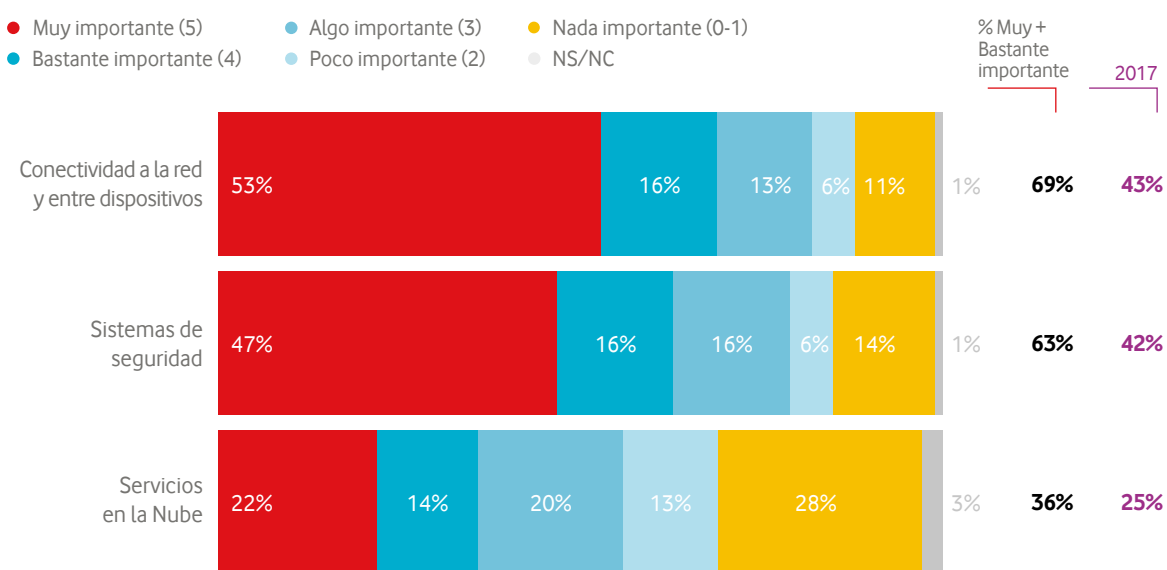


Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

Invertir en conectividad, la gran prioridad digital de los pequeños negocios

Cuando se plantean invertir en su estrategia digital, un 53% de los Profesionales y Pequeñas Empresas piensa en mejorar su conectividad a la red y entre dispositivos. El segundo factor (47%) al que le dan importancia a la hora de destinar más recursos económicos es la seguridad, ya que perciben que el entorno digital entraña mayores riesgos que el analógico. Solo un 22% afirma que invertirá en Servicios en la Nube. En este sentido, manifiestan aún cierta desconfianza porque creen que la información de su empresa pueda perderse si solo lo almacenan por la vía digital.

Principales prioridades en términos de inversión respecto a digitalización



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

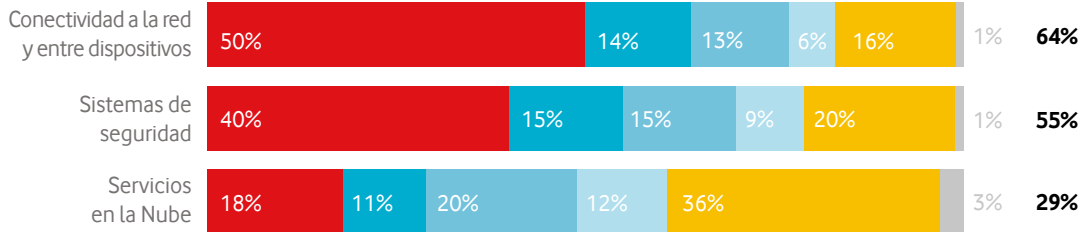
PRIORIDADES DE INVERSIÓN, DESGLOSE POR TAMAÑO DE EMPRESA

Para todos los subsegmentos lo más importante es la conectividad, aunque en el caso de las empresas con un volumen de entre cinco y nueve empleados un 53% coincide en destacar como muy importante la conectividad y la seguridad.

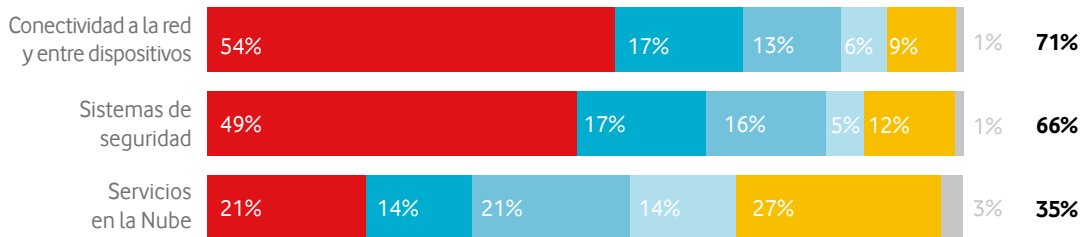
● Muy importante (5) ● Algo importante (3) ● Nada importante (0-1)
 ● Bastante importante (4) ● Poco importante (2) ● NS/NC

% Muy +
Bastante
importante

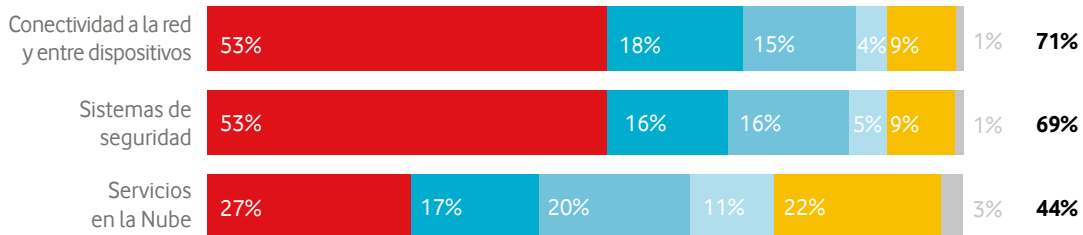
AUTÓNOMOS



1-4 EMPLEADOS



5-9 EMPLEADOS



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

PRIORIDADES DE INVERSIÓN, DESGLOSE POR SECTORES

El sector de la industria es el que más apuesta por invertir en sistemas de seguridad, al contrario que la agricultura y el comercio minorista, que se posicionan en último lugar. En cambio, para el comercio mayorista y para el ámbito de los servicios la prioridad hoy en día es mejorar la conectividad de la empresa.



	TOTAL	SECTOR (MUY+BASTANTE IMPORTANTE)							
		Agricultura, silvicultura, minería	Industria	Comercio minorista	Comercio mayorista	Restauración	Transporte, logística	Servicios	Otros
Sistemas de seguridad	63%	59%	73%	59%	69%	67%	65%	61%	61%
Conectividad a la red y entre dispositivos	69%	62%	70%	71%	74%	62%	70%	72%	62%
Servicios en la Nube	36%	25%	38%	30%	33%	31%	37%	41%	38%

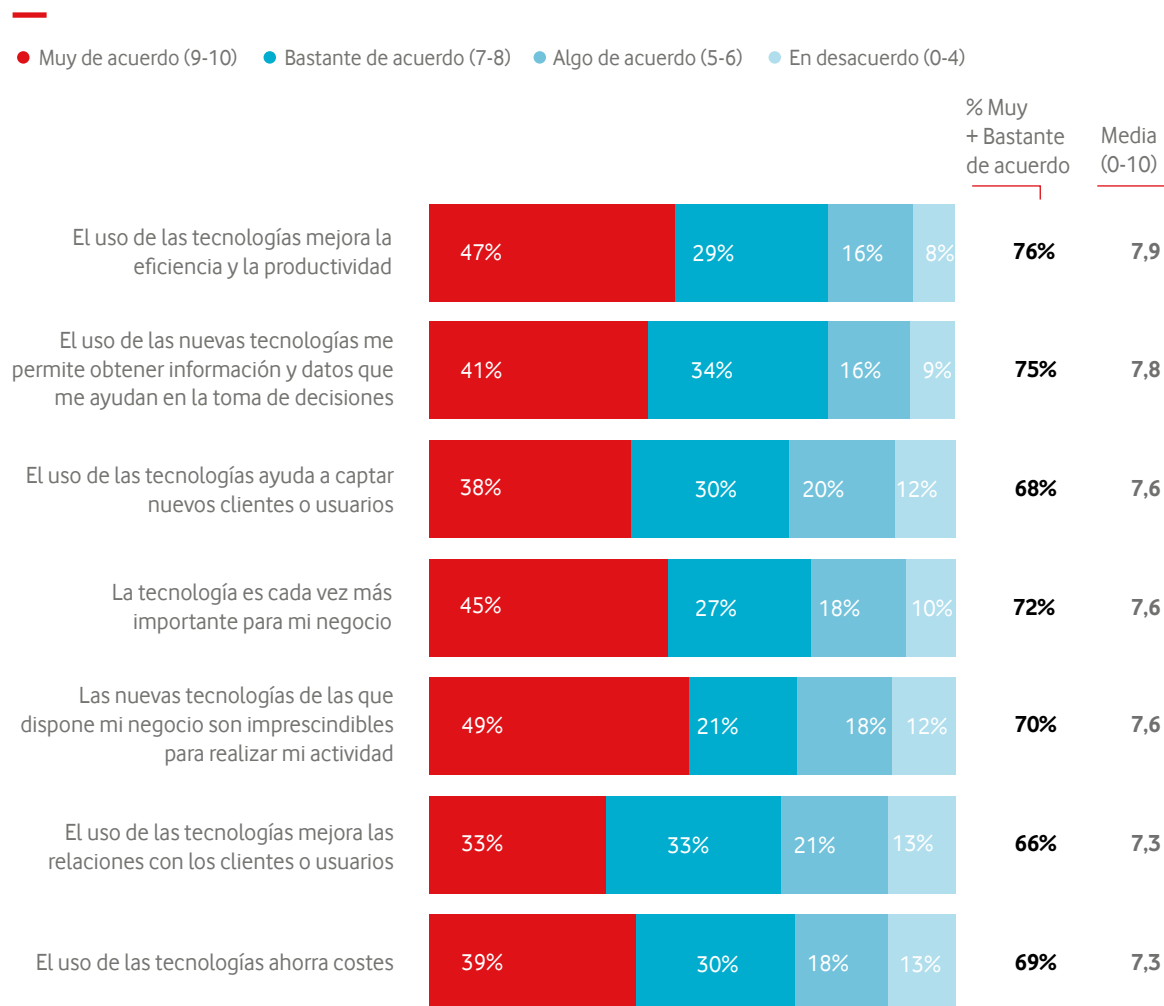
Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

🟢 Significativo superior al total.
 🔴 Significativo inferior al total.

Los pequeños negocios usan la tecnología para mejorar la eficiencia, la productividad y la toma de decisiones

La gran mayoría de los Profesionales y Pequeñas Empresas españolas encuestadas son plenamente conscientes de la importancia de las soluciones tecnológicas para impulsar el avance de su negocio, la relación con sus clientes y el ahorro de costes.

Valoración de 0 a 10 de los principales beneficios de la digitalización

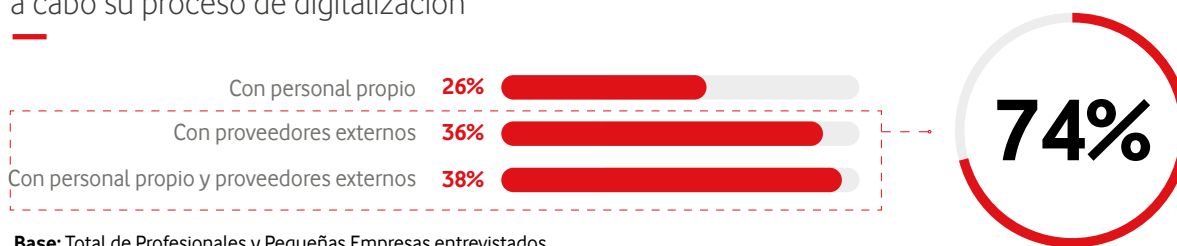


Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

Un 74% de los Profesionales y Pequeñas Empresas solo pueden digitalizarse si reciben ayuda externa

Digitalizar los procesos no resulta una tarea sencilla para los pequeños negocios, requiere de personal cualificado con conocimientos técnicos que sepan marcar un rumbo. De ahí que solo un 26% de los Profesionales y Pequeñas Empresas se vean capacitados para llevar a cabo la digitalización con su propio personal y que la gran mayoría necesite contratar a proveedores externos. Por su parte, el 36% de los Profesionales y Pequeñas Empresas señalan que necesitan ayuda externa

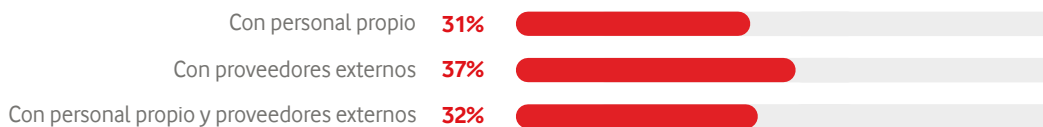
Tipo de personal para llevar a cabo su proceso de digitalización



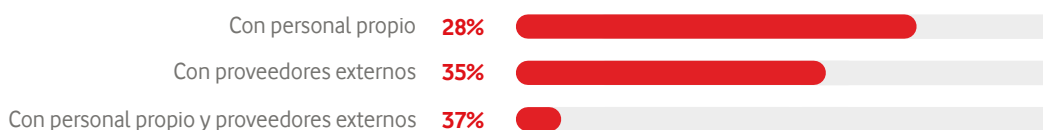
Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

TIPO DE PERSONAL PARA ACOMETER LA DIGITALIZACIÓN, POR TAMAÑO DE EMPRESA

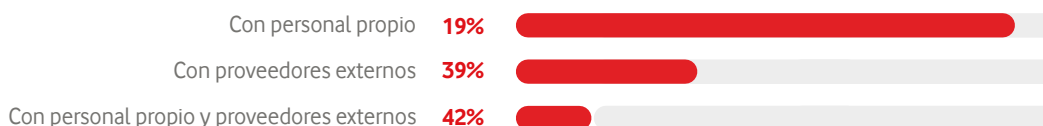
AUTÓNOMOS



1-4 EMPLEADOS



5-9 EMPLEADOS



TIPO DE PERSONAL PARA ACOMETER LA DIGITALIZACIÓN, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

El sector que cuenta con más empleados propios para llevar a cabo el proceso de digitalización es el de restauración, mientras que el agrícola y el de transporte y logística prefieren la contratación de personal externo.



	TOTAL	SECTOR							
Con personal propio	26%	20%	16%	32%	21%	36%	25%	24%	24%
Con proveedores externos	36%	56%	41%	29%	37%	27%	44%	40%	32%
Con personal propio y proveedores externos	38%	24%	43%	39%	42%	36%	31%	36%	44%

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados, por sector de actividad.

% Significativo **superior** al total.

% Significativo **inferior** al total.



“Hemos contratado más personal para gestionar lo que nos demanda el mercado digital, pero el equipo que tenemos en cuanto a desarrollo web es externo”

Mikel Moisen, Txirula Musik, Comercio minorista, País Vasco

“Hemos ido contratando a empresas e informáticos para que nos ayudaran con la creación y el desarrollo de la web. En el pasado tuvimos malas experiencias con algunos que nos dejaron colgados”



Josefa Puigcerver, La Abeja de Oro, Comercio minorista, Comunidad Valenciana



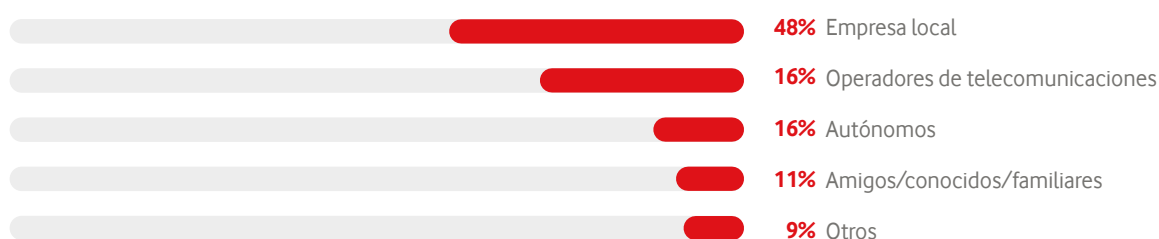
“Hemos pasado de trabajar con drones para la imagen aérea a subcontratar estos servicios a empresas profesionales externas. La tecnología ha mejorado mucho y los costes se han ido reduciendo, lo que permite ofrecer servicios más económicos”

Fran García Ruiz, AgroMapping, Servicios/Agricultura, Cataluña

Los Profesionales y Pequeñas Empresas recurren a empresas locales como proveedores externos para digitalizarse

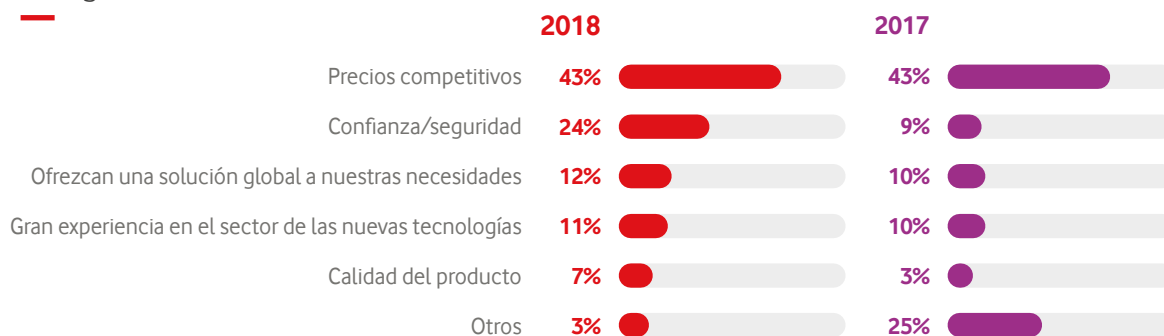
Cuando los pequeños comercios buscan contratar los servicios externos para su proceso de digitalización, prefieren acudir a las empresas locales. En segundo y tercer lugar recurren a los operadores de telecomunicaciones y a profesionales autónomos.

Tipo de proveedores que contratarán para el proceso de digitalización



Base: Total de respuestas.

Top prioridades para contratar a un proveedor de digitalización



TIPO DE PROVEEDORES PARA LA DIGITALIZACIÓN, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

El sector del transporte, con un 32%, es el que más apuesta por los operadores de telecomunicaciones como colaboradores en su proceso digital. Muy de cerca, con un 28%, le siguen las compañías del ámbito de la restauración. Sin embargo, la opción estrella en todos los sectores es la empresa local.

		Agricultura, silvicultura, minería	Industria	Comercio minorista	Comercio mayorista	Restauración	Transporte, logística	Servicios	Otros
	PROVEEDORES	SECTOR							
	TOTAL								
Empresa local	48%	40%	48%	45%	63%	42%	48%	53%	43%
Operadores de telecomunicaciones	16%	14%	15%	15%	11%	28%	32%	12%	16%
Autónomos	16%	19%	13%	15%	13%	11%	10%	21%	17%
Amigos/conocidos/familiares	11%	5%	13%	16%	8%	13%	2%	12%	14%
Otros	9%	22%	11%	9%	5%	6%	8%	2%	10%

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados que contarán con proveedores externos para la digitalización.

% Significativo **superior** al total.
% Significativo **inferior** al total.

TIPO DE PROVEEDORES PARA LA DIGITALIZACIÓN, POR TAMAÑO DE EMPRESA

	PROVEEDORES	MEDIA	AUTÓNOMOS	1-4 EMPLEADOS	5-9 EMPLEADOS
Empresa local	48%	48%	40%	48%	55%
Operadores de telecomunicaciones	16%	16%	18%	16%	15%
Autónomos	16%	16%	19%	15%	15%
Amigos/conocidos/familiares	11%	11%	13%	12%	8%
Otros	9%	9%	10%	9%	7%

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados que contarán con proveedores externos para la digitalización.

Necesidades y disponibilidad de servicios de digitalización

El correo electrónico y la seguridad son los elementos estrella para los Profesionales y Pequeñas Empresas

Como buena parte de la sociedad, la mayoría de los Profesionales y Pequeñas Empresas disponen de correo electrónico, una red wifi y servicios ilimitados de llamadas de voz en su día a día. Estas son sus grandes herramientas de negocio y comunicación con sus clientes.

Por ello, la mayoría de los encuestados no muestra demasiado interés en otros servicios como el almacenamiento en Cloud, los servicios de posicionamiento en buscadores de Internet y el diseño web personalizado y adaptable a

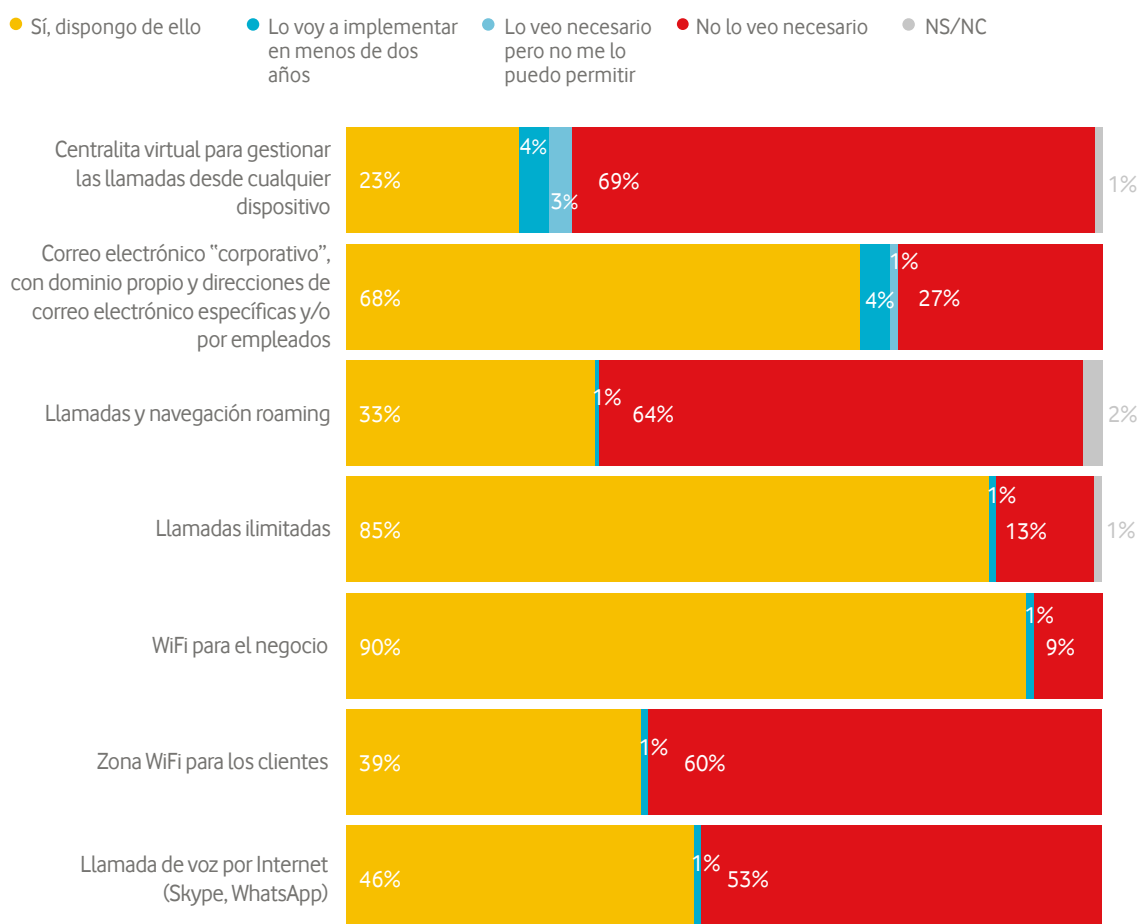
distintos dispositivos. Lo mismo ocurre con el ecommerce, ya que consideran que no todos sus clientes necesitan la compra online porque prefieren acudir personalmente a su comercio.

Además, aseguran que no podrían afrontar todos los servicios aparejados que implica tener un ecommerce, por ejemplo, un sistema de envíos, un lugar para almacenar los productos y toda la logística que implica el desarrollo de un servicio de comercio electrónico.

El WiFi, las llamadas ilimitadas y el correo electrónico corporativo son los servicios de voz y conexión que más despuntan para Profesionales y Pequeñas Empresas

La gran mayoría de Profesionales y Pequeñas Empresas están en una de estas dos situaciones: ya disponen de los servicios necesarios de voz y conexión o, si no lo hacen, es porque no lo ven necesario. Son pocos los que esperan implementarlos en unos años y, los que no, lo hacen por barreras económicas.

















Nivel de necesidad de disponer o mejorar los siguientes servicios de voz y de conexión a Internet



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS DE CONECTIVIDAD, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

El comercio mayorista es el sector que cuenta con el mayor grado de madurez en términos de conectividad. Tan solo se sitúa por encima la hostelería en cuanto a servicios de conexión wifi abierta para los clientes. Por su parte, el sector industrial y el comercio mayorista lideran en llamadas ilimitadas.

									
	SERVICIOS	SECTOR							
	TOTAL								
Centralita virtual para gestionar las llamadas desde cualquier dispositivo	23%	18%	25%	15%	44%	16%	31%	23%	17%
Correo electrónico "corporativo", con dominio propio y direcciones de correo electrónico específicas y/o por empleados	68%	62%	65%	62%	81%	59%	65%	69%	80%
Llamadas y navegación roaming	33%	28%	34%	21%	60%	19%	57%	32%	36%
Llamadas ilimitadas	85%	84%	94%	81%	95%	73%	92%	84%	90%
WiFi para el negocio	90%	81%	91%	85%	97%	95%	79%	92%	91%
Zona WiFi para los clientes	39%	13%	27%	28%	32%	80%	16%	43%	30%
Llamada de voz por Internet (Skype, WhatsApp)	46%	49%	51%	43%	57%	35%	48%	47%	43%

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados que contarán con proveedores externos para la digitalización.



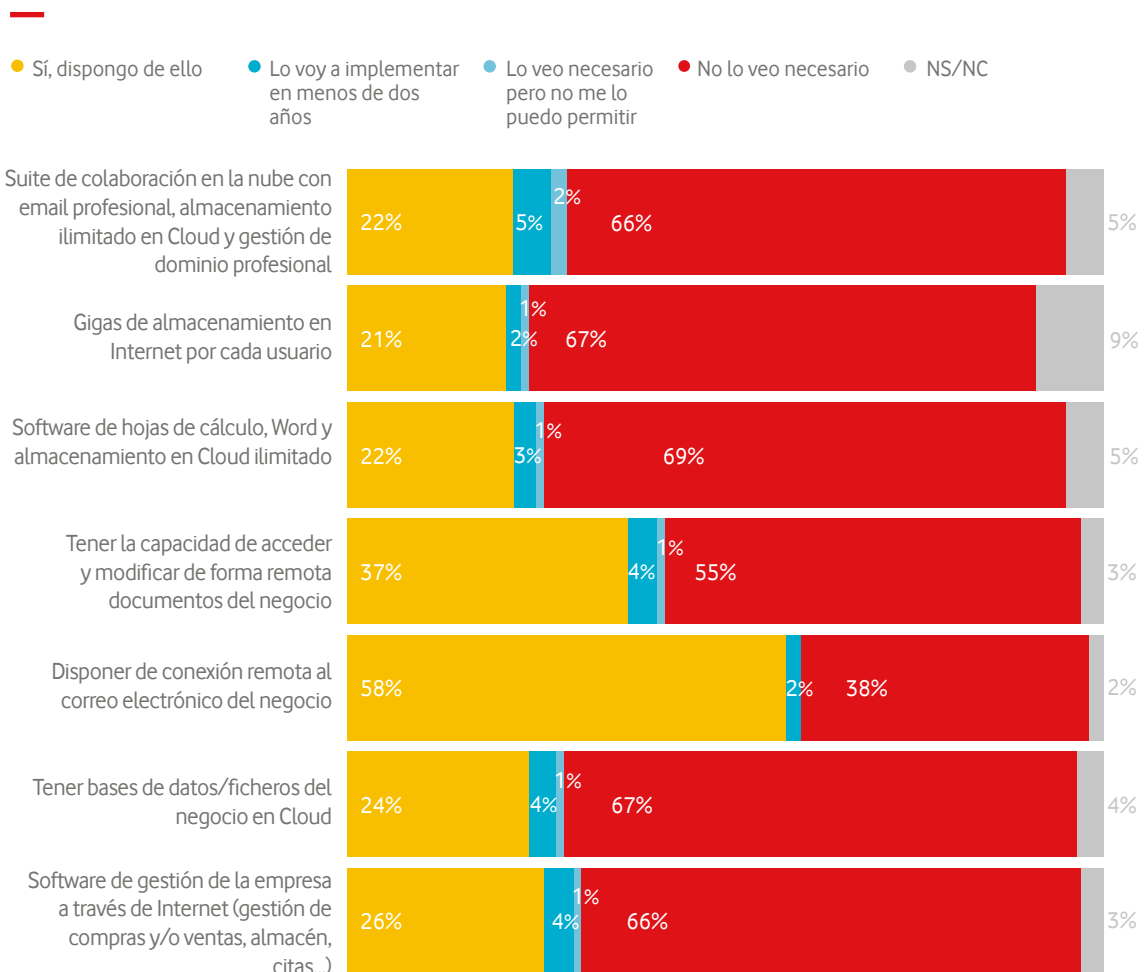
“Igual que antes podías trabajar por carta o por teléfono, ahora trabajas con el email”

Juan Antonio Sánchez, Espartería Juan Sánchez, Retail, Comercio minorista, Madrid

Los servicios Cloud no son fundamentales para los Profesionales y Pequeñas Empresas

El servicio más utilizado, por más de la mitad de estos profesionales, es la conexión remota al correo electrónico del negocio. El resto de herramientas solo parecen ser útiles para aproximadamente un cuarto de los Profesionales y Pequeñas Empresas. Por ejemplo, el software de ofimática, la colaboración en Cloud y el almacenamiento ilimitado son los menos necesitados.

Nivel de necesidad para su empresa o negocio de disponer o mejorar servicios Cloud



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS EN LA NUBE, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

El comercio mayorista se muestra como uno de los más avanzados a la hora de implementar servicios Cloud en sus rutinas de trabajo. En el caso de la agricultura sucede lo contrario, siendo la conexión remota al correo corporativo la herramienta básica más consolidada con la que cuentan hoy en día.

		Agricultura, silvicultura, minería	Industria	Comercio minorista	Comercio mayorista	Restauración	Transporte, logística	Servicios	Otros
	PROVEEDORES	SECTOR							
	TOTAL								
Suite de colaboración en la Nube con email profesional, almacenamiento ilimitado en Cloud y gestión de dominio profesional	22%	22%	21%	21%	28%	22%	19%	22%	23%
Gigas de almacenamiento en Internet por cada usuario	21%	16%	26%	17%	26%	17%	16%	25%	20%
Software de hojas de cálculo, Word y almacenamiento en Cloud ilimitado	22%	19%	25%	17%	28%	21%	21%	22%	24%
Tener la capacidad de acceder y modificar de forma remota documentos del negocio	37%	25%	36%	34%	45%	37%	31%	42%	32%
Disponer de conexión remota al correo electrónico del negocio	58%	30%	48%	44%	50%	55%	32%	54%	58%
Tener bases de datos/ficheros del negocio en Cloud	24%	16%	26%	20%	32%	23%	21%	25%	29%
Software de gestión de la empresa a través de Internet (gestión de compras y/o ventas, almacén, citas...)	26%	22%	28%	26%	36%	23%	20%	27%	23%

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados que contarán con proveedores externos para la digitalización.

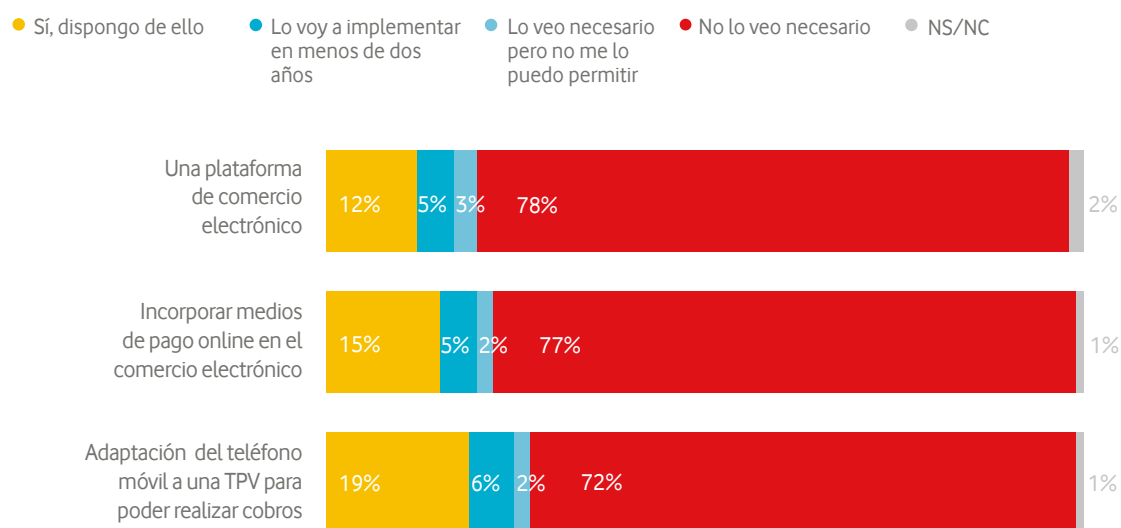
“La promoción y la comunicación sí ha cambiado. Pero a la hora del día a día y de gestionar los pedidos aún es bastante rudimentario”

Susanna Gordo, Masía Ana, Horeca, Comunidad Valenciana.

El 78% de los Profesionales y Pequeñas Empresas no ven necesario tener servicios de comercio electrónico en su empresa

Los servicios de ecommerce son muy poco demandados por estos profesionales: solo un 19% de los encuestados disponen de la adaptación del teléfono móvil a una TPV y un 15% de medios de pago online. Cerca del 5% de los encuestados se declaran con intenciones de implantar servicios de comercio electrónico en menos de dos años.

Nivel de necesidad para su empresa de los siguientes servicios relacionados con el comercio electrónico



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

DISPONIBILIDAD DE COMERCIO ELECTRÓNICO, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

La hostelería es el sector con más empresas que disponen de servicios referentes al comercio electrónico. Sin embargo, la agricultura aún está en una fase previa; solo un 6% tiene una plataforma de venta online.

		Agricultura, silvicultura, minería	Industria	Comercio minorista	Comercio mayorista	Restauración	Transporte, logística	Servicios	Otros
	TOTAL	6%	8%	15%	12%	18%	9%	11%	10%
Una plataforma de comercio electrónico	12%	6%	8%	15%	12%	18%	9%	11%	10%
Incorporar medios de pago online en el comercio electrónico	15%	12%	7%	20%	14%	22%	13%	14%	11%
Adaptación del teléfono móvil a una TPV para poder realizar cobros	19%	7%	11%	27%	11%	37%	8%	17%	13%

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados, por sector de actividad.

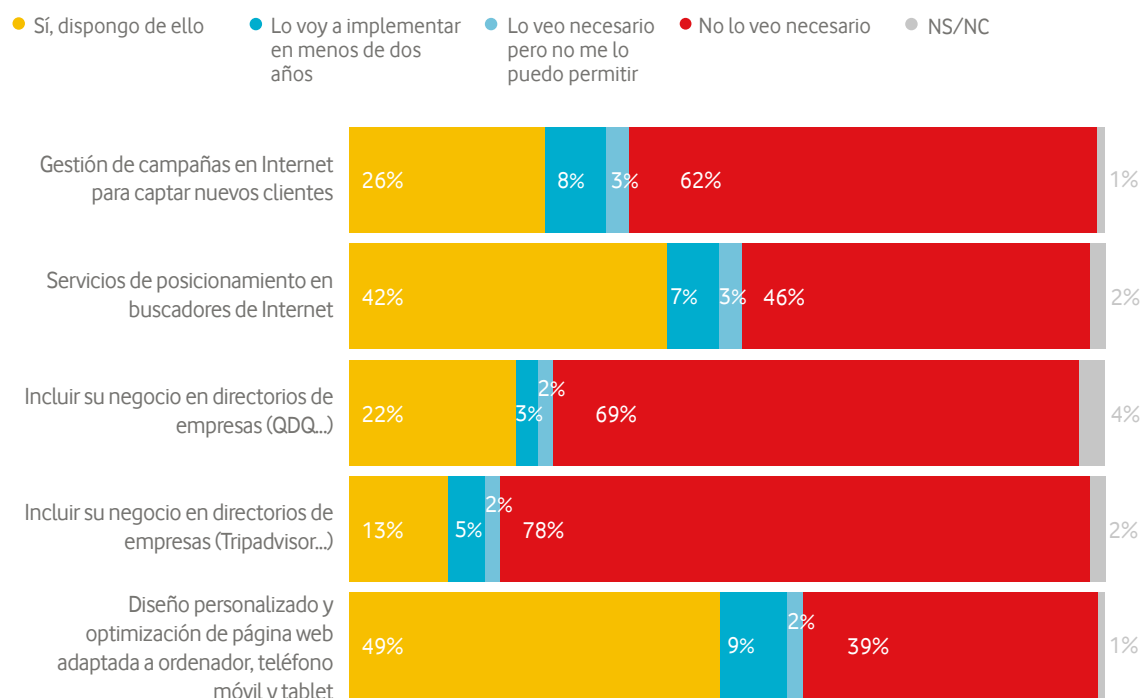
% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

Cuatro de cada diez Profesionales y Pequeñas Empresas se posicionan en buscadores para mejorar su presencia en Internet

Cerca de un 42% dispone de servicios de posicionamiento en buscadores en Internet y casi la mitad de los Profesionales y Pequeñas Empresas encuestados afirma tener un diseño personalizado de la web adaptable a los diferentes soportes. Una gran mayoría no ve necesario incluir su negocio en recomendadores ni en directorios de empresas.

Uso de herramientas de marketing online



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.



“A largo plazo sales ganando porque si no tienes una página web, no eres nadie”

Cristina Sainz, Posada de Villacarriedo, Horeca, Cantabria

DISPONIBILIDAD DE HERRAMIENTAS DE MARKETING, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

Todos los sectores disponen, en gran medida, de servicios de posicionamiento en buscadores web, aunque destaca la hostelería. Asimismo, este sector muestra índices significativamente superiores al resto en cuanto a su uso de directorios de empresas para promocionar sus productos.



HERRAMIENTAS DE MARKETING	SECTOR								
	TOTAL								
Gestión de campañas en Internet para captar nuevos clientes	26%	12%	22%	29%	20%	38%	8%	29%	22%
Servicios de posicionamiento en buscadores de Internet	42%	25%	34%	42%	36%	53%	39%	43%	47%
Incluir su negocio en directorios de empresas (QDQ...)	22%	15%	21%	19%	21%	3%	18%	22%	28%
Incluir su negocio en directorios de empresas (Tripadvisor...)	13%	3%	9%	7%	6%	45%	4%	10%	10%
Diseño personalizado y optimización de página web adaptada a ordenador, teléfono móvil y tablet	49%	29%	48%	44%	50%	55%	32%	54%	58%

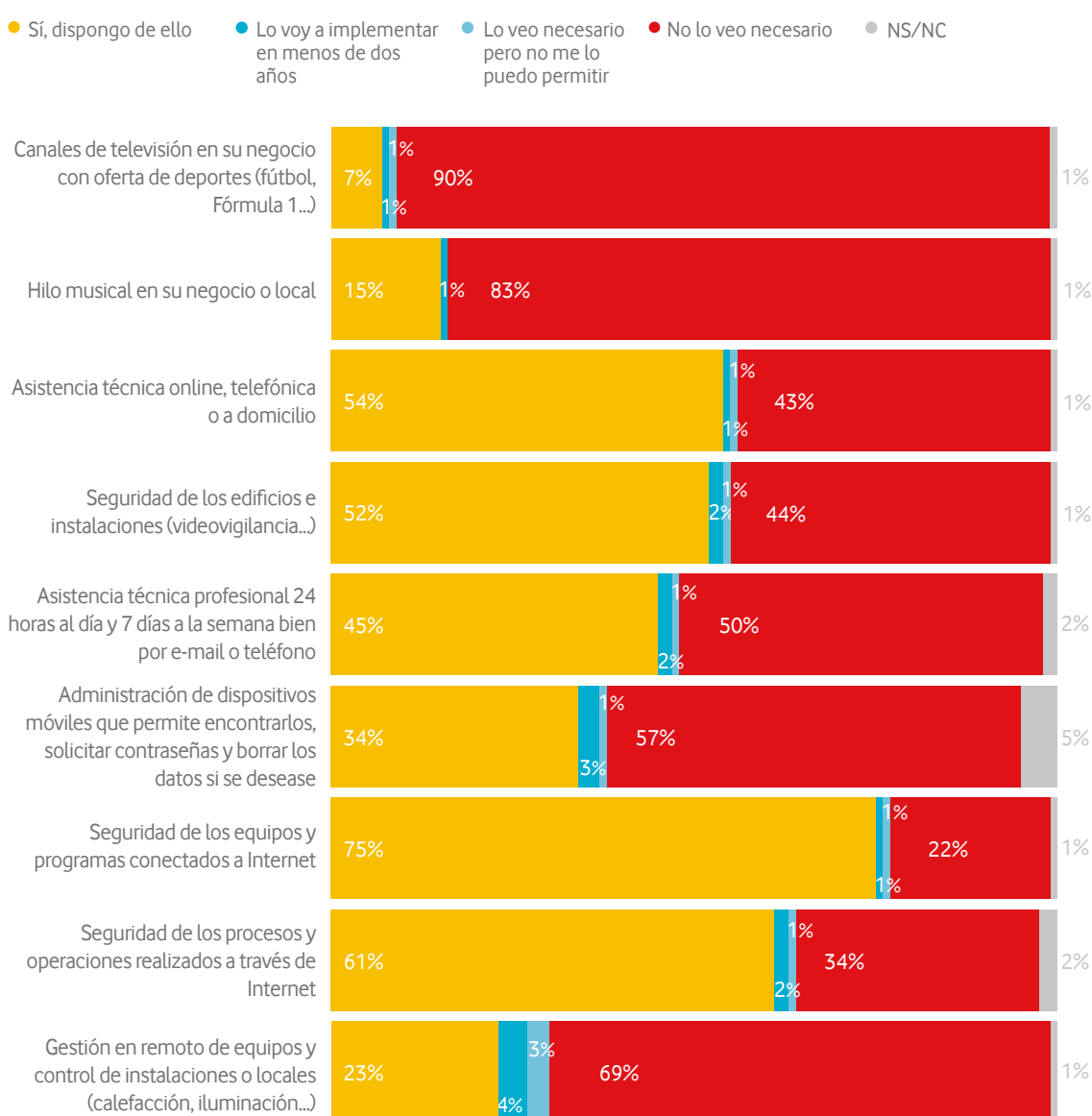
Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados que contarán con proveedores externos para la digitalización.



Los servicios digitales relacionados con la seguridad son muy demandados por los Profesionales y Pequeñas Empresas

Un 75% de los Profesionales y Pequeñas Empresas ya dispone de soluciones para mejorar la seguridad de los equipos de su negocio y de aquellos programas que requieren conexión a Internet. Además, un 61% cuenta con herramientas de seguridad que protegen los procesos y las operaciones realizadas a través de la web. Otros servicios relacionados con televisión, hilo musical y gestión en remoto de instalaciones locales apenas se consideran necesarios.

Uso de herramientas de seguridad



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

Aceleradores y frenos de la digitalización

Los Profesionales y Pequeñas Empresas ven en la eficiencia el mayor beneficio de la digitalización y en el coste, la mayor barrera

Aunque las razones que justifican la necesidad de digitalizarse son múltiples, los Profesionales y Pequeñas Empresas destacan que su principal beneficio es la mejora de la eficiencia de procesos y tareas. También valoran otras ventajas, como la mejora de sus comunicaciones y la posibilidad de ampliar su cartera de clientes gracias a un contacto más directo con ellos.

Sin embargo, para lograr estos beneficios, el 25% considera que todavía existe una barrera muy grande a sortear: el coste elevado de implementación de la digitalización. Asimismo, restan importancia a otros escollos como pueden ser la falta de personal cualificado con las habilidades digitales que requiere hoy en día el mercado.

La mejora de la eficiencia en los procesos y las tareas es el principal beneficio que los Profesionales y Pequeñas Empresas ven en la digitalización

Los Profesionales y Pequeñas Empresas consideran que el mayor beneficio de digitalizarse está en aumentar la eficiencia de sus procesos y tareas. Aunque esta ventaja no es la única. También destacan su interés por mejorar su comunicación con los usuarios y la posibilidad de ampliar su número de clientes.

Principales beneficios de la digitalización



Base: Pregunta abierta. Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.

“Gracias a la digitalización se ganan muchas horas que pierdes haciendo la documentación manual y se ahorran costes”

Susanna Gordo, Masía Ana, Horeca, Comunidad Valenciana



“Cuando visitan la tienda, ya han consultado el precio y la disponibilidad de los productos en nuestra web, facilitando así el servicio en la tienda física”

Adolfo M. Trujillo, Caravanas Arure, Transporte, Canarias

PRINCIPALES BENEFICIOS DE LA DIGITALIZACIÓN, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

Mientras que las empresas del sector de la agricultura, del comercio mayorista, de la restauración y de los servicios creen que el mayor beneficio que obtienen de la digitalización es una mayor eficiencia de los procesos, el comercio minorista ve la gran ventaja en la ampliación de la cartera de clientes. Por su parte, la industria y el transporte consideran que favorece una mejor comunicación con los usuarios.

		Agricultura, silvicultura, minería	Industria	Comercio minorista	Comercio mayorista	Restauración	Transporte, logística	Servicios	Otros
	TOTAL								
Mayor eficiencia de los procesos/tareas	17%	25%	20%	18%	14%	20%	16%	18%	25%
Mejor comunicación con el cliente, usuario	14%	14%	24%	15%	12%	13%	18%	15%	17%
Ampliación del número de clientes	13%	6%	11%	20%	6%	16%	9%	14%	13%
Incremento de la rentabilidad	5%	10%	7%	3%	3%	4%	9%	7%	1%
Mejora de la imagen/reputación de la empresa	5%	1%	6%	10%	3%	11%	3%	5%	2%
Ampliación de mercados/ crecimiento de negocio	5%	4%	4%	7%	4%	5%	7%	5%	7%
Mayor satisfacción de los clientes, usuarios	4%	3%	2%	3%	2%	5%	4%	5%	4%
Reducción de los gastos	3%	3%	2%	1%	3%	3%	4%	5%	3%
Conocer mejor las necesidades de los clientes, usuarios	3%	1%	6%	4%	2%	3%	---	3%	4%

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados, por sector de actividad.

% Significativo **superior** al total.

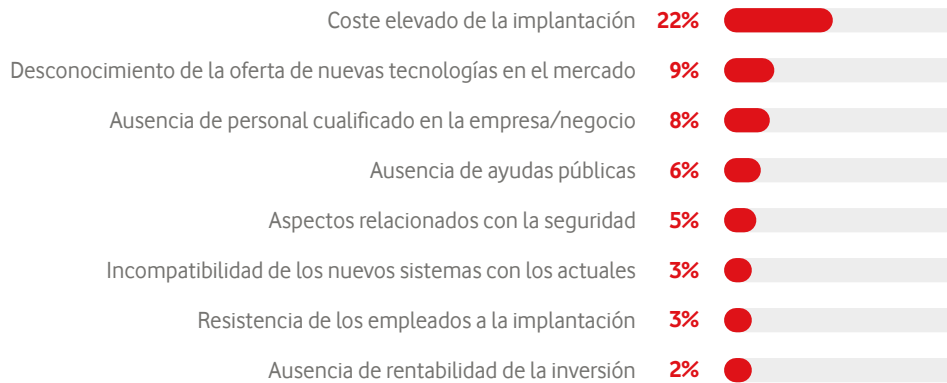
% Significativo **inferior** al total.

*Pregunta abierta. No se sugería ninguna respuesta a la persona entrevistada. Posibilidad de que las respuestas sumen más de un 100%

El coste es el gran reto de la digitalización para los Profesionales y Pequeñas Empresas

La inversión necesaria para emprender el proceso de digitalización es la principal barrera para el 22% de los pequeños comercios. Cualquier otro obstáculo resulta minoritario para ellos, como ocurre con la ausencia de personal cualificado, que solo preocupa al 8% de la muestra y la falta de ayudas públicas, que obtiene el 6%.

Principales dificultades y barreras para la digitalización en su negocio



Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados.



“Estamos perdidos en el mundo digital y sin ganas de encontrarnos. El boca a boca es la mejor web”

















Loli Mota, Tienda de menaje Cosas de Casa, Comercio minorista, Madrid

“La mayor dificultad que tengo yo a la hora de mostrar mi producto es que es ropa y es muy difícil de colocar para mostrarlo... Si no tienes una modelo, una prenda colgada en la percha no queda igual. Esta es una de las barreras por las que no acabas de arrancar”

Sara Sánchez, Tienda de ropa Sasha, Comercio minorista, Madrid

PRINCIPALES BARRERAS DE LA DIGITALIZACIÓN, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

El coste de implantación se impone como la principal barrera para todos los sectores, siendo especialmente significativo en el caso de la industria y el comercio minorista. El sector agrícola, la industria y el comercio mayorista también identifican la ausencia de personal cualificado como un impedimento para la digitalización.

									
		Agricultura, silvicultura, minería	Industria	Comercio minorista	Comercio mayorista	Restauración	Transporte, logística	Servicios	Otros
	TOTAL								
Coste elevado de la implantación	22%	15%	26%	25%	15%	17%	16%	19%	19%
Desconocimiento de oferta de nuevas tecnologías en el mercado	9%	9%	9%	8%	7%	7%	5%	10%	4%
Ausencia de personal cualificado en la empresa/negocio	8%	15%	13%	9%	10%	9%	9%	8%	9%
Ausencia de ayudas públicas	6%	6%	9%	7%	3%	6%	9%	5%	3%
Aspectos relacionados con la seguridad	5%	2%	2%	4%	5%	3%	2%	3%	2%
Incompatibilidad con los sistemas actuales	3%	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	4%
Resistencia de los empleados a la implantación	3%	1%	2%	3%	1%	2%	2%	3%	4%
Ausencia de rentabilidad de la inversión	2%	---	---	2%	2%	2%	2%	2%	2%

Base: Total de Profesionales y Pequeñas Empresas entrevistados, por sector de actividad.

% Significativo **superior** al total.
% Significativo **inferior** al total.



