

PRIMER INFORME MUYPYMES SOBRE WEB Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA EMPRESA ESPAÑOLA

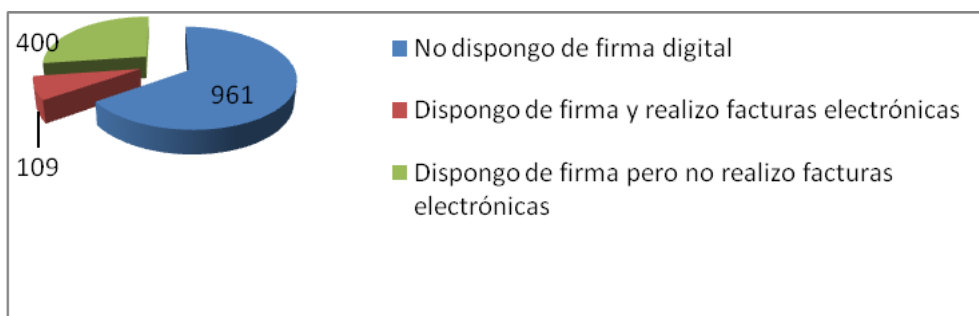
Únicamente el 10% de las pymes emite facturas digitales

- *Un estudio desarrollado por el portal Muypymes.com entre 1.500 pequeñas empresas españolas pone de manifiesto que el 90% de los pequeños empresarios españoles no ha dado el salto a la factura digital, pese a los esfuerzos formativos que se están desarrollando desde las distintas Administraciones Públicas.*
- *El 63% de las pymes encuestadas afirman disponer de una página web propia, aunque de éstas, únicamente el 25,6% comercializa sus productos y servicios en la Red.*
- *La inserción de herramientas de vídeo o contenido multimedia solo se da en el 15% de los casos, dato que revela que la infraestructura de la mayoría de las webs corporativas es muy básica.*

Una de las mayores prioridades para el Ministerio de Industria es que la pyme española sea capaz de competir de tú a tú con las europeas en áreas tan sensibles como la penetración de las Nuevas Tecnologías, Internet y el Comercio Electrónico. La alta participación registrada en programas como el Plan Avanza, NEW (Ninguna Empresa en Red) o seminarios como “Jornadas en Red” evidencian el creciente interés del pequeño empresario español en invertir en TIC.

Sin embargo, todavía queda mucho camino por recorrer. Tal y como se demuestra en el **“Primer Informe MuyPymes sobre Web y Nuevas Tecnologías en la Empresa Española”** la pyme española sigue mostrándose reacia a apostar por tecnologías como la facturación electrónica, que representa un importante ahorro de costes para las empresas o por el comercio electrónico.

En este sentido, el 64% (961) de las empresas consultadas declaran que no disponen de firma digital, a pesar de que es posible realizar su solicitud desde el año 2003. De las empresas que declaran disponer de firma digital (550), el 72% afirma que no emite facturas electrónicas y exclusivamente un 28% las emite. Si extrapolamos esta situación al conjunto de todos los encuestados, se deduce que solamente el 10% (148) de las pymes emite facturas electrónicas.

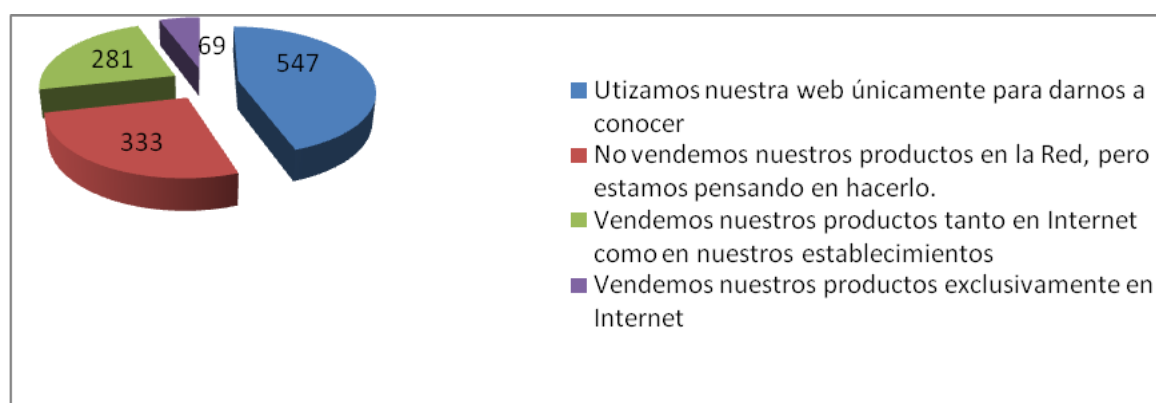


Comercio electrónico y publicidad

En el ámbito del comercio electrónico, una de las áreas en que más hemos de mejorar y crecer para situarnos al nivel de nuestros colegas europeos, la lectura que hacemos es doble: por un lado, detectamos un fuerte interés en las pymes por comenzar a vender sus productos y servicios en Internet pero, por otro, los datos indican que el 36% de los encuestados (550) aseguran que no solo no venden sus productos on-line sino que tampoco tienen intención de hacerlo en un futuro próximo.

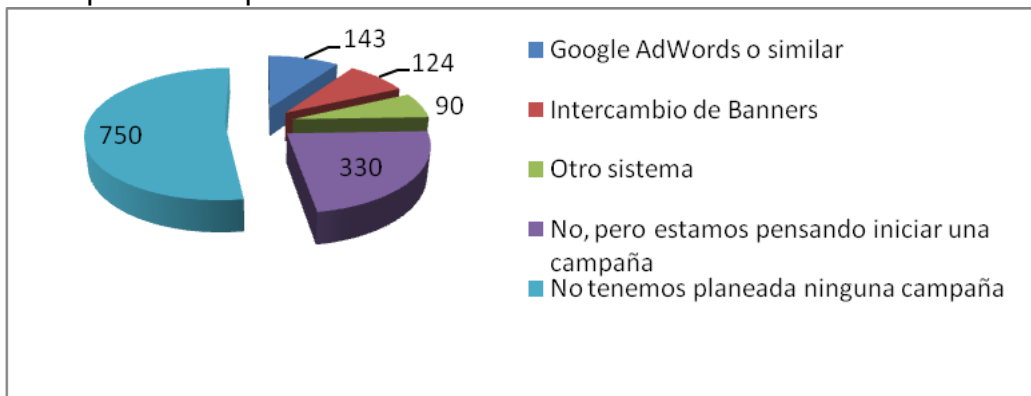
A pesar de este dato, hay motivos para ser optimista. Del total de las empresas que no venden sus productos en Internet (874, el 58%) el 38% ha declarado su firme intención de empezar a comercializar sus productos on-line en un breve espacio de tiempo.

Con todo, detectamos que la mayoría de las empresas que venden en Internet lo hacen como complemento de sus actividades comerciales tradicionales y es que el 80% (282) de las empresas que venden sus productos on-line (354) también disponen de sus propios establecimientos de atención al público donde comercializan sus productos. En este apartado, solamente el 20% (61) de las empresas que comercian on-line declaran no disponer ningún otro canal de distribución.



En cuanto a la posibilidad de promocionar su web o servicios a través de campañas publicitarias on-line, el 72% (1080) declara no haber desarrollado nunca una campaña publicitaria on-line. De éstas, aproximadamente el 70% aseguran que ni ahora ni en el futuro estarían dispuestos a pagar por promocionarse en Internet. De

las que sí se han realizado en alguna ocasión en la Red, el 40% (143) ha optado por el sistema de promoción Google Adwords, un 34% (124) ha preferido utilizar un sistema de intercambio de banners y por último, el 25% (90) ha elegido otro tipo de sistema de promoción publicitaria.

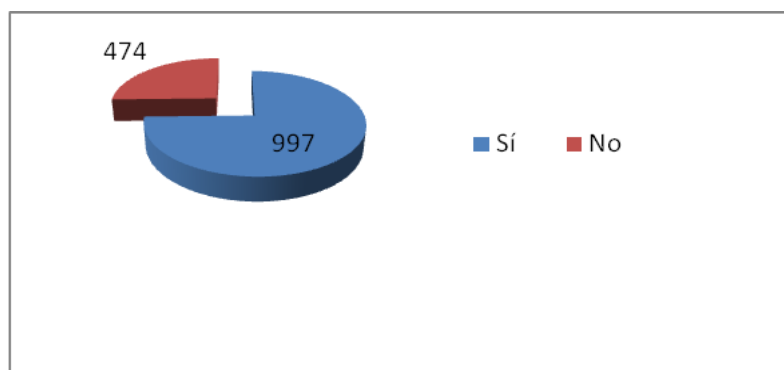


Perfil de la web de la pyme española

Antes de entrar a valorar el perfil de la web corporativa española hemos querido saber cuántas pymes disponían de una web propia. Según datos del Ministerio de Industria Turismo y Comercio, aproximadamente la mitad de las pymes españolas cuentan ya con una web corporativa.

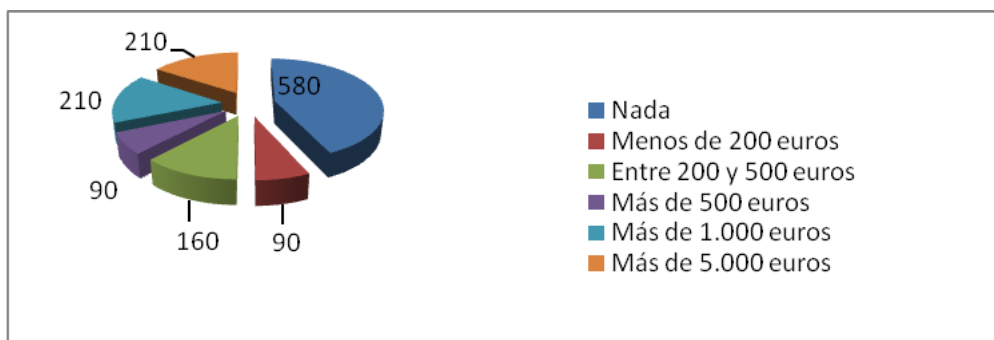
Nuestro estudio no obstante, revela que casi el 63% (997) de las empresas encuestadas disponen de web propia y de las que no han creado aún su espacio en Internet (474 empresas), aproximadamente el 60% están considerando desarrollar su web a corto plazo.

Esta distorsión con respecto a los datos aportados por el Ministerio, se justifica en la medida de que el lector y usuario de MuyPymes es también usuario habitual de Internet y las Nuevas Tecnologías y muestra un mayor interés que la media sobre todo aquello que la Red puede ofrecer.



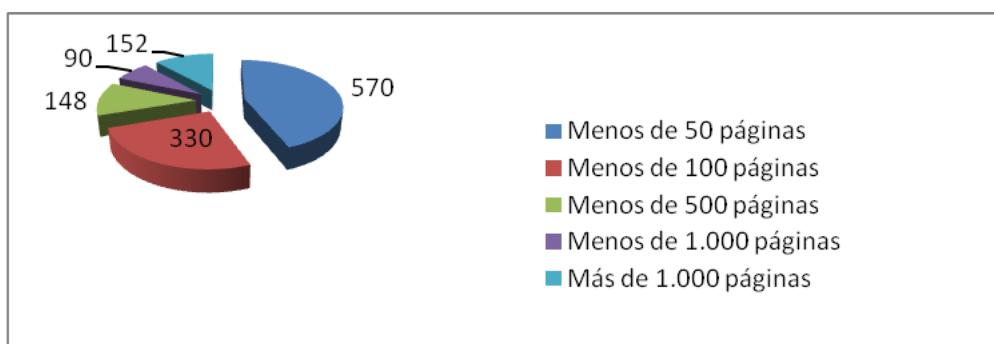
Sin embargo, si lo que queremos es que nuestra página web sea algo más que un elemento testimonial, hay otros factores que conviene analizar. Estos factores son, entre otros, la frecuencia en la actualización de la página, el tráfico medio que genera la página, el dinero que se ha invertido en la misma, la inclusión de herramientas multimedia o la usabilidad y el diseño de la misma.

En este sentido, la inversión que las pymes realizan en el diseño y programación de sus páginas corporativas, resulta muy dispar. Mientras que un importante porcentaje de las empresas consultadas (39%) aseguran que no han invertido ni un solo euro en este concepto (ya que la página ha sido diseñada o programada por familiares, amigos o conocidos) otro porcentaje significativo asegura haber invertido más de 1.000 euros (28%) e incluso más de 5.000 euros (15%).

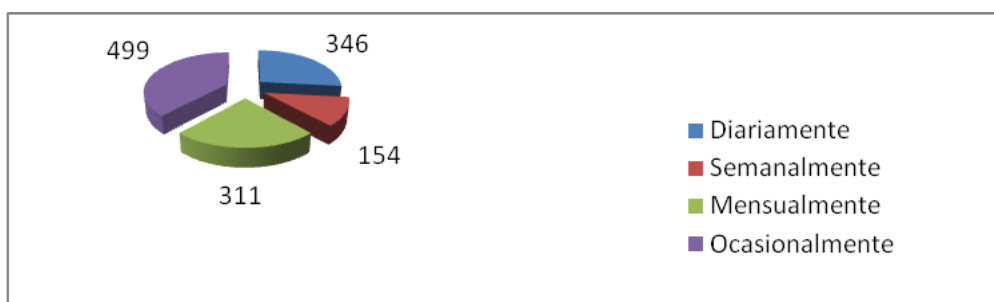


En cuanto al tráfico medio que generan las web de las pymes españolas, afirmar que casi el 70% (69,8%) de las mismas sirven menos de 100 páginas diarias, un número bastante bajo que puede justificarse si tenemos en cuenta que son pocas las que apuestan por plataformas de comercio electrónico o contenidos de valor añadido.

En el otro extremo, destacar que el 30% de las empresas encuestadas, sirven más de 500 páginas diarias, y de éstas casi el 40% sirven más de 1.000 páginas al día lo cual es un porcentaje más que interesante si tenemos en cuenta que la audiencia objetiva de este tipo de webs nunca pueda compararse con otras de perfil generalista.



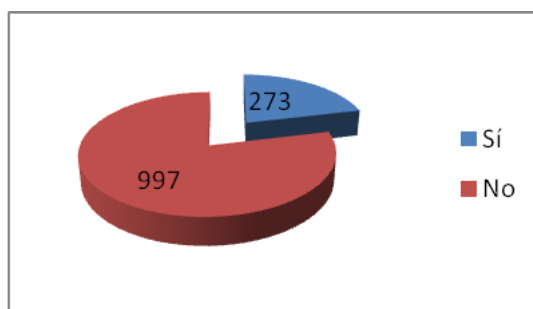
Sin embargo, buena parte de la responsabilidad de el escaso tráfico que experimentan la web corporativas de nuestro país la tiene la escasa frecuencia con la que las mismas se actualizan ofreciendo contenidos nuevos y de interés para sus clientes o potenciales clientes. Nuestro estudio demuestra en este punto que el 40% de las pymes actualiza los contenidos de su web de forma muy esporádica. En el otro extremo, únicamente el 26% de las pymes actualizan su web a diario, mientras que los porcentajes de empresas que actualizan sus webs semanal o mensualmente son del 23% y 11,5% respectivamente.



Web Tv y elementos multimedia

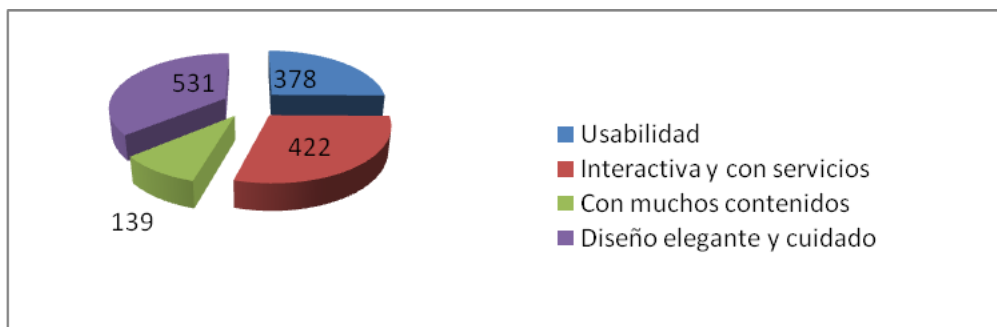
Otros elemento que merece la pena destacar es la inclusión de elementos multimedia en las páginas webs de las empresas, de forma que se cree un canal de contenido añadido así como una plataforma para dar mejor a conocer los productos y servicios de la empresa. Animaciones en flash, vídeos corporativos o incluso aplicaciones web son elementos que pueden ser tenidos en cuenta a la hora de validar la calidad de una web.

En este aspecto, hemos constatado que la inserción de herramientas de vídeo y multimedia en la web sólo está presente en el 15% de los casos estudiados, a pesar de que desde MuyPymes consideramos que éste es un campo en que las pequeñas empresas podrían explotar para aumentar sus posibilidades de darse a conocer y aumentar su audiencia.



Este dato contrasta sin embargo con la opinión que los propios empresarios tienen de cómo debería ser la página ideal de una pequeña empresa. De hecho, el 40,7% de los encuestados opina que en la página corporativa debe primar un diseño elegante y cuidado y otro 33% asegura que la página ideal es aquella que ofrece servicios y contenidos interactivos como los que proporcionan las tecnologías multimedia.

Únicamente un 10,7% de las empresas consultadas considera que lo más importante es que la página corporativa tenga muchos contenidos mientras que, el 28% prima la usabilidad de la web sobre el resto de factores citados con anterioridad.

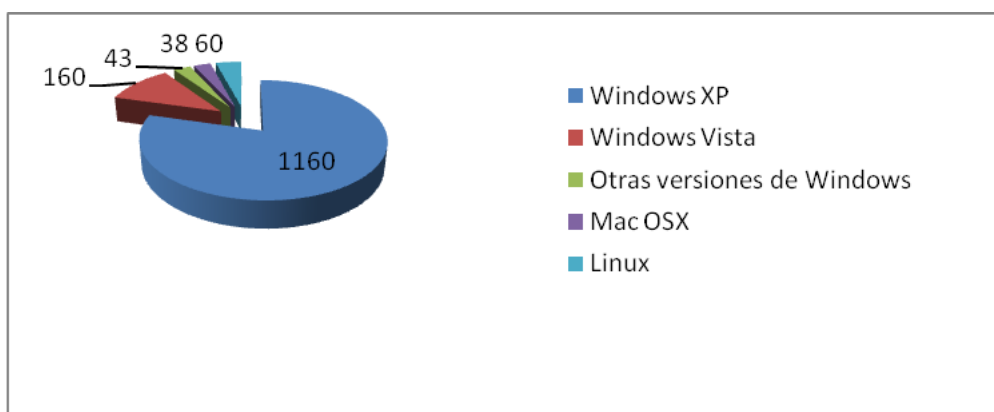


Acceso a Internet, Sistemas Operativos, Protección de Datos

Si nos desplazamos al terreno TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) descubrimos que en la inmensa mayoría de las pymes españolas, Windows XP sigue siendo el rey. Con un porcentaje de usuarios que roza el 77,5% denota que el para muchos denostados Windows Vista tampoco ha conseguido hacerse un hueco en la pyme española: únicamente el 10,6% de las empresas consultadas apuestan por este sistema operativo.

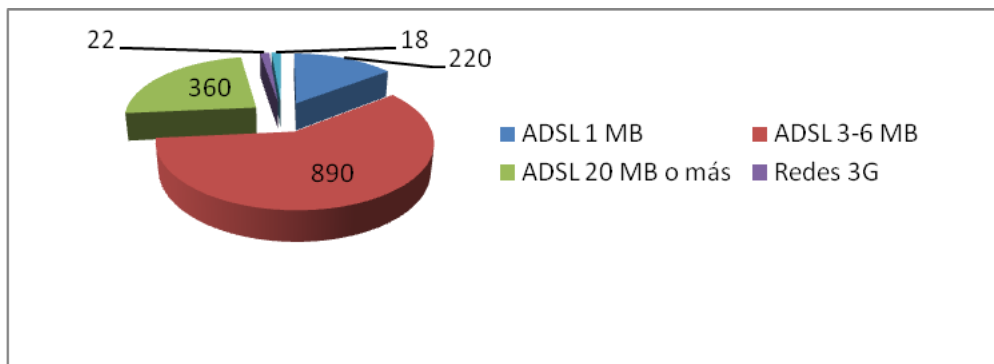
Si nos trasladamos al uso de otros sistemas operativos que no sean de Microsoft, su porcentaje de uso desciende a niveles ínfimos. Así un escaso 4% declaran utilizar alguna distribución de Linux y un porcentaje aún menos (el 2,6%) asegura que utiliza Mac OSX en sus instalaciones.

Sin embargo entre estos datos, llama la atención que un porcentaje similar al anterior (2,6%) de empresas confían en otras versiones de Windows para su trabajo diario, lo que nos remite a sistemas obsoletos como Windows 2000, Windows Me o incluso Windows 98.



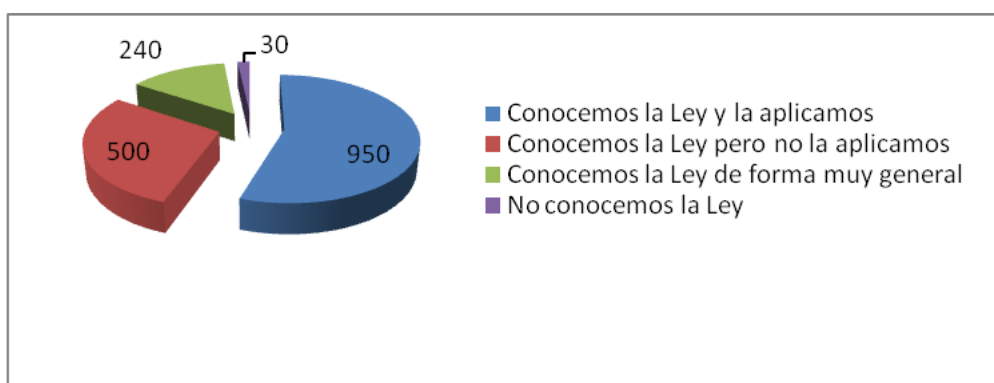
En cuanto al modo de conectarse a la Red, las conexiones ADSL entre 3 y 6 Mb son la opción dominante. Para el 59,3% de los encuestados ésta es la opción que más les convence y que mejor se adapta a sus necesidades. En este punto también se deduce que las conexiones de banda ancha más lentas (1 Mb o menos) prácticamente han desaparecido de las pyme españolas: solamente el 14,6% siguen apostando por esta opción. De la misma forma, las velocidades más altas (20Mb o más) tampoco convencen a los pequeños empresarios españoles, ya que únicamente el 24% respaldan esta opción.

Destaca sin embargo en este campo el despegue de las redes 3G y es que pese a que son los últimos en haber llegado al mercado, casi el 2% de los pequeños empresarios se conectan a Internet a través de módems 3G.



Por último, en este informe hemos querido determinar el conocimiento que tiene la pyme española sobre la LOPD (Ley Orgánica de Protección de Datos), si se aplica y de qué forma se está aplicando.

La conclusión que extraemos de este apartado es que en términos generales, la mayoría de las pequeñas empresas conocen la LOPD y una gran parte de las mismas la aplican. En este sentido, el 65% de los encuestados declaran conocen todos los términos de la Ley y que de la misma forma la aplican en las comunicaciones de su empresa. Además, otro 33,4% asegura que conoce los términos de la Ley pero que de momento no han adaptado su empresa a la misma. En el lado contrario, únicamente un 2% de los consultados han declarado que no conocen el contenido de la LOPD.



Sobre [MuyPymes](#)

MuyPymes es un espacio creado para que la pequeña y mediana empresa española **se informe y se forme**. Cuenta con el apoyo del Ministerio de Industria a través del [Plan Avanza](#) y entre sus actividades está el formar activamente **en marketing online a 50 pymes españolas**.

Pero sobre todo, MuyPymes es un medio de comunicación que pretende convertirse en **referencia** para las pequeñas y medianas empresas de nuestro país. Con este

fin, MuyPymes está al tanto de toda la actualidad que interesa al pequeño empresario y le ofrece además un producto cercano, de servicio, del que pueda sacar partido.