

Radiografía del estado web de las empresas españolas: 2022-2023

cosmomedia.
marketing digital para tu negocio



Introducción

Consideraciones iniciales: la presencia web de las empresas españolas.

En el mundo actual, cada vez más interconectado y digitalizado, la presencia online se ha convertido en un factor clave para el éxito empresarial.

Partiendo de esa premisa, el informe "Radiografía del estado web de las empresas españolas: 2022-2023" analiza la situación de la pequeña y mediana empresa en el terreno digital, centrándose específicamente en el ámbito de las páginas web, su interconexión con las redes sociales y, enmarcado dentro del Programa Kit Digital y su estudio general "Radiografía de intereses de la pyme frente a las soluciones del Programa Kit Digital".

Al examinar el **panorama web en España**, se busca obtener una comprensión más profunda de cómo **las empresas están adoptando y aprovechando las oportunidades que ofrece su presencia en Internet** para impulsar su crecimiento y fortalecer su posición en el mercado.

El informe aborda **diversos aspectos de la presencia online de las empresas españolas**, incluyendo el estado de sus páginas web en términos de diseño y usabilidad. También se evalúa la presencia y actividad de las empresas en las redes sociales, ya que estas plataformas se han convertido en un componente esencial dentro de la estrategia de marketing y comunicación de cualquier negocio.

Además, se examina el **grado de adopción de las herramientas y tecnologías digitales en el entorno empresarial español**, así como los desafíos y oportunidades que enfrentan las empresas en su proceso de transformación digital. Al identificar las tendencias y patrones en el ámbito web, este informe pretende proporcionar a las empresas y a otras entidades u organismos una visión más clara de las áreas en las que se pueden mejorar y de cómo aprovechar al máximo las ventajas que ofrece la disponibilidad de una página web bien optimizada.

Para realizar el estudio se ha analizado una muestra de 134 empresas, que han respondido a la encuesta online, activa desde el 3 de marzo del 2022. De igual manera, analiza los datos de la Radiografía de intereses de la pyme frente a las soluciones del Programa Kit Digital, de forma general, desde su activación enero del 2022 y, de forma específica, con la muestra obtenida desde la incorporación de las dos nuevas soluciones "Marketplace" y "Presencia avanzada en Internet", en septiembre del 2022.

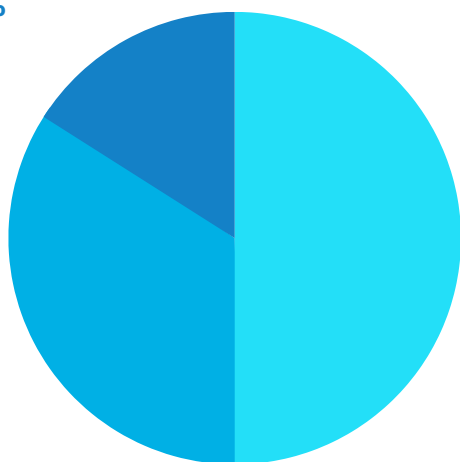
Página web y empresa

El 50% de los *sites* tienen entre 1 y 5 años



Cuántos años tiene tu web

Menos de 1 año
16%



De 1 a 5 años
50%

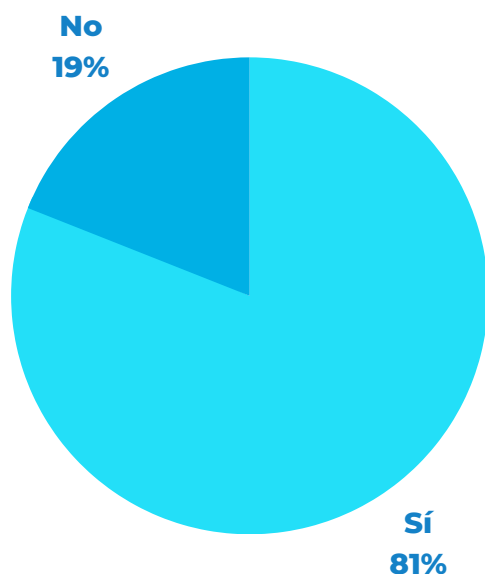
Más de 5
34%

El 50% de las páginas web tienen una antigüedad de entre 1 y 5 años, según señalan las pymes en el informe "Radiografía del estado web de las empresas españolas: 2022-2023". Sólo el 15,6% de los 134 encuestados tendría una web con menos de un año de antigüedad. Este dato manifiesta que el "parque web empresarial" está relativamente anticuado, teniendo en cuenta que el entorno digital precisa de actualizaciones continuadas.

El 34,3% de las empresas han señalado tener una web de más de 5 años, una cifra significativa en términos de competitividad digital. Cabe recordar que, a mayor antigüedad, la página web puede presentar varios inconvenientes, especialmente si no ha realizado actualizaciones o mejoras durante este tiempo. Las empresas con sitios web de más de 5 años pueden enfrentarse a problemas relacionados con el diseño, la compatibilidad, el rendimiento, el SEO, la seguridad y la integración con otras herramientas y plataformas. Para abordar estos inconvenientes, es importante que las empresas realicen auditorías y actualizaciones periódicas de sus sitios web para garantizar una experiencia de usuario óptima y mantenerse al día con las tendencias y prácticas actuales.

El 81% pueden autogestionar su web

¿Tu web es autogestionable?



Una página web autogestionable permite a las empresas tomar el control de su contenido y funcionalidad, proporcionándoles la flexibilidad y autonomía necesarias para actualizar y modificar su sitio web de manera rápida y sencilla.

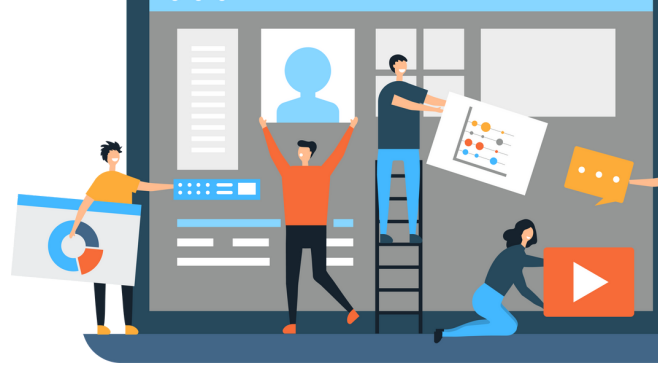
Añadir o cambiar productos y servicios, actualizarla con nuevas noticias o promociones mantiene a una página vinculada con la realidad de la empresa, conectando el "On" y "Off" de la misma.

El hecho de que el 81% de las empresas encuestadas manifieste que puede acceder y gestionar su web de manera autónoma significa que el entorno pyme es consciente de la necesidad de mantener una web actualizada y busca soluciones online accesibles, cómodas y escalables.

Por otro lado, el enfoque autogestionable proporciona varios beneficios clave para las empresas. En primer lugar, al permitir a los empleados gestionar y actualizar el contenido del sitio web internamente, las empresas pueden reducir los costes y tiempos asociados a la contratación de servicios externos para realizar cambios en la página web.

Además, una web autogestionable permite a las empresas reaccionar de manera más ágil a las tendencias y oportunidades del mercado, al facilitar la actualización del contenido en tiempo real.



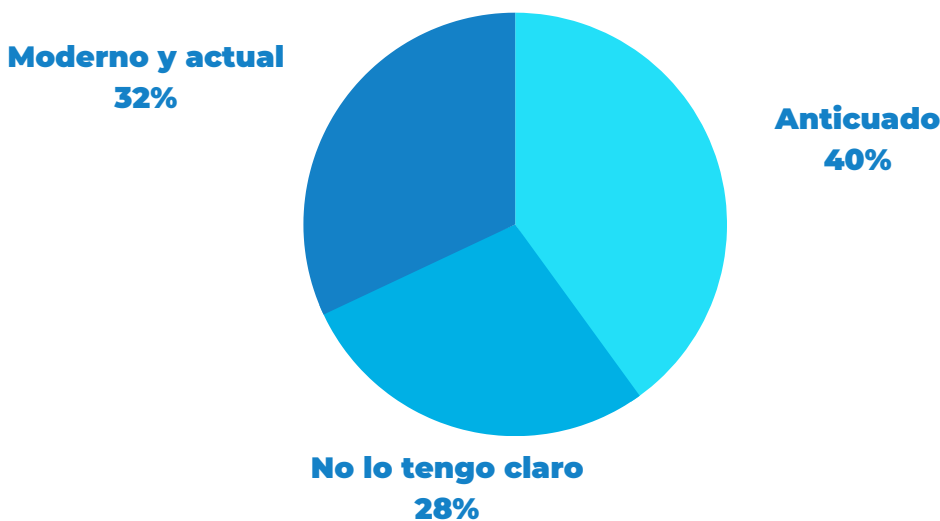


El 40% de las empresas creen que su web es anticuada

La mayoría de las empresas creen que deberían renovar su diseño web.

A partir de los datos recopilados en la encuesta realizada a 134 empresas entre 2022 y marzo de 2023, se pueden extraer las siguientes conclusiones en relación con la percepción del diseño de sus páginas web:

¿Cómo calificarías el diseño de tu web?



- Existe cierta preocupación por parte de las empresas en cuanto al diseño de sus sitios web. El 40% de los encuestados considera que el diseño de su página web podría ser "un poco anticuado". Esto indica que una proporción significativa de las empresas podría ser consciente de la necesidad de actualizar y mejorar su presencia web para mantenerse al día con las tendencias actuales y las expectativas de los usuarios.

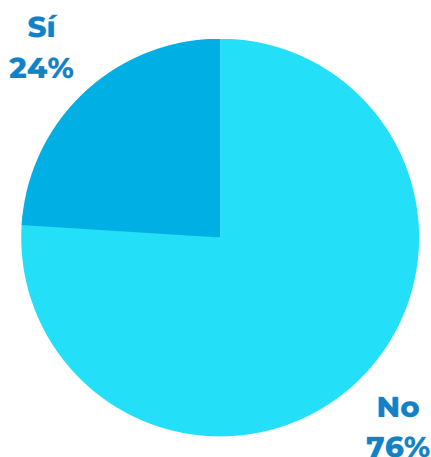
- Por otro lado, el 32% de las empresas encuestadas percibe su página como "moderna y funcional". Esto sugiere que una parte considerable de las empresas ha logrado mantener un diseño actualizado y adaptado a las necesidades y preferencias de los usuarios. Estas empresas podrían estar en una posición más ventajosa en términos de competitividad. Es interesante observar que el 28% de los encuestados no puede determinar el nivel de diseño de su página web.

¿Aprovechan las empresas todos los recursos de su página web?

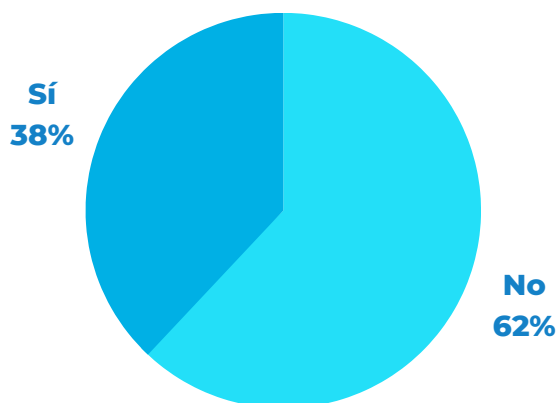


Sólo el 24% muestran sus reseñas y el 38% usa llamamientos a la acción en su web.

¿Muestras las opiniones o reseñas en tu web?



¿Haces uso de CTAS o llamamientos a la acción en tu página web?



En paralelo a la antigüedad de la web y en consecuencia a la misma, muy pocas empresas, de las 134 encuestadas, usan todos los recursos que su página web les ofrece.

En este sentido, la radiografía deja latente que la web pyme sigue siendo mayoritariamente estática y lineal, sin abordar aspectos relevantes como promociones visuales o referencias a opiniones de clientes.

El informe revela que una gran parte de las pymes no está aprovechando al máximo el potencial que ofrecen sus páginas web. La falta de interacción y dinamismo en sus sitios web puede limitar la efectividad de estas herramientas para atraer y retener a los clientes, así como para comunicar eficazmente la propuesta de valor y las ventajas competitivas de la empresa.

El 72% de las empresas con web tiene redes sociales profesionales

Facebook e Instagram son las redes sociales favoritas para las empresas.

La Radiografía del estado web de las empresas españolas 2022-2023 muestra que, de una forma mayoritaria, aquellos negocios que disponen de página web empresarial también cuentan con perfiles sociales de empresa.

La mayoría de las pymes (72%) reconoce la importancia de las redes sociales y cuenta con al menos una plataforma social de empresa. Esta cifra refleja la creciente relevancia de las redes sociales como una herramienta fundamental para la promoción, el engagement y la interacción con los clientes.

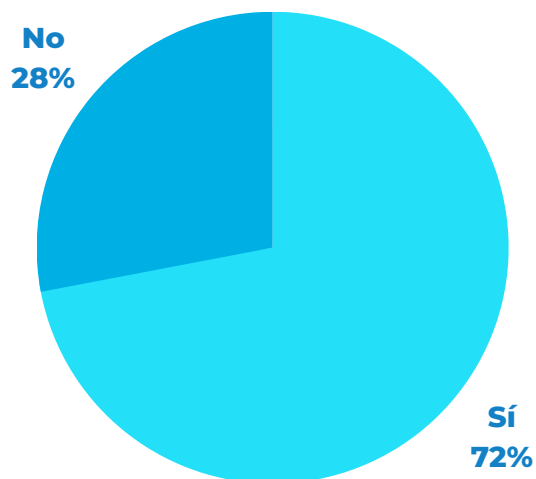
Facebook e Instagram son las redes sociales preferidas por las pymes, cada una con un 32% de adopción. Esto sugiere que las empresas reconocen el valor de estas plataformas en términos de alcance y capacidad para atraer y fidelizar a los clientes, así como para mostrar sus productos y servicios de manera visual y atractiva.

LinkedIn ocupa el tercer lugar en popularidad entre las pymes, con un 19%, dato que muestra el interés por esta plataforma, para establecer conexiones profesionales y promover la marca en el ámbito empresarial, si bien, las pymes siguen optando por las redes más generalistas.

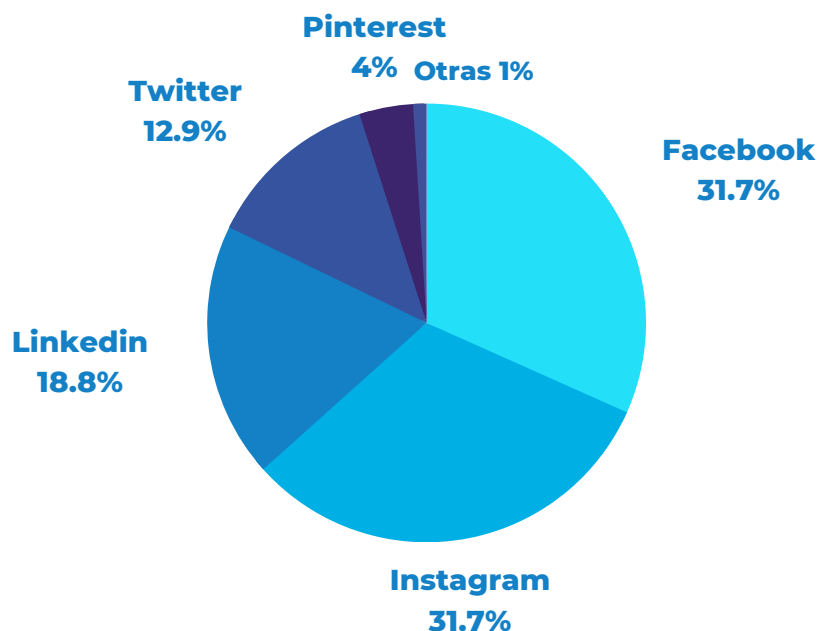
Twitter, con un 12%, y Pinterest, con un 4%, son menos utilizadas por las empresas, lo que podría deberse a la naturaleza específica de estas plataformas o a una percepción de menor eficacia en términos de promoción y alcance, para el tipo de negocios que componen este segmento empresarial.



¿Tienes redes sociales de empresa?



¿En qué red o redes tienes perfiles?



Redes sociales y Web, indiscutiblemente unidas



la presencia en redes sociales es una parte importante de la estrategia de marketing y comunicación de las pymes, con Facebook e Instagram liderando en popularidad para las 134 empresas encuestadas.

Las empresas optan por redes más generalistas, que les permiten abarcar a un público más amplio, diverso y geolocalizado.

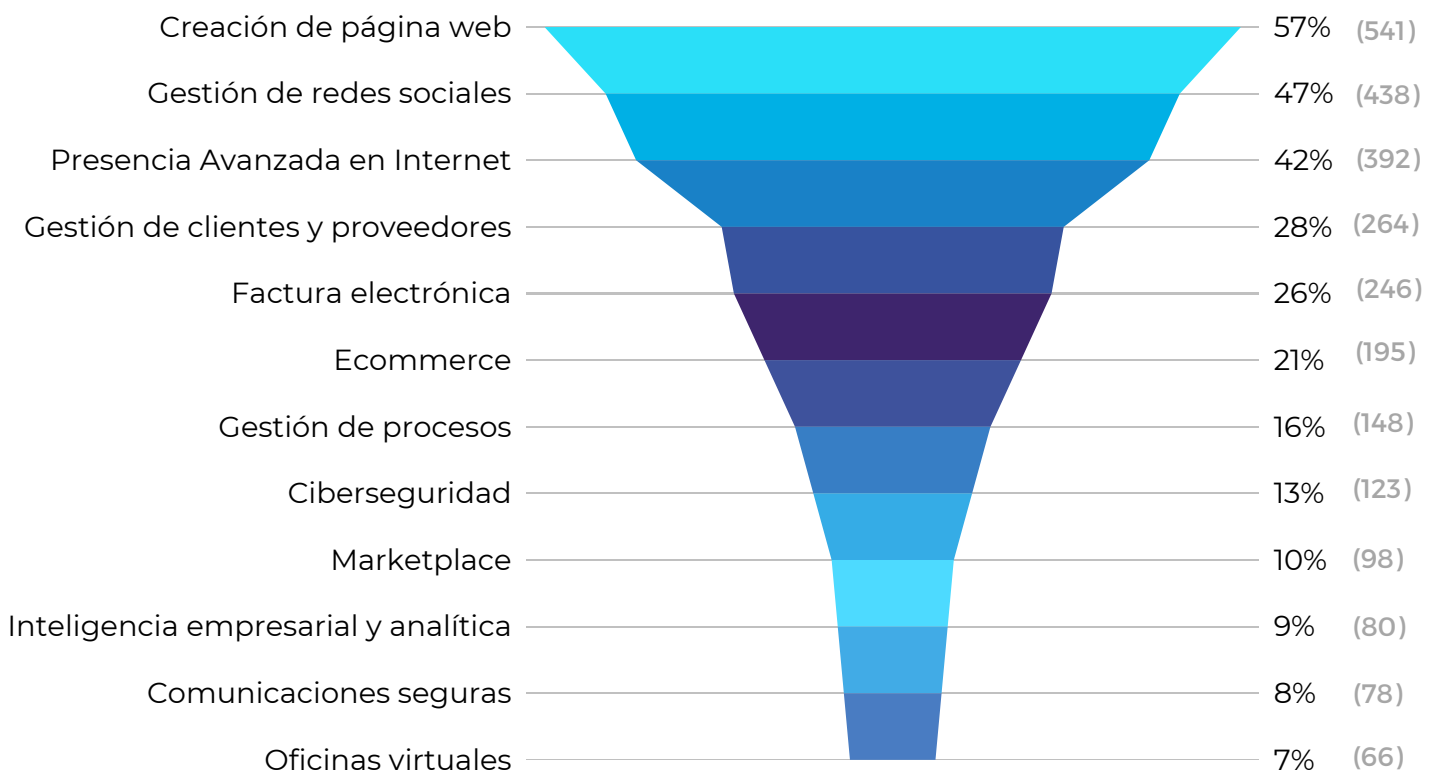
La web sigue líder en intereses de la pyme frente al Kit Digital

Actualizamos el informe general de soluciones preferidas por la pyme (marzo 2023)

La encuesta del estudio "Radiografía de intereses de la pyme frente a las soluciones del Programa Kit Digital" publicada en febrero del 2022 ha ampliado su muestra, hasta alcanzar las 3470 empresas encuestadas en total, y 941 desde la incorporación de las dos nuevas soluciones: Presencia Avanzada en Internet y Marketplace.

¿A qué servicios quieres destinar la subvención del Programa Kit Digital?

Actualizado: marzo del 2023 - 941 empresas encuestadas.



Radiografía de intereses de la pyme frente a las soluciones del Programa Kit Digital - marzo 2023.



Con un 57%, la Creación web se mantiene como servicio preferido para invertir el Kit Digital.

El análisis de la encuesta "Radiografía de intereses de la pyme frente a las soluciones del Programa Kit Digital" muestra que un **57%** de las empresas prefieren invertir en la **creación de sitio web**, siendo la opción más popular dentro del programa. La **gestión de redes sociales** ocupa el **segundo lugar con un 47%**. Es importante mencionar que las empresas encuestadas podían seleccionar múltiples soluciones para contratar con las ayudas del programa.

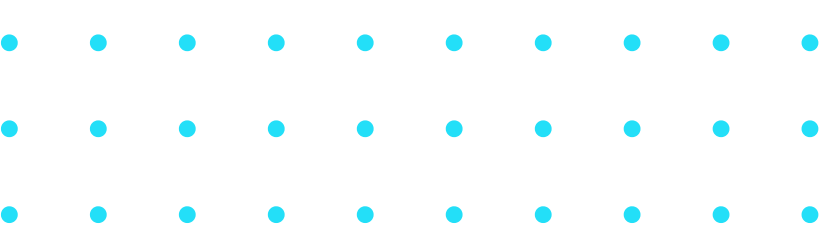
La encuesta también revela que la solución "**Presencia avanzada en Internet**", introducida en la segunda convocatoria de septiembre de 2022, se posiciona como la **tercera opción más popular, siendo elegida por el 42%** de las pymes encuestadas. A continuación, se encuentran "Gestión de clientes" (28%), "Factura electrónica" (26%) y "Comercio electrónico" (21%).

De las 3.470 empresas que respondieron a la encuesta desde su inicio en febrero de 2022, el 51% indica que, aunque cuentan con redes sociales, no están actualizadas. Además, resulta relevante que el 26% no tenga perfiles en redes sociales, aunque desearían contar con ellos.

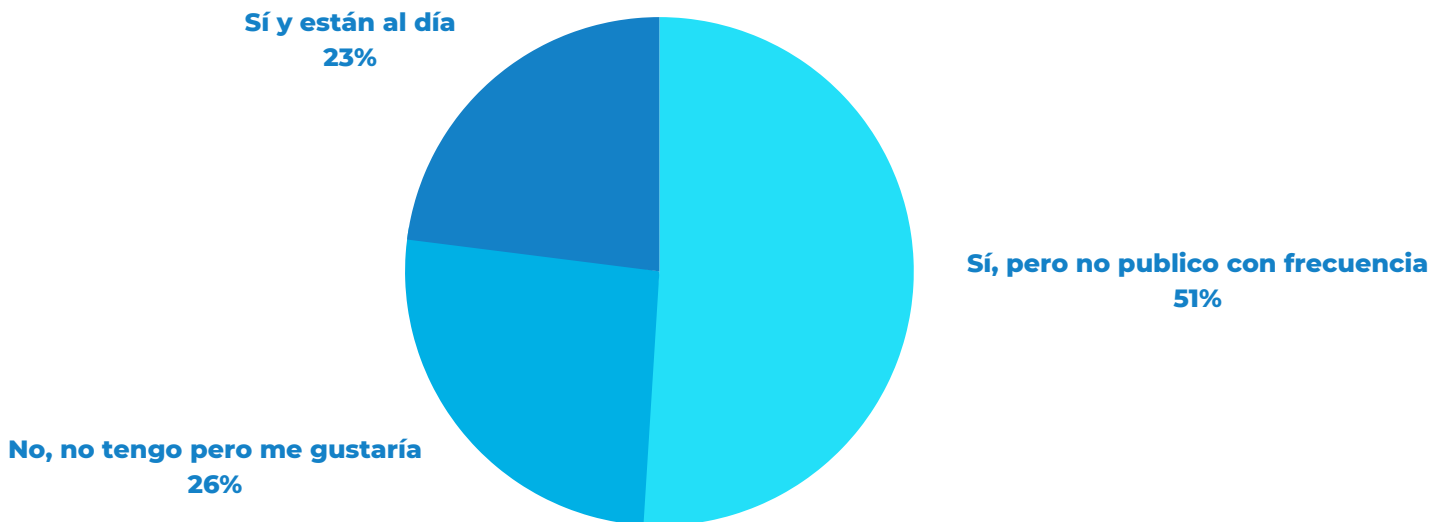
Para llevar a cabo este análisis, se han considerado las **941** respuestas obtenidas desde la incorporación de las dos nuevas soluciones: "**Presencia avanzada en Internet**" y "**Marketplace**", así como el análisis global del resto de preguntas, basándose en la muestra total de 3.470 empresas participantes en el estudio.

En relación al total de encuestados, es sorprendente que **el 51% de las empresas encuestadas no dispongan de página web**. Este dato vendría a confirmar la preferencia de "Creación web" como primera solución del Programa.

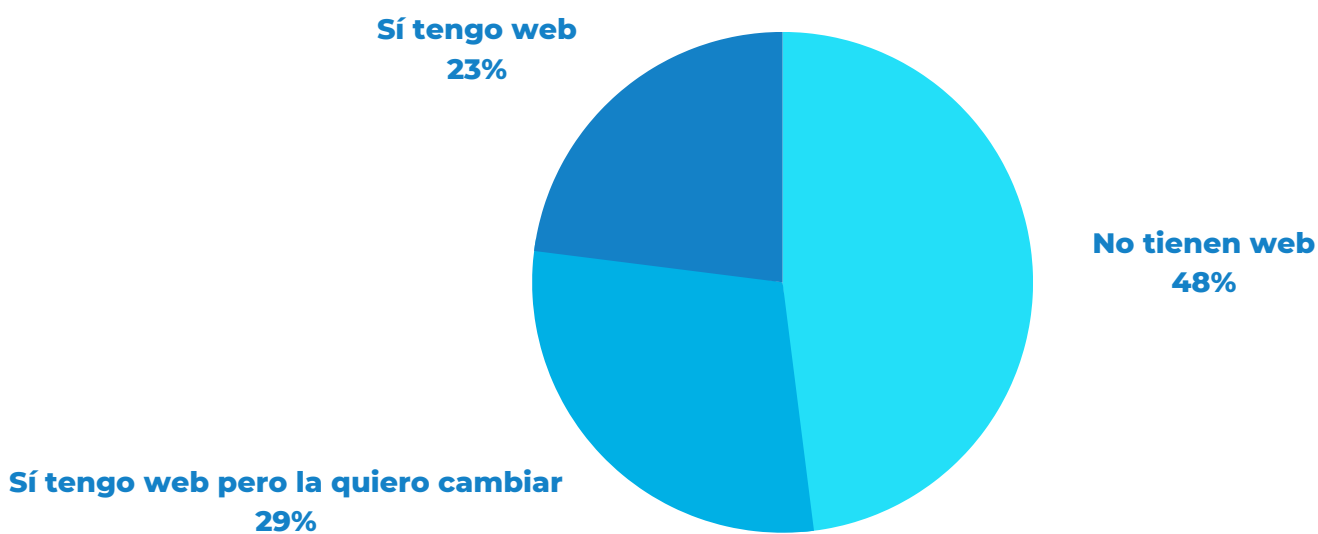
Por todo ello, la radiografía actualizada de soluciones del Programa Kit Digital se mantiene con las **soluciones de marketing digital** como las categorías preferidas de la pyme, en la que la "Presencia avanzada en Internet" adelantaría a la "Gestión de clientes", como tercer servicio demandado por las empresas.



¿Tienes redes sociales de empresa?



Sobre la solución Sitio web y presencia en internet o E-commerce ¿tienes página web?



Fuente: "Radiografía de intereses de la pyme frente a las soluciones del Programa Kit Digital". Marzo 2023

Conclusiones

La web de la pyme debe actualizarse, acompañada por una gestión social de su presencia en redes.

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta y el análisis realizado, se pueden extraer las siguientes conclusiones generales sobre la situación de las empresas españolas en el ámbito digital, en relación a su presencia en Internet a través de su página web y canales sociales.

La **antigüedad** de las páginas web de las empresas españolas es bastante variada, con un porcentaje significativo de negocios que perciben su diseño como anticuado. Esto sugiere que existe margen de mejora en la actualización y modernización de los sitios web, para adaptarse a las tendencias actuales y satisfacer las expectativas de los usuarios.

La **mayoría de las pymes encuestadas no está aprovechando al máximo el potencial que ofrecen sus páginas web**, manteniendo sitios estáticos y lineales que podrían limitar su capacidad para atraer y retener a nuevos clientes. Las empresas deben considerar la importancia de invertir en el desarrollo y actualización de sus sitios web, incorporando elementos que motiven a la acción de contactar o comprar.

La **presencia en redes sociales** es una parte importante de la estrategia de marketing y comunicación de las pymes, siendo Facebook e Instagram las plataformas más populares. No obstante, la presencia social no se acompaña de una dinamización real, con una actualización periódica de sus publicaciones.

En resumen, las empresas españolas deben seguir adaptándose y evolucionando en el ámbito digital, para mantenerse al día con las tendencias actuales y las expectativas de los usuarios. **La modernización de sus sitios web y la optimización de su presencia en redes sociales son aspectos clave para mejorar la experiencia del usuario, aumentar la visibilidad y la reputación de la marca, y en última instancia, impulsar el éxito empresarial en un mercado digital cada vez más competitivo.**

En este sentido, el Programa Kit Digital se dibuja como el impulso digitalizador, que las empresas quieren aprovechar principalmente para impulsar su presencia web y su gestión social.

Metodología de recopilación de datos

Los datos presentados en este estudio se han obtenido a través de una encuesta online no segmentada, dirigida a un público amplio y sin restricciones específicas en cuanto a la demografía o el perfil de los participantes. Es importante mencionar que la encuesta sigue activa y abierta al público en el momento de la elaboración de este informe, lo que significa que las respuestas y tendencias aquí analizadas podrían estar sujetas a cambios a medida que se recopilen más datos. Sin embargo, las conclusiones y recomendaciones presentadas en este estudio se basan en la información disponible hasta la fecha y proporcionan una visión general útil de la situación actual.

Para llevar a cabo este estudio, se utilizaron las siguientes técnicas y herramientas para la recopilación de datos:

Encuesta online: diseñada y administrada por Cosmomedia, utilizando la plataforma TYPEFORM. Las encuestas incluían preguntas cerradas y abiertas para recopilar información cuantitativa y cualitativa de los participantes.

Muestreo: Se empleó un muestreo no controlado, al estar la encuesta publicada en Internet. No obstante, el envío de la encuesta a grupos relativos a pymes y autónomos condiciona las respuestas, mayoritariamente a este sector empresarial.

Período de recolección de datos:

"Radiografía del estado web de las empresas españolas: 2022-2023"

La recopilación de datos se llevó a cabo desde 3 de marzo del 2022 hasta 15 de marzo del 2023, durante el cual se obtuvieron 134 respuestas válidas.

"Radiografía de intereses de la pyme frente a las soluciones del Programa Kit Digital"

La recopilación de datos se llevó a cabo desde 21 de enero del 2022 hasta el 15 de marzo del 2023, estudiando el total de 3.470 respuestas para preguntas generales, y la muestra específica de **941 respuestas relativas a la preferencia de soluciones**, desde que se incorporaron en septiembre del 2022 las dos nuevas categorías: "Presencia Avanzada en Internet" y "Marketplace".

Análisis de datos: Los datos recopilados se analizaron utilizando las analíticas de TYPEFORM, así como otros programas de gestión documental.

Al tratarse de un muestreo libre, pueden existir sesgos en la muestra, por lo que las conclusiones obtenidas deben interpretarse de forma amplia, relativa al sector empresarial que ha respondido de forma libre a la encuesta online.

Radiografía del estado web de las empresas españolas: 2022-2023

cosmomedia.
marketing digital para tu negocio

www.cosmomedia.es
comunicacion@cosmomedia.es

