



Mayo 2017 | PYMES

diData

Resumen Técnico:

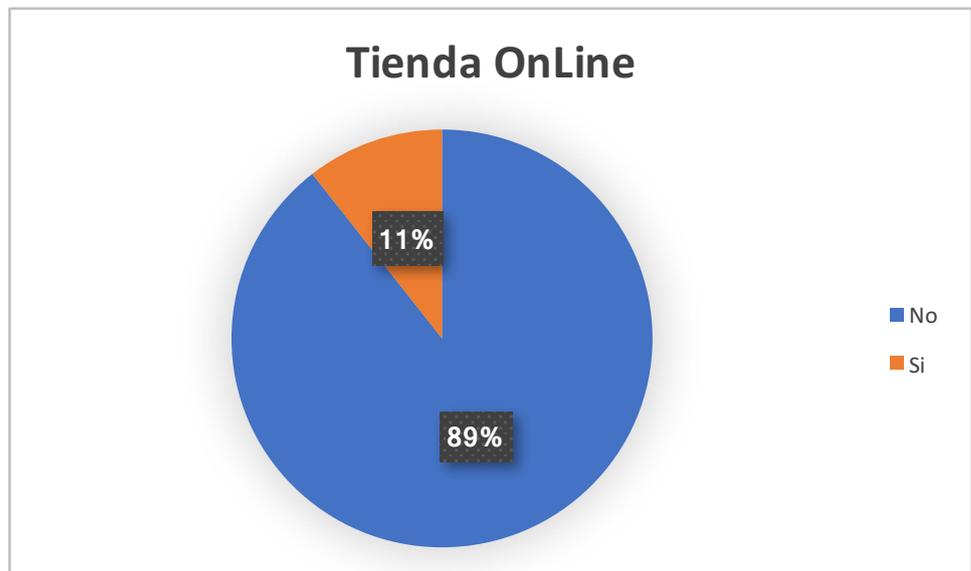
468.852 Pymes españolas analizadas durante **Abril-Mayo de 2017**, directamente, sin encuestas, analizando sus **activos digitales** (web, contenidos, redes sociales, backlinks,...)

Estudio Activos Digitales Pymes en España 2017

- España está creciendo en cuanto al desarrollo de contenidos y activos digitales entre sus empresas, en un mercado dominado por Pymes que compiten y se adaptan a un modelo “territorial” diferente.
- El mercado de la Pyme ha crecido, sus competidores ahora son otros y la Pyme se adapta al mundo digital con rapidez.
- ¿Pero mucha o poca rapidez?

El 11% de las Pymes españolas tienen una Tienda Online en su Web

Evidentemente, no todas las empresas españolas necesitan una tienda, pero comparativamente con otros países de nuestro entorno, el nivel de desarrollo es casi la mitad de la de los países más desarrollados.

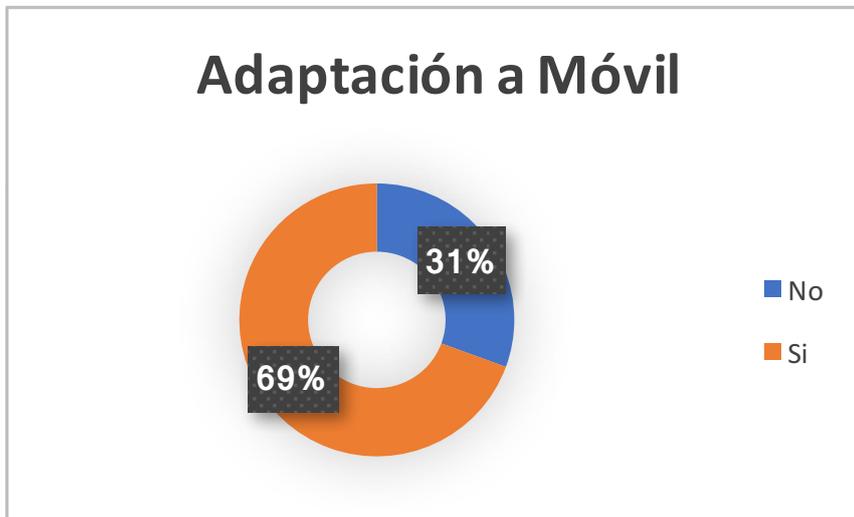


Los países más desarrollados superan ampliamente el 20% de tiendas OnLine entre su tejido empresarial. Hoy en día muchos sectores en España no consideran la necesidad de una página web.

Adaptación a Móvil de Webs de empresas españolas

Adaptación a dispositivos móviles

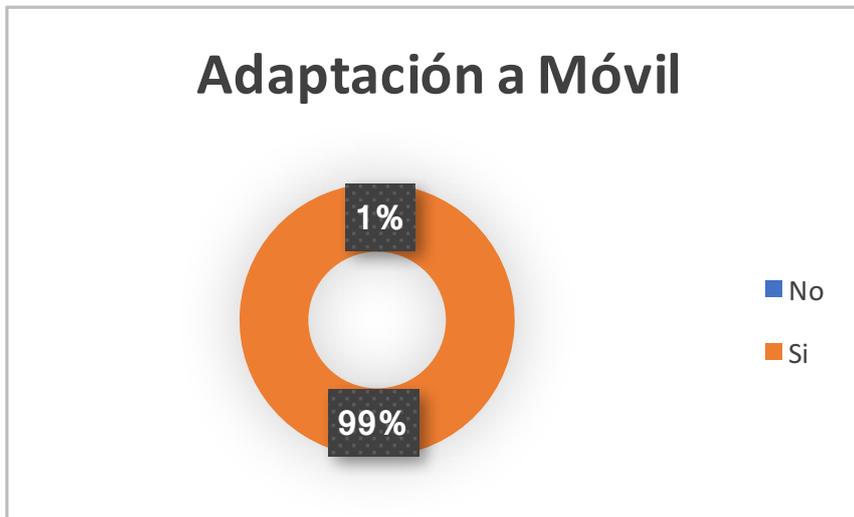
El 69% de las webs españolas están adaptadas



el 69% presentan algún tipo de adaptación, control, mejora o personalización para dispositivos móviles.

Adaptación a Móvil de Webs de empresas españolas con Tienda OnLine

99% de las Tiendas OnLine están adaptadas a móvil

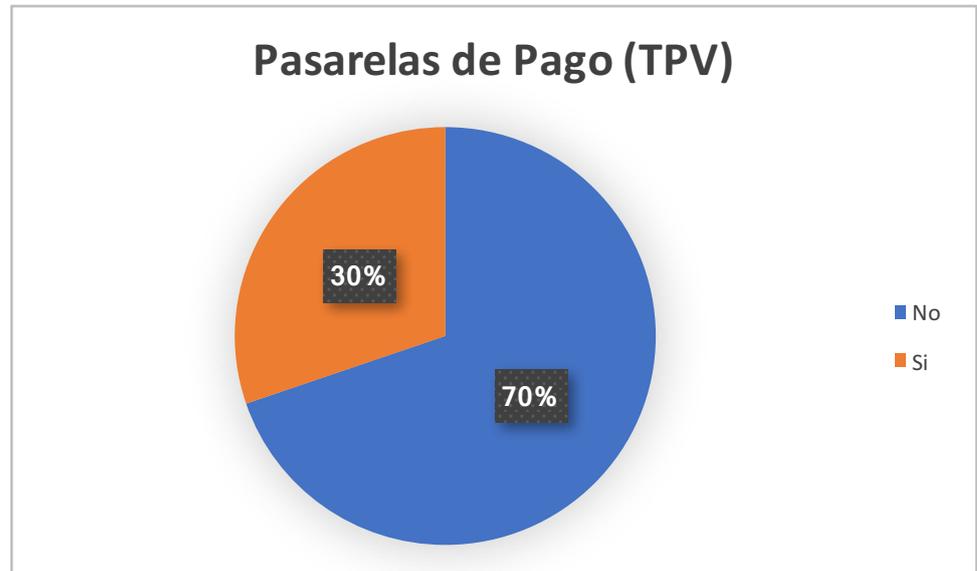


Las empresas que más focalizan su estrategia digital en ecommerce, se aseguran de estar preparados para el acceso correcto desde dispositivos móviles, y las plataformas que utilizan están preparadas para ello.

Pasarela de pago TPV y PayPal

El 70% de las Tiendas OnLine españolas no integran pasarelas de pago tipo TPV

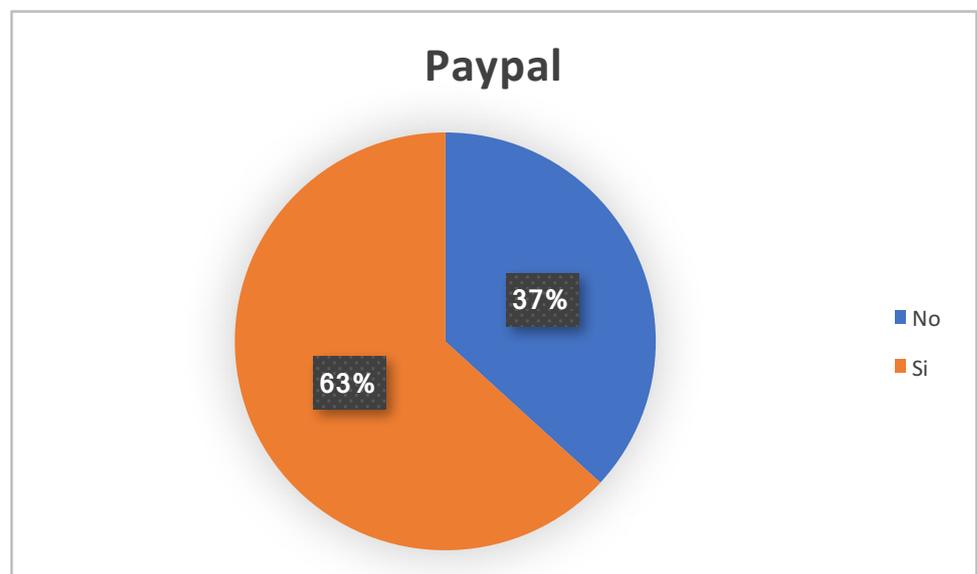
Pasarela de pagos (TPVs) en Tiendas OnLine OnLine



Curiosamente, la tendencia en integración de TPVs bancarios es muy baja en un país con un fuerte arraigo de sus entidades, y las empresas buscan medios alternativos de pago

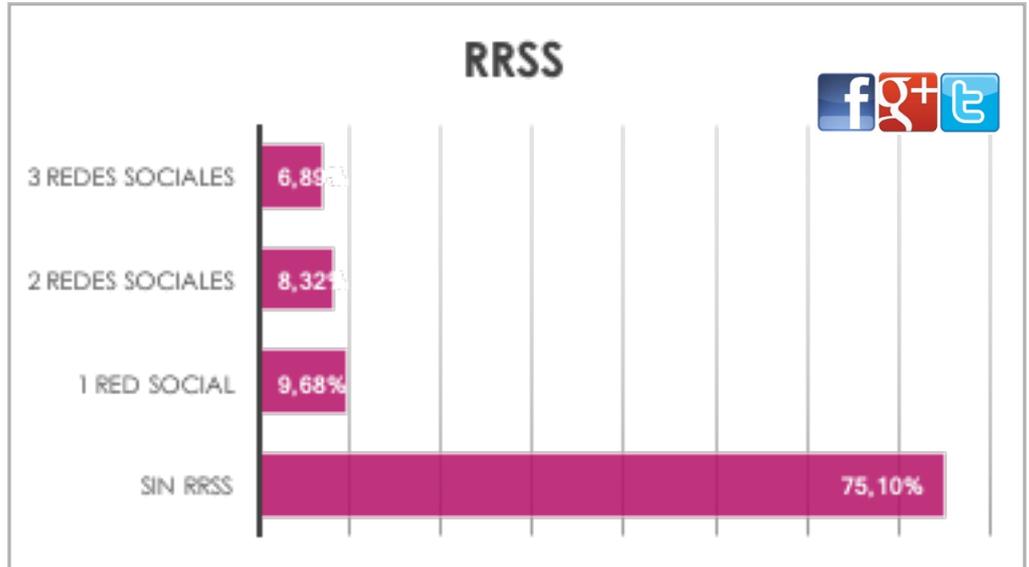
De las Tiendas OnLine con TPV, el 63% incorporan la posibilidad de pago por medios alternativos (PayPal)

Medios de pago alternativos (PayPal) en Tiendas OnLine con Pasarela de pagos (TPVs) en Tiendas OnLine OnLine



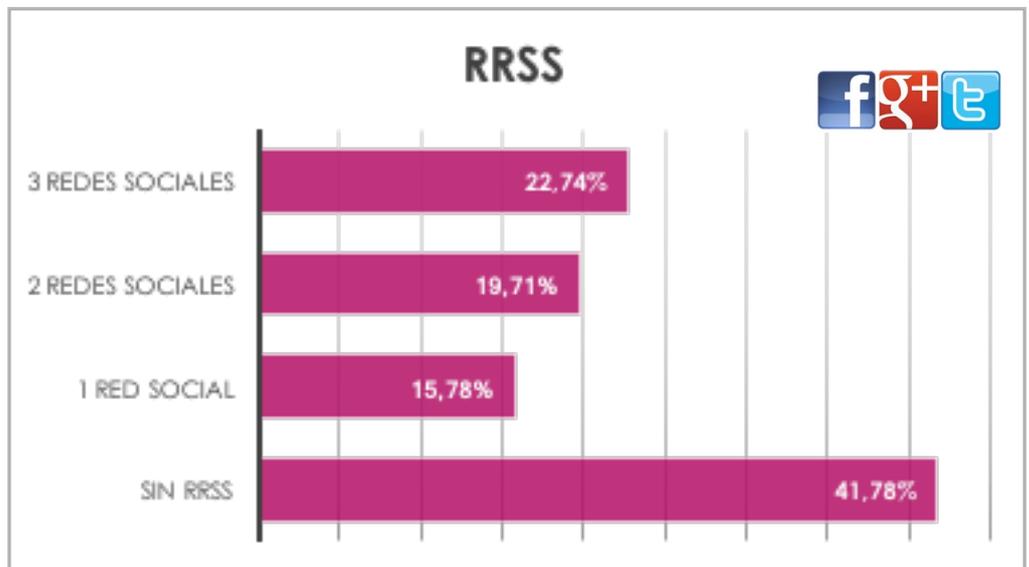
Redes Sociales

El 75,1% de las empresas españolas no integran redes sociales



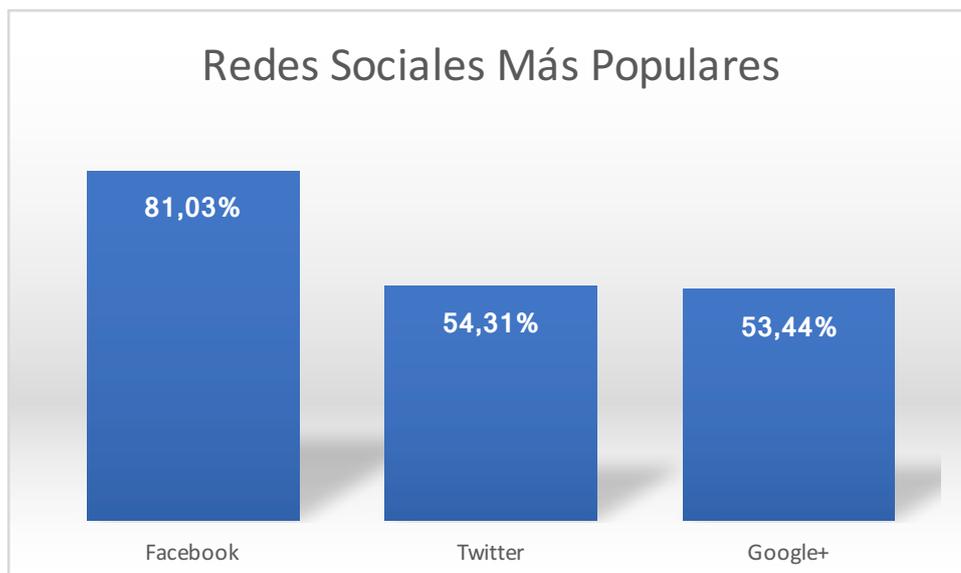
Algo más del 9% integran al menos una y solo el 6,89% integran las tres más populares (Twitter, Facebook y Google+)

Las empresas con Tienda Online integran en su mayoría redes sociales



En el caso de Tiendas Online la tendencia es la inversa, integrando la mayoría redes sociales y dentro de éstas, mayoritariamente hasta 3 redes sociales diferentes.

La red social líder es Facebook, integrada en más del 83% de empresas españolas activas en redes sociales, seguida con mucha igualdad de Twitter y Google+.



Adicionalmente, un 37% de las webs españolas utilizan la funcionalidad de compartir en sus webs, a fin de divulgar sus contenidos en redes sociales propias y ajenas.

Resumen

En general imagen muy polarizada, con un 11% de empresas con un alto desarrollo de sus activos digitales (Tienda OnLine, adaptación a dispositivos móviles, uso de medios de pago, redes sociales,...) y un gran resto (89%) que apenas tienen una web de representación corporativa.



diData

diData base de datos SL

www.diData.es

info@diData.es

+34 620 244 799

diData Base de Datos SL es una empresa española, nacida en Palma de Mallorca fruto de su trabajo estos años en la investigación sobre los **Activos Digitales Empresariales**, y su valor comercial. Su equipo profesional proviene del campo de la investigación OnLine y de proyectos de targeting casados en desarrollar modelos de evaluación del potencial de empresas por su dinámica comercial real, observando sus Activos Digitales.