



**1ª Encuesta sobre el
grado de conocimiento,
implicación y satisfacción
de las empresas vizcaínas
en Internet**

Febrero de 2001

1.- OBJETIVO DEL ESTUDIO

El objetivo del presente estudio ha sido ver aspectos tales como el grado de conocimiento que las empresas tienen de Internet, si saben realmente el valor de su web y toda la potencialidad que este nuevo medio encierra.

Se trataba de conocer el planteamiento de las pequeñas y medianas empresas frente a Internet, si saben de las implicaciones futuras que les puede suponer y si lo entienden como una poderosa herramienta de marketing al alcance de todo tipo de empresas y negocios.

Así mismo nos parecía un buen momento para cuestionarnos sobre la utilidad que había representado su web para las empresas entrevistadas y si habían quedado satisfechas con su utilización.

Para ello se entrevistó telefónicamente a los responsables de 72 empresas de la provincia de Bizkaia, durante los meses de Noviembre y Diciembre de 2000. Las empresas encuestadas fueron escogidas a través de medios off-line tales como directorios telefónicos y guías publicitarias en las cuales habían insertado la dirección web en su publicidad, de esta manera no conocíamos previamente el tipo de web que tenía la empresa y no influía a la hora de escoger direcciones de forma aleatoria.

Nota: Hemos encontrado, y nos parece interesante de comentar como parte del estudio, que así como veíamos empresas que no indicaban su dirección web en la publicidad, y nosotros sabíamos que la tienen, también tuvimos la sorpresa de comprobar que prácticamente **la mitad** de las empresas preseleccionadas o bien no tenían contenido en su URL – no existía realmente ningún web - o bien, por distintas razones, el servidor no mostraba el web correspondiente (esto último lo corroboramos en varios casos, si bien el web existía éste no era mostrado por el servidor por diversos problemas, desde los técnicos hasta los supuestamente administrativos, con la importante pérdida de imagen que eso supone para la empresa) Así mismo hemos comprobado la confusión que aún existe entre lo que sería la dirección de correo electrónico y la dirección web (incluso en la propia publicidad escrita)

Una vez realizada la encuesta se ofreció a todas las empresas la oportunidad de recibir una auditoría de su web, de forma totalmente gratuita, y que valorase aspectos genéricos como la imagen, contenidos o navegación de la página. Sobre todo se trataba de indicarles aquello que en ningún caso debería hacerse en un web corporativo de una empresa.

Igualmente recibirá el resultado completo de esta encuesta todo aquél que nos lo solicitó en el momento de contestar a nuestras preguntas.

2.- MOTIVACIONES

La principal razón que nos movió a realizar esta encuesta fue conocer de primera mano la repercusión que en las empresas de nuestro entorno tienen informaciones como las que últimamente hemos conocido a través de diversas fuentes y estudios: poca incidencia de las nuevas tecnologías en las pequeñas empresas, desconfianza ante el medio, bajas inversiones en modernización tecnológica y, sobre todo, la brecha que se puede abrir entre las pequeñas empresas que desprecien la importancia de Internet y quienes lo apliquen como parte de su estrategia global de empresa. ¿Tienen las propias empresas conocimiento de todo esto?

Así mismo, el nivel general que muestran las webs corporativas de demasiadas empresas es tan bajo que creemos que si realmente conociesen lo que representa o puede representar Internet para ellos no se atreverían a mostrar esa imagen de sus empresas en la Red.

Para conocer, no tanto lo que saben, sino sobre todo lo que creen saber y, en buena medida, sus impresiones y sensaciones sobre Internet, quisimos preguntar directamente a los interesados. Nos centramos en empresas de la provincia de Bizkaia por ser el entorno en el que más nos movemos, al menos físicamente, y porque consideramos que el tipo de empresas existentes, así como la cantidad y las actividades que desarrollan nos pueden permitir considerar este estudio de una forma más general, pues las empresas no varían mucho de una zona a otra.

Los resultados obtenidos en la encuesta deben considerarse **cualitativos**, en cuanto que son impresiones de empresas reales y la entrevista de un mayor número de ellas no nos ofrecía variaciones en el tipo de respuestas, sin embargo los porcentajes obtenidos no se pueden generalizar y considerar que sea una radiografía de "las empresas vizcaínas", ni mucho menos.

3.- OBSERVACIONES

Las propias opiniones y expresiones de los entrevistados pueden resultar más significativas que los datos generales obtenidos, hemos obtenido respuestas que describen claramente la situación en la que se encuentran las empresas en lo relativo a Internet. Desde quien no se prestó a realizar la encuesta porque "ya tenían página web" hasta la situación en que la persona que atendía el teléfono desconocía la existencia del web de la empresa y no sabía a quien pasar la llamada.

Respuestas como "la tenemos bastante abandonada" o "tenemos mucho trabajo y no podemos ocuparnos de ello" han sido demasiado habituales y nos dan la auténtica medida de lo que significa en la mayoría de las pequeñas y medianas empresas el término "Internet" o "nuevas tecnologías".

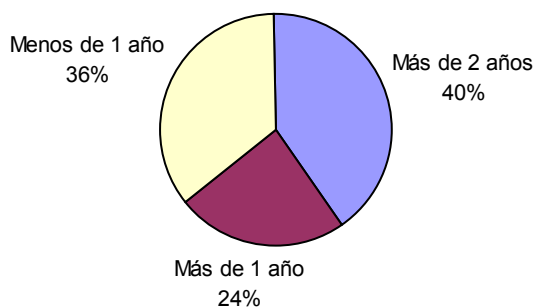
4.- RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1.- ¿Cuánto hace que tienen página web?

Entendemos que buena parte de las respuestas posteriores, así como la propia experiencia de la empresa con su web, dependerá en buena medida de su antigüedad. Por la razón de la novedad de este medio dividimos los períodos hasta un máximo de 2 años y comprobamos que apenas unas pocas empresas tenían su web desde hacía más de 3 años.

Destaca que son más de una tercera parte (un 36%) las empresas que han desarrollado en el último año su web, y de éstas la **mitad** lo habían hecho en los últimos **6 meses**. Se nota un incremento respecto a los de más de un año, que son un 24%, y llama la atención que son un 40% quienes tenían su web desde hacía más de 2 años y, sin embargo, apenas un 10% de ellos superaba los tres años.

Nota.- Es muy posible que un buen número de respuestas de "más de 2 años" sean realmente "más de un año", ya que en muchos casos no podían responderlo con seguridad. Sin embargo nos interesa más la cantidad importante de recientes entradas en la Red el último año que la estricta antigüedad de las que llevan más de 1 ó 2 años.



Antigüedad del web

2.- ¿Con qué objetivo se desarrolló?

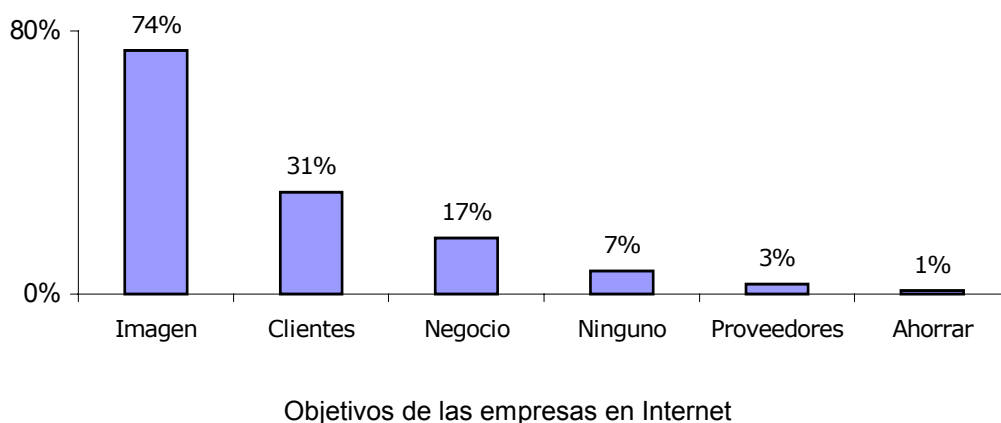
Tanto Internet como medio, como el desarrollo de un web por parte de una empresa, presenta evidentes ventajas competitivas y razones importantes para acometer el proyecto, si bien como consultores estas razones nos resultan evidentes queríamos conocer de primera mano las auténticas razones de los propios interesados.

Un dato bien conocido es la importancia que viene tomando el correo electrónico en la actualidad, con más de 1.400 millones de correos diarios circulando por la Red, triplicando el número de envíos postales. Su rapidez, ahorro y funcionalidad son las razones que han potenciado su utilización y, sin embargo, apenas un 1% de los encuestados mostró el ahorro como una razón para realizar su web y, por el contrario, en demasiados casos se comentaba el coste que había supuesto el web para la empresa.

Potenciar y mejorar la imagen de la empresa fue la respuesta más destacada (74%), con bastante diferencia sobre la mejora de la relación con los clientes (31%) y la intención de ampliar el negocio abriéndose a nuevos mercados (17%) La relación con proveedores apenas ha sido una razón escogida (3%) y fueron un 7% los que manifestaron que no tenían ninguna razón concreta para el desarrollo del web.

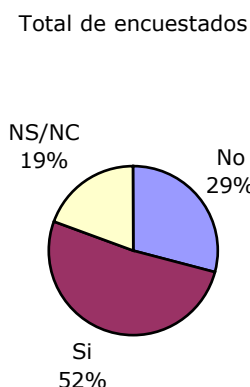
Debemos hacer notar que no se daban opciones a la hora de contestar a esta pregunta, y debían ser los propios interesados quienes describiesen sus razones, es por esto que la primera razón apuntada es la imagen, pues existe una clara asociación entre Internet e imagen de empresa, o muestra de productos y servicios, y es por ello que en la mayoría de los casos se habla de una mejora de la imagen de la empresa como razón fundamental.

Igualmente la posibilidad de comunicación e interactividad que permite Internet hace que el intento de establecer una relación, hasta ahora bastante olvidada y de difícil ejecución, con los clientes haya sido la segunda razón escogida. La idea de Internet como gran mercado, y su universalidad, dan como consecuencia el tercer puesto como motivo para el desarrollo del web a la ampliación del mercado y del propio negocio (este objetivo, desgraciadamente, no va acompañado en la inmensa mayoría de los casos que hemos analizado por una estrategia correcta para poderlo cumplir)



3.- ¿Cree que en este tiempo ha cumplido con sus objetivos? ¿Por qué?

Si importante era conocer los objetivos buscados por los encuestados a la hora de plantearse el diseño de un web, mucho más importante era conocer sus impresiones una vez pasado suficiente tiempo como para poder analizar los objetivos alcanzados.



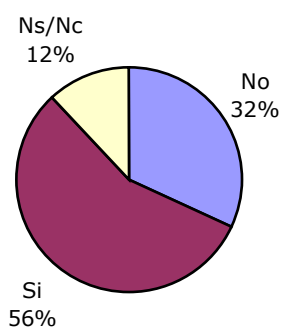
No todos los encuestados mostraron el mismo nivel de exigencia para con su web, es por esto que, a pesar del reciente desarrollo del mismo, en algunos casos consideraban que sus expectativas se habían cumplido (a pesar de que el web hubiese sido publicado apenas tres meses antes) mientras en otros casos se manifestaba no contar con suficientes datos para poderlo evaluar.

En el gráfico adjunto se incluye al total de los encuestados.

Del total de encuestados un 52% consideraba tener razones para pensar que se habían cumplido sus objetivos o, al menos, sus expectativas, un 29% no habían visto satisfechas sus esperanzas cuando realizaron el web y un 19% consideraba que no estaba en condiciones de poderlo saber (bien por el poco tiempo transcurrido o por falta de datos fiables)

De entre las razones manifestadas por los encuestados por las que estaban más satisfechos en cuanto a los beneficios obtenidos gracias a su web son los contactos establecidos, tanto on-line como off-line (57%), y las visitas recibidas, realizadas tanto al web como físicamente (41%) las que destacan claramente sobre otras, como la facilidad en la realización de tareas (14%), la mejora de imagen (11%) y el ahorro en comunicación (5%)

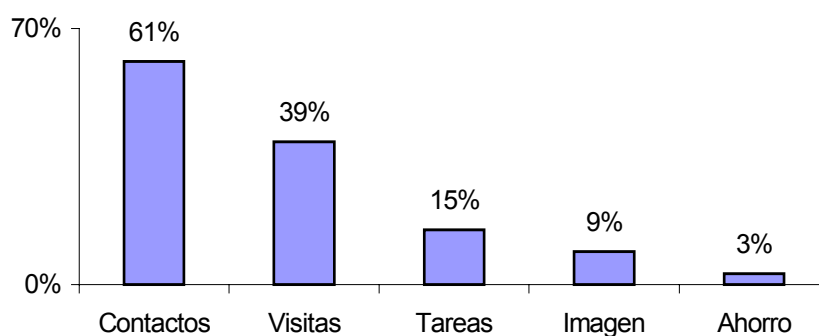
Nota: Para poder evaluar correctamente esta respuesta hemos eliminado a los encuestados cuyo web era **reciente** (menos de seis meses) y que podían tener menos capacidad para evaluar los resultados obtenidos. Los resultados son los siguientes:



Eliminando los webs recientes nos encontramos con un 56% que consideran cumplidos sus objetivos (frente al anterior 52%), bajan quienes no lo saben (un 12% frente al 19% anterior) y crece también ligeramente (32%) el número de quienes no consideran cumplidos sus objetivos (frente al anterior 29%)

Los cambios, salvo el evidente descenso del "No sabe / No contesta", apenas son apreciables en este caso, subiendo casi lo mismo tanto el "Si" como el "No".

Al igual que en el caso anterior, que incluía a todos los encuestados, las razones son las mismas y casi con los mismos porcentajes en cuanto a su importancia.



Objetivos de las empresas en Internet (sin incluir webs recientes)

Está muy claro que lo más valorado por los encuestados es el contacto, tanto físico como virtual, por encima de otras razones que no tienen una manifestación tan clara como la que representa la obtención de nuevos contactos con clientes, proveedores o incluso socios. Hoy por hoy la importancia de facilitar tareas, mejorar la imagen o ahorrar en comunicaciones y procesos no se valora tanto como se debiera, la razón bien puede ser que los resultados no son tan apreciables o que realmente se ignora que se pueden obtener también esos beneficios. Además, obtener buenos resultados en estos campos depende de una buena planificación previa, lo que nos lleva a la siguiente pregunta.

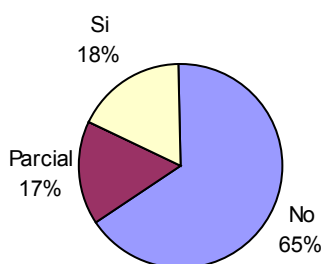
4.- ¿Disponen de una estrategia para su web?

Hasta ahora se ha tratado de ver la idea o la intención que para con su web tenían los encuestados, así como el grado de satisfacción que mostraban con los resultados obtenidos, sin embargo, no sirve de nada tener grandes intenciones o quejarse de falta de utilidad del web si previamente no se ha planificado un desarrollo serio de qué es lo que se necesita para cumplir con esos objetivos.

Por esto les preguntamos a los interesados si tenían alguna estrategia para su web, no necesitábamos saber cuál era esa estrategia, sino tan sólo comprobar si eran conscientes de que es necesaria y si realmente la tenían. En este caso el resultado fue bastante negativo, tras explicar en casi todos los casos a qué se refería la pregunta (conocimiento del medio y de sus herramientas, planificación previa, objetivos claros, desarrollo del web en función de los objetivos, seguimiento del mismo, capacidad de reacción, etc...) las respuestas fueron negativas en un 65% de los casos, un 17% hablaron de estrategias orientadas a realizar algún cambio, como trabajar más en la promoción del web o renovarlo para mejorar sus prestaciones y tan sólo un 18% manifestó que sí trabajaban con el web.

Quienes manifestaron que deseaban realizar algún cambio han sido recogidos como si dispusieran de una estrategia parcial, lo que no significa que hayan realizado estos cambios, igualmente, de los que manifestaron que sí disponían de una estrategia tan sólo una parte lo justificó con datos, esto significa que algunos de los que contestaron afirmativamente quizás tenían en mente tan sólo una estrategia que consideraríamos parcial.

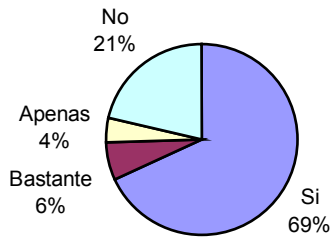
Por todo ello podemos entender como aún más negativo este punto en cuanto a la manifiesta ausencia de estrategias, sobre Internet y sus aplicaciones, entre las empresas encuestadas y, por extensión, entre buena parte de las empresas de nuestro entorno. Se sigue aún con la idea equivocada de que desarrollar un web es un fin o un objetivo cuando, en realidad, como herramienta que es, se trata de un punto de partida.



Disponen de una estrategia para su web

5.- ¿La empresa que ha desarrollado su web les ha asesorado acerca de Internet? ¿Se sienten suficientemente asesorados?

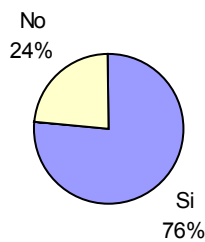
¿Por qué estos resultados tan negativos en la anterior pregunta? Hemos querido conocer si, en opinión de las empresas encuestadas, quienes habían desarrollado sus webs realizaron una labor de asesoría previa. O al menos si ellos pensaban que habían sido asesorados, en demasiados casos se nos habló de diseño y en muy pocos de estrategia.



Son un 69% los encuestados que sí consideran que han sido asesorados, frente a un 21% que creen que no y en menor medida también hay quienes opinan que han sido bastante informados (un 6%) o que apenas han recibido información (4%)

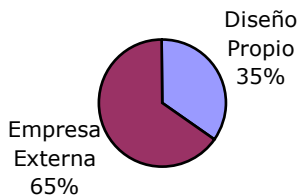
Una vez desarrollado el web las empresas se encuentran por lo general "solas ante el peligro" y es en esos momentos cuando se replantean si realmente conocen el medio lo suficiente, ante la cuestión de si se sentían suficientemente asesorados en este campo los resultados fueron afirmativos en un 76% y negativos en un 24% del total de encuestados (bastante similar al resultado de la pregunta anterior)

Se sienten suficientemente asesorados

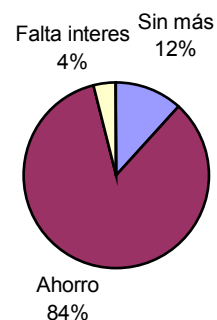


Ante la anterior pregunta nos hemos encontrado con la respuesta de que el desarrollo del web había sido realizado por la **propia empresa** en un 35% de los casos.

Diseño del web



Razones para el diseño propio



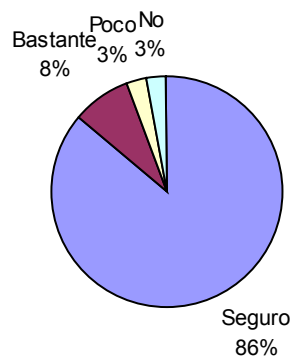
La razón principal es en casi todos los casos la presencia de alguien en la empresa que conoce el lenguaje HTML de diseño de webs o que maneja algún programa que permite trabajar con él y el consiguiente ahorro que eso supone.

Si en la pregunta sobre si se sienten suficientemente asesorados en Internet diferenciamos entre las empresas que han desarrollado su propio web y las que han utilizado una empresa externa nos encontramos con que entre estas últimas (diseño externo) un 79% sí se sienten suficientemente asesoradas, frente a un 72% entre las que han realizado el web por sí mismos. Curiosamente vemos que el teórico grado de conocimiento entre quienes se han diseñado su propio web no es mayor que entre quienes lo han contratado.

**6.- ¿Cree que Internet sirve para mejorar la imagen corporativa de las empresas?
¿Cree que su web actual mejora esta imagen?**

Por encima del tópico de que hay que estar en Internet por que sí, nos encontramos con que estamos ante un medio barato, en comparación con el beneficio que reporta, a la hora de ganar en imagen corporativa (recordemos que una empresa en Internet es aquello que muestre su web que es) Lo que la empresa sea en realidad en el mundo físico nada importa cuando se busca a través de Internet, una mala imagen, contenidos pobres o un mal servicio en un web significan el fracaso de la presencia de una empresa en Internet

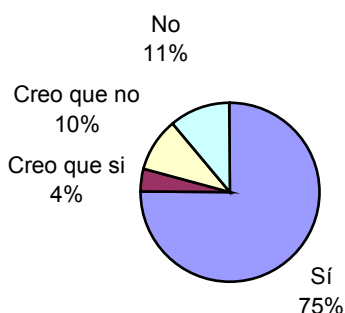
Internet sirve para mejorar la imagen de la empresa



La gran mayoría de los encuestados han respondido afirmativamente a la cuestión de si Internet sirve para mejorar la imagen corporativa de las empresas (86%) frente a un nivel de escépticos muy bajo "Poco" (3%) y "No" (3%)

Tener un web no va a hacer que la empresa sea más sólo por eso, sin embargo sí que es una extraordinaria herramienta para trabajar con el objetivo de que la empresa sea realmente más. Los servicios ofrecidos, la información actualizada, la atención al cliente, la relación con proveedores y distribuidores son parte de la imagen corporativa de la empresa (la impresión que causa cuando se piensa en ella) y gracias a Internet podemos hacer mucho en estos campos sin una enorme inversión.

Creen que Internet mejora su imagen



Tan sólo un 75% consideran que su actual web mejora su imagen de empresa y suman hasta un 21% los que se inclinan a pensar que no. Un resultado que podemos considerar bastante bueno visto lo que se exige de Internet y el aprecio que cada cual tiene a su propio web.

5.- CONCLUSIONES

Los datos son los que son y ahí están, sin embargo la conversación con los distintos encuestados, y sus propias opiniones al margen del cuestionario, nos han dado más pistas sobre la situación real que se vive por parte de las empresas que el propio análisis de los anteriores resultados.

Las conclusiones más realistas podrían ser

- Por lo general se tiene la opinión de poseer un web mucho mejor (en cuanto a imagen, utilidad del contenido, posible rentabilidad, etc....) que lo que en realidad se tiene, y esto evita que se tenga la intención de trabajar para mejorarlo.
- Muchas empresas no saben sacar partido de sus posibilidades, algunas poseen un gran potencial para desarrollarlo en Internet y lo desconocen completamente.
- El conocimiento sobre Internet es en realidad muy bajo en la mayoría de los casos, a pesar de que en muchas ocasiones se afirme estar completamente capacitado para, sin ayuda externa, desarrollar la estrategia de la empresa para Internet.
- No se valora la utilidad de Internet en casi ningún caso, tampoco se ve su complejidad y su potencialidad, un web barato que no se piensa modificar es todo el objetivo en demasiadas ocasiones. La idea de gastar poco para perder poco es una filosofía demasiado empleada, y a pesar de todo se pretende tener éxito en Internet!

Pero no siempre es así

- A pesar de todo sí existen empresas absolutamente orientadas en la línea de desarrollar estrategias en Internet para generar valor, aumentar la competitividad y ahorrar en costos de comunicación, distribución, etc...
- En ocasiones, y por parte de quienes reconocían sus limitaciones en el medio o consideraban que su web no había cumplido con nada de lo prometido, se ha utilizado la propia encuesta para desahogar las frustraciones vividas, a pesar de que nosotros, como encuestadores, poco podíamos hacer por ellos.

Visión de futuro

- En cuanto las tarifas telefónicas se reduzcan (tal como está ocurriendo con las tarifas planas y los accesos a través de ADSL) y ésto permita el acceso masivo a Internet a la casi totalidad de las empresas de una forma habitual, se corregirán estos problemas. Para conocer el medio es necesario utilizarlo y ver lo que hacen los demás, cuando se pueda comparar lo que cada uno tiene con lo que existe en Internet se comenzará a elevar el nivel de los servicios que prestan las empresas a través de Internet de una forma natural (esta evolución, en parte, ya está ocurriendo)
- La impresión general es que Internet será la herramienta del futuro, sin embargo en cuanto nuestras empresas se den cuenta de que en realidad se trata de la herramienta del presente creemos que el relanzamiento de Internet va a ser imparable.