

La pyme española aprueba en competitividad digital, pero está lejos de la excelencia

La analítica web y el posicionamiento SEO son las áreas en las que están más avanzadas las empresas españolas * Por el contrario, el comercio electrónico y el marketing digital son los puntos en los que tienen que mejorar más * Bankia Índicex es una herramienta innovadora con la que las empresas pueden medir su competitividad digital de forma gratuita e inmediata a partir de la evaluación de su comportamiento en internet

Un aprobado justo (5,02 puntos). Es la nota media que obtienen las empresas españolas al evaluar su competitividad digital. La analítica web y el posicionamiento SEO son las áreas en las que están más avanzadas. Por el contrario, el comercio electrónico y el marketing digital son los aspectos en los que tienen más camino por avanzar.

Estas son las principales conclusiones que se extraen de los más de 10.000 informes que ha entregado Bankia Índicex a las pymes, comercios y autónomos que han utilizado esta aplicación para evaluar su competitividad digital.

Bankia Índicex, que se puso en marcha el pasado julio, es una herramienta innovadora con la que las empresas pueden medir su competitividad digital de forma gratuita e inmediata a partir de la evaluación de su comportamiento en internet. La pueden utilizar tanto clientes como no clientes del banco. Basta con entrar en www.bankiaindicex.com

La herramienta analiza ocho áreas de medición y entrega a la empresa un amplio informe con una calificación global y otra específica para cada área, con detalle de cuáles son los puntos fuertes y los débiles de su estrategia online y propuestas para mejorar en 100 parámetros diferentes. Las áreas que analiza la herramienta son posicionamiento SEO, redes sociales, analítica web, contenidos, marketing digital, movilidad, comercio electrónico y experiencia de usuario.

De la totalidad de las empresas que han utilizado Bankia Indicex, el 58% obtienen un aprobado, con un nivel igual o superior a cinco, en un rango que va de cero a diez. El 42% restante suspende, al quedarse por debajo de esta cota.

En concreto, un 30% de las empresas que se han evaluado han obtenido una nota de cinco. Un 23% se han quedado a las puertas del aprobado, con un cuatro, mientras que un 21% han logrado alcanzar el seis.

Notas por áreas de medición

Las áreas en las que las pymes españolas presentan un mejor comportamiento es en analítica web, con una nota del 6,43, y posicionamiento SEO, con un 6,30.

La analítica web mide las visitas que llegan al site de la empresa y sus principales características: de dónde proceden, cuánto tiempo permanecen, si repiten visita, etc.

Mientras, el posicionamiento SEO analiza el lugar que ocupa la empresa en los buscadores. Un buen posicionamiento incrementa las posibilidades de mejorar las ventas por internet.

Las empresas españolas también logran un aprobado en áreas como experiencia de usuario, con un 5,61, y contenidos de la web analizada, con un 5,49.

La primera de ellas evalúa la experiencia y la percepción que tienen los usuarios cuando interactúan con la web de la empresa. La segunda, mide los contenidos del site, su actualización, si cuenta con blogs, newsletter u otros canales de contacto con el público potencial.

En los otros cuatro parámetros de medición, las pymes españolas suspenden. La nota más baja la obtienen en las áreas más cercanas al negocio, como el comercio electrónico, en donde obtienen una nota media del 2,29, y el marketing digital, con un 3,36. Estos resultados están en consonancia con los estudios de los organismos oficiales, que dicen que apenas un 17% de las empresas españolas vende por internet.

Las pymes españolas también tienen camino que recorrer para aprobar en redes sociales, como Twitter o Facebook, área en la que obtienen una nota media del 3,73. En el área de movilidad, que mide si la web puede verse perfectamente desde todos los entornos (ordenador, tabletas, móviles), las empresas españolas se encuentran cerca de aprobar, con una nota del 4,53.

Junto al lanzamiento de Índicex, Bankia pone a disposición de comercios, autónomos y pymes financiación para acometer las inversiones que requieran con el fin de mejorar en este ámbito. También ofrece asesoramiento a sus clientes para conseguir las subvenciones para la transformación digital que concede la Unión Europea, a través del programa H2020.

La entidad ha formado a 450 gestores de empresas y pymes para que tengan los conocimientos necesarios sobre la herramienta para poder responder y asesorar a los clientes sobre su mejor uso.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>