

Más del 90% de las pequeñas empresas afirma que tener una página web mejora la visibilidad de su negocio

Facebook es la red social preferida para más del 80% de las pequeñas empresas españolas, según GoDaddy. El 56% de los pequeños negocios españoles que aún no utilizan una página web propia pero que tienen previsto implantarla en 2021 o más adelante, preferirían crear su propia web si tuvieran la posibilidad de hacerlo ellos mismos, sin ayuda profesional

Los datos de la segunda oleada de la encuesta “Estado actual de la digitalización de las pequeñas empresas y autónomos españoles – 2021: Observatorio Marketing”, realizada por GoDaddy, empresa que empodera a los emprendedores en su día a día, muestran el nuevo rumbo que han tomado los autónomos españoles en cuanto al uso de estrategias de marketing digital. Los resultados recogen que para el 90% de los pequeños negocios españoles tener una página web es muy importante para mejorar su visibilidad, porque les permite mostrar sus productos y servicios, y atraer a nuevos públicos objetivos.

También es importante destacar que los pequeños empresarios españoles que cuentan con una web son los que más funciones ofrecen en la misma en comparación con países como Alemania, Francia e Italia. Los encuestados españoles señalaron que, de los que tienen una página web, el 48% vende sus productos en él, más del 40% ya permite reservar citas a través de la misma y el 17% celebra eventos e imparte clases de forma virtual.

Ante estos datos, se hace evidente el gran impacto que la pandemia y, sobre todo, sus consecuencias, han tenido en los autónomos españoles. Los continuos cierres y restricciones a los que se han visto obligados para ayudar al control de la COVID-19, han logrado que el sector suba su negocio gracias a la digitalización. Los resultados muestran que el 65% de las pequeñas empresas españolas cuenta ya con una página web implementada en funcionamiento, un 14% tiene pensado implantarla este 2021 y un 10% lo quiere hacer en un futuro próximo. Por el lado de otros países europeos también se ha producido un impacto notable: siendo el 52% de los pequeños negocios italianos los que ya tienen una página web, el 60% de los alemanes y el 49% de las empresas galas.

Facebook es la red social preferida para más del 80% de los pequeños negocios españoles. En cuanto al uso de las redes sociales, parece que también están de moda entre las pequeñas empresas españolas, que las utilizan para ganar visibilidad para su negocio. Facebook es la plataforma preferida a nivel europeo, ya que es elegida por más del 80% de los autónomos españoles, alemanes, italianos y franceses. En el caso concreto de España, los encuestados también le dan un gran uso a Instagram (65%) y WhatsApp (54%), dejando a Twitter atrás, empleado solo por el 31%.

Otra de las medidas que han adquirido gran importancia y que están siendo implementadas por los autónomos españoles son los sistemas de automatización de las herramientas de marketing, que ya

está presente en el 27% de las empresas españolas: el 13% utiliza el seguimiento automatizado del comportamiento, un 12% realiza informes y análisis automatizados y el 13% utiliza el email marketing automatizado. Asimismo, según los resultados de la encuesta, España es el país que más utiliza este tipo de herramientas, en comparación con Italia (24%) y Francia y Alemania, ambos con un 16%.

En el caso de tener que crear una página web, el 56% de los autónomos ha preferido configurar su web sin la ayuda de un profesional externo

A pesar del auge del marketing digital y del aumento del número de empresas que cuentan con su propia página web, los pequeños negocios españoles aún eligen ser autodidactas para poner en marcha estas herramientas, siendo un 56% de los autónomos los que han preferido configurar su web sin la ayuda de un profesional. Además, esta es una tendencia generalizada, ya que la situación es similar en Alemania (61%) y en Francia (64%).

Por otro lado, la publicidad online es una baza cada vez más usada, sobre todo, por las empresas españolas e italianas. De hecho, el 53% de los emprendedores en España prefiere la difusión online, siendo las opciones preferidas la publicidad en pantalla (20%), los anuncios en RRSS (16%) y el marketing en los motores de búsqueda de pago (14%). Aun así, existe un 44% de autónomos que continúan usando la divulgación y promoción de sus marcas a través de medios offline, como los flyers (22%) o el marketing en la calle (13%).

Por último, es relevante destacar que las pequeñas empresas españolas encuestadas tienen previsto seguir implementando acciones de marketing en 2021. Para el 42% de los negocios se encuentra a la cabeza el desafío de posicionar mejor la empresa en los motores de búsqueda, controlar el tráfico de la web o del Marketplace lo es para el 37%, implementar un diseño responsive está en la lista del 35% e, incluso, el 38% de los emprendedores encuestados señalaron la realización de campañas de email marketing como algo que les gustaría implementar durante este año.

“El año de la pandemia ha supuesto un antes y un después para todos los autónomos españoles. Los negocios han cambiado para la mayoría, y las pequeñas empresas españolas se han dado cuenta de las ventajas que el mundo online le ofrece para ayudar a su negocio a crecer”, afirma Gianluca Stamerra, director regional de GoDaddy para España, Italia y Francia.

Datos de contacto:

EverythinkPr
915519891

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing](#) [Sociedad Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>