

Microsoft revela cómo los datos hacen crecer a las pymes europeas

Las pequeñas y medianas empresas que gestionan y analizan sus datos tienen mayores expectativas de crecimiento

Madrid – 7 de junio de 2016 – Según un nuevo estudio de Microsoft, las pymes europeas que confían en aprovechar su Big Data son dos veces más proclives a esperar que sus perspectivas financieras mejoren en los 12 próximos meses. La encuesta realizada entre 6.200 empleados de pymes en 20 mercados europeos* muestra que el 45% de las pymes que gestionan y analizan sus datos es optimista sobre su crecimiento financiero. Por el contrario, con el 20%, sólo la mitad de las pymes que no utilizan sus datos cree que crecerá. La investigación también señala que las pymes provistas de datos serán los motores del crecimiento económico de Europa, con más probabilidad de lanzar nuevos productos o servicios (45%, en comparación con el 27%) o entrar en nuevos mercados extranjeros (32%, frente al 18%).

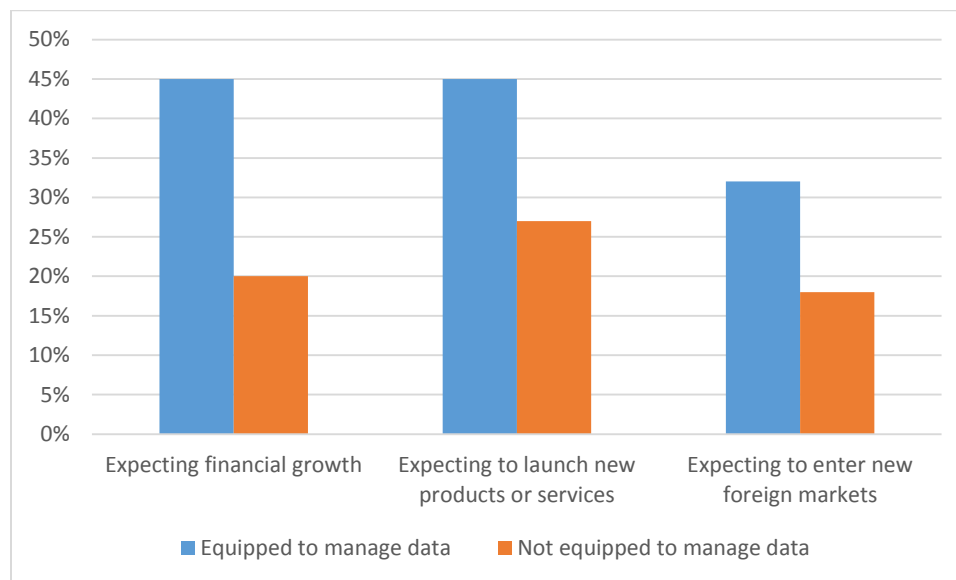


Tabla: Expectativas de crecimiento de las pymes en los próximos 12 meses

"Los datos proporcionan a las pymes europeas una ventaja competitiva. Aquellas que evalúan y usan la información en su provecho ven por delante un futuro financiero mejor", señaló David Smith, vicepresidente mundial de Pymes de Microsoft. "Empresas de todos los tamaños cuentan con una cantidad creciente de información, desde datos de clientes y ventas hasta tendencias de la industria. Las pymes exitosas son las que utilizan herramientas para traducir dichos datos en conocimiento con el fin de ver patrones y estimular el crecimiento. Hoy, una habilidad crítica para el negocio en las pymes de Europa es aprender a utilizar los datos para ser competitivos".

Las pymes son el motor del crecimiento económico y la recuperación. Representan el 99% de todos los negocios en la Unión Europea y dos tercios del empleo total del sector privado (fuente: Comisión Europea). Es esencial, por tanto, equiparlas para el éxito. Microsoft entiende que los datos proporcionan la oportunidad de producir crecimiento financiero y revelan tres rasgos de conducta en las pymes optimistas:

1. Utilizan los datos para encontrar y mantener clientes

Buscar y mantener las relaciones con los clientes es crucial. Sin embargo, lo que se menciona como el mayor desafío que las pymes esperan afrontar en los próximos 12 meses es el ganar nuevos clientes. Los empleados de las pymes con conocimiento en su haber están preparados – el 63% de las pymes que están equipadas para manejar datos están interactuando más con sus clientes y ganando nuevo negocio, en comparación con sólo el 37% de aquellas que no lo están-. Mientras tanto, el 70% de las pymes que extraen conocimiento basado en datos se sienten mejor equipadas para mejorar sus relaciones con los clientes existentes, frente al 44% que no lo están.

2. Utilizan los datos para crear un equipo preparado para todo.

Quienes toman las decisiones en las pymes dicen que su mayor desafío interno es asegurar que su equipo tenga las habilidades adecuadas, algo que podría potenciar o mermar el crecimiento del negocio. El buen uso de la tecnología y los datos puede ayudar a desarrollar habilidades de equipo y proporcionar las herramientas necesarias para tomar decisiones inteligentes: el 57% de los negocios construidos sobre datos utilizan la tecnología para ayudar a aumentar la productividad de los equipos de ventas, frente al 23% que no cuentan con ellos. También son más propensos a aceptar que la tecnología ha mejorado las habilidades de sus trabajadores (74%, en comparación con el 54%). La “ciencia de los datos” desempeñará un papel clave en la formación de personal para el mundo “*mobile-first, cloud-first*”. Tener los datos a su alcance hace que las organizaciones sean más ágiles y seguras a la hora de gestionar sus negocios de maneras más eficaces, escalables y novedosas.

3. Utilizan los datos para aprovechar las oportunidades, antes que la competencia

Entre los trabajadores de las pymes que prevén crecimiento se encuentra un grupo de pioneros (*early adopters*) que se entusiasman con la tecnología – 53% de los que creen que sus perspectivas financieras mejorarán son más proclives a ser las primeras personas en probar nuevas herramientas en sus empresas. Sólo el 39% de aquellos que esperan que sus perspectivas empeoren se ven como pioneros (*early adopters*). Además, el 70% de los que gestionan datos creen que la tecnología digital ha mejorado su capacidad de innovar, en comparación con el 50% de los que no están utilizando esas ventajas. Entre algunas pymes de éxito, el conocimiento generado por los datos les está llevando a modelos de negocio digitales completamente nuevos.

Las pymes basadas en datos, frente a la disfunción digital

Una encuesta de Forrester/Odgers Berndtson 2015 Global Digital Business Online** determinó que el 64% de las pymes (de entre 10 y 249 empleados) espera que sus empresas se vean impactadas de alguna forma por las tecnologías digitales en los próximos 12 meses, lo que aumenta al 79% entre los empleados de empresas con más de 10.000 empleados. Sin embargo, entre las empresas con 250 o más empleados, sólo el 14% siente que tienen los procesos necesarios para ejecutar su estrategia digital. David Smith continuó: *"Es alentador ver que las pymes de Europa están liderando en este sentido. En la medida en que más empresas consigan sacar provecho a las oportunidades que pueden generar los datos, la innovación y el crecimiento continuará."*

En este tiempo de irrupción de lo digital, la tecnología no sólo permite nuevas capacidades, sino que también está creando modelos de negocio totalmente nuevos.

* Sobre la encuesta de Microsoft SMB: Ipsos MORI preguntó a 6.200 trabajadores de la información y a 482 ejecutivos con poder de decisión en Bélgica, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Italia, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rumania, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Reino Unido y Ucrania. Se realizaron entrevistas online mediante el panel de Ipsos Interactive entre el 19 de enero y el 9 de febrero de 2016. Los datos son sin ponderar. Todos los participantes cumplían criterios claves: utilizaban alguna forma de informática en su lugar de trabajo (móvil o PC) y trabajaban para las empresas que emplean a 250 personas o menos. 'Data equipped' se refiere a los que tienden a estar muy de acuerdo (3712) o a no estar para nada de acuerdo (513) a la pregunta: "¿te sientes equipado para aprovechar y gestionar los datos y el conocimiento de los distintos departamentos de tu empresa?". Aquellos que creen que su perspectiva empeorará son los que contestaron 'improve' (2211) a la pregunta: ¿Cree que las perspectivas financieras de su empresa mejorarán, seguirán igual o empeorarán en los próximos 12 meses?

** El dato se extrajo de la encuesta Forrester/Odgers Berndtson 2015 Global Digital Business Online: <https://www.forrester.com/report/The+State+Of+Digital+Business+2015+To+2020/-/E-RES119838> La metodología de la encuesta es la siguiente: la encuesta de Forrester/Odgers Berndtson Q3 2015 Global Digital Business Online se envió a 947 clientes de Odgers Berndtson.

En este documento sólo se recoge una parte de los resultados de la encuesta. Para asegurar la calidad, seleccionamos a los participantes que cumplieran ciertas normas en materia de responsabilidades laborales y de tamaño de su organización. A efectos de este estudio, los encuestados debían considerar lo siguiente dentro de "digital business": puntos de contacto electrónicos entre clientes, marca, productos, empleados y operaciones comerciales (incluyendo marketing digital); uso de la web, móviles, quioscos y otras tecnologías conectadas a Internet (por ejemplo, las redes sociales); y uso de las tecnologías digitales emergentes y sensores dentro de las operaciones del negocio, en beneficio de clientes (por ejemplo, etiquetas RFID, impresoras 3D).

Forrester realizó la encuesta entre julio de 2015 y septiembre de 2015. Los encuestados no recibían ningún incentivo para completar la encuesta más que el resumen de los resultados de la encuesta. El tamaño exacto de la muestra que se proporciona en este informe va pregunta por pregunta. Esta encuesta utiliza un grupo de encuestados (ejecutivos que han interactuado con Odgers Berndtson) y, por tanto, no es aleatoria. La encuesta fue realizada sólo en inglés. Entre los encuestados, el 68% trabajan en América del Norte, el 22% en Asia Pacífico y el 8% en Europa. Un 15% son CEOs, 26% son ejecutivos de nivel C, 43% sirven en otras funciones ejecutivas, y 16% en gestión en general. Estos datos no garantizan que sean representativas de la población empresarial y, a menos que se indique lo contrario, los datos estadísticos están diseñados para ser utilizados con fines descriptivos y no inferencial. La encuesta sigue siendo una herramienta valiosa para entender dónde están los ejecutivos ahora y hacia dónde se dirige el mercado.

Estudio de Microsoft sobre pymes en España

Principales Hallazgos - 2016

Productividad: Cómo la tecnología móvil está impactando en la posibilidad de que trabajadores y directivos de pymes españolas puedan hacer crecer sus negocios y mejorar la conciliación entre su vida profesional y personal

En línea con los resultados de hace un año, aproximadamente 2 de cada 5 empleados de pymes españolas no sienten que puedan hacer su trabajo fuera de su oficina. Por el contrario, relativamente pocos directivos (BDMs) –alrededor del 25%- consideran que necesitan estar en su oficina para hacer su trabajo. Y como en 2014, aproximadamente la mitad utilizan un servicio en la nube como Office365 para trabajar de forma remota, con un tercio usando también servicios de transferencia de datos como Dropbox o OneDrive.

Tanto para empleados como para directivos, los facilitadores clave para la productividad son: la posibilidad de acceder a los sistemas internos de la compañía; trabajar de forma remota de manera sencilla, y el uso de dispositivos móviles. Dada la importancia en estas áreas, muchos empleados y la mayoría de los directivos creen que cuentan con dichas capacidades en el trabajo. Sin embargo, los jóvenes –*millennials*- se decantan menos por usar dispositivos móviles para hacer su trabajo, y quizás, por ende, se sienten menos capacitados para trabajar y colaborar de forma remota.

- La mayoría percibe que la tecnología juega algún papel a la hora de permitir unas condiciones laborales más flexibles para los empleados; uno de cada cuatro (28%) cree que dicho papel es mínimo, mientras que el uno de cada tres (33%) cree que tiene un papel fundamental. Sin embargo, tres de diez (29%) cree que no tiene ningún papel. Casi la mitad (47%) de los directivos (BDMs) tienden a creer que la tecnología juega un papel fundamental en la flexibilidad, mientras en un 37% piensan que no.
- Similar a los datos de 2014, tres de cinco empleados (62%) piensan que tienen que estar presentes en sus puestos de trabajo y sólo dos de cada cinco (37%) creen que no. Los empleados de empresas que han llevado a cabo procesos de transformación digital significativos son menos proclives a pensar que tienen que estar en sus oficinas para hacer su trabajo (52% vs 62% del total). Por el contrario, sólo cerca de uno cada cuatro directivos (27%) cree que sea necesario estar presentes.

- La mitad de los trabajadores (49%) que no necesitan estar en su oficina acceden de forma remota a través de un dispositivo utilizando servicios en la nube como Google Apps u Office 365. Algunos menos utilizan servicios de transferencia de datos como Dropbox o OneDrive (32%). Sin embargo, mucha gente hace uso de tecnología antigua. Dos de cada cinco (40%) usan una conexión remota de sobremesa o transfieren ficheros vía correo electrónico personal, al que accede desde casa (39%). Los directivos no están muy de acuerdo en usar estos métodos para acceder al trabajo de forma remota, al contrario que los trabajadores, para los que el escritorio remoto es la opción más popular.
- Al analizar distintos factores que facilitan la productividad en el trabajo, la mayoría de los trabajadores españoles ve importantes la flexibilidad, el acceso y la colaboración. Tres de cada cuatro (74%) valora como importante tener un acceso sencillo a los sistemas internos; tres de cada cuatro valoran positivamente trabajar desde cualquier lugar sin limitaciones (72%), subiendo a un 81% entre los negocios medianos), y tres de cada cuatro (72%) dice que es fundamental poder contactar con sus compañeros desde cualquier lugar. Los dispositivos móviles son claves para la productividad, según un porcentaje similar, 71%, así como la posibilidad de gestionar fácilmente dichos dispositivos y aplicaciones (74%). Los *millennials* son menos proclives que otros a ver estos factores como “facilitadores” para la productividad (63%).
- Los directivos (BDMs) tienen una opinión similar respecto a la productividad. Más de tres entre cuatro (77%) creen que un fácil acceso a los sistemas internos es un factor importante para ser eficaz en el lugar de trabajo. Del mismo modo, casi dos tercios (63%) dice que es importante para los empleados poder colaborar desde cualquier lugar, y casi tres de cinco (57%) sienten que los empleados deberían poder trabajar desde dondequiera que necesiten, sin limitación respecto a la información y el acceso. Los dispositivos móviles también se consideran como importantes “facilitadores” de la productividad para tres cuartas partes (73%) de los BDMs, con más de dos tercios que también dicen que es imperativo que los empleados puedan administrar fácilmente estos dispositivos y las aplicaciones que utilizan (67%).
- En relación a la importancia que los trabajadores de la información dan a los aspectos de la productividad, algunos menos consideran que tengan dichas capacidades en su trabajo, con una excepción: los dispositivos móviles. Casi siete de diez (69%) dicen que utilizan dispositivos móviles para obtener su trabajo, y dos en tres (64%) dicen que puede gestionar fácilmente sus aplicaciones y dispositivos.

Los *millennials* son una excepción a la regla y son significativamente menos propensos a utilizar dispositivos móviles para hacer su trabajo – sólo algo más de la mitad (55%) los usan en la actualidad. Esto parece tener un impacto devastador sobre la flexibilidad del

lugar de trabajo. Los de entre 18 y 34 años son menos propensos que otros a poder acceder a la información sin limitaciones (49% vs 58% en general) y ser capaces de conectar con sus equipos (45% vs 58% en general).

Casi tres de cada cinco dicen son capaces de trabajar desde donde estén, sin limitaciones de información y acceso (58%) y pueden conectar con sus equipos en cualquier parte (58%). Es más habitual la facilidad de acceso a los sistemas internos, con casi dos de tres (64%) de acuerdo en que ése es el caso en su empresa.

- Tanto directivos como trabajadores coinciden en que cuentan con los “facilitadores” para la productividad en lugar de trabajo, aunque los directivos sienten, asimismo, que tienen estas herramientas para ayudar a los empleados a trabajar eficazmente. Casi nueve de cada diez (87%) tienen fácil acceso a sus sistemas internos, mientras que alrededor de tres de cada cuatro dice que los trabajadores pueden trabajar desde donde quieran sin perder el acceso a la información que necesitan (77%) y pueden trabajar juntos en cualquier lugar (77%). Más de cuatro de cada cinco (83%) también dice que utilizan dispositivos móviles y pueden gestionarlos con facilidad.

Uso de tecnología moderna: Cómo las pymes españolas utilizan herramientas como la nube para proteger y hacer crecer sus negocios

Alrededor de la mitad de empleados aún utilizan ordenadores de sobremesa para hacer su trabajo, siendo los *smartphones* personales también populares entre dos de cada cinco -con el consentimiento implícito de sus empleadores-. Por el contrario, los directivos (BDMs) parecen estar provistos con dispositivos propiedad de la empresa – desde ordenadores a portátiles, *smartphones* y tabletas-.

La mayoría de los empleados y directivos coinciden en que la tecnología puede mejorar procesos, eficiencias y comunicaciones. Se considera que las tecnologías digitales utilizadas por las pymes han propiciado varias mejoras, especialmente en términos de comunicación y participación – entre los empleados y con los clientes-, facilidad de acceso a negocios o a información del cliente y de innovación. También hay una sensación clara de que la tecnología en el lugar de trabajo ha impulsado la motivación, ha mejorado las habilidades, fomentado la colaboración entre equipos y ha hecho más eficaz la interacción con el cliente. Estos beneficios los perciben más vivamente los directivos (BDMs). Si bien los empleados son, en general, también positivos respecto de su relación con la tecnología en el trabajo, su entusiasmo, en comparación, no se verbaliza.

Existe la creencia generalizada de que la tecnología mejora los procesos de negocio y la eficiencia. Dos de cada cinco trabajadores (41%) dice que la tecnología tiene un papel

menor en la mejora de los procesos en su negocio, y uno de cada tres (36%) cree que juega un papel importante. La opinión entre los directivos y la de los trabajadores de la información es la misma.

- Tres de cada diez trabajadores de la información (31%) dicen que su compañía tiene una política de traer su propio dispositivo (BYOD) - sin diferencias claras por tamaño de empresa, etapa de transformación digital o sector-. Los BDMs informan de una situación similar en sus negocios; algo menos de uno de cada cuatro (23%) dice que cuenta con una política que les permite utilizar sus propios dispositivos en el trabajo e integrarlos con su infraestructura de TI.
- El ordenador propiedad de los empleadores sigue siendo el dispositivo más popular utilizado para el trabajo, aunque menos que en 2014; la mitad (50%) los utilizan hoy en día, frente a los tres de cada cinco (59%) hace más de un año. Las empresas que han sufrido una transformación digital son menos propensas a seguir utilizando ordenadores de escritorio (40%). El uso de otros dispositivos ha visto pocos cambios desde 2014. Los teléfonos inteligentes personales son los segundos dispositivos más populares - utilizados por casi dos de cada cinco trabajadores (38%) - con las medianas empresas con menor probabilidades de tener empleados utilizando su propio dispositivo (24%). Los ordenadores portátiles propiedad de los empleadores (24%) y los *smartphones* (23%) siguen siendo dispositivos muy populares en el trabajo entre una minoría.

Los directivos son más proclives que los trabajadores a utilizar dispositivos propiedad de los empleadores en el trabajo; tres de cada cuatro (73%) usan un PC propiedad de los empleadores; alrededor de tres de cada cinco utilizan un portátil, propiedad del empleador (63%) o un teléfono móvil (57%), y alrededor de la mitad (47%) usa una tableta o un teléfono inteligente propiedad de su empresa (53%). Los directivos no son más propensos que los trabajadores a utilizar dispositivos personales en el trabajo, con dos excepciones: portátiles (40%) y PCs (37%).

De los que usan sus dispositivos personales en el trabajo, casi 9 de 10 trabajadores (87%) y más de 9 de 10 directivos (95%) dice que la empresa está informada de ello.

- Pensando en las técnicas de comunicación más útiles para hacer su trabajo, tres de cada cinco trabajadores (58%) ven las llamadas de teléfono como la herramienta más útil. El correo electrónico de sobremesa (47%) y el *webmail* (42%) les siguen de cerca como herramientas más populares. Uno de cada tres (33%) considera útil el almacenamiento en la nube. Relativamente pocos trabajadores ven las herramientas de *business intelligence* (11%) o colaboración social (8%) como útil para la consecución de su trabajo.

En cambio, los directivos ven útiles todas las herramientas de comunicación para poder hacer su trabajo, en mayor medida que los trabajadores. Valoran como útiles el correo

electrónico de escritorio (83%) y las llamadas telefónicas (77%). Los BDMs son significativamente más propensos que los trabajadores a considerar que las herramientas de colaboración social sean útiles; casi tres de cada cinco (57%) frente al 8% de trabajadores. Las herramientas de *business intelligence* también se consideran útiles por más de un tercio (37%) y casi tres de cada cinco (57%) cree que las herramientas en la nube como OneDrive son útiles.

- Dos de cada cinco (41%) creen que la tecnología ha jugado un papel importante en facilitar la comunicación entre los miembros de la plantilla en sus empresas, y casi dos en cinco (39%) creen que, al menos, han jugado un papel menor. Del mismo modo, uno de cada cuatro (24%) dice que, de manera importante, la tecnología ha proporcionado plataformas para que los compañeros puedan compartir nuevas ideas. Otros dos de cinco (40%) dicen que la tecnología ha desempeñado un papel menor en dicho ámbito. Sin embargo, quienes trabajan para micro empresas son menos proclives a convencerse de los beneficios: uno de cada tres (33%) siente que la tecnología no tiene ningún papel que jugar.

Más allá de la comunicación interna, es en la comunicación con el cliente donde los empleados sienten que la tecnología hace una gran contribución. Casi la mitad (46%) cree que la tecnología ha jugado un papel importante ayudándoles a comunicarse con los clientes, mientras que casi dos de cada cinco (38%) siente que, al menos, tiene un papel menor. Asimismo, respecto a poder obtener *feedback* de los clientes, tres de cada diez (31%) creen que la tecnología tiene un papel importante y cuatro de cada diez (39%) creen que tiene, al menos, algún papel.

Sin embargo, cuando se trata de comunicaciones con *partners* internacionales, muchos de los empleados están menos convencidos del papel que la tecnología tiene que jugar; casi tres de diez (28%) no creen que la tecnología desempeñe un papel fundamental a la hora de ayudarles a comunicarse con sus contactos en el extranjero. Sin embargo, éstos están en la minoría – más de uno de cada cuatro trabajadores y BDMs (28% y 23%, respectivamente) ven el importante papel de la tecnología en este aspecto, y una proporción similar siente que cuenta con, al menos, algún un impacto sobre su capacidad para llegar a *partners* y *stakeholders* de otros mercados.

En cuanto al desarrollo de nuevos productos, los trabajadores están ampliamente convencidos de que la tecnología tiene que ayudar a las empresas a desarrollar nuevos productos y servicios. Uno de cada tres (34%) están de acuerdo en que la tecnología tiene un papel importante, y una proporción similar (37%) piensa que, al menos, tiene algún papel que jugar.

La valoración de los directivos sobre la tecnología que utilizan difiere de la de los trabajadores. Los primeros están mucho más dispuestos a creer que las herramientas digitales han ocasionado un gran impacto. Siete de diez (70%) dicen que la tecnología

ha jugado un papel importante en la comunicación personal, y cuatro de cada diez (40%) señalan que ha proporcionado una plataforma para que los empleados puedan compartir ideas. Cuatro de cinco consideran (83%) que ha tenido un gran impacto en la comunicación con el cliente, y tres de cada cinco (63%) dicen lo mismo del *feedback* de sus clientes. También en contraste con los trabajadores, más de la mitad de BDMs (53%) argumenta que su tecnología ha jugado un gran papel en el desarrollo de nuevos productos.

- Los trabajadores tienen una actitud positiva respecto del impacto de la tecnología digital en sus empresas. Casi siete de cada diez (69%) piensan que la tecnología ha tenido un impacto beneficioso sobre la cooperación entre equipos; alrededor de dos de cada tres ven un impacto positivo en su capacidad de innovar (66%), en su motivación (65%) y en sus habilidades (63%). Como un efecto dominó, dos tercios (65%) dice que la tecnología digital ha mejorado la calidad de servicio al cliente y la interacción. Aunque la mayoría cree que la tecnología ha tenido un impacto beneficioso, algunos menos están convencidos de que ha mejorado su capacidad para tomar decisiones basándose en datos del negocio; tres de cada cinco (59%) declaran un impacto positivo, mientras que más de uno en cuatro (27%) cree que no afecta en absoluto.

Los trabajadores de las pequeñas empresas (aquellas con 10-49 empleados) ven un impacto positivo de la tecnología sobre la motivación (mencionado en un 78%) y la cooperación entre el equipo (81%). Las empresas que han comenzado a transformarse digitalmente también reportan beneficios: Cuatro de cada cinco (81%) de estas empresas perciben un impacto positivo en la motivación y tres de cada cuatro (74%) revelan mejoras en la calidad de sus ventas y en las relaciones con los clientes de sus servicios.

Los directivos (BDMs) tienden a ser más optimista sobre el impacto de la tecnología digital en su vida laboral. Alrededor de nueve de cada diez creen que la tecnología ha tenido una influencia positiva sobre su capacidad para innovar (90%), en su capacidad para tomar decisiones basándose en datos del negocio (90%), en la calidad de sus ventas y servicios al cliente (90%), en sus habilidades (90%) y en su motivación (87%).

- En relación a su capacidad para acceder a la información de negocio, más de tres de cada cuatro trabajadores (77%) y casi nueve de cada diez BDM (87%) están de acuerdo en que la información y el conocimiento de todo su negocio es accesible de forma inmediata con el fin de satisfacer las necesidades del cliente. Esta cifra se eleva a más de cuatro de cada cinco trabajadores (82%) y casi todos los BDMs (97%) si hablamos de tener acceso a información para aprovechar nuevas oportunidades.
- Algo más de uno de cada cuatro trabajadores (28%) de pymes españolas están planeando lanzar nuevos productos o servicios en el próximo año, siendo las empresas en el sector mayorista los que más probablemente desarrollen nuevas ofertas (50%). Los BDMs son significativamente más propensos a decir que tienen la intención de lanzar

algo nuevo en 2016 (53%). Las compañías que aún tienen que someterse a una transformación digital son menos propensas a planificar un lanzamiento en los próximos 12 meses (19%).

- Al pensar en la tecnología que utilizan en el trabajo y sus efectos, las opiniones entre las pymes españolas están divididas. Muchos trabajadores están de acuerdo en que esto ha ayudado a mejorar su servicio al cliente y el compromiso. Casi tres de cada cinco (58%) están de acuerdo en que son capaces de construir mejores relaciones con los clientes; una proporción similar (57%) dice que pueden permanecer conectados con los clientes para aumentar la fidelidad; y poco más de la mitad (52%) dice que son capaces de adquirir compromisos con los clientes para ganar más negocio. Si analizamos la información, más de la mitad (54%) está de acuerdo en que su tecnología implica que tienen un conocimiento detallado e información de sus clientes, y la mitad (52%) coincide en que tienen las herramientas para aumentar la productividad de su equipo - lo que es especialmente cierto para empresas de tamaño medio (62%).

Sin embargo, el impacto de la tecnología sobre la posibilidad de buscar oportunidades en el extranjero es menos clara. Alrededor de uno de cada tres dice que es capaz de atraer (35%) o retener (32%) clientes de otros países, aunque sólo algo menos no están de acuerdo en esto; tres de cada diez (31%) no están de acuerdo que la tecnología les ayude a atraer clientes del extranjero, y más de uno de cada cuatro (27%) no está de acuerdo en que les ayude a retenerles. Son las pymes más grandes (con más de 50 empleados) las que más probablemente que se sientan capaces de buscar oportunidades en el extranjero, gracias a la tecnología que utilizan.

Los directivos (BDMs), por el contrario, son muy positivos acerca del impacto de su tecnología - significativamente más que los trabajadores-. Alrededor de cuatro de cada cinco dice que la tecnología ha tenido una influencia positiva en la productividad de su equipo de ventas (83%) y la información de los clientes (80%). También dicen obtener beneficios en relación a la gestión de las relaciones con los clientes. Nueve de cada diez dicen que pueden mantenerse en contacto con los clientes y aumentar la fidelidad (90%), mejorar las relaciones con sus clientes actuales (90%) y adquirir más compromisos con sus clientes para ganar más negocio (90%). Al igual que los trabajadores, son menos positivos acerca del impacto de las operaciones en el extranjero, a pesar de que, no obstante, son más propensos que los trabajadores a ver los beneficios derivados de la tecnología. Más de tres de cada cinco (63%) dicen que la tecnología les ha ayudado a retener a sus clientes del extranjero existentes, y poco más de la mitad (53%) dice que sus herramientas les han permitido atraer clientes extranjeros.

- Mirando más de cerca la integración de su tecnología, los BDMs tienden a ser positivos respecto de los beneficios que les ha traído. En general, la mayoría (83%) dice que ha

integrado los sistemas y procesos de TI y casi todos los BDM (97%) dicen que cuentan con el almacenamiento de datos que necesitan. En otras áreas, los directivos (BDMs) son igualmente positivos; poco menos de nueve de cada diez (87%) se sienten capaces de acelerar la toma de decisiones operativas y estratégicas; alrededor de cuatro de cada cinco dicen que ahora pueden adaptarse rápidamente a las cambiantes necesidades de negocio (83%) y disponen de una flexibilidad y un mejor rendimiento en sus procesos de negocio (80%). Hay menos consenso en cuanto al coste y la complejidad; poco menos de la mitad (47%) cree que son capaces de reducir el coste de la tecnología, mientras que una tercera parte (33%) no lo cree. Del mismo modo, casi la mitad (47%) está de acuerdo en que son capaces de reducir la complejidad en su TI, y casi uno de cada cuatro (23%) no lo cree.

- A la hora de ver cómo medir el éxito de su tecnología digital, los directivos consideran una variedad de métricas. Las más destacadas son las medidas de rentabilidad / crecimiento (63%), seguido de la satisfacción del cliente (60%), la productividad de ventas (60%), la seguridad y el cumplimiento (53%) y el tiempo de actividad del sistema (50%). Otras métricas centradas en el cliente, tales como la adquisición de clientes (43%), la pérdida (30%) y el valor del ciclo de vida (27%) se utilizan menos frecuentemente.

Prioridades y gestión de procesos de TI

Las pymes españolas parecen estar en forma, con una mayoría diciendo que tienen acceso inmediato a la información sobre los clientes y desde diferentes departamentos, cuando lo necesitan. Los directivos (BDMs), en particular, creen que tienen a su alcance la información que les podría ayudar a aprovechar las nuevas oportunidades de negocio.

Curiosamente, esta tendencia puede, en parte, deberse a que la mitad dice emplear a alguien con los conocimientos necesarios para dar sentido a la información comercial e identificar nuevas vías para el crecimiento. Además, uno de cada cinco se propone reclutar a alguien con esta formación en el próximo año. Capital humano a un lado, la mayor parte de la futura inversión en TI se centra en los dispositivos y otros equipos hardware, aunque algunos también mencionan el almacenamiento de datos, la seguridad y las herramientas para proporcionar información empresarial en tiempo real, entre las cosas en las que esperan invertir durante el próximo año aproximadamente.

Es interesante ver que, aunque los empleados dicen entusiasmarse por las nuevas tecnologías y por las ganas de probarlas, una minoría de los directivos (BDMs) son menos entusiastas, lo que sugiere que, si bien se aprecian los beneficios de las herramientas digitales, preferirían que fueran sus empleados los “*early adopters*” en vez de ellos mismos.

Procesos / tratamiento de los datos para mejorar la inteligencia de negocio (Business intelligence)

- En referencia a su capacidad para acceder a información de negocio, más de tres de cada cuatro trabajadores (77 %) y casi nueve de cada diez BDMs (87%) están de acuerdo en que la información y el conocimiento de todo su negocio es accesible de manera inmediata con el fin de satisfacer las necesidades del cliente. Esta cifra se eleva a más de cuatro de cada cinco trabajadores (82%) y casi todos los BDMs (97%) en relación a tener acceso a la información que permite a las empresas aprovechar nuevas oportunidades.
- Más de la mitad de los trabajadores españoles (54 %) está de acuerdo en que su tecnología permite que ahora tengan un conocimiento detallado e información sobre sus clientes. Los directivos (BDMs) son aún más rotundos: cuatro de cada cinco (80 %) creen que su tecnología ha proporcionado esta información.
- De acuerdo con los directivos (BDMs), es el análisis de datos la tecnología en la que las pymes españolas son más propensas a invertir, con casi tres quintas partes (57%) que indican su intención de invertir en estas herramientas.
- Los directivos (BDMs) revelan una brecha entre las pymes con respecto a la integración digital. Dos de cada cinco (40%) dice que su negocio tiene un plan para transformarse digitalmente, impulsado por el comité de dirección, con empleados preparados para producir un cambio digital. Sin embargo, la misma proporción (40%) dicen que ése no es el caso en su empresa. También hay señales de una brecha en relación al potencial de que las TI ofrezcan nuevas oportunidades; aunque seis de cada diez (60%) están de acuerdo en que su negocio ve potencial en la tecnología para crear nuevas fuentes de ingresos, tres de cada diez (30%) no están de acuerdo - lo que sugiere que una minoría todavía tiene que ser convencida-. Sin embargo, en otros aspectos, el valor de la tecnología se percibe profundamente; casi tres de cada cuatro (73%) dicen que ven el análisis de datos como una forma de identificar nuevas oportunidades.

También hay indicios de que los directivos (BDMs) están invirtiendo en TI y reconocen los beneficios potenciales que les podría traer. Nueve de cada diez (90%) están de acuerdo en que la inversión de TI en su empresa es un elemento clave en la optimización de sus procesos de negocio; cuatro de cada cinco (83%) dicen que las TI están impulsando la digitalización de toda la empresa; y tres de cada cuatro (77%) indican que las inversiones son impulsadas por las necesidades de los departamentos.

- Uno de cada cinco BDMs (20%) dice que, este año, tiene la intención de contratar a alguien con las habilidades para unir los datos de toda su empresa con el fin de identificar o crear nuevas oportunidades de negocio.

- Casi tres de cada cinco (58%) están de acuerdo en que estén equipados para aprovechar y gestionar los datos y conocimientos que salen de los diferentes departamentos de su empresa.
- Los directivos (BDMs) están aún más seguros de su capacidad para administrar su información de negocio; casi nueve de cada diez (87%) están de acuerdo en que esto les aplica a ellos.

Construcción / adquisición de habilidades / talentos

- De acuerdo con los BDMs, la mitad (50%) tiene actualmente un miembro del personal con la formación y las habilidades para recopilar los datos de toda la compañía y dar sentido a toda esa información con el fin de crear nuevas oportunidades de negocio. Algo más de uno entre cinco BDMs (20%) dice que toma tiene la intención de contratar a alguien con estas habilidades en el próximo año.
- Pensando en la formación que reciben en el trabajo, hay una división equitativa entre las empresas que invierten en la capacitación formal y los que no lo hacen. Uno de cada tres empleados (34%) dice que se esperaba que encontrara la manera de utilizar su tecnología por su cuenta, mientras que una proporción similar (33%) recibió formación formal. Los *millennials* son los más propensos a que se les pida que resuelvan las cosas por su cuenta (45%), mientras que las empresas de tamaño mediano son más propensas a recibir una formación (49%). En cuanto a otros métodos, uno de cada cinco (20%) ha aprendido de sus colegas, y uno de cada siete (14%) utiliza un manual de formación (aumentando al 28% en las empresas de tamaño mediano).
- Casi tres de cada cinco (58%) creen estar equipados para aprovechar y gestionar los datos y conocimiento que salen de los diferentes departamentos de sus empresas. Los directivos (BDMs) están aún más seguros de su capacidad para administrar su información de negocio; casi nueve de cada diez (87%) coinciden en que esto se aplica a ellos.
- Muchos empleados de pymes españolas están dispuestos a probar nuevas tecnologías digitales. Tres de cada cinco (59%) dicen que se entusiasman por los productos tecnológicos y casi dos de cada tres (64%) dicen que buscan su propia manera de aprender acerca de ellos, llegando a más de tres de cada cuatro (78%) entre los trabajadores mayores de 55 años, y trabajando para empresas medianas (76%). La mitad (50%) se considera *early adopters*, siendo los trabajadores en las empresas medianas (58%) los primeros en probar nuevas herramientas en el trabajo.

Los directivos (BDMs) no se entusiasman tanto por la tecnología. Su perspectiva está alineada con los trabajadores en términos de emoción; la mitad (53%) dice que se entusiasma con las nuevas herramientas. Sin embargo, en otras áreas, existen puntos de

vista divergentes. Aunque casi la mitad (47%) se buscan su manera de aprender acerca de nuevos productos, dos de cada cinco (40%) no. Del mismo modo, aunque la mayoría (57%) se ve a sí mismo como early adopter en sus negocios, más de un tercio (37%) no.

En cuanto a las diferencias entre generaciones, un poco menos de la mitad (46%) de los trabajadores y tres quintas partes de los BDMs (60%) creen que sus compañeros mayores son más lentos la hora de adoptar nuevas tecnologías que los más jóvenes. Los BDMs, sin embargo, son más propensos a estar en desacuerdo con esta idea que los trabajadores (33% vs. 17%, respectivamente).

La gestión de los procesos de TI (¿van la estrategia y la tecnología de la mano? ¿Quién / qué impulsa las decisiones tecnológicas? ¿Es la transformación digital algo "realizado", un "añadido" o algo bien planeado?

- En general, alrededor de un de cada tres empresas (32% de los trabajadores, el 33% de BDMs) han experimentado una transformación digital - muy conectadas online y con la mayoría de los procesos automatizados o se migrados a online. Otro tercio de los trabajadores (32%) y dos de cada cinco BDMs (43%) están en el proceso de actualización de su negocio para mover algunas funciones al mundo online, a pesar de que todavía utilizan el papel para lo demás. Un poco menos de tres de cada diez trabajadores (28%) y uno de cada cuatro BDMs (23%) siguen utilizando grandes volúmenes de papel en su día a día y no tienen muchos procesos online.
- De acuerdo con los trabajadores, el auto-servicio es la manera más habitual para gestionar los recursos de TI; casi dos de cada cinco (38%) utilizan un sistema de ese tipo, con pocos cambios respecto al año anterior (36% en 2014). Este enfoque es más popular entre las micro-empresas (52%) y menos susceptible de ser utilizado por las empresas de tamaño mediano. Una cuarta parte (25%) utiliza un proveedor externo de TI (26% en 2014) y uno de cada cinco (21%) tiene un departamento de TI interno (20% en 2014). empresas de tamaño mediano son más propensos a gestionar los recursos de esta manera (45%).

BDMs reportan un saldo levemente diferente en cómo ven la administración de TI: uno de cada seis (17%) utilizan un sistema de auto-servicio, más de un tercio (37%) utiliza un proveedor externo y dos de cada cinco (40%) tiene un departamento de TI interno.

- La mayoría de BDMs confían en la capacidad de recuperación de sus sistemas de TI y su capacidad para satisfacer los requisitos de cumplimiento (compliance). Alrededor de nueve de cada diez (93%) dicen que están seguros de que son capaces de cumplir con los estándares de la industria y de conformidad a la norma en sus negocios, que sus archivos y datos se copian automáticamente (87%) y que todos los niveles de TI en sus compañías tienen protección avanzada de datos (87%). Otros cuatro de cada cinco (80%)

dicen que podrían estar de nuevo online en cuestión de minutos tras un accidente en un dispositivo o un servidor.

- Las tres cuartas partes de los trabajadores (74%) y cuatro de cada cinco BDMs (83%) tienen confianza en el nivel de seguridad de TI de su empresa. Aquellos más de 55 años son particularmente confiados: más de nueve de cada diez tienen confianza (93%). Los niveles de confianza en los sistemas de TI de las pymes no han cambiado desde la última encuesta.
- A la hora de ver cómo medir el éxito de su tecnología digital, los BDMs consideran una variedad de métricas. Las más destacadas son las medidas de rentabilidad / crecimiento (63%), seguido de la satisfacción del cliente (60%), la productividad de ventas (60%), la seguridad y la conformidad a la norma (53%) y el tiempo de actividad del sistema (50%). Otras métricas centradas en el cliente que no sean la satisfacción, como la adquisición de clientes (43%), la pérdida de clientes (30%) y el valor del ciclo de vida (27%) se utilizan con menos frecuencia, a pesar de que son grandes minorías.
- Uno de cada cinco BDMs (20%) dice que este año tiene la intención de contratar a alguien con habilidad para reunir datos de toda su empresa con el fin de identificar o crear nuevas oportunidades de negocio.
- Al hablar de la última compra de TI en su empresa, la mayoría de los directivos (BDMs) dicen que han invertido en dispositivos tales como teléfonos inteligentes, tabletas, PCs nuevos y servidores. Algunos también han invertido en el almacenamiento de datos. Hay menciones a la inversión en nuevos sistemas para mejorar la seguridad de los datos, software para proporcionar información de negocio en tiempo real y otras herramientas para recopilación de datos de negocio.

Proteger el negocio: Garantizando que los datos de negocio son seguros (datos y activos propios de la empresa) y conforme a las normas (*compliant*). También salvaguardando los datos de sus clientes y alineados con los requisitos de la regulación.

En general, los empleados de las pymes españolas y sus directivos (BDMs) tienen confianza en el nivel de datos / seguridad de TI en sus negocios. A pesar de este nivel de confianza, dos quintas partes tienen la intención de hacer una mayor inversión en tecnología de seguridad en el futuro.

El uso del correo electrónico personal para acceder a la información del trabajo es frecuente entre alrededor de dos de cada cinco empleados de las pymes y, por lo general, es sancionado por sus empleadores.

- La seguridad de la información se percibe como muy importante. Casi cuatro de cada cinco trabajadores (79%) y BDM (80%) de pymes dicen que es importante que su información está protegida donde quiera que estén.
- Como reflejo de la importancia dada a la protección de datos, muchas pymes tienen sistemas para asegurar esto. Algo menos de dos de cada tres trabajadores (63%) y nueve de cada diez BDMs (90%) sienten que su información está protegida donde quiera que estén.
- La mayoría de los BDMs tienen confianza en la capacidad de recuperación de sus sistemas de TI y su capacidad para satisfacer la conformidad a la norma (*compliance*). Más de nueve de cada diez dicen estar seguros de que son capaces de cumplir con los estándares de la industria y de cumplimiento en sus empresas (93%), que sus archivos y datos se copian automáticamente (87%) y que todos los niveles de TI en su empresa tienen protección avanzada de datos (87%). Otros cuatro de cada cinco (80%) dicen que pueden estar de nuevo online en cuestión de minutos en caso de fallo en un dispositivo o servidor.
- Las tres cuartas partes de los trabajadores (74%) y cuatro de cada cinco BDMs (83%) tienen confianza en el nivel de seguridad de TI de su empresa. Aquellos de más de 55 años de edad están particularmente confiados: más de nueve de cada diez (93%).
- Dos de cada cinco trabajadores (39%) y BDMs (41%) acceden a los datos del trabajo desde su casa transfiriendo archivos a través de correo electrónico personal.
- De los que utilizan un dispositivo personal para acceder a información del trabajo, menos de un 9% dice que su compañía no tiene conocimiento de ello. De estos, un 6% dice que harían cualquier cosa para conseguir hacer su trabajo, y el 3% de los trabajadores restantes, junto con un 5% de BDMs, dicen abstenerse de acceder a datos sensibles desde sus dispositivos personales, así que no lo ven un problema.
- La seguridad de los datos y la eficiencia son dos formas habituales de medir el éxito de las tecnologías digitales. Alrededor de la mitad de los BDMs utilizan métricas de seguridad o de conformidad a la norma (*compliance*) (53%) o de disponibilidad del sistema y eficiencia (50%) para determinar el éxito de sus inversiones en TI han sido.
- Muy pocos, sólo uno de cada diez trabajadores (10%), creen que la regulación será el mayor desafío externo para su negocio en el próximo año. Sin embargo, los BDMs son significativamente más propensos a considerarla como un desafío, mencionado por uno de cada tres (33%).

- Mirando hacia posibles inversiones futuras, alrededor de dos de cada cinco BDMs dicen que tienen la intención de invertir en privacidad y sistemas certificados (40%) o tecnologías de seguridad (37%).
- Más de cuatro de cada cinco BDMs (83%) coinciden en que sus empresas ven la seguridad de los datos como una prioridad alta en su estrategia de TI.

Negocios en evolución: Explorar nuevos modelos de negocio y mercados, alinear la tecnología con la estrategia de la organización

Alrededor de dos de cada cinco empleados de pymes españolas sienten que su empresa no ha invertido suficiente en TI, lo que contrasta fuertemente con las opiniones de los BDMs, entre los que sólo uno de cada cinco cree que no han invertido lo suficiente en tecnologías digitales. Es interesante ver que los BDMs pueden tener estrategias de TI más a largo plazo, con hardware, soluciones de nube, y herramientas de cliente que pueden darles un mejor acceso a la información negocio siendo áreas importantes de la inversión prevista.

Una de las posibles razones de la falta de conexión entre los empleados y los directivos (BDMs) es que las pymes están divididas, de forma evidente, en la medida en que estén realizando su transformación digital desde arriba hacia abajo, con empleados que tienen poder para impulsar el cambio real. Sin embargo, la tecnología está teniendo un impacto real en las pymes españolas, con muchos BDMs revelando que están apoyando la optimización de procesos y una integración digital –más amplia- de toda la empresa.

- Dos de cada cinco empleados (39%) sienten que su empresa no invierte lo suficiente en TI, frente a más de la mitad (53%) que lo creía en 2014. Las empresas que no han sido sometidas a una transformación digital son más propensas a sentirse de esta manera; más de la mitad (54%) siente que no ha habido insuficiente inversión en TI. Por el contrario, los BDMs son los más proclives a pensar que el nivel de inversión ha sido adecuado -tres de cada cuatro (73%) creen que el nivel de gasto de TI es correcto, mientras que sólo uno de cada cinco (20%) siente que ha sido insuficiente.
- En relación al futuro de las TI en sus empresas, muchos BDMs no tienen planes inmediatos de inversión en el próximo año, aunque algunos tienen objetivos a largo plazo, tales como tener más procesos online / en la nube. Entre los que tienen planes claros, algunos prevén invertir en nuevo hardware, mientras que otros apuestan por tecnología en la nube, en herramientas de comunicación con el cliente, sistema para recopilar y analizar datos y recursos de TI en general.

- Al hablar de la última compra de TI en su empresa, la mayoría de los directivos (BDMs) dice que han invertido en dispositivos tales como teléfonos inteligentes, tabletas, nuevos PCs y servidores. Algunos también han invertido en el almacenamiento de datos. Hay quien menciona la inversión en nuevos sistemas para mejorar la seguridad de los datos, software para proporcionar información negocio en tiempo real y otras herramientas para recopilar y analizar datos de negocio.
- Algo más de uno de cada tres trabajadores (38%) y tres de cada cuatro BDMs (73%) consideran la creación de nuevas estrategias y métodos de marketing para llegar a los clientes como una forma de innovación. Una proporción similar de los trabajadores (36%) ve como innovador el desarrollo de productos para satisfacer las necesidades no satisfechas del consumidor, teniendo esa idea dos de cada tres BDMs (67%). Tres de cada diez trabajadores (29%) creen que la mejora de los productos existentes para impulsar el crecimiento es también una práctica innovadora. Dos de cada tres BDMs (63%) tienen el mismo punto de vista.
- Al mirar más de cerca la alineación de su tecnología con su estrategia de negocio, los BDMs tienden a ser positivos respecto de los beneficios que ha traído. Casi todos los BDMs (97%) dicen que tienen el almacenamiento de datos que necesitan y cuatro de cada cinco dicen que tienen una flexibilidad y un mejor rendimiento en sus procesos de negocio (80%).
- Tres de cada diez BDMs (29%) creen que su empresa puede innovar con el fin de adaptar su modelo de negocio de acuerdo con las cambiantes condiciones del mercado. Más de un tercio (35%) dice que la inversión en nuevas ideas para aumentar las ganancias sería un catalizador para la innovación en su empresa.

Los directivos (BDMs) son significativamente más propensos a ver estos conceptos como causa de la innovación en su empresa; alrededor de dos de cada tres dicen que innovarían para adaptar su modelo de negocio a las condiciones del mercado (67%) o para invertir en nuevas ideas que podrían mejorar la rentabilidad (63%).

- De cara a los mayores desafíos internos en su empresa en los próximos 12 meses, uno de cada tres (33%) cita que deben hacer frente a las habilidades, y tres de cada diez (30%) considera que ya de por sí la estrategia global de su empresa será un reto. Otros tres de cada diez (29%) sienten que la estrategia de ventas y marketing será un problema. Los directivos (BDMs) tienden a ver la innovación como su principal preocupación, y casi la mitad (47%) dice que ése será su mayor desafío interno. En contraste con la opinión de los trabajadores, muchos BDMs también ven como obstáculos que superar la integración digital de algunas (43%) o todas (23%) las funciones de negocio, la colaboración entre distintas funciones (27%) y el acceso a la información crítica de negocio en tiempo real (37%).

- El análisis de datos es la tecnología en la que los BDMs de las pymes españolas son más propensos a invertir, con casi tres quintas partes (57%) que indican una intención de invertir en este tipo de herramientas. Más de la mitad (53%) también tiene intención de invertir en herramientas de relación con los clientes, y alrededor de dos de cada cinco esperar a invertir en la colaboración entre empleados y entre departamentos (43% y 40%, respectivamente), así como en sistemas de privacidad y certificación (40%).
- Los directivos (BDMs) revelan una brecha entre las pymes en relación a su aproximación a la integración digital. Dos de cada cinco (40%) dicen que su negocio tiene un plan para transformarse digitalmente, impulsado por el comité directivo, con empleados autorizados para producir un cambio digital. Sin embargo, la misma proporción (40%) dice que éste no es el caso en su empresa. También hay señales de una brecha en términos del potencial de las TI de proporcionar nuevas oportunidades; aunque seis de cada diez (60%) están de acuerdo en que su empresa le ve potencial para crear nuevas fuentes de ingresos, tres de cada diez (30%) no están de acuerdo - lo que sugiere que una minoría todavía tiene que convencerse. Sin embargo, en otros aspectos, el valor de la tecnología se siente profundamente; casi tres de cada cuatro (73%) dicen que ven el análisis de datos como una forma de identificar nuevas oportunidades.

Hay indicios de que los directivos (BDMs) están invirtiendo en TI y reconocen los beneficios potenciales que podría traer. Nueve de cada diez (90%) están de acuerdo en que la inversión de TI en su empresa es un elemento de soporte en la optimización de sus procesos de negocio; cuatro de cada cinco (83%) dicen que está impulsando la digitalización de toda la empresa y tres de cada cuatro (77%) indican que las inversiones son impulsadas por las necesidades del servicio.

- Entre los BDMs, la mitad (50%) tiene actualmente un miembro de su plantilla con la formación y las habilidades para recopilar datos de todo su negocio, dar sentido a esta información con el fin de identificar y/o crear nuevas oportunidades de negocio. Algo más de uno entre cinco BDMs (20%) dice que tiene la intención de contratar a alguien con estas habilidades en el próximo año.
- Casi tres de cada cinco (58%) creen estar equipados para aprovechar y gestionar los datos y conocimiento que salen de los diferentes departamentos de su negocio. Los directivos (BDMs) están aún más seguros de su capacidad para administrar su información de negocio; casi nueve de cada diez (87%) están de acuerdo en que esto les atañe.
- En relación al impacto que la tecnología digital tiene en su negocio, dos de cada tres trabajadores (65%) -llegando a más de nueve de cada diez BDM (90%)- dicen que la tecnología digital ha mejorado la calidad de servicio al cliente y la interacción. Aunque la mayoría de los trabajadores cree que la tecnología ha tenido un impacto beneficioso, un

poco menos están convencidos de que ha mejorado su capacidad para tomar decisiones basadas en los datos de negocio; 59% dice haber tenido un impacto positivo, y más de uno de cada cuatro (27%) dice no ver ningún impacto en absoluto. Los BDMs, sin embargo, están ampliamente convencidos de que la tecnología ha mejorado sus capacidades de toma de decisiones basadas en datos; nueve de cada diez (90%) dice que la tecnología ha tenido una influencia positiva en esta área.

Perspectivas económicas y su impacto en el crecimiento del negocio

En general, la mayoría de las pymes son positivas acerca de sus perspectivas financieras de 2016 -muy pocos esperan que su situación se deteriore-. La búsqueda de nuevos clientes y defenderse de la competencia se observan los mayores desafíos externos, mientras que la innovación, habilidades, estrategia (global, así como la comercialización y las ventas en concreto) son importantes retos internos. Los directivos (BDMs) también creen que hay obstáculos que hay que superar en términos de integración digital, colaboración multifuncional y el acceso a los datos de negocio en tiempo real.

- Las pymes son bastante optimistas sobre sus perspectivas financieras en 2016. Dos de cada cinco (41%) dicen que su posición mejorará, mientras que poco más de dos de cada cinco (44%) sienten que su posición se mantendrá sin cambios. Muy pocos, apenas 8%, sienten que sus finanzas van a empeorar. Los BDMs son más positivos: dos de cada tres (67%) esperan que su posición mejore y ninguno cree que sus perspectivas vayan a empeorar.
- Casi uno de cada cuatro trabajadores (23%) dice que su compañía tiene la intención de ver oportunidades en el extranjero en el próximo año, subiendo a uno de cada tres (32%) entre las empresas medianas y los que han transformado digitalmente (34%). Los BDMs son más propensos a decir que buscarán oportunidades en el extranjero (43%).
- Entre los que tienen proyecto de expansión en el extranjero, los principales desafíos de los que apuntan a nuevas oportunidades en los mercados extranjeros son la competencia, el entorno regulador, la política y las cuestiones lingüísticas.
- Al analizar los mayores retos externos para su empresa en el curso de este año, los que se menciona más a menudo es la búsqueda de nuevos clientes -la mitad de los trabajadores (48%) y de los BDMs (50%)-. Otras preocupaciones clave para los trabajadores son la competencia -con más de uno de cada tres trabajadores (37%) que ven esto como un reto-, y la economía - un tercio (36%) lo ve como un problema-. En la mente de los BDMs, los desafíos externos más importantes son la incertidumbre económica (60%) y la competencia (57%).

- Al analizar los mayores retos internos para su empresa en 2016, uno de cada tres (33%) citan las habilidades como un tema para hacer frente, y tres de cada diez (30%) considera que la estrategia global de su empresa va a ser un desafío. Otros tres de cada diez (29%) consideran que la estrategia de marketing y ventas en concreto será un problema. Los directivos (BDMs) tienden a ver la innovación como su principal preocupación, y casi la mitad (47%) dicen que éste será su mayor desafío interno. En contraste con los trabajadores, muchos de ellos también ven como obstáculos para superar la integración digital de algunas (43%) o todas (23%) las funciones de negocio, la colaboración a través de las funciones (27%) y el acceso a la información crítica para el negocio en tiempo real (37%).
- Más de dos de cada cinco trabajadores (44%) y tres de cuatro BDMs (73%) ven la mejora de la eficiencia de negocio para minimizar costes y aumentar los beneficios como una práctica innovadora. Un poco más de uno de cada tres trabajadores (38%) y tres de cada cuatro BDMs (73%) también contemplan la creación de nuevas estrategias y métodos de marketing para llegar a los clientes como una forma de innovación.
- En cuanto a las razones de por qué su empresa podría innovar, los trabajadores mencionan la reducción de costes (43%) y el aumento de ingresos (41%). Del mismo modo, éstos son los catalizadores más mencionados para la innovación entre los BDMs (80% y 77%, respectivamente).
- De cara a medir el éxito de su tecnología digital, los BDMs consideran una variedad de métricas. Las más destacadas son las medidas de rentabilidad / crecimiento (63%), seguido de la satisfacción del cliente (60%), la productividad de ventas (60%), la seguridad y el cumplimiento (53%) y el tiempo de actividad del sistema (50%). Otras métricas distintas de clientes de la satisfacción -como la adquisición de clientes (43%), la pérdida de clientes (30%) y el valor del ciclo de vida (27%)- se utilizan con menos frecuencia.

Metodología

Ipsos MORI entrevistó a 300 empleados y 30 directivos (BDMs) de pymes en España. Todos los empleados cumplían los criterios fundamentales: utilizaban algún tipo de tecnología móvil y/o un ordenador en su lugar de trabajo y trabajaban para empresas que emplean a 250 personas o menos. Los directivos (BDMs) cumplían esos criterios y también debían ser responsables de la toma de decisiones en sus empresas. Las entrevistas a los empleados se llevaron a cabo online a través del panel Ipsos Interactive, entre el 22 y el 11 de febrero de 2016, y las entrevistas con los BDMs se llevaron a cabo entre el 1 y el 11 de febrero de 2016. Los datos son ponderados.

Notas de interpretación

En general, cuando se mira en la muestra total, es necesario que haya una diferencia de 11 puntos entre las estadísticas a ser un hallazgo significativo. En la interpretación de los sub-grupos (como la edad), se debe tener cuidado al interpretar los resultados, dado que algunas muestras son pequeñas.