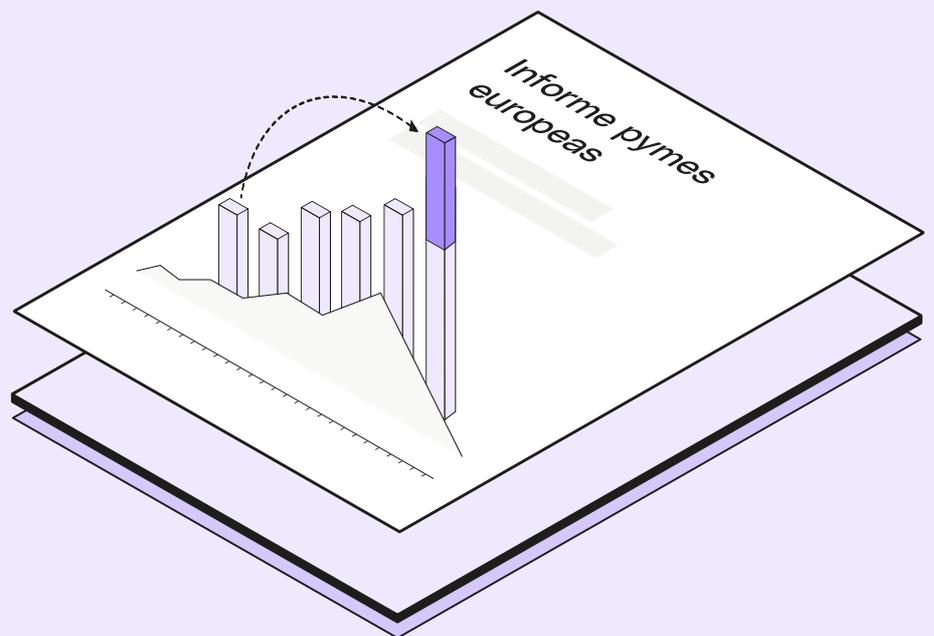


Qonto

# Buenos resultados en 2023, optimismo para 2024

Los datos dibujan un panorama prometedor para las pymes europeas



# Índice

---

## 01

2023: un año mucho mejor de lo esperado para las empresas de la Unión Europea

p.6-17

## 02

Las inversiones en tecnología entre las principales prioridades para 2024

p.18-32

## 03

El emprendimiento sigue siendo una trayectoria profesional atractiva

p.33-35

## 04

España lidera la adopción digital en el sector bancario

p.36

# Introducción

---

Las pequeñas y medianas empresas de los cuatro principales mercados de la Unión Europea han tenido un 2023 mejor de lo proyectado. Los resultados obtenidos han superado las expectativas previstas a principio de año, según un estudio encargado por Qonto. Los datos muestran que la confianza de las empresas es, generalmente, positiva en Alemania, Francia, Italia y España, a pesar de algunas preocupaciones persistentes sobre la inflación en la economía en general.

El estudio analiza los factores que han impulsado y limitado el crecimiento de las pymes a lo largo de 2023, así como las oportunidades que han identificado para el próximo año. La encuesta ha sido realizada por la plataforma de estudios de mercado Appinio, que ha sondeado a directores generales, directores financieros y otros altos ejecutivos de finanzas de 2000 empresas con menos de 250 empleados, 500 de ellas pymes, de cada uno de los cuatro mercados estudiados.

El objetivo principal ha sido calibrar el clima empresarial para las pymes a medida que nos acercamos al inicio de 2024. Las pequeñas y medianas empresas son «la columna vertebral de la economía europea», en palabras de [la Comisión Europea](#), y es que representan el 99 % del tejido empresarial de la Unión Europea dando empleo a más de dos terceras partes de la población activa.

## Resumen Ejecutivo

Las pymes empezaron el año haciendo frente a un contexto económico en el Viejo Continente marcado por la incertidumbre y la inestabilidad. La inflación en la Unión Europea seguía ganando fuerza situándose en niveles elevados –superaba el 10 % en diciembre de 2022–, impulsada por la volatilidad de los precios de la energía, que incrementaba los costes para muchas empresas y sus clientes. La confianza de los consumidores en Europa se resintió posicionándose muy por debajo de la media a largo plazo. Mientras tanto, la Comisión Europea no auguraba una mejoría y advertía de un «complicado periodo por delante, con una ralentización del crecimiento».

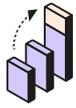
La inflación se había moderado al momento de la realización de esta encuesta en octubre de 2023, situándose por debajo del 5 % en la Unión Europea, según Eurostat. Los indicadores muestran que la economía ha crecido a lo largo del año, aunque de manera débil y no en todos los países.

Pese a las previsiones realizadas por la Comisión Europea, los resultados de nuestra encuesta ofrecen un panorama generalmente alentador para cada uno de los cuatro mercados donde operamos –Alemania, Francia, Italia y España– revelando las próximas tendencias en toda Europa, así como las necesidades específicas de cada uno de esos países. En nuestro informe, exploramos:

- Las razones detrás de este optimismo.
- Los obstáculos que han impedido y pueden impedir el crecimiento.
- Las inversiones que las pymes esperan realizar.
- El nivel de adopción de herramientas digitales.
- Los compromisos medioambientales de las pequeñas empresas.
- Las palancas que los directivos pretenden activar para impulsar el rendimiento empresarial en 2024 y años posteriores.

# Conclusiones

---



## **El rendimiento de las empresas ha superado las expectativas**

El 95 % de las pymes encuestadas han obtenido resultados tan positivos o mejores que los previstos por sus directivos para 2023.

---



## **Optimismo respecto a los ingresos para 2024**

Las pymes se muestran optimistas en torno a los resultados del próximo año e identifican a la captación de clientes y la mejora de la gestión financiera como necesidades prioritarias.

---



## **Sostenibilidad: el vaso medio lleno**

El 52 % de las pymes ya trabaja activamente para reducir su impacto medioambiental, mientras que solo el 8 % afirma no estar comprometida en absoluto con iniciativas sostenibles.

---



## **La inflación es el principal obstáculo para el progreso**

El mayor obstáculo percibido por las empresas como limitante para su crecimiento este año ha sido la inflación. En este sentido, seis de cada diez empresas la han señalado como un factor que les ha afectado negativamente.

---



## **Las empresas están dispuestas a invertir en tecnología**

Los directivos de las empresas señalan a la tecnología como su mayor necesidad de inversión. Además, se muestran optimistas respecto a la introducción de nuevas herramientas como la inteligencia artificial (IA) y las soluciones financieras digitales.

---



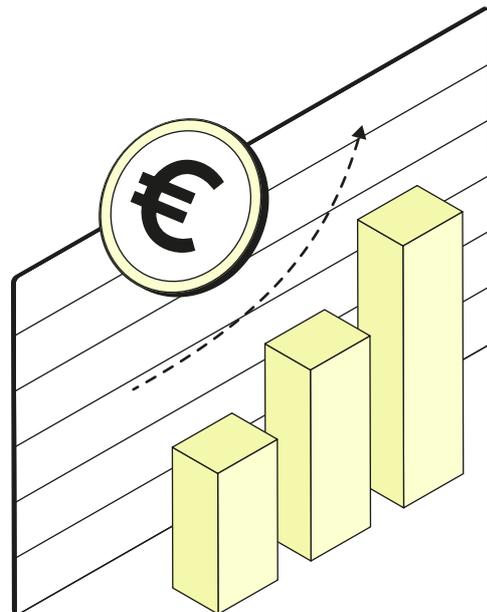
## **La brecha de género amenaza con ampliar se aún más**

Las mujeres siguen estando infrarrepresentadas en los puestos directivos y los datos sugieren que tienen menos probabilidades que los hombres de fundar su propia empresa en los próximos tres años.

# 2023: un año mucho mejor de lo esperado para las empresas de la Unión Europea

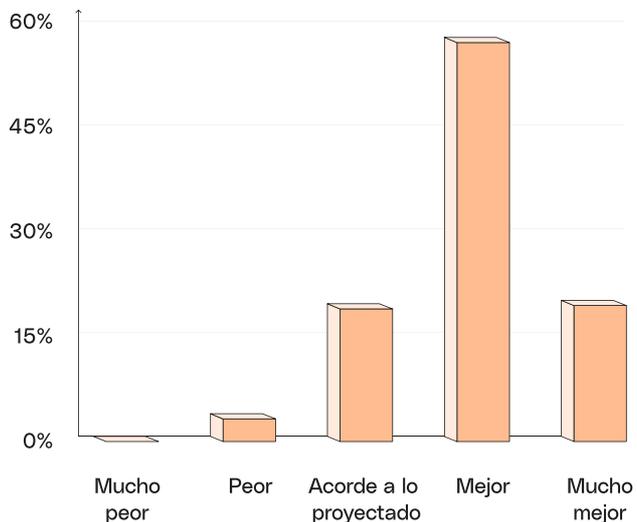
En su mayoría, los directivos de los principales mercados de la UE han confirmado que los resultados de sus empresas este año han superado sus expectativas, algo que es aplicable a los cuatro mercados. Tan solo alrededor del 5 % de los encuestados asegura que los resultados de su empresa no han cumplido sus expectativas, mientras que casi una cuarta parte afirma que sí se ajustan a sus previsiones. Estas constataciones revelan que los resultados empresariales han sido «mejores» o «mucho mejores» de lo esperado para el 71 % de los directivos europeos.

Los directivos alemanes y españoles son los que más han superado las expectativas, con un 78 % y un 75 % respectivamente. Frente al 68 % de Italia y el 63 % de Francia.

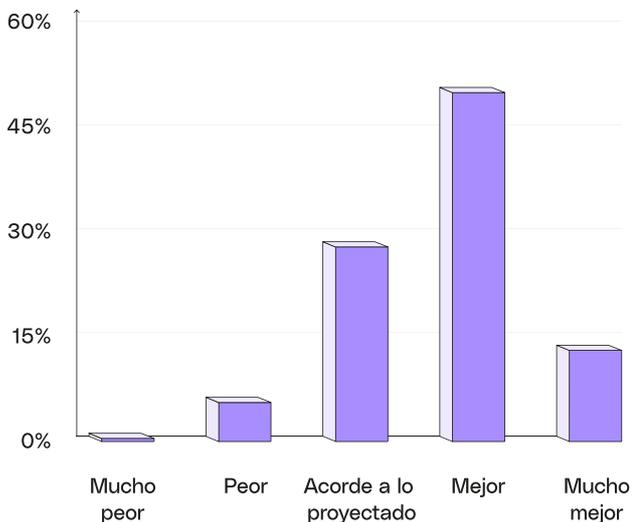


### Opinión de los líderes de las pymes sobre el rendimiento de sus compañías en 2023, en comparación con sus expectativas

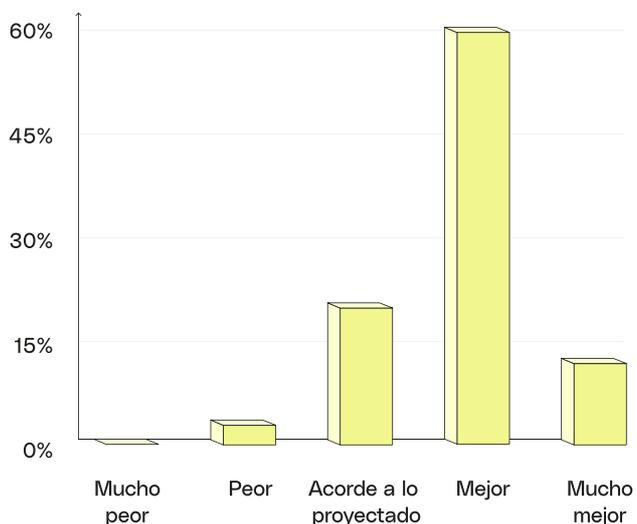
Alemania



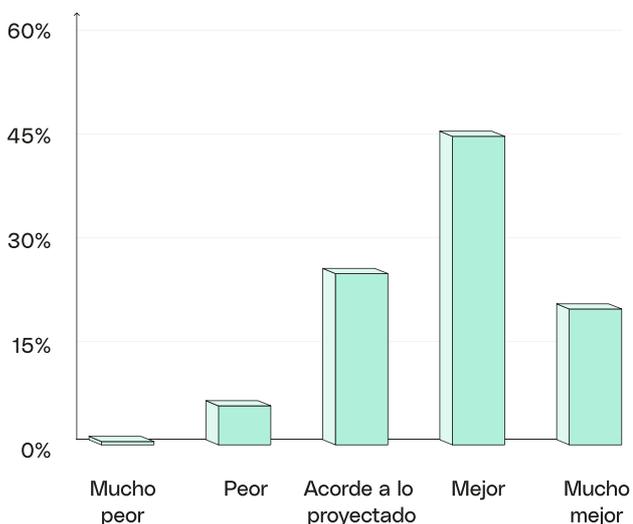
Francia



España

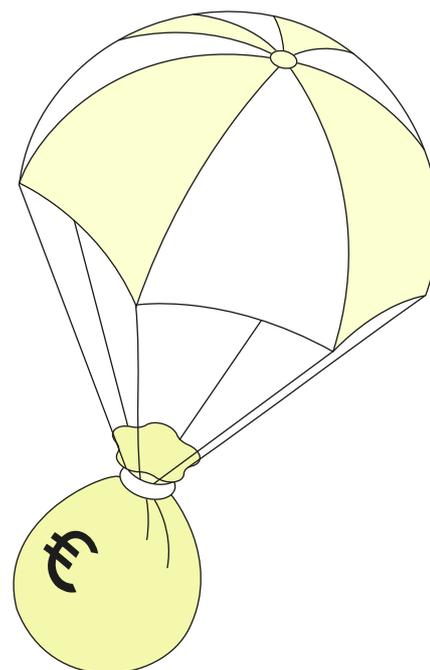


Italia



## Éxito impulsado por inversiones y financiación

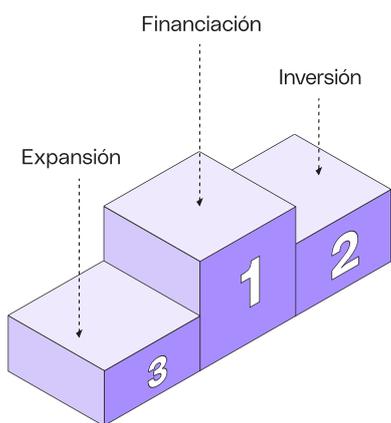
La clave para esta mejora inesperada de los resultados ha sido el impulso generado por las inversiones y la financiación de las pymes europeas. En este sentido, cuestionados por los factores que han contribuido positivamente al rendimiento de sus empresas, los empresarios señalan tanto a las inversiones realizadas como a la financiación obtenida, en un 34 % y un 32 % respectivamente. Inmediatamente detrás, las cualidades organizativas han sido las responsables del gran desempeño este 2023, donde la gestión (30 %) y la eficacia operativa (29 %) han contribuido positivamente. Por otro lado, algo más de una cuarta parte (26 %) también señala a la digitalización y la tecnología como factores que han mejorado sus resultados.



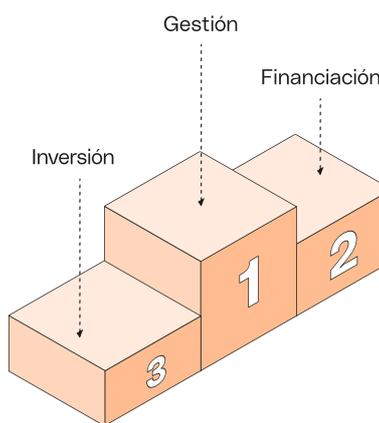
Desglosado por mercado, sí se notan algunas variaciones nacionales. Los tres principales factores de éxito para cada país fueron:

**Los tres factores que han contribuido positivamente al crecimiento en 2023**

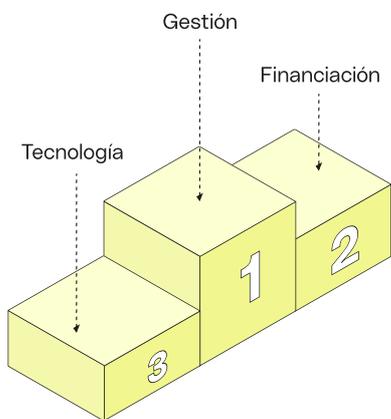
**Francia**



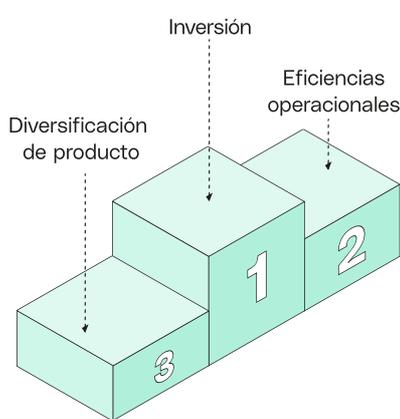
**Alemania**



**España**



**Italia**



**Francia:** 1. Financiación (39 %); 2. Inversión (36 %); 3. Expansión (27 %)

**Alemania:** 1. Gestión (34 %); 2. Financiación (31 %); 3. Inversión (29 %)

**España:** 1. Gestión (37 %); 2. Financiación (35 %); 3. Tecnología (30 %)

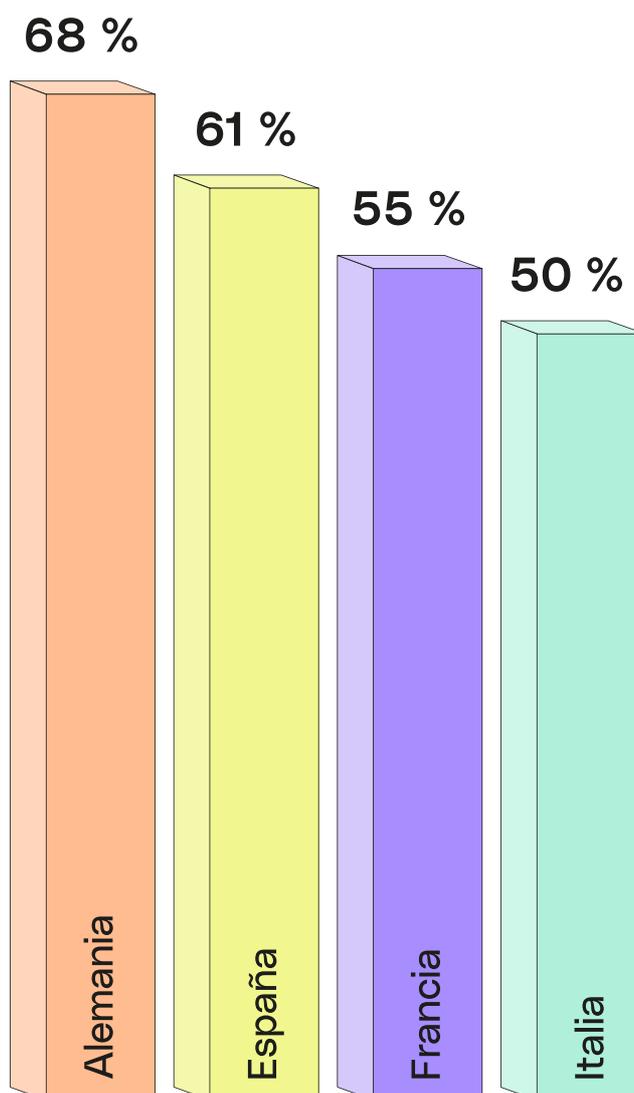
**Italia:** 1. Inversión (42 %); 2. Eficiencias operacionales (39 %); 3. Diversificación de producto (31 %)

## La inflación: el factor limitante para la mayoría de las empresas

Como contrapunto, la inflación ha sido con diferencia el factor que más negativamente ha incidido en las empresas europeas este año. Alrededor de un 60 % de los encuestados afirma que ha frenado el crecimiento de su empresa.

En este sentido, el problema se agrava en ciertos países: las pymes alemanas parecen ser las más afectadas por la inflación: el 68 % de los empresarios de este país la aducen como motivo, frente al 61 % de los españoles, el 55 % de los franceses y el 50 % de los italianos.

### Porcentaje de pymes que afirman que la inflación ha afectado a los resultados del negocio

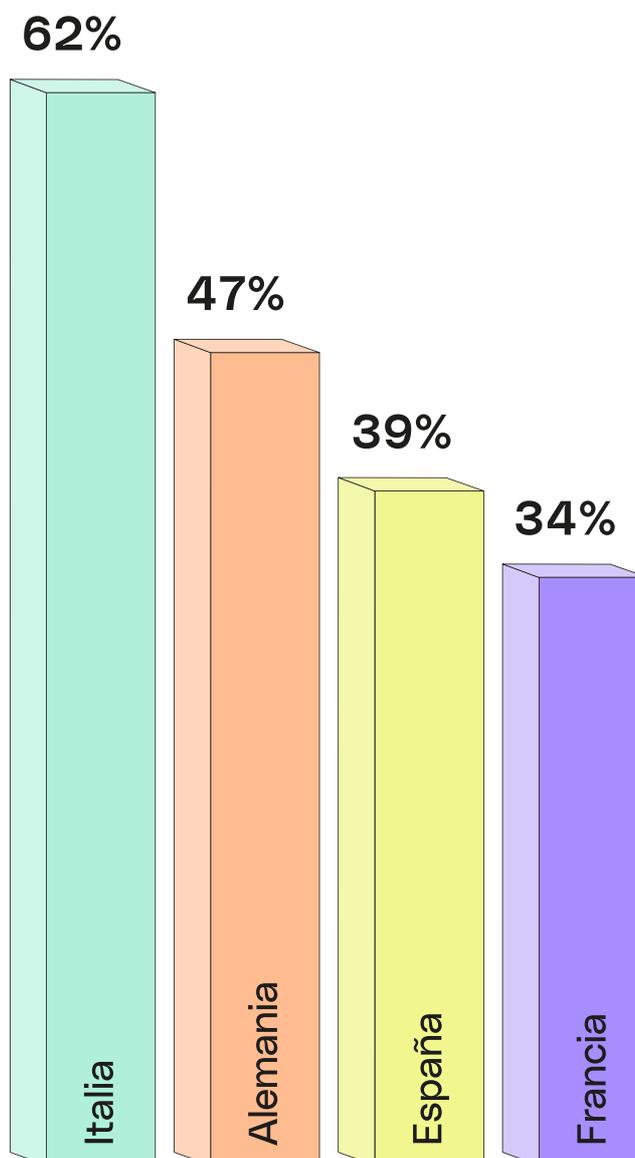


Promedio de los cuatro mercados: 57 %

Si bien de alguna manera podrían estar relacionadas con la inflación, las razones más comunes que aducen los empresarios son:

- Falta de demanda, que afectó especialmente a las empresas en Italia, donde el 62 % de los encuestados la señalaron como el factor más negativo, incluso por delante de la inflación, comparado al 57 % en promedio de los cuatro mercados.

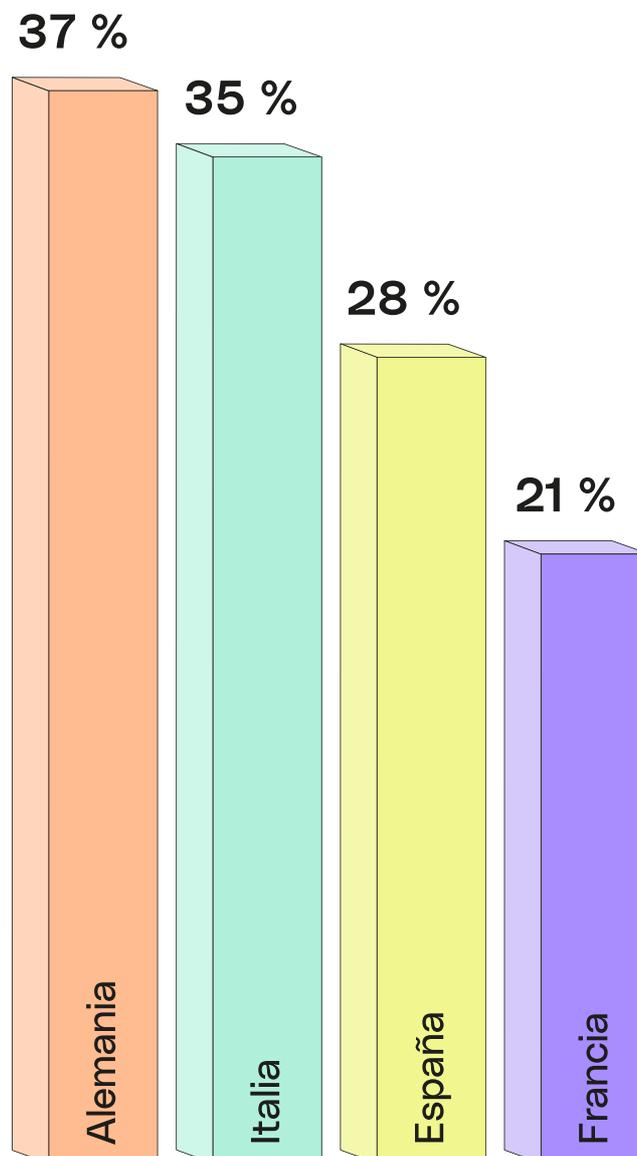
### Porcentaje de pymes que dicen que la falta de demanda ha impactado en sus resultados



Promedio de los cuatro mercados: 45 %

- Acontecimientos geopolíticos como el conflicto en Ucrania, que fueron señalados también como un factor negativo por el 29 % de los encuestados en todos los mercados una cifra que se eleva hasta el 37 % en Alemania, que fue especialmente vulnerable al corte de gas ruso tras el estallido de la guerra.

### Porcentaje de pymes que afirman que los eventos geopolíticos ha influido en sus resultados



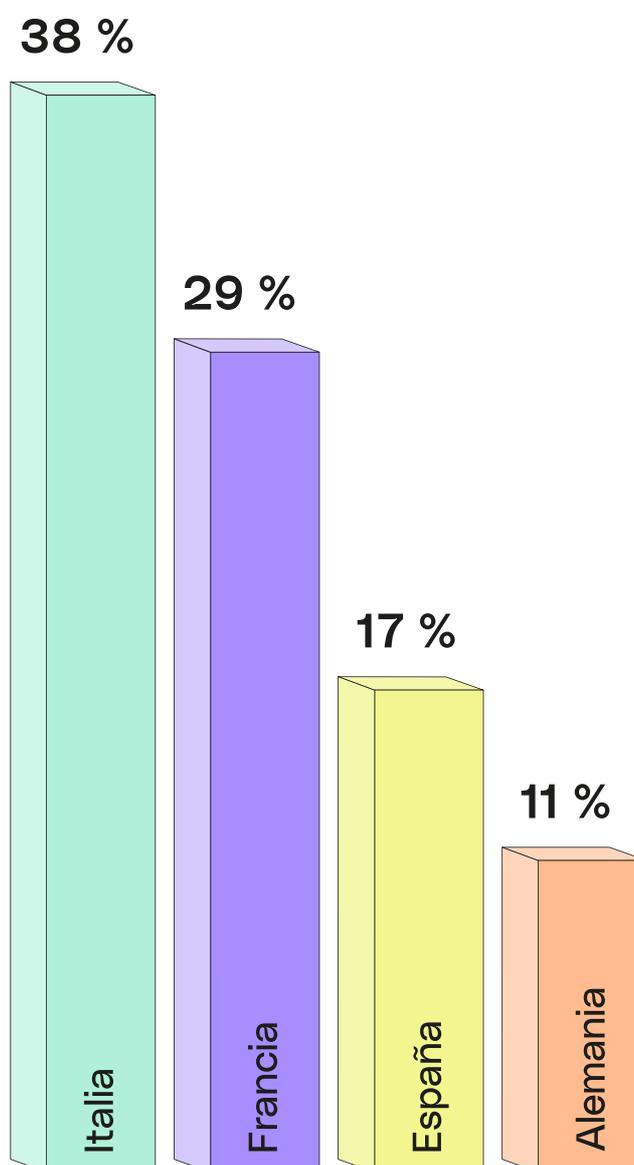
Promedio de los cuatro mercados: 29 %

## Factores limitantes específicos de cada mercado

Si bien los factores mencionados anteriormente fueron negativos en los cuatro mercados encuestados, hubo algunos obstáculos específicos sobre el rendimiento empresarial que difieren de un país a otro.

- En Italia la competencia es especialmente feroz, donde el 38 % de los empresarios la consideran un factor negativo, frente al 11 % en Alemania.

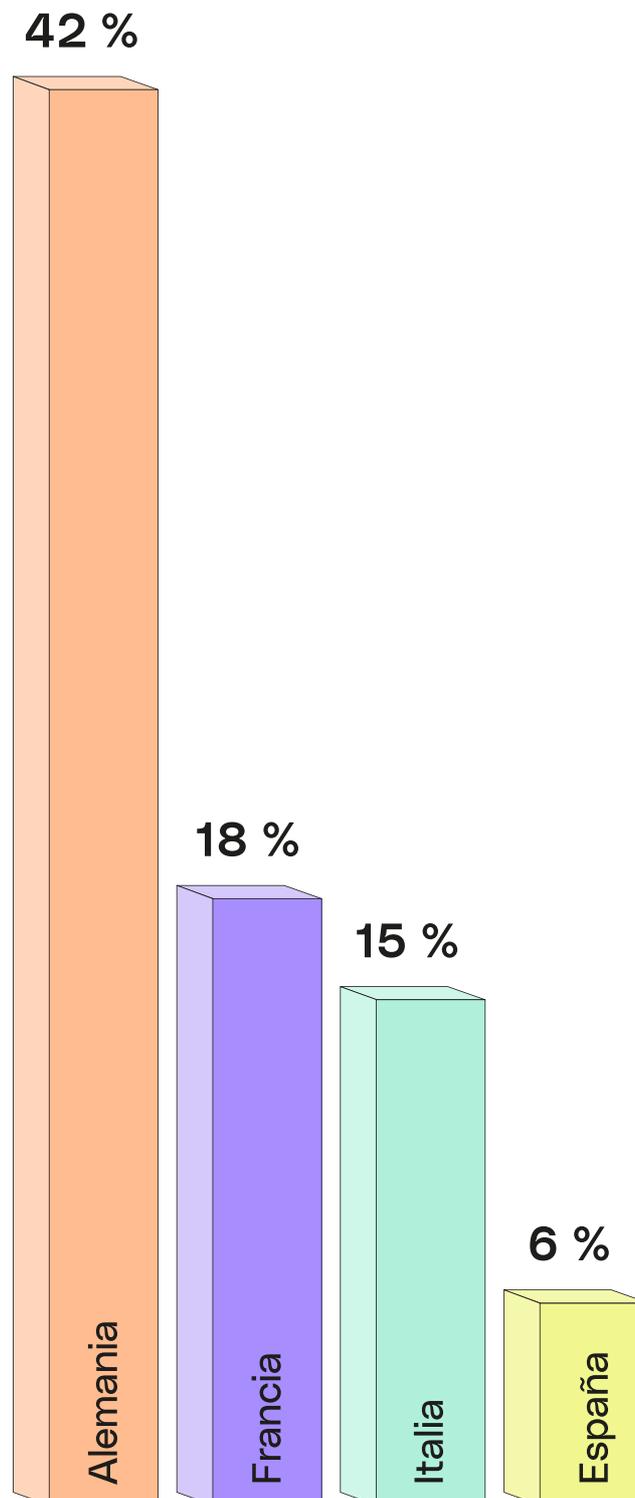
### Porcentaje de pymes que afirman que la competencia ha influido en sus resultados



*Promedio de los cuatro mercados: 26 %*

- En Alemania, la preocupación pasa por el personal cualificado. El 42 % de los consultados afirma que la «escasez de talento ha frenado a sus empresas (frente al 6 % en España).

### Porcentaje de pymes que afirman que la falta de talento ha impactado en sus resultados

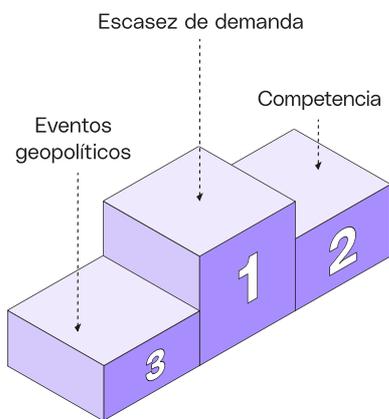


*Promedio de los cuatro mercados: 20 %*

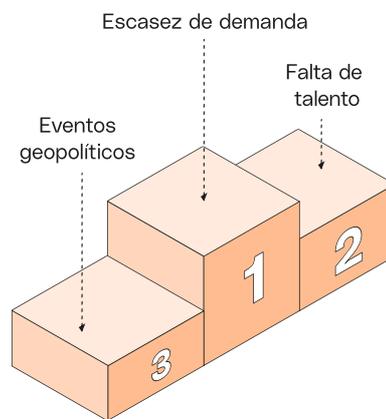
- En España, la falta de financiación ha sido uno de los problemas más acusados tal y como lo ha reflejado el 39 % de los encuestados, más del doble de la media de los cuatro mercados. La escasez de financiación se ha convertido en el segundo factor negativo que más se ha citado entre las empresas con sede en España.
- La falta de digitalización concierne poco a los encuestados. Francia y España se sitúan al mismo nivel de preocupación con un 15 % de las respuestas, contra un 16 % en Italia y Alemania.

**Los tres factores que han afectado negativamente a los resultados de la compañía en 2023 (después de la inflación)**

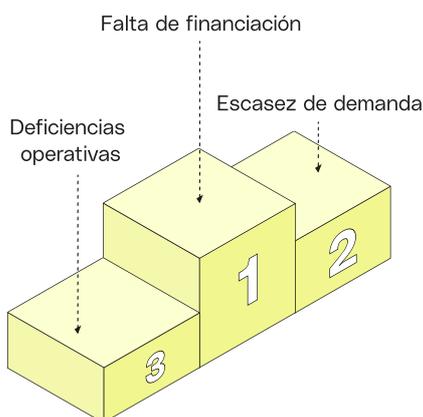
**Francia**



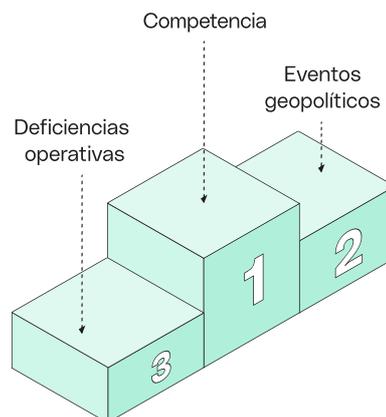
**Alemania**



**España**



**Italia**

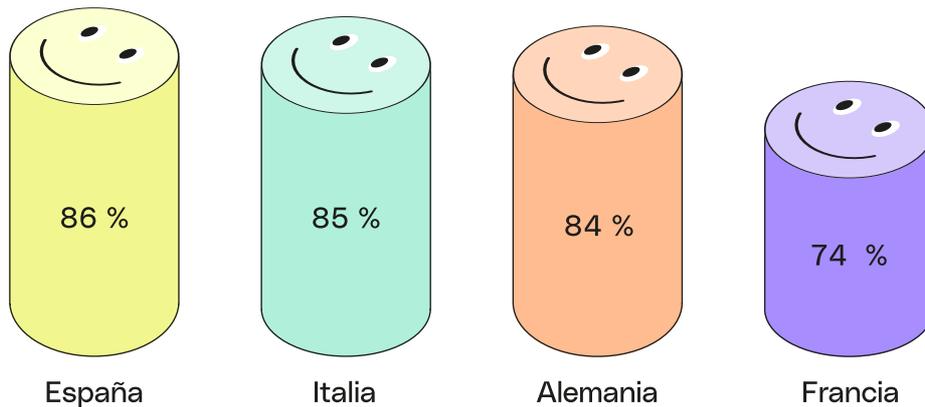


## La mayoría de las pymes se sienten optimistas respecto a los ingresos de 2024

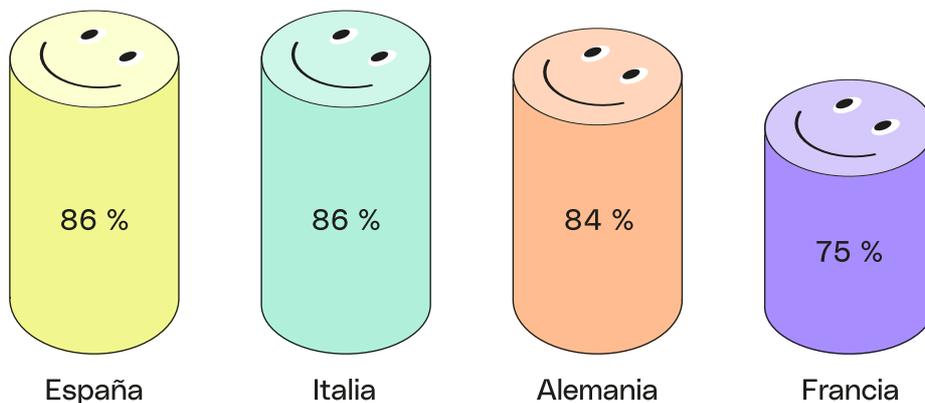
A pesar de los retos que identifican, una sólida mayoría de los empresarios se muestra confiada en sus perspectivas para 2024. A la pregunta de cómo ven la evolución de sus ingresos el próximo año, el 82 % respondió «optimista» o «muy optimista». Esta cifra se sitúa entre el 84 % y el 86 % en Alemania, España e Italia, pero es inferior en Francia (74 %).

Estos resultados se reflejan fielmente cuando se les pregunta por su confianza en el futuro de su sector.

### Porcentaje de encuestados que son «optimistas» o «muy optimistas» sobre la evolución de las ganancias de su empresa en 2024



### Porcentaje de respuestas que son «optimistas» o «muy optimistas» sobre el futuro de su industria en 2024

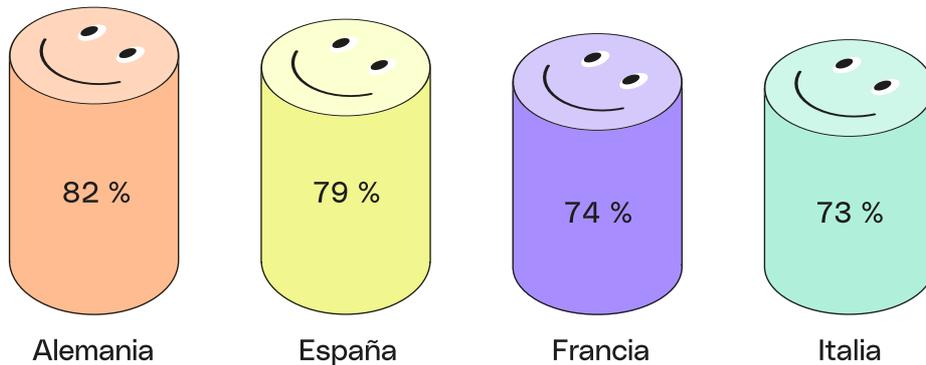


Esta confianza es solo ligeramente inferior cuando se trata de las expectativas de los empresarios sobre los resultados globales de la empresa, así como sobre su capacidad para obtener financiación.

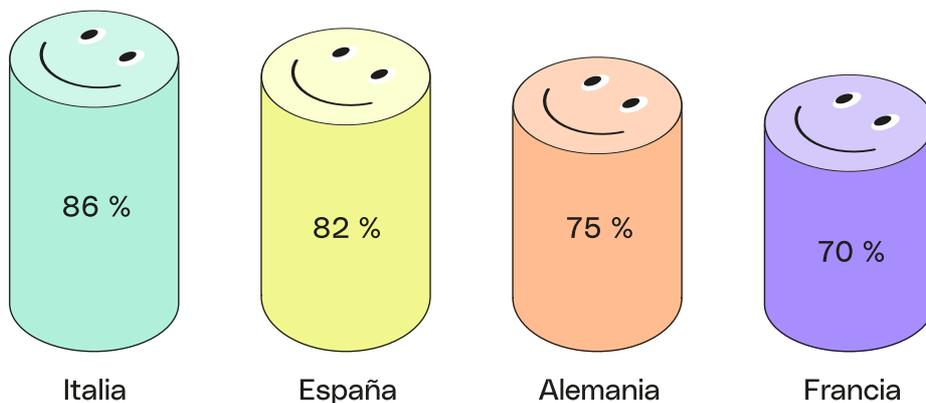
Más del 77 % se declaran «optimistas» o «muy optimistas» en cuanto a la búsqueda de financiación. El mercado más optimista a este respecto fue Alemania (82 % de «optimistas» o «muy optimistas»), seguido de España (79 %), Francia (74 %) e Italia (73 %).

Sin embargo, las pymes italianas son las más optimistas acerca del rendimiento global de su empresa (el 86 % respondieron «optimistas» o «muy optimistas»). Las pymes francesas son las menos optimistas de los cuatro mercados estudiados, pero las perspectivas siguen siendo positivas, ya que siete de cada diez encuestados son «optimistas» o «muy optimistas».

#### Porcentaje de encuestados son «optimistas» o «muy optimistas» sobre su acceso a la financiación en 2024



#### Porcentaje de respuestas «optimistas» o «muy optimistas» sobre los resultados generales de su empresa en 2024

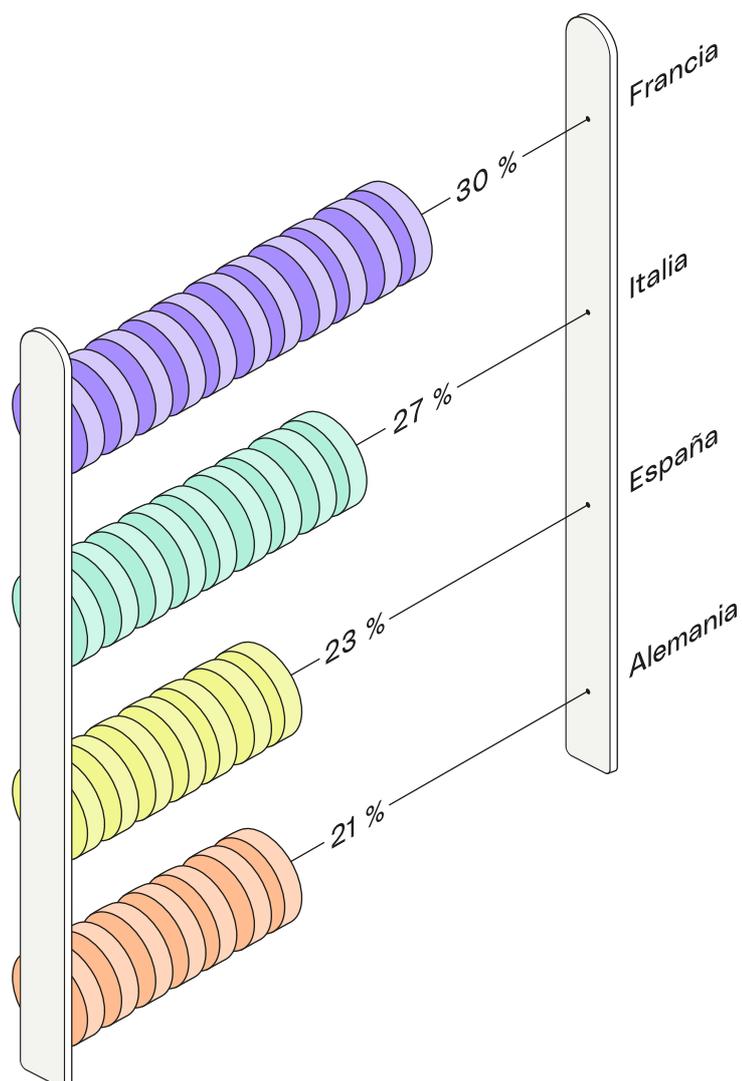


# Inversión en tecnología y aumentar los clientes: prioridades para 2024

Incrementar la cartera de clientes es la máxima prioridad para las pymes de cara al año que viene en los cuatro mercados encuestados. Esta se ha convertido en una necesidad esencial para el 37 % de los encuestados, un porcentaje que en Italia se eleva especialmente al 41 %.

En general, la segunda necesidad empresarial más citada fue la gestión optimizada de las finanzas, una prioridad para uno de cada cuatro directivos.

**Porcentaje de líderes de pymes que citan a la gestión financiera optimizada como una necesidad esencial para 2024**

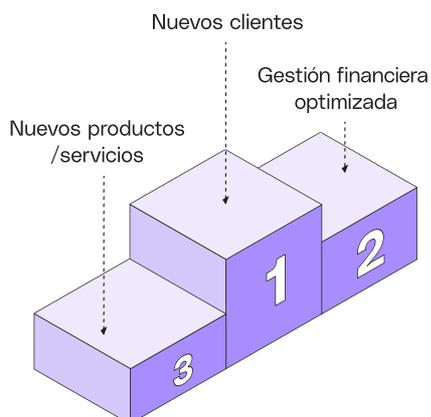


Una particularidad se encuentra en Alemania, donde una mano de obra más cualificada figura en el segundo lugar de la lista de necesidades empresariales (25 % de los encuestados), justo por detrás de la captación de clientes.

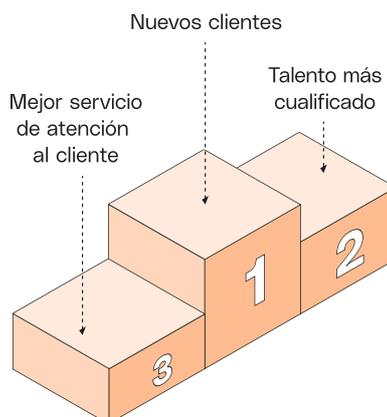
En España, el lanzamiento de nuevos productos o servicios se une a la captación de clientes y a la optimización de la gestión financiera en las tres principales necesidades para 2024, habiendo sido identificadas por el 22 % de los encuestados.

### Las tres necesidades esenciales para 2024

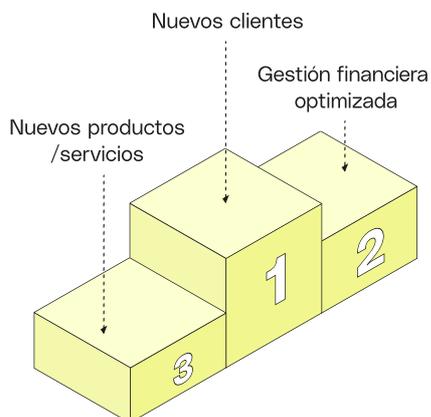
#### Francia



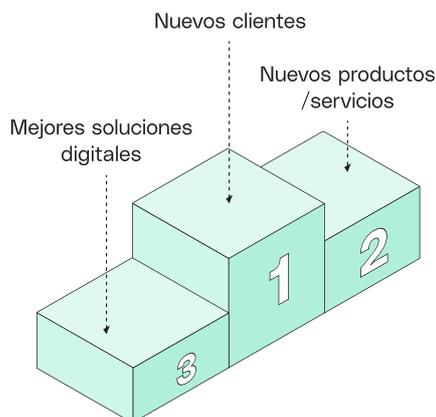
#### Alemania



#### España



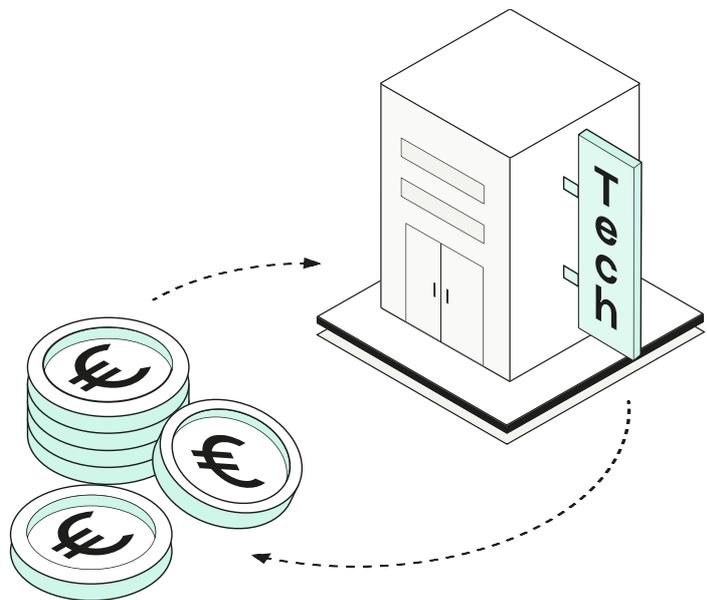
#### Italia



## Las empresas tienen previsto dar prioridad a la inversión en tecnología

Los departamentos tecnológicos son los que más inversión recibirán en 2024. El 40 % de los directivos de España e Italia, y el 30 % de los de Alemania aseguran que invertirán más en tecnología que en cualquier otra unidad de negocio. En cambio, en Francia solo el 18 % lo hará.

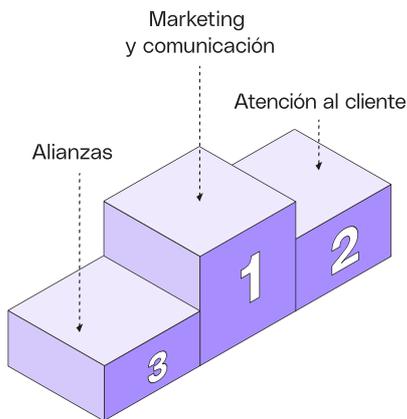
Las pymes francesas dan prioridad a sus equipos de Marketing y Comunicación y Servicio de Atención al Cliente (citados por el 30 % y el 28 % de los encuestados, respectivamente).



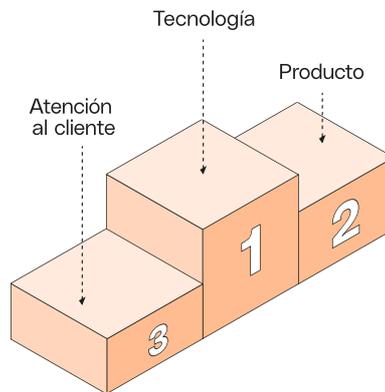
De hecho, el marketing también ocupa un lugar destacado en la lista de inversiones previstas en España e Italia, donde alrededor de un tercio de los líderes empresariales lo citan como un área que esperan desarrollar. No ocurre lo mismo en Alemania: con un 22 % de los encuestados, el marketing se sitúa por detrás del servicio de atención al cliente, Producto y RRHH como áreas de inversión.

**Las tres principales unidades de negocio que serán prioritarias para invertir en 2024**

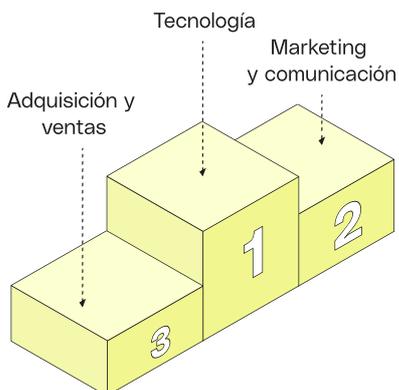
**Francia**



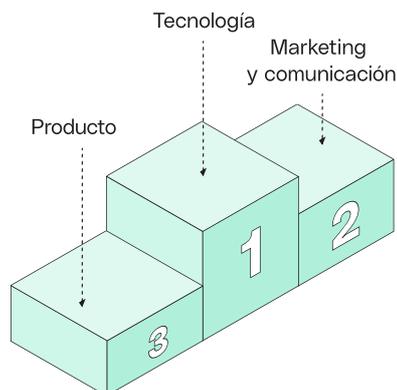
**Alemania**



**España**



**Italia**

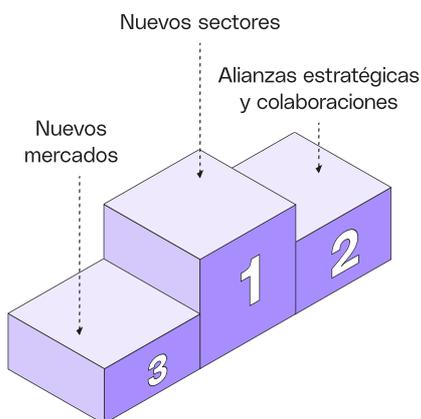


La falta de urgencia por nuevas soluciones tecnológicas y digitales en Francia también se confirma como una de las palancas de crecimiento señaladas por los directivos. Las pymes francesas parecen dispuestas a recurrir a nuevos sectores, nuevos mercados y alianzas estratégicas para satisfacer sus objetivos de captación de clientes.

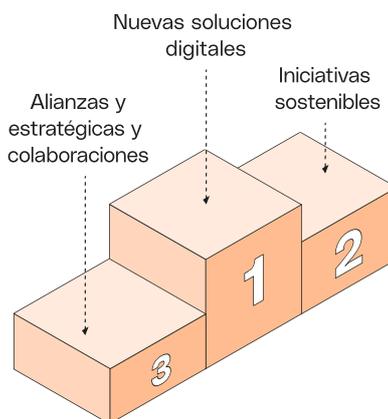
En Alemania, España e Italia, sin embargo, la demanda de nuevas soluciones digitales es mucho mayor, ocupando el primer o segundo lugar en la lista de palancas de crecimiento en las que se espera invertir.

**Los tres principales impulsores de crecimiento que serán prioridad para invertir en 2024**

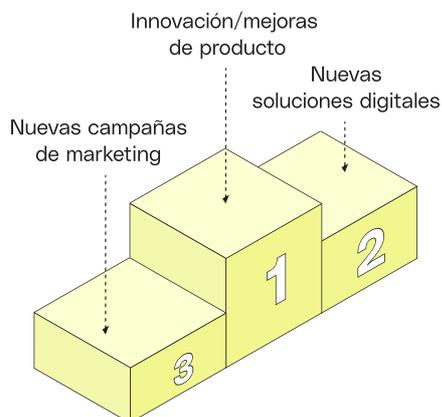
**Francia**



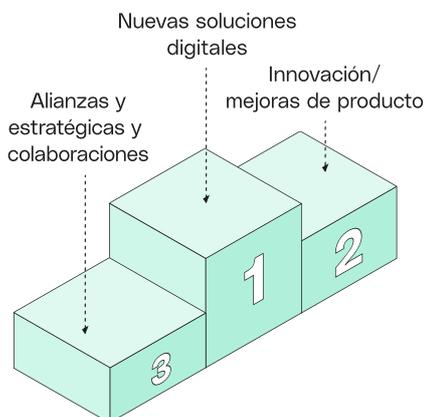
**Alemania**



**España**



**Italia**



## Posible ralentización de la contratación antes del inicio de 2024

En el estudio también se consultó a las empresas por sus intenciones de contratación en la recta final del año. A pesar de que muchas expresan confianza en sus perspectivas para 2024, la mayoría de las pymes encuestadas tienen intención de detener o ralentizar la incorporación de nuevos talentos: el 27 % afirma que no tiene previsto ampliar el equipo y otro 31 % dice que contratará menos personal que en el tercer trimestre.

Ahora bien, un 42 % de las pymes tienen intención de ampliar sus plantillas en comparación con el tercer trimestre.

Según la encuesta, el mercado con la mayor proporción de pymes que afirman que ficharán a más talento es Italia, donde el 48 % dice que lo hará.

El mercado con la mayor intención declarada de congelar la contratación hasta 2024 fue Francia, donde el 33 % de las pymes afirmó no tener previsto sumar nuevos talentos.

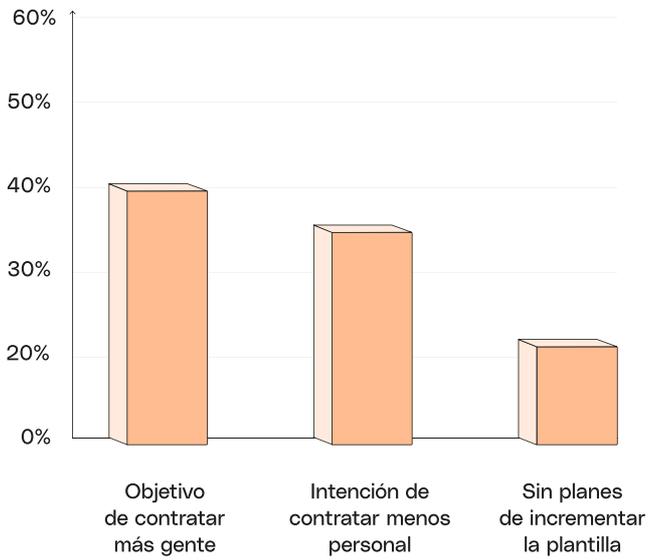
La contratación podría aumentar en España, donde el 43.4 % de las pymes tiene intención de incorporar más personal que en el tercer trimestre, y la proporción de las que no contratarán es relativamente baja, del 23 %.

En Alemania, más de tres cuartas partes de las pymes afirman que ampliarán su plantilla: el 41 % afirma que contratará más que en el tercer trimestre, frente a un 37 % que asegura lo contrario.

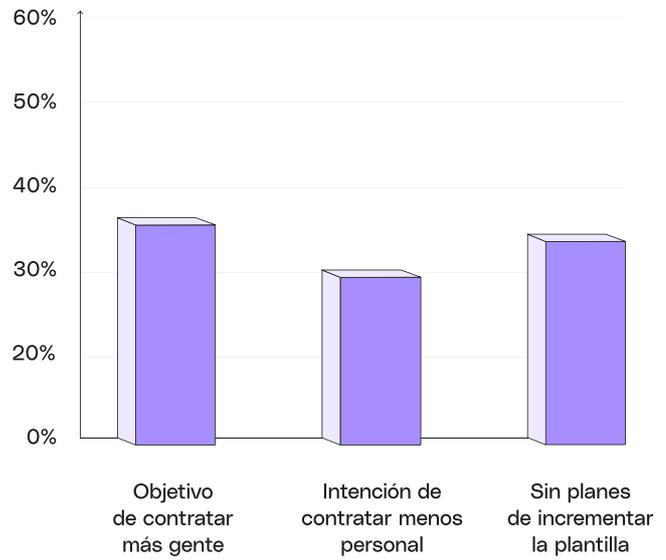


### Intenciones de contratación en la recta final de 2023 en comparación con el tercer trimestre

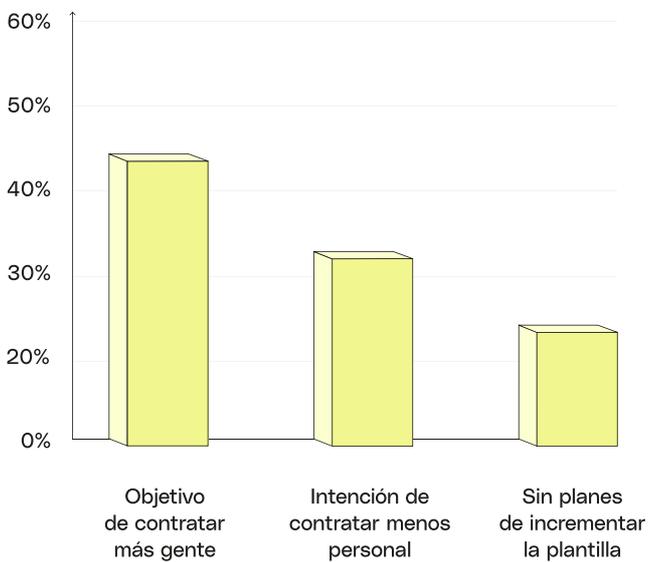
Alemania



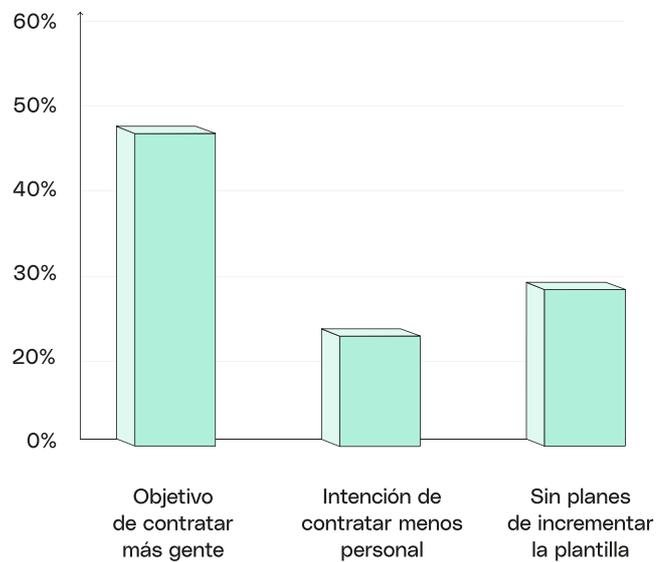
Francia



España



Italia



## Las pymes están dispuestas a adoptar la IA y soluciones financieras digitales...

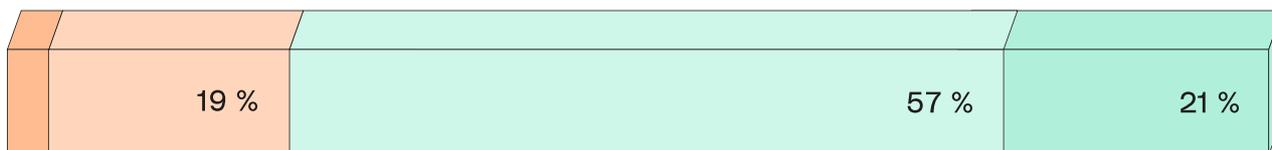
Los líderes empresariales son optimistas sobre las potenciales oportunidades que pueden aportar las nuevas soluciones digitales, especialmente la tecnología financiera (fintech), la inteligencia artificial (IA) y el Internet de las Cosas (IoT). Más de tres cuartas partes de los encuestados son «optimistas» o «muy optimistas» sobre los beneficios que esas tres soluciones podrían aportar a su negocio.

Ese entusiasmo por las nuevas tecnologías es mayor en España, donde las soluciones financieras digitales y el IoT registran tasas de más del 84 % de encuestados «optimistas» o «muy optimistas». En comparación con el 70 % (fintech) y el 64 % (IoT) en Francia.

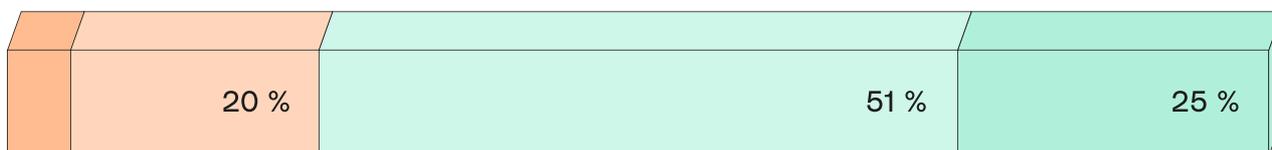
Este nivel de optimismo respecto a las nuevas soluciones digitales se refleja en la probabilidad declarada de que las empresas inviertan en ellas: alrededor del 73 % de todos los encuestados afirman que es «probable» o «muy probable» que inviertan en servicios fintech y de IA.

### Preferencia por fintech, IA y IoT

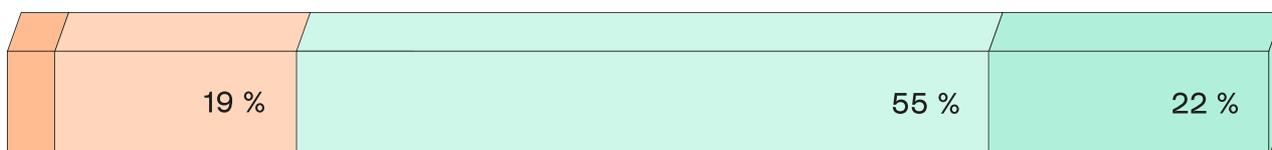
Muy pesimista                      Muy optimista



Servicios financieros digitales



Inteligencia artificial



Internet de las Cosas

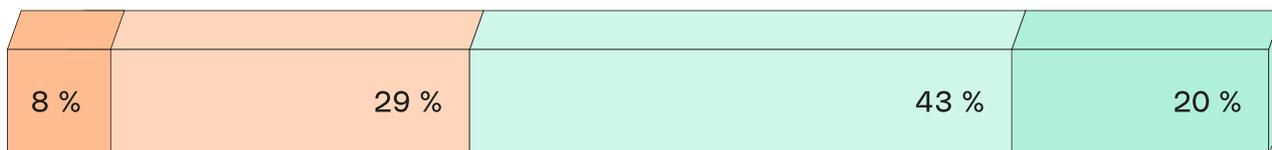
## ...pero siguen mostrándose más escépticas ante las criptomonedas, la realidad virtual y el metaverso

Cuando se trata de nuevas tecnologías, los líderes de las pymes son más escépticos sobre las plataformas de criptomonedas, Web3, Realidad Virtual (RV) y metaverso. En los cuatro mercados, el 37 % de los encuestados admite ser «pesimista» o «muy pesimista» sobre Web3 y las criptomonedas, mientras que el 33 % opina lo mismo sobre la RV y el metaverso.

Este sentimiento también se refleja en la probabilidad de que esas pymes inviertan en esas plataformas.

### Preferencia hacia plataformas de cryptomoendas, Web3, VR y metaverso

Muy pesimista                      Muy optimista

Web3 y cryptomoendas



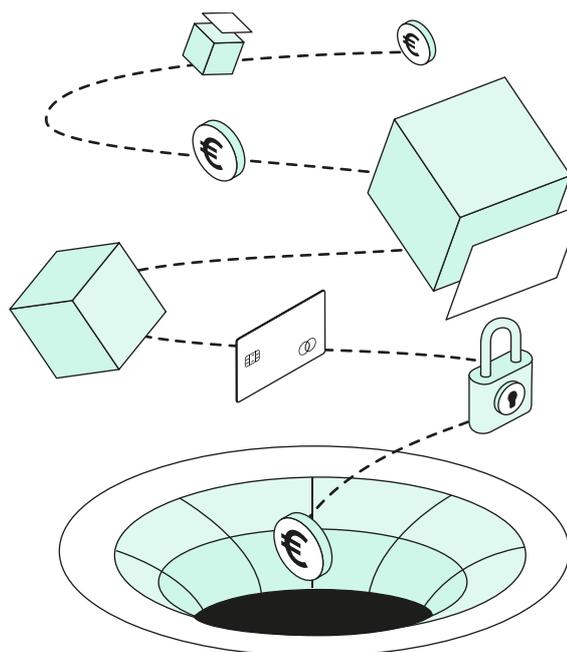
VR y metaverso

## Finanzas y seguros, los sectores más afines a la tecnología

Cuando desglosamos este apetito por las nuevas tecnologías por sectores, observamos que las finanzas y seguros son los más entusiastas. En este subconjunto, entre el 26 % y el 31 % de los encuestados se declaran «muy optimistas» respecto a cada una de las nuevas soluciones tecnológicas, siendo la inteligencia artificial la solución que inspira más positivismo.

Este rango de alto optimismo se sitúa entre el 21 % y el 27 % para las pymes de ámbitos científicos y técnicos, lo que las convierte en el segundo sector más interesado por la tecnología, especialmente por la IoT.

El sector de la construcción (entre el 17 % y el 20 % de «muy optimistas») y las empresas relacionadas con sanidad y trabajo social (entre el 7 % y el 21 %) son mucho menos optimistas sobre los potenciales beneficios de las nuevas tecnologías.



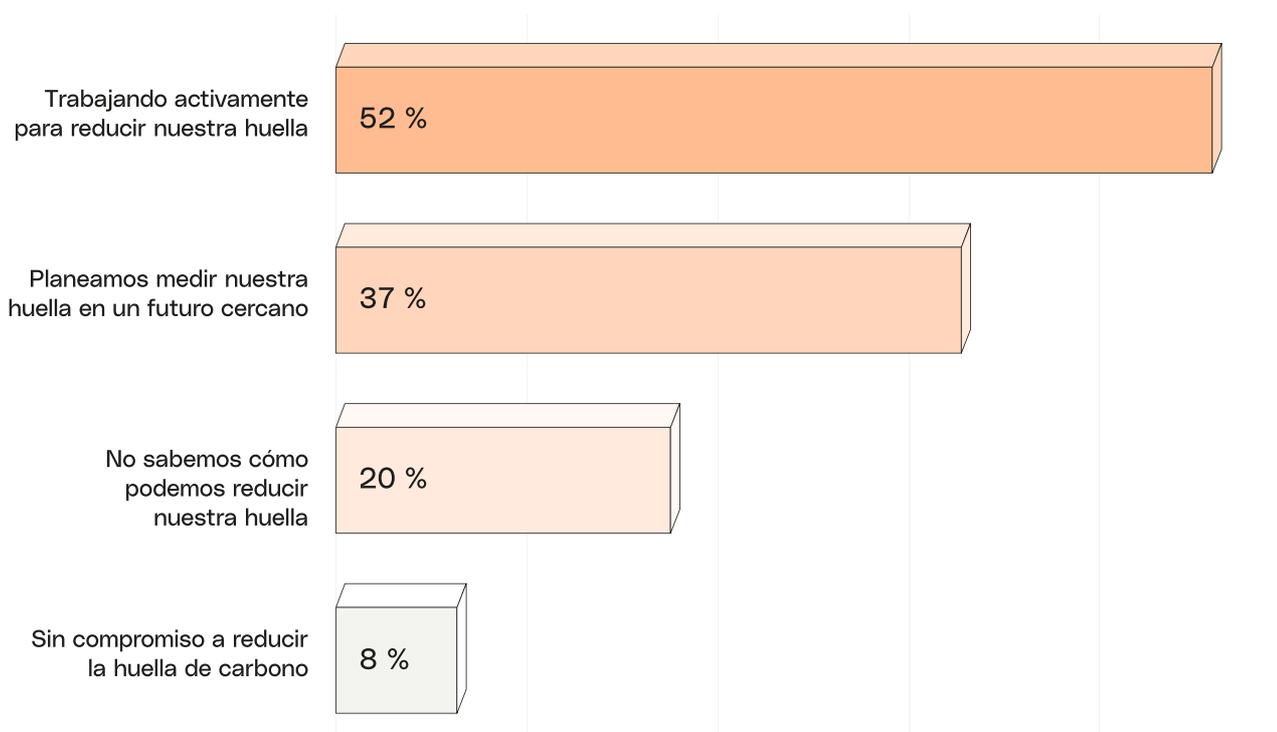
## El compromiso con iniciativas medioambientales

Respecto a iniciativas relacionadas con la sostenibilidad, algo más de la mitad de los directivos encuestados (52 %) afirman que sus empresas ya trabajan activamente para reducir su impacto en el medio ambiente. Si eso significa que casi la mitad (48 %) aún no lo está haciendo, solo el 8 % de las empresas estudiadas no se ha comprometido en absoluto a reducir su huella de carbono.

En cuanto a sus intenciones de cara al futuro, más de un tercio afirma que tiene previsto medir la huella de carbono de su pyme.

Sin embargo, uno de cada cinco líderes de pequeñas empresas aún no está seguro de cómo puede reducir su impacto medioambiental.

**Compromiso con la reducción del impacto ambiental (se permiten múltiples respuestas)**



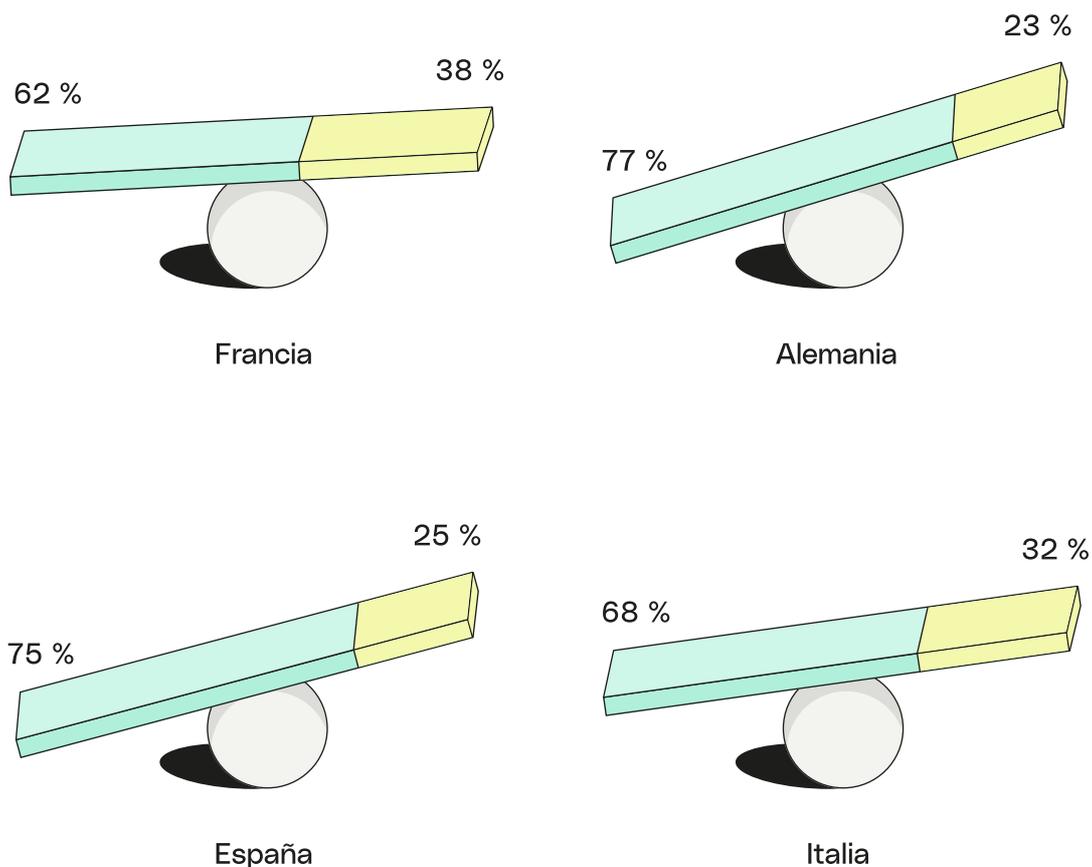
## Las mujeres siguen infrarrepresentadas

La muestra aleatoria de líderes empresariales (directores generales, directores financieros y otros cargos ejecutivos) muestra que las mujeres siguen estando muy infrarrepresentadas en los puestos directivos. En los cuatro países estudiados, solo el 29 % de los encuestados eran mujeres.

Francia (38 %) e Italia (32 %) parecen estar más cerca de la paridad de género de los cuatro mercados; Alemania parece el más alejado de ella, con un 23 % de mujeres encuestadas, seguida de España, con un 25%.

### Desglose de los encuestados por género

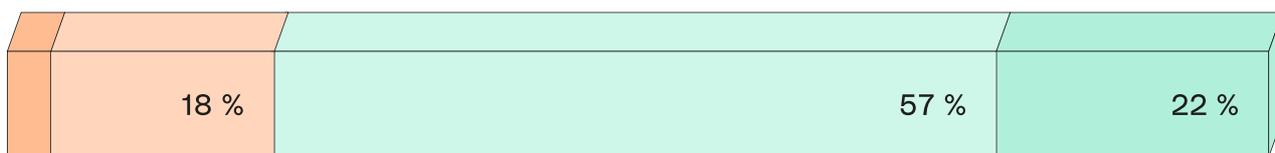
■ Hombres ■ Mujeres



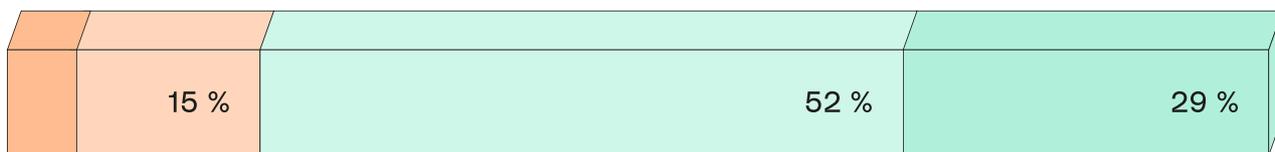
A pesar de la realidad de la disparidad de género, las pymes son optimistas en cuanto a que los avances en esta cuestión, y en la inclusión social en general, beneficiarán a su negocio. El 83 % de los encuestados se declara «optimista» o «muy optimista» sobre el impacto que tendrá la paridad de género y la inclusión social.

**Opinión sobre el impacto en el negocio del avance en la paridad de género e inclusión social**

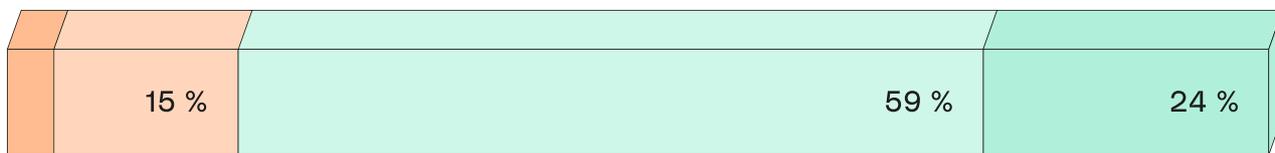
Muy pesimista                      Muy optimista



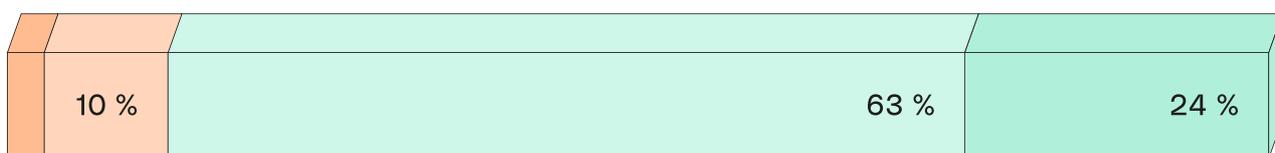
Francia



Alemania



España



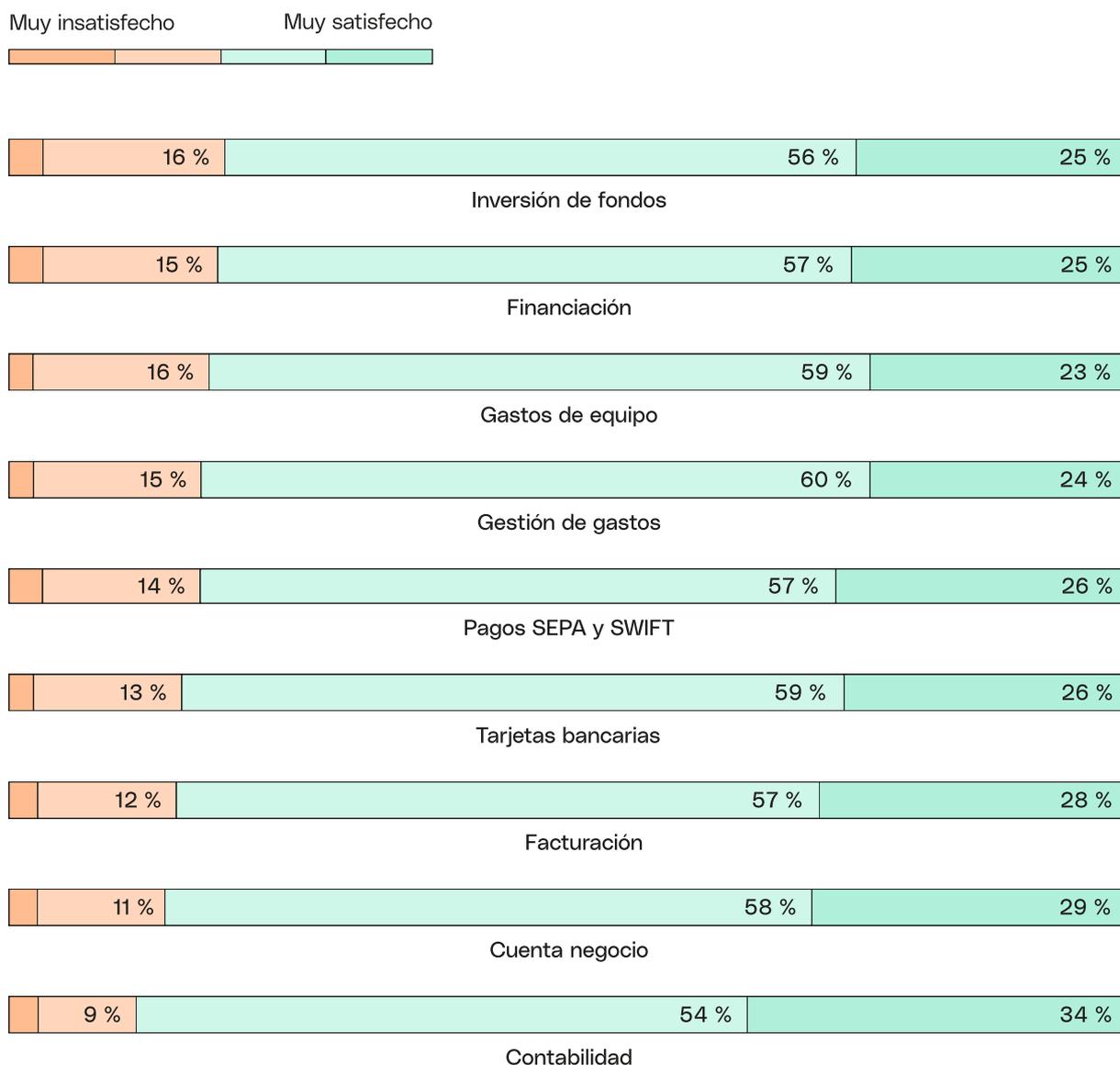
Italia

## Las pymes buscan optimizar la gestión financiera

Aunque los directivos declaran estar satisfechos en general con los servicios financieros que utilizan (el 89 % está «satisfecho» o «muy satisfecho» con sus herramientas de contabilidad), optimizar aún más la gestión financiera es su necesidad número dos en 2024. Las áreas identificadas para mejorar en los servicios financieros difieren de un mercado a otro, pero en los cuatro países, los servicios que recibieron la mayor proporción de respuestas negativas fueron:

- Soluciones para la inversión de fondos (19 % «insatisfechos» o «muy insatisfechos»).
- Soluciones de financiación (18 %).
- Gastos del equipo (18 %).

### Satisfacción con los diferentes tipos de servicios financieros

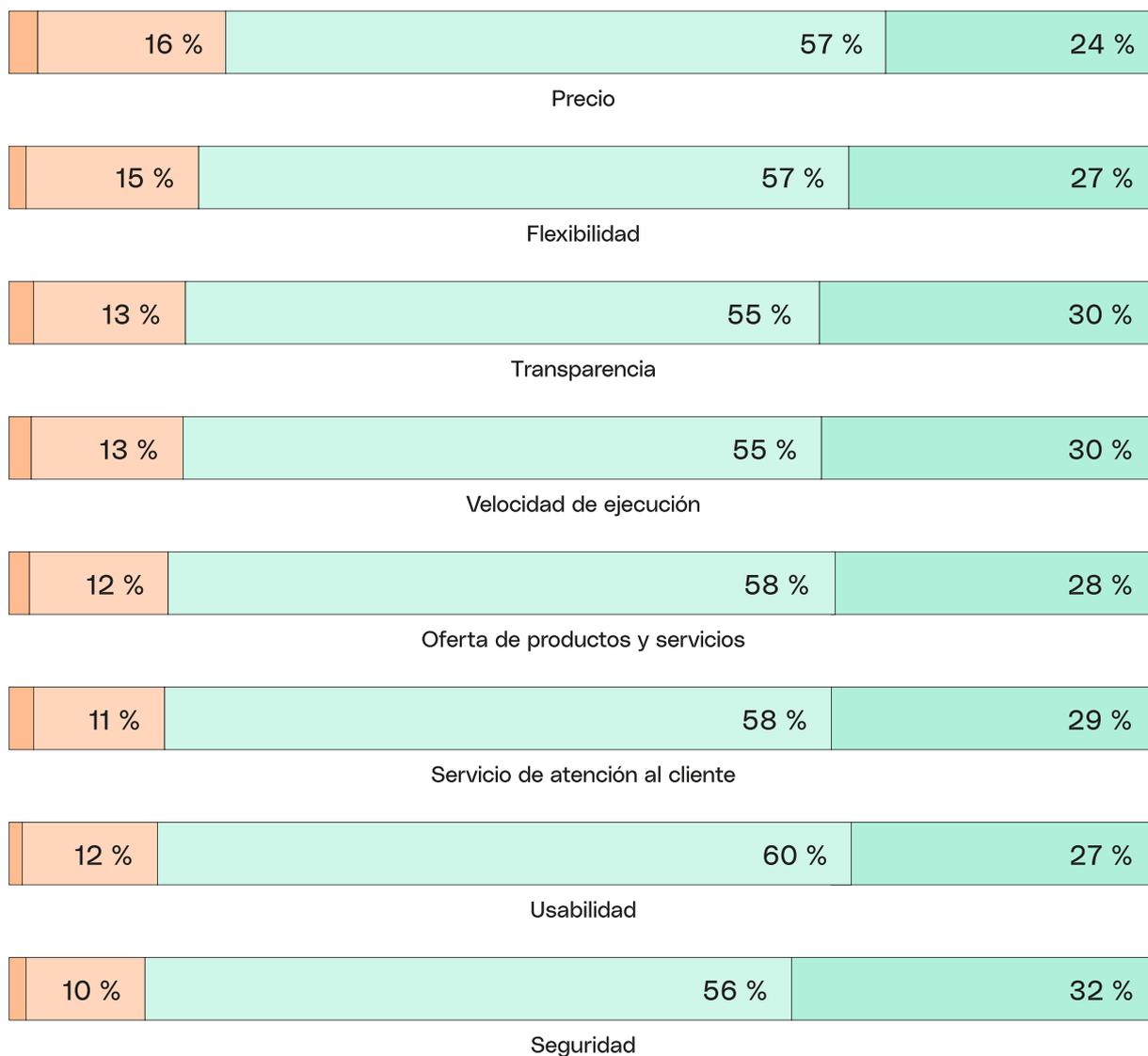


Los atributos de estos servicios financieros que suscitan el mayor índice de respuestas «insatisfecho» o «muy insatisfecho» fueron:

- Precios (19 %).
- Flexibilidad (17 %).
- Transparencia (15 %).

### Satisfacción con los atributos de los servicios financieros

Muy insatisfecho      Muy satisfecho



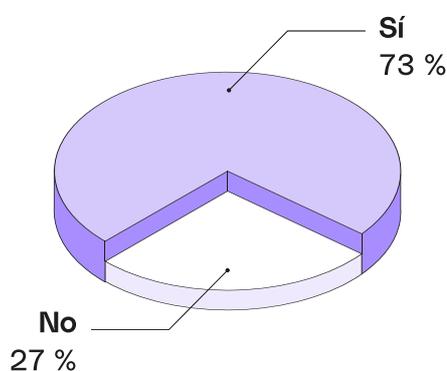
# Emprender aún es atractivo

La idea de emprender todavía atrae a los empleados de alto nivel: casi tres de cada cuatro directores ejecutivos, directores financieros y otros cargos relacionados con las finanzas indican que podrían imaginarse creando su propia empresa en el futuro. Esta cifra es notablemente alta en Italia (86 %).

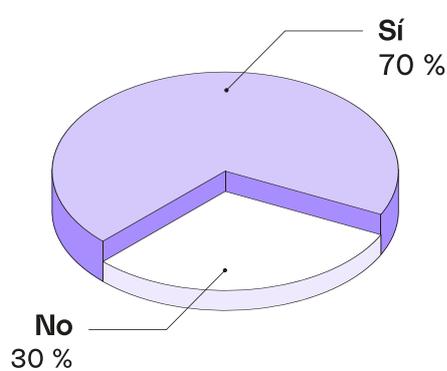
La mayoría de emprendedores que ya tiene experiencia en la creación de una empresa estarían abiertos a hacerlo de nuevo (alrededor del 78 % de los fundadores de empresas volverían a crear otra en el futuro). Sin embargo, casi la mitad (49 %) afirma estar menos dispuesto a hacerlo en el contexto económico actual.

Adicionalmente, más del 80 % afirma que no se plantea vender su empresa en los próximos tres años.

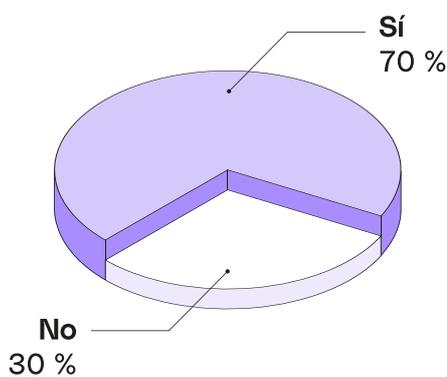
## ¿Podrías imaginarte creando tu propia empresa en el futuro?



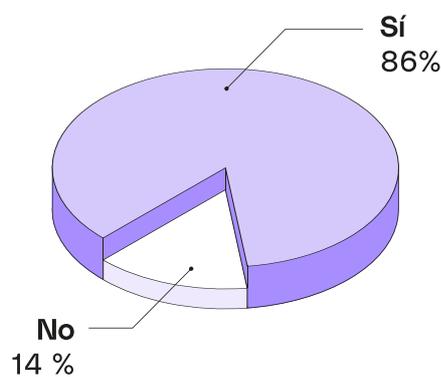
Alemania



Francia



España



Italia

## ¿Aumentará la brecha de género entre los emprendedores?

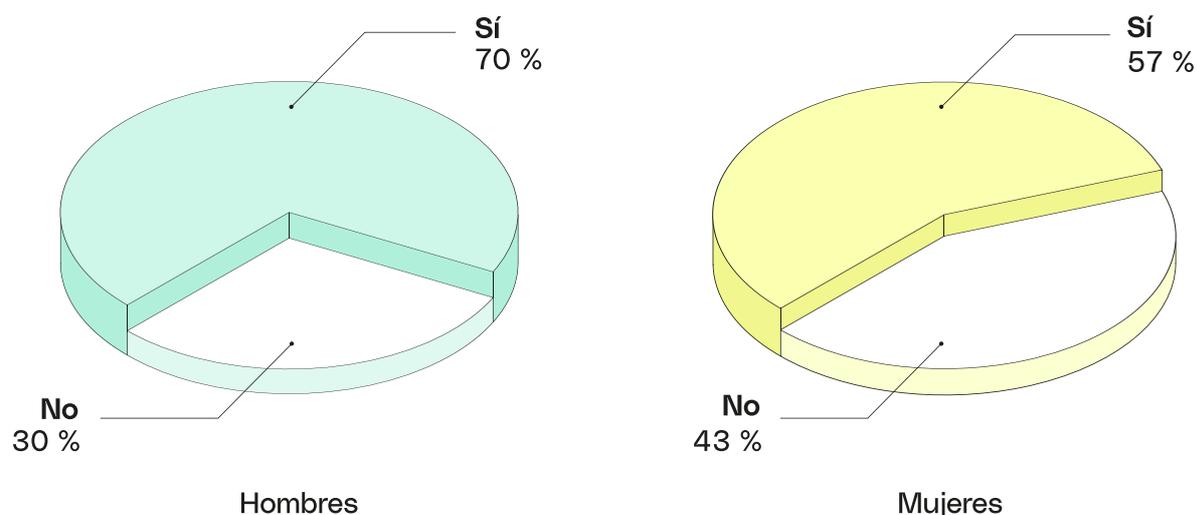
Las mujeres que ocupan puestos de liderazgo en las pymes tienen tanto apetito por crear sus propias empresas en algún momento en el futuro como sus homólogos masculinos: alrededor del 75 % lo haría, frente a un 25 % que no.

Sin embargo, es menor el número de mujeres que señala como probable crear una empresa en los próximos tres años: el 57 % de mujeres que dirigen una pyme se imaginan haciéndolo, en comparación con un 70 % de hombres en puestos similares.

Una disparidad similar se aprecia cuando se pregunta a las fundadoras de empresas existentes si prevén crear otra empresa en el futuro: el 72 % se ve repitiendo la experiencia de creación en comparación con el 81 % de los fundadores masculinos.

### Porcentaje de encuestados con probabilidad de crear una empresa en los próximos tres años

■ Hombres ■ Mujeres



## La burocracia sigue frenando a los emprendedores

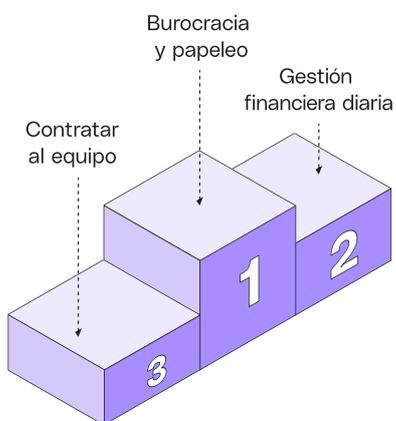
Sobre las razones para no iniciar un negocio, la excesiva burocracia y la administración son el mayor obstáculo al que se enfrentan los emprendedores: el 59 % de los encuestados de los cuatro mercados lo cita como el factor que consume la mayor parte de su tiempo y energía.

El papeleo parece llevar más tiempo en algunos países que en otros. Por ejemplo, en Italia el 72 % de los empresarios lo considera como la tarea que más tiempo requiere.

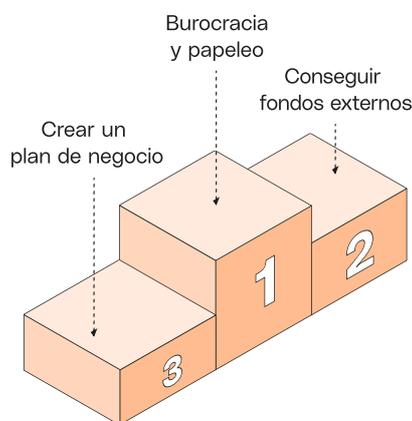
Contratar personal también es otra de las tareas más demandantes para el 39 % de los emprendedores en los cuatro mercados, seguida de la gestión de las tareas financieras diarias (38 %).

### Los tres factores que más tiempo y energía demandan en la creación de una empresa

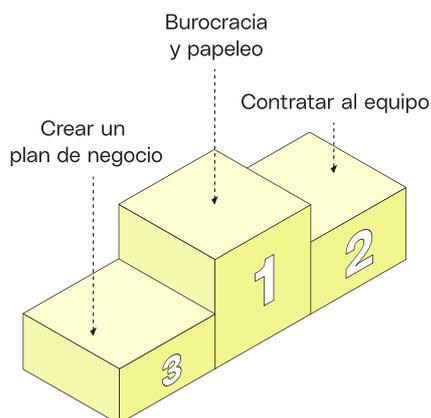
#### Francia



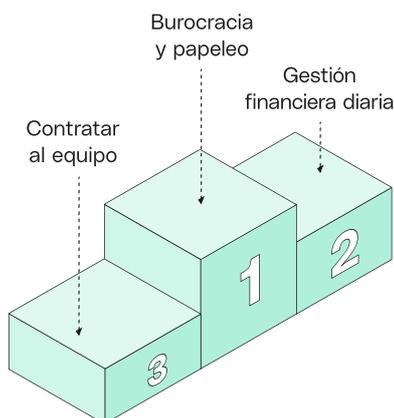
#### Alemania



#### España



#### Italia

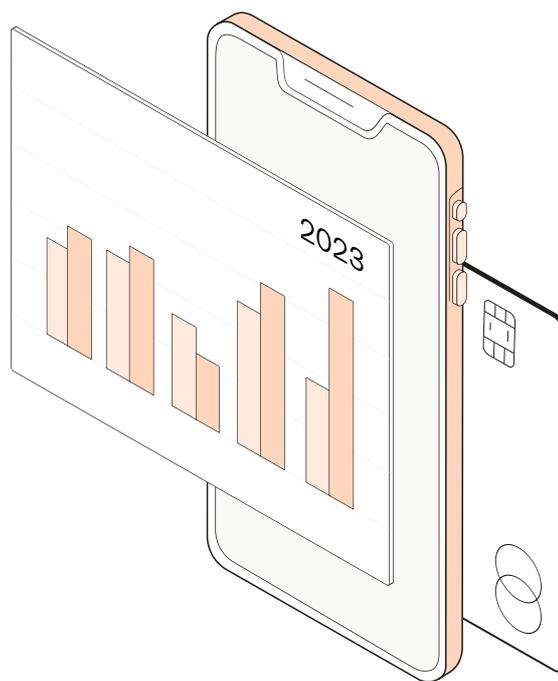


# Fuerte adopción de la banca digital en España

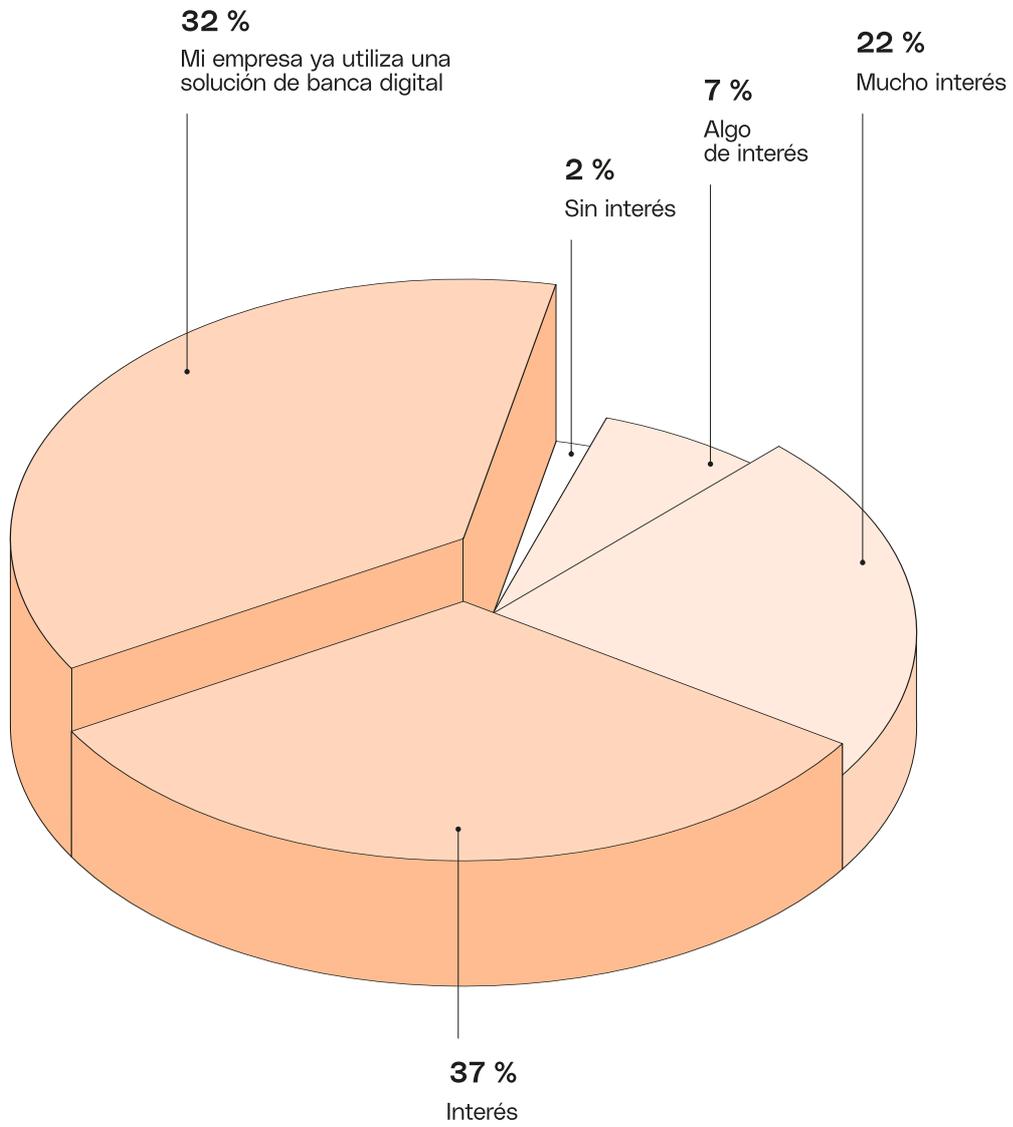
Los directivos de las pymes españolas han reflejado un alto grado de adopción y entusiasmo por las herramientas digitales frente a las soluciones bancarias tradicionales. En este sentido, casi un tercio de las pequeñas y medianas empresas (32 %) ya utilizan plataformas de banca digital, mientras que el 59 % de sus líderes se declaran «interesados» o «muy interesados» en adoptarlas.

Cuando se trata de alternativas de financiación en España, las vías que más atraen a los emprendedores son el capital privado (el 42 % le interesa o lo está considerando) y los préstamos a corto plazo (35 %).

Una minoría sustancial de los encuestados en España espera más apoyo gubernamental a las empresas. Más de cuatro de cada diez dijeron que les gustaría ver más beneficios fiscales (48 %), más programas de financiación estatal para nuevas empresas (42 %) y empresas existentes (43 %) y reformas legales para el proceso de creación de empresas (41 %).



**¿Cuánto interés tendría tu empresa en una solución de banca digital en comparación con un banco tradicional?**



# Metodología de la encuesta

---

Appinio llevó a cabo una encuesta cuantitativa en línea, multimercado, en nombre de Qonto, entre 2000 figuras financieras de alto nivel en Francia, Italia, España y Alemania, con 500 de estos encuestados alcanzados en cada uno de los cuatro países.

Se evaluó a los encuestados para garantizar que cumplieran con los criterios de contratación de los tomadores de decisiones de alto nivel (directivos, fundadores y gerentes financieros senior) de empresas con menos de 250 empleados. Los encuestados tenían entre 18 y 73 años, con una edad promedio de 38 años.

Las respuestas a la encuesta se recopilaron entre el 10 y el 20 de octubre de 2023. Se pidió a los encuestados que compartieran sus opiniones sobre el panorama actual y futuro de las pequeñas y medianas empresas, lo que brindó a Qonto una visión clara de las necesidades, los catalizadores y las dificultades en los que puede ayudar a las pymes en el futuro.

La muestra de la encuesta se extrajo de un panel de investigación online que contenía una base representativa de profesionales de alto nivel. Los encuestados completaron la encuesta a través de una aplicación móvil o un enlace web.

## **Sobre Qonto**

Qonto ayuda a pymes y autónomos a hacer más sencilla su gestión bancaria diaria, gracias a una cuenta online acompañada de herramientas de facturación, contabilidad y gestión de gastos.

Creada en 2016 por Alexandre Prot y Steve Anavi, Qonto opera ahora en cuatro mercados europeos (Francia, Alemania, Italia y España), sirve a más de 400 000 clientes y emplea a más de 1300 personas.

Desde su creación, Qonto ha levantado 622 millones de euros a través de sólidos inversores. Qonto es una de las empresas emergentes más valoradas de Francia y forma parte del índice Next40, que reúne a los futuros líderes tecnológicos mundiales, desde 2021.

# Qonto

Your business, powered up.

[Qonto.com](https://qonto.com)