



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



Marzo 2025

Contexto

El Programa Kit Digital tiene por objeto **mejorar la competitividad y el nivel de madurez digital** de las pequeñas empresas, de las microempresas y de las personas en situación de autoempleo, mediante la adopción de **soluciones de digitalización**. Las empresas beneficiarias reciben una ayuda, que permite acceder a las soluciones digitales ofrecidas por los **Agentes Digitalizadores**.

El Programa, financiado por la **Unión Europea Next Generation EU a través de fondos MRR**, se estructuró inicialmente a través de **tres Convocatorias específicas**. Con posterioridad pusieron en marcha **dos nuevas Convocatorias** en las que colaboran numerosos **Agentes Digitalizadores**.





Índice

2. Caracterización de los agentes digitalizadores



1. Introducción

4. Impacto del programa en los agentes



3. Resultados generados en las empresas



5. Conclusiones



01.

Introducción

1.1 Estructura del programa y objetivo de la Evaluación

Convocatorias



El Programa KD se estructuró inicialmente a través de **tres Convocatorias** específicas:

- 1 Empresas de **10 a menos de 50 empleados**
- 2 Empresas de **3 a menos de 10 empleados**
- 3 Empresas de **0 a menos de 3 empleados**

Con posterioridad se han puesto en marcha dos nuevas convocatorias:

- 4 Comunidades de Bienes, sociedades civiles y agrupaciones agrarias, **entre 0 y 50 empleados**
- 5 Empresas de **50 a menos de 100 empleados** y empresas de **100 a menos de 250 empleados**



Objetivo principal



El **objetivo de la evaluación** es:



Medir el nivel de satisfacción de los agentes digitalizadores



Analizar los resultados obtenidos

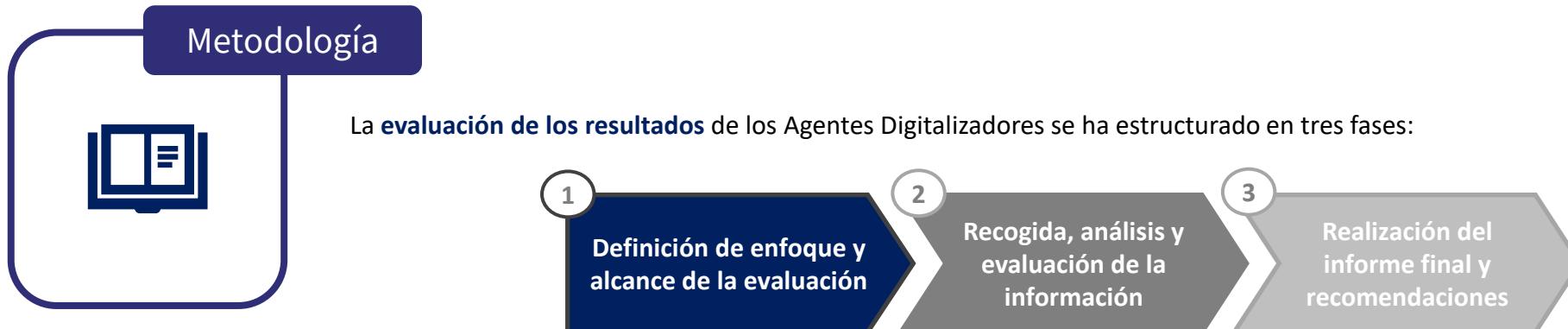


Evaluar el impacto socio-económico del programa en sus modelos de negocio

1.2 Agentes Digitalizadores



1.3 Metodología



Para analizar el impacto socio-económico y el efecto transformador del programa se ha empleado la Metodología GIM (**Global Impact Model®**), que, a su vez, **se ha alineado con los Objetivos de Desarrollos Sostenible marcados por la Unión Europea**. La metodología estructura los impactos socioeconómicos en **8 capitales**, teniendo en cuenta las **distintas dimensiones** que tienen los efectos de la inversión pública en la sociedad:

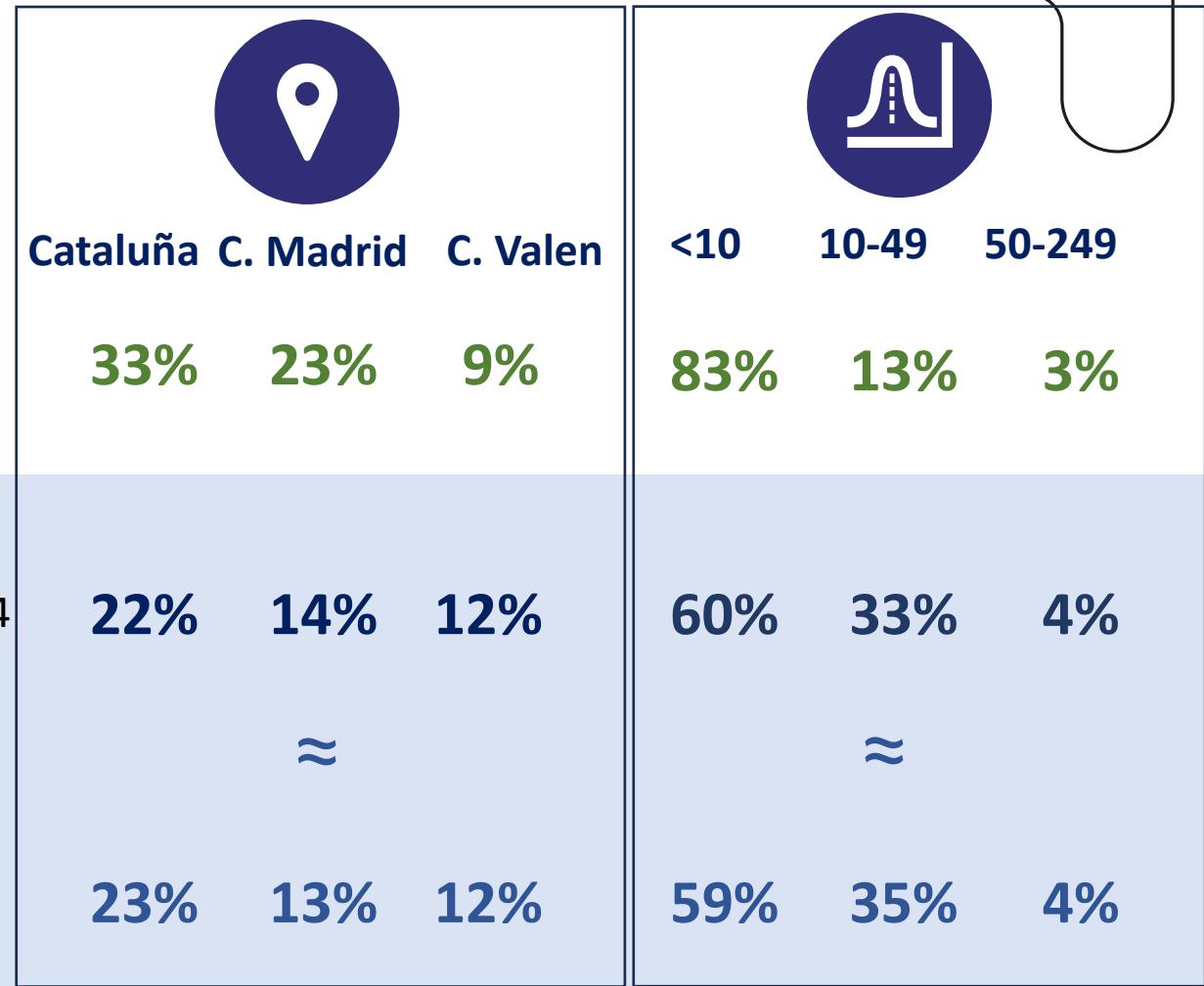
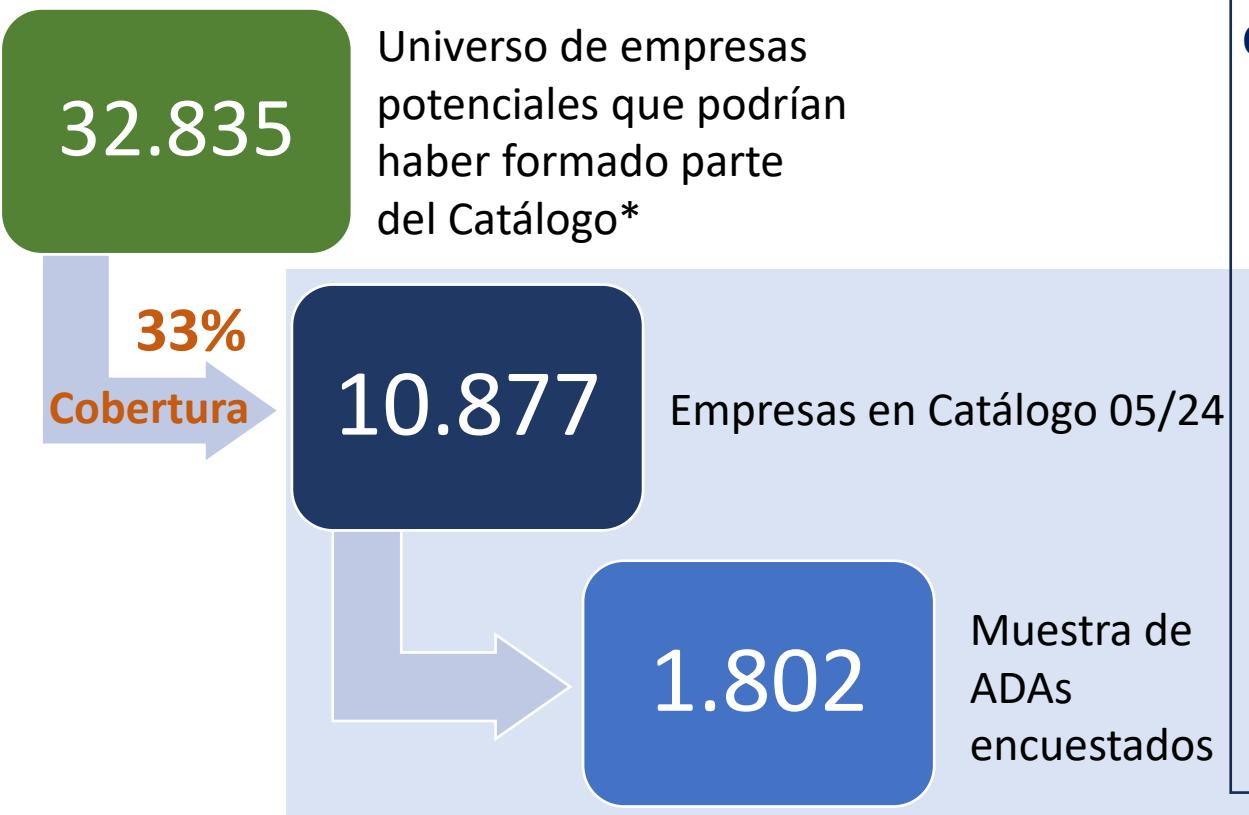




02. Caracterización de los agentes digitalizadores

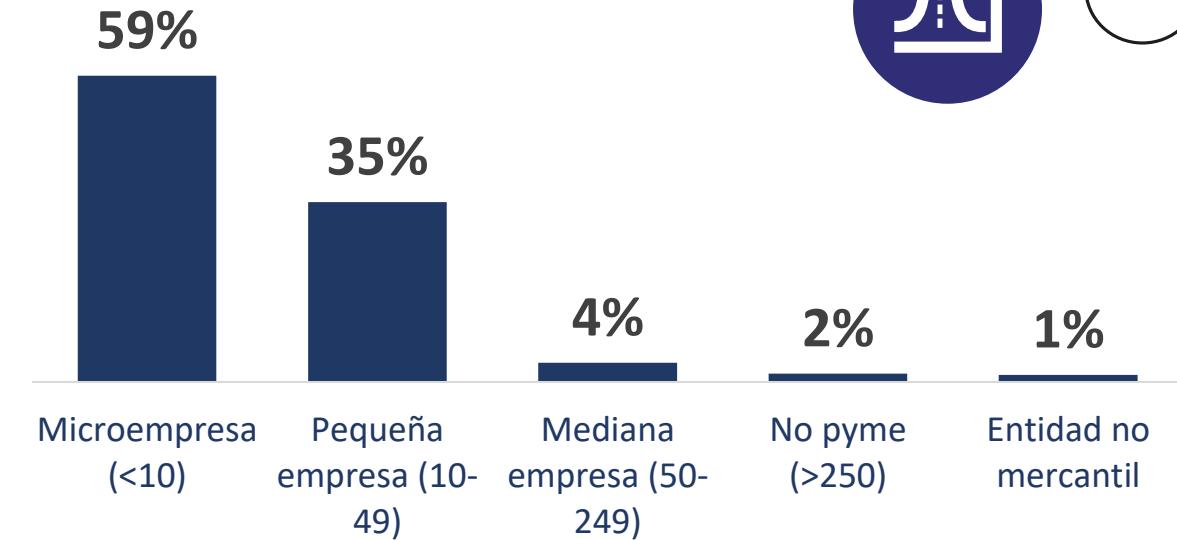
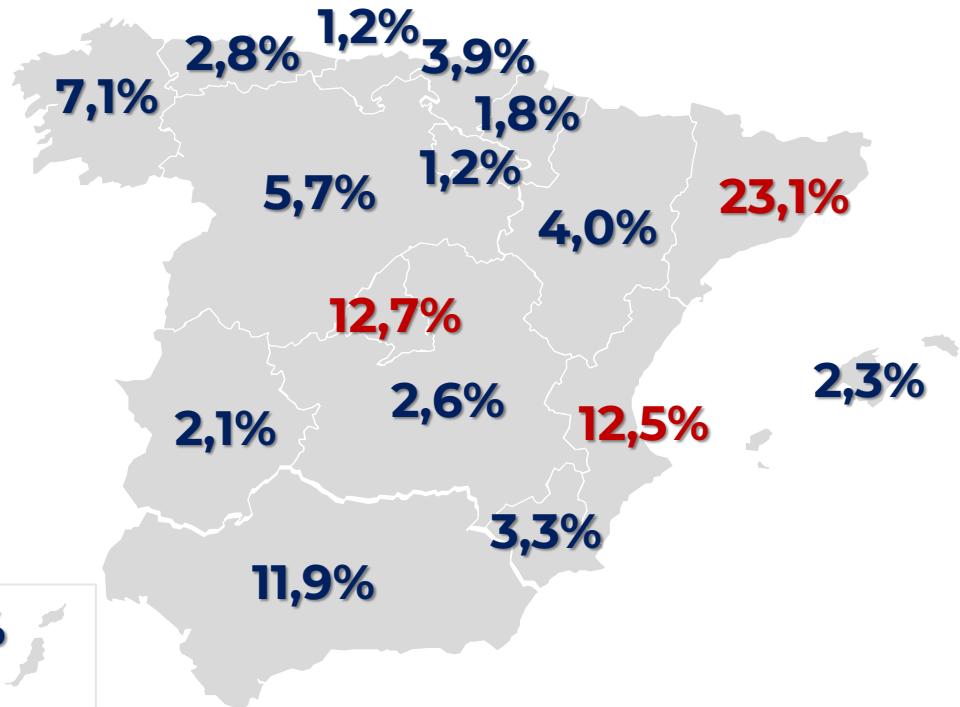
2.1 Universo potencial de agentes, universo real y muestra

En el **Catálogo de ADAs** hay mayor % de empresas de **otras CCAA** (que no sean Madrid y Cataluña) y empresas **pequeñas** (10-49) que las que hay en el universo potencial



*Empresas españolas correspondientes a los CNAE más vinculados con los objetivos del programa: otros servicios relacionados con las tecnologías de la información y la informática; actividades de consultoría informática; actividades de programación informática; gestión de recursos informáticos; proceso de datos, hosting y actividades relacionadas; portales web. Extracción de SABI con base CNAE a marzo 2025

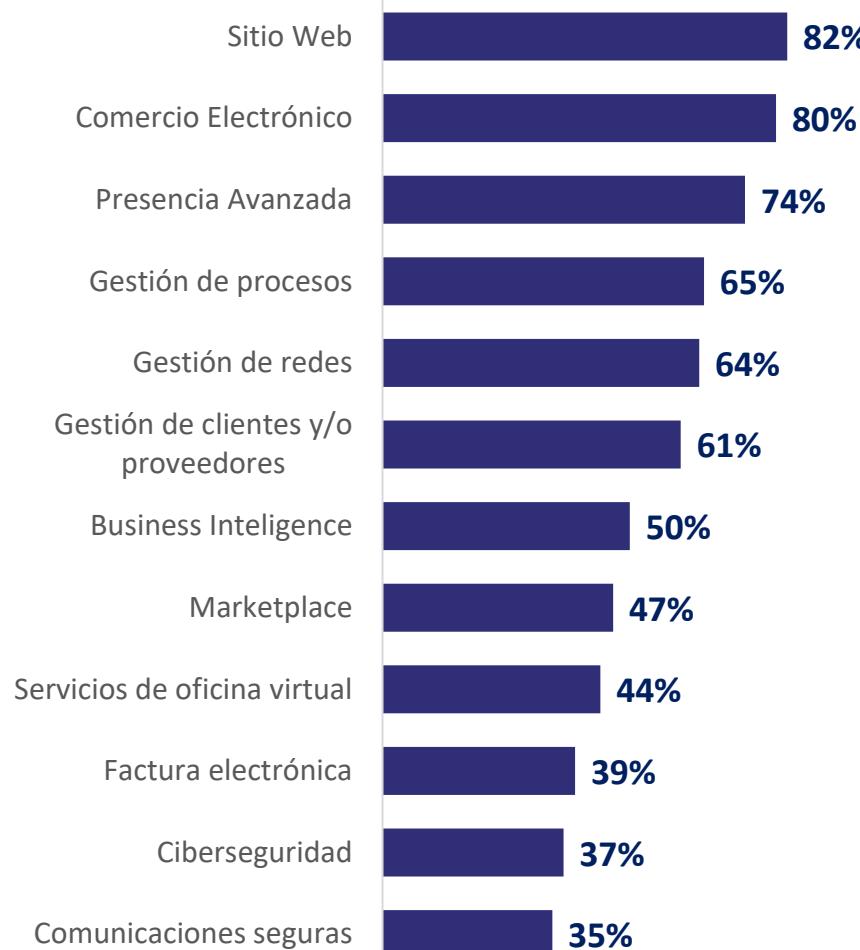
2.2 Distribución de los Agentes Digitalizadores en el territorio y por tamaño de empresa



Muestra total encuestada: 1807 empresas

Volumen medio de negocio al año

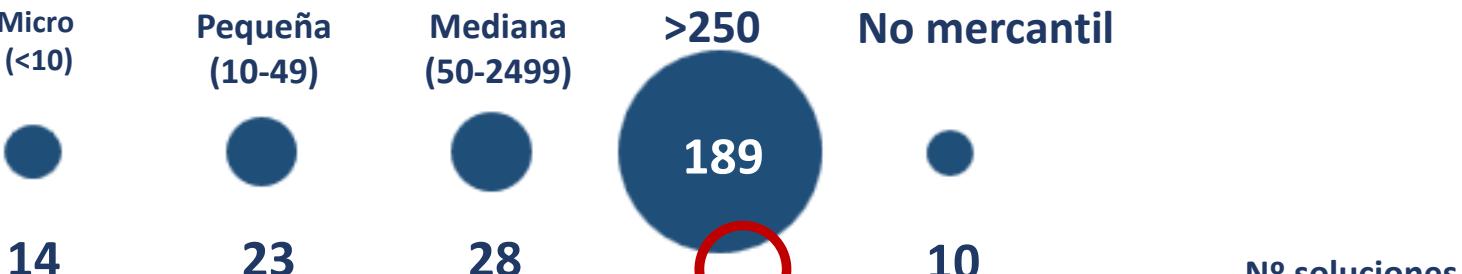
2.3 Distribución de los Agentes Digitalizadores por soluciones digitales



Distribución empresas según origen de la solución:

- 52%** Desarrollan sus propias soluciones
- 39%** Desarrollan soluciones propias y comercializan soluciones digitales de otras empresas
- 8%** Comercializan soluciones generadas por otras empresas

Nº medio de soluciones implementadas:

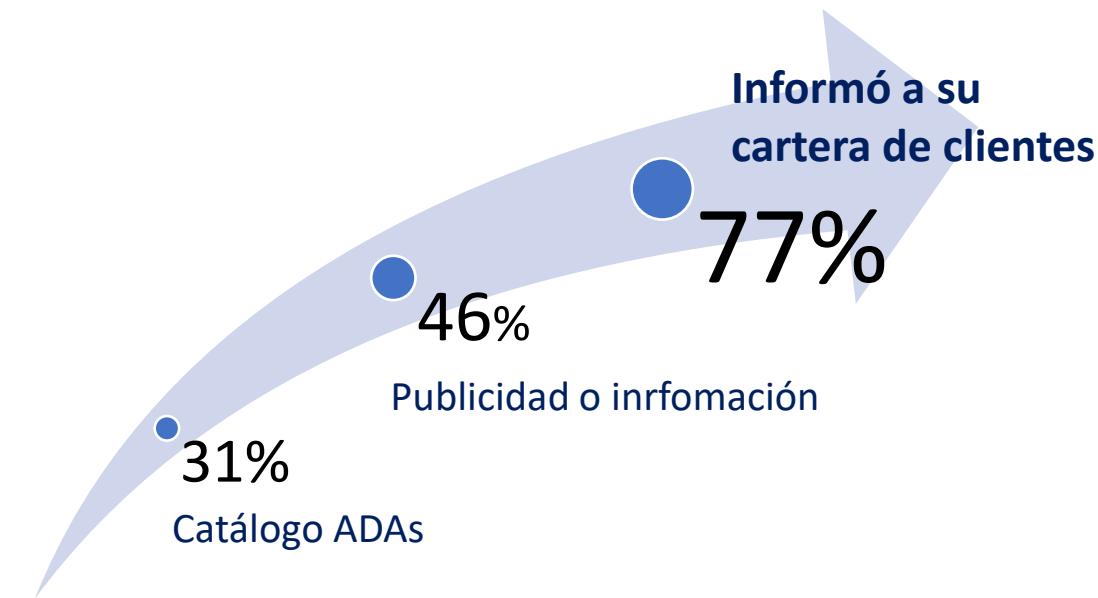


VODAFONE ESPAÑA, S.A.U.	8.868
TELEFONICA DE ESPAÑA S.A.	3.303
TELEFONICA SOL. INFO. Y COM. S.A.	2.312
QDQ MEDIA S.A.U	1.272
SIWEB PLANIFICACION INTEGRAL WEB, S.L.	1.114

2.4 Vías de contacto del programa y principales adaptaciones de los Agentes Digitalizadores



Estrategias de Contacto



Muestra total encuestada: 1807 empresas



Ajustes en oferta de servicios



Motivación para participar

La posibilidad de generar negocio fue el motivo que impulsó al 82,57% de los AD



03.

Resultados generados en las empresas

3.1 Valoración del Programa Kit Digital

Dimensiones analizadas



Adecuación de las soluciones digitales

1

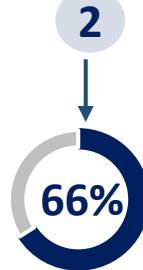


Sitio web y presencia básica en internet fue considerada la solución que mejor se adapta a las necesidades de las empresas beneficiarias por los AD: **3,8/5**



Relación entre empresas beneficiarias y agentes

2



El 66% de los agentes tienen una percepción **muy positiva** de su relación con las empresas beneficiarias



Aspectos de gestión y administración

3

Aspectos mejor valorados por los AD

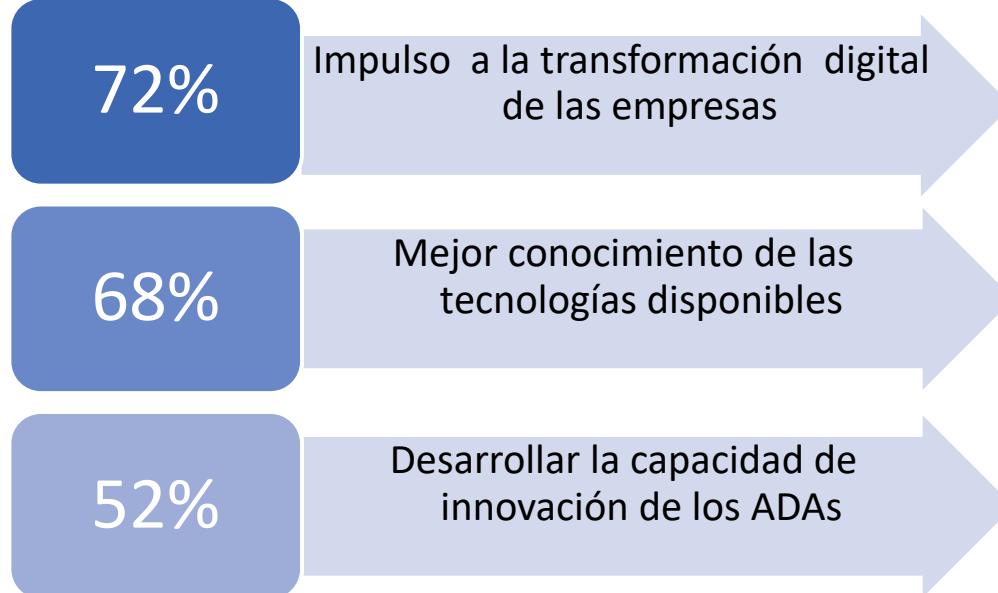
- 1 Tiempos medios para la validación de Acuerdos
- 2 Información expuesta en el Catálogo de AD
- 3 Soporte del personal de Red.es

3.2 Satisfacción con el Programa Kit Digital



El **80%** de los ADAs estaría dispuesto a **participar nuevamente** en una futura convocatoria del programa

Lo que el PKD proporciona según los ADAs:

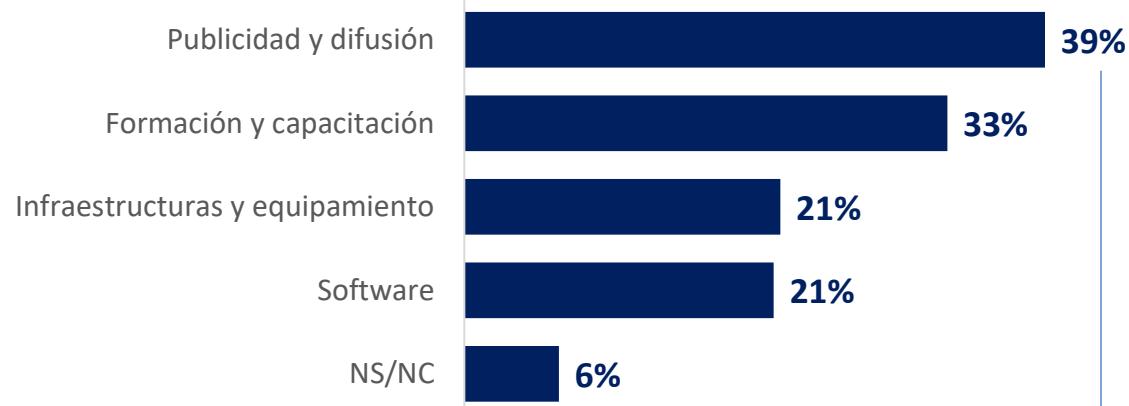


3.3 Inversión inducida y dificultades implementación



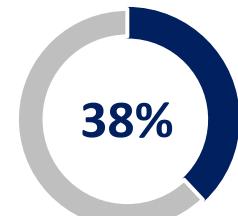
Se consultó a los agentes digitalizadores si tuvieron que realizar alguna **inversión en recursos o elementos** específicos **para llevar a cabo el Programa Kit Digital**

Inversión inicial en recursos o elementos

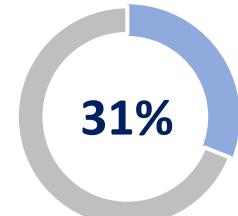


El 39% de los agentes digitalizadores realizaron inversiones en publicidad y difusión para llevar a cabo el Programa Kit Digital

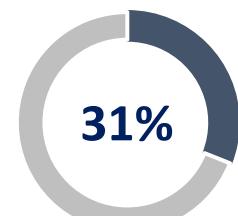
Se les preguntó sobre las **dificultades** que tuvieron **durante el proceso de implementación y/o prestación del servicio del PKD**



Retrasos en emisión de documentación y/o obtención de conformidad de la empresa beneficiaria para recibir el pago



Limitación de recursos humanos y/o financieros



Falta de comunicación con beneficiarios



04.

Impacto del programa en los
agentes

4.1 Estructura de la valoración del impacto

Metodología Global Impact Model

Red.es busca **conocer y evaluar el impacto socioeconómico** producido gracias al programa Kit Digital, teniendo una visión de todos los agentes que han participado en el programa. Para ello, Deloitte ha diseñado un **Marco de Evaluación Global basado en el Modelo de Impacto Global de Deloitte ©**. Esta estructura permite medir los beneficios y el impacto de la actividad del programa para sus partes interesadas.

Metodología Global Impact Model (GIM©)



4.1 Estructura de la valoración del impacto

Metodología Global Impact Model

A continuación, se muestra el despliegue del árbol de **capitales y subcapitales** confeccionado para el estudio del impacto del programa:



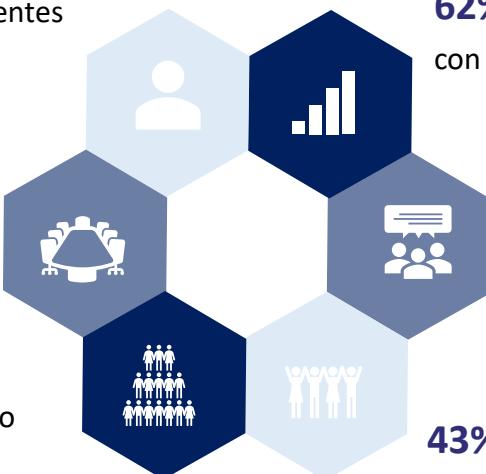
4.2 Capital económico



Generación de **impacto económico** en términos de **riqueza, empleo, retornos fiscales** y desarrollo de **nueva actividad en la economía** entre los agentes participantes en la convocatoria.

Valor para grupos de interés

66% ha conseguido nuevos clientes



21% ha incrementado el catálogo de servicios

28% ha contratado nuevo personal

62% ha aumentado su actividad con antiguos clientes

55% ha generado nueva actividad

43% ha percibido un aumento de interés de colaboradores

Nueva actividad económica

22% afirma que gracias al programa han logrado aumentar la presencia en nuevos mercados

18% ha **generado nuevas líneas de negocio**. Las más destacadas son el desarrollo de software y aplicaciones personalizadas como CRM y ERP

El **25%** de los agentes afirman que el porcentaje **de su facturación asociado** al programa **Kit Digital** supera **el 20%**

4.2 Capital económico



Generación de **impacto económico** en términos de **riqueza, empleo, retornos fiscales** y desarrollo de **nueva actividad en la economía** entre los agentes participantes en la convocatoria.

Nueva actividad económica



Reducción de precios del mercado

Más de un **33%** considera que el programa ha reducido los precios del mercado



Cambio de preferencias y comportamientos

Más de un **45%** considera que el programa ha cambiado las preferencias y los comportamientos de las pymes



Oferta y demanda de los servicios

Más del **64%** considera que el programa ha afectado a la oferta y demanda de los servicios



Estructura del mercado

Más del **36%** considera que el programa ha afectado a la estructura competitiva del mercado



Oportunidades para nuevos participantes

Más del **52%** ha creado oportunidades para nuevos participantes en el mercado

4.3 Capital social



El capital social se refiere a la **contribución de los agentes participantes** en la convocatoria del programa Kit Digital al **desarrollo, capacitación y sensibilización** frente a cuestiones sociales clave.



Educación digital

32% de los AD considera que la implementación del programa ha tenido un **impacto positivo en la mejora de la formación, las competencias y el talento**.

68% de los AD considera que la implementación de soluciones digitales en las empresas ha tenido impacto en la **mejora de la capacitación tecnológica**



Accesibilidad e igualdad

28% considera que el programa genera impacto en la **mejora de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres**.

Se ha **registrado un aumento en el número promedio de mujeres** empleadas en las empresas que participaron como agentes digitalizadores entre 2021 y 2023

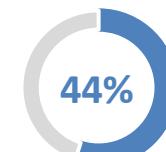


Compromiso laboral y emprendimiento

27% han **contratado nuevo personal** para llevar a cabo las actividades del programa:



Implementación de los productos y servicios



Gestión administrativa del programa

50% considera que **mantendrá a dicho personal** en su plantilla según la evolución del negocio

4.4 Capital tecnológico



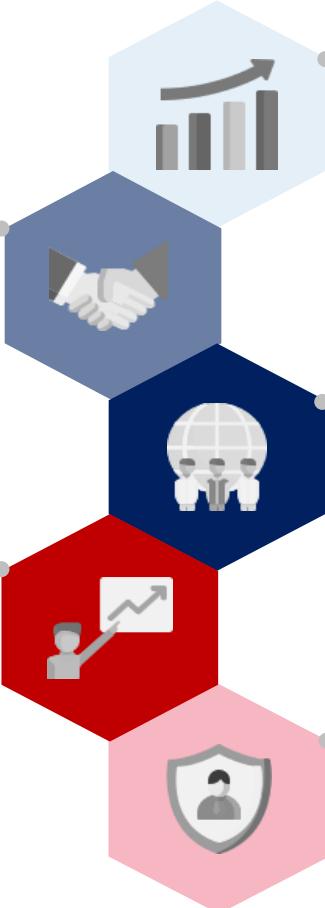
El capital tecnológico contempla el diseño, desarrollo y ciclo de vida de **herramientas tecnológicas** innovadoras que pueden ponerse al servicio de agentes de interés tanto internos como externos.

Consolidación de las empresas

El **43%** de los AD considera que el **programa** ha tenido un gran impacto en la **consolidación de estas empresas**

Avance tecnológico en el territorio

El **31%** de los agentes digitalizadores consideran que gracias al Programa Kit Digital se ha logrado un **avance tecnológico significativo en su territorio**



Mejora de procesos de innovación

25% de los AD considera que la ejecución del programa Kit Digital ha tenido un impacto en la **mejora de los procesos de innovación**.

Impulso de la innovación

44% de los AD consideran que el programa ha impulsado la **innovación en los modelos de negocio**

Incremento del presupuesto en tecnología

El presupuesto medio destinado a tecnología por parte de estas empresas presentó un **incremento del 4,80%** de 2021 a 2022

4.5 Capital medioambiental



El capital medioambiental se refiere a la **contribución de la convocatoria a la protección del medio ambiente.**



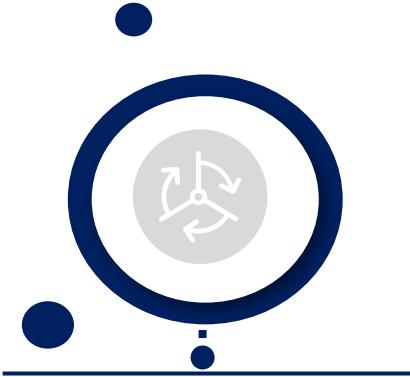
32% creen que genera **mejoras en el ecosistema y en el mantenimiento de la biodiversidad.**



25% de los agentes digitalizadores considera que el programa contribuye de manera significativa a la **reducción del consumo energético**



55% de los agentes considera que el programa ha contribuido a **disminuir su impacto ambiental**



62% de los agentes percibe una **disminución en el uso de consumibles y papel**



4.6 Capital reputacional



El capital reputacional se refiere a la **contribución de los agentes participantes** del programa Kit Digital al impacto en la **reputación, credibilidad, posicionamiento y reconocimiento** de los mismos.



Mejora de imagen de la empresa

El **48%** de los agentes digitalizadores considera que el programa Kit Digital ha **mejorado la imagen de su empresa**



Mejora de la posición competitiva de la empresa

Un **41%** de los agentes considera que el programa ha **mejorado la posición competitiva de las empresas** en el mercado



Gestión y modernización de los SSII

Un **39%** considera que el programa ha favorecido la **mejora del posicionamiento de su empresa en el sector tecnológico**, principalmente a **nivel local (un 54%)** y, en un 46%, a nivel nacional.



Aumento de seguidores en redes sociales

Un 11% de los encuestados señala que el programa ha **provocado un aumento en el número de seguidores en sus redes sociales**

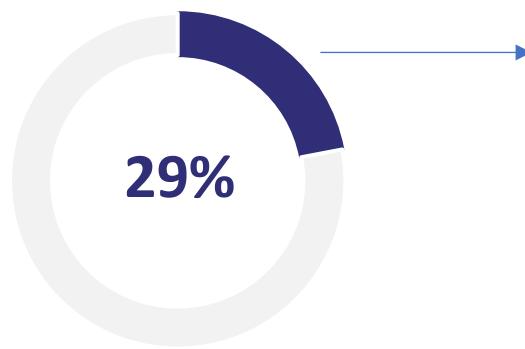
4.7 Capital relacional



El Capital Relacional hace referencia a las **alianzas y redes de colaboración** por su **aportación de valor** y su capacidad de **atracción de nuevos agentes**.

Alianzas y redes de colaboración

% que afirma haber formado acuerdos o asociaciones con otras empresas o agentes.



- 1 52% ha colaborado con empresas TIC
- 2 42% con desarrolladores tecnológicos
- 3 20% con distribuidores tecnológicos
- 4 14% ha trabajado junto a asociaciones empresariales de su sector
- 5 8% con asociaciones tecnológicas



4.8 Capital organizacional



El Capital Organizacional hace referencia a todas aquellas actividades que generen un **impacto interno en los agentes digitalizadores, así como en los demás participantes del programa.**

Calidad de servicio

Estrategia empresarial

33% de los agentes digitalizadores que completaron el cuestionario de evaluación consideran que el programa ha tenido un impacto positivo en la **definición o actualización de la estrategia empresarial a seguir**

Colaboración entre trabajadores

Un **32%** opina que ha favorecido la **mejora en la colaboración entre trabajadores**

Organización y estructura interna

El **29%** señala que ha contribuido a **la mejora de la organización y la estructura interna de su empresa**

Flexibilidad y conciliación

11% cree que ha impulsado la **flexibilidad laboral y la conciliación**.

Clima laboral

36% de los agentes digitalizadores considera que el programa ha tenido **impacto en la mejora del clima laboral**





05. Conclusiones

5.1 Conclusiones

Caracterización de los agentes digitalizadores

- El programa KD ha impulsado la participación de agentes que:
 - Desarrollan soluciones digitales propias
 - Combinan el desarrollo propio con la comercialización de soluciones de terceros
 - Se dedican exclusivamente a comercializar soluciones de terceros.
- Han participado agentes digitalizadores de todo el territorio nacional, destacando Cataluña como la CCAA con más participantes.



Resultados generados en empresas

- La valoración del PKD es positiva en general.
- El papel del PKD es muy importante porque ha impulsado la transformación digital (72%) y ha supuesto para las empresas beneficiarias un mayor conocimiento de las soluciones disponibles y útiles para su empresa (68%)

5.1 Conclusiones

Impacto económico

- El desarrollo del programa ha impulsado para el 66% de los agentes la captación de nuevos clientes, y para un 62%, la fidelización de los clientes ya existentes incrementando la actividad con ellos.

Impacto social

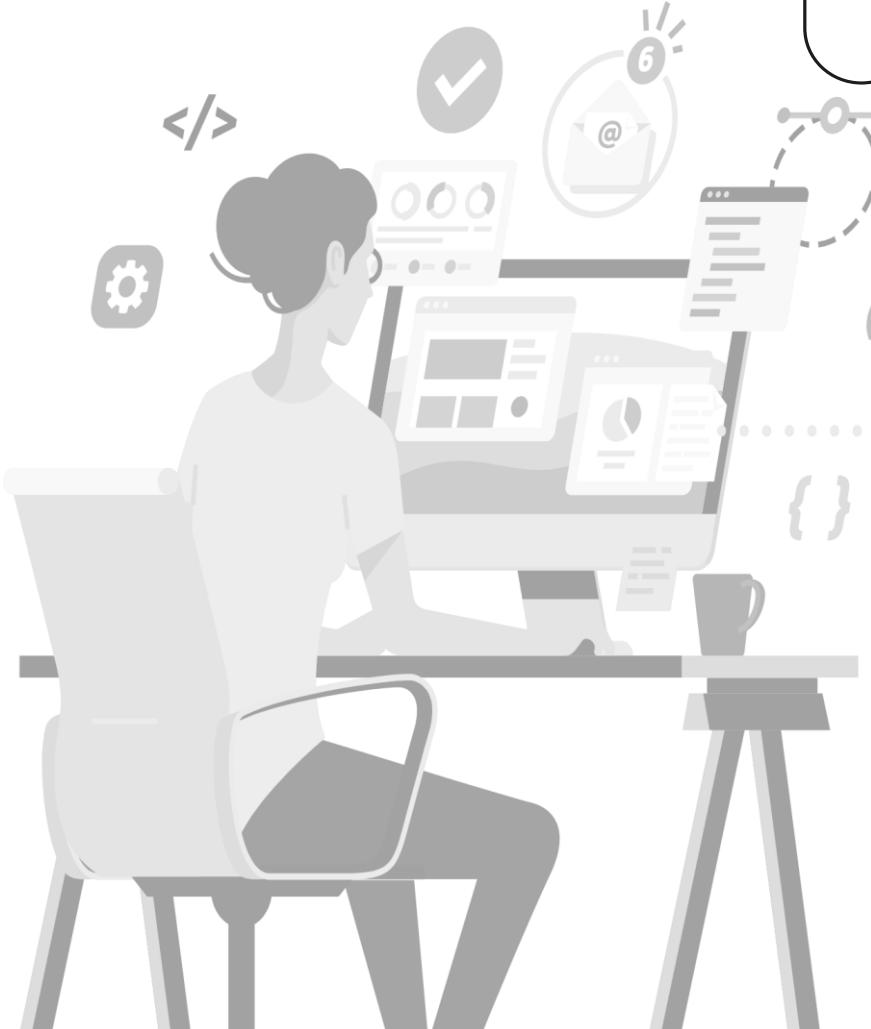
- El 20% de los agentes digitalizadores considera que la implementación de soluciones digitales en las empresas beneficiarias ha mejorado significativamente la capacitación tecnológica

Impacto tecnológico

- El 25% de los agentes digitalizadores encuestados considera que ha mejorado los procesos de innovación.

Impacto medioambiental

- El 25% de los agentes digitalizadores considera que el programa contribuye de manera significativa a la reducción del consumo energético y el 32% cree que genera mejoras en el ecosistema y en la conservación de la biodiversidad.



5.1 Conclusiones

Impacto marca

- El 11% de los encuestados afirma que el programa ha aumentado el número de seguidores en sus redes sociales, y el 39% señala que ha mejorado el posicionamiento de su empresa en el sector tecnológico.

Impacto relacional

- Según los datos, el 29% de los agentes encuestados ha establecido acuerdos o asociaciones, de los cuales:
 - El 52% ha sido con empresas TIC
 - El 42% con desarrolladores tecnológicos
 - El 20% con distribuidores tecnológicos

Impacto organizacional

- Para un 33% de los agentes, el programa KD ha influido positivamente en la definición o actualización de su estrategia empresarial



¡Gracias! •



red.es

