



Fundetec

EL TRABAJADOR AUTÓNOMO
Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN 2010



EL TRABAJADOR AUTÓNOMO

Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN 2010

© Fundetec
www.fundetec.es

Propiedad Intelectual: Fundetec

Diseño y maquetación: imaginética

Fotografías: shutterstock

Fecha de publicación: mayo de 2011

D.L.: As-2257-11



**Estudio sobre el grado
de informatización y uso de Internet
de los trabajadores autónomos españoles**



Índice

1. Introducción 10

Objetivos 10

Metodología 12

2. Informatización de los trabajadores autónomos 14

2.1 Equipamiento informático 15

Equipo 15

– Dotación de equipamiento informático 15

– Equipamiento disponible 17

Soluciones informáticas 19

– Soluciones informáticas utilizadas 19

– Soluciones informáticas en código abierto: uso

y valoración 20

Herramientas de seguridad 22

El certificado digital 23

La factura electrónica 25

2.2. Los beneficios de la incorporación de las TIC 26

2.3. Subvenciones en la informatización 28

Disponibilidad de subvenciones 28

Importancia de las subvenciones 29

3. Internet en la actividad de los autónomos 30

3.1. Implantación y uso de Internet 31

Acceso a Internet y usos 31

– Conexión a Internet 31

– Antigüedad del acceso a Internet 33

– Usos de Internet 34

Presencia en Internet 37

– Posesión de página web 37

– Antigüedad de la página web 39

– Funcionalidades de la web 39

– Objetivos principales de la web 39

– Percepción de lo que utilizan los usuarios

de la web 41

– Dificultades afrontadas para la presencia

en Internet 41

Redes sociales 41

– Conocimiento 41

– Uso 42

– Redes usadas 42

4. Comercio electrónico con clientes 44

4.1. La venta de productos y servicios 45

Aspectos generales 45

– Experiencia de la venta por Internet 45

– Fuentes de ingresos a través de Internet 47

– Evolución en los últimos 12 meses 47

El proceso de venta 47

– Los precios 47

– Los medios de pago 48

| | |
|--|----|
| Otros aspectos relacionados con este sistema de venta .. | 48 |
| – Dificultades de implantación | 48 |
| – Beneficios de la venta por Internet | 48 |
| 4.2. Autónomos que no venden por Internet | 50 |
| Motivos | 50 |
| Beneficios esperados | 52 |

5. Comercio electrónico con proveedores 54

| | |
|---|----|
| 5.1. La compra de productos y servicios | 55 |
| Aspectos generales | 55 |
| – Experiencia de la compra por Internet | 55 |
| – Los precios | 56 |
| – Evolución de las compras | 57 |
| Otros aspectos relacionados con este sistema de venta | 57 |
| – Dificultades de implantación | 57 |
| – Beneficios | 57 |
| 5.2. Autónomos que no compran por Internet | 59 |
| – Motivos | 59 |
| – Beneficios que encontraría | 61 |

6. Otros aspectos 64

| | |
|--|----|
| 6.1. Las ayudas para la incorporación de las TIC | 65 |
| – Valoración de su existencia | 65 |
| – Prioridades de las ayudas | 67 |

| | |
|---|----|
| 6.2. Confianza en asesores tecnológicos | 71 |
|---|----|

7. Conclusiones 76

8. Análisis sectorial 86

| | |
|--|-----|
| 8.1. Automoción, comercio y servicios personales | 87 |
| 8.2. <i>Utilities</i> y construcción | 91 |
| 8.3. Transporte y almacenamiento | 94 |
| 8.4. Industria | 97 |
| 8.5. Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | 100 |
| 8.6. Actividades profesionales científicas, técnicas, de salud y servicios | 103 |
| 8.7. Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | 106 |
| 8.8. Hostelería | 109 |
| 8.9. Otras actividades | 112 |

9. Anexos 116





Juan José Barrera Cerezal

Director General de la Economía Social, del Trabajo Autónomo y de la Responsabilidad Social de las Empresas.



Con la publicación del informe sobre “El Trabajador Autónomo y la Sociedad de la Información 2010”, elaborado por FUNDETEC con la colaboración de la Dirección General de la Economía Social, del Trabajo Autónomo y de la Responsabilidad Social de las Empresas (DGESTAYRSE) del Ministerio de Trabajo e Inmigración, se da continuidad a los elaborados para los años 2008 y 2009 por la propia entidad.

Estos informes recogen los principales datos relativos a la disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por parte de este colectivo empresarial.

Su objetivo es el de analizar el grado de incorporación del profesional autónomo español a la Sociedad de la Información, es decir, la disponibilidad de TIC, las herramientas de que dispone este colectivo, su utilización y los beneficios conseguidos mediante estas tecnologías.

Desde mi punto de vista, la elaboración del informe 2010 va a permitir establecer una comparación con los dos años anteriores, a la par que va a proporcionar una información actualizada y fiable de la utilización que efectúan los autónomos españoles de las TIC.

Los resultados van a ser de gran utilidad para orientar las políticas de fomento y mejora de la productividad de este colectivo que, como se ha demostrado en los últimos años, tiene una gran capacidad de generación de empleo y de tejido empresarial.

La metodología aplicada en la elaboración del informe por IDC España y el haber contado con la colaboración de las organizaciones del sector, la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA) y la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos (ATA), supone un aliciente para el conocimiento de esta realidad, como para las conclusiones que del mismo se desprenden.

Los resultados van a ser de gran utilidad para orientar las políticas de fomento y mejora de la productividad y competitividad de este colectivo.

Pese a la crisis económica, que también afecta al colectivo autónomo, una apuesta decidida por la utilización de las TIC supondrá responder más favorablemente a la misma, y permitirá que los cambios que se producen en coyunturas económicas como la actual propicien actividades profesionales más adaptadas a una economía más competitiva.

Las nuevas actividades económicas en las que se está creando empleo autónomo exigen de una mayor cualificación y por lo tanto de la utilización de las TIC. En este sentido el informe elaborado es una importante aportación para cumplir con ese reto.



Alfonso Arbaiza
Director General
de Fundetec



Presentamos la tercera edición del informe 'El trabajador autónomo y la Sociedad de la Información', que recoge los principales datos relativos a la disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por parte de los profesionales autónomos españoles durante el año 2010.

Fundetec apuesta firmemente por el desarrollo tecnológico del tejido empresarial español, con especial atención al trabajador autónomo. Para ello, desarrolla diferentes acciones para impulsar la adopción de la tecnología con el objetivo de optimizar sus procesos de negocio y mejorar la competitividad, como es la elaboración de este informe por tercer año consecutivo, en colaboración con la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA) y la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos (ATA).

Hemos conseguido convertir este estudio en referente para el análisis del papel que juegan las nuevas tecnologías en el desarrollo y competitividad de los autónomos en nuestro país; un colectivo, tan diverso y peculiar, que todavía experimenta un nivel medio-bajo en cuanto a la adopción de la tecnología en sus procesos de negocio (con matices dentro de los diferentes sectores analizados), aunque ha evolucionado positivamente en este sentido en los últimos años.

Desde la Fundación, reiteramos la importancia de que todos los agentes implicados -públicos y privados- lleven a cabo una labor de sensibilización para dar a conocer entre los autónomos las ventajas que pueden obtener mediante la implantación de las TIC, ya que sin ellas la pérdida de competitividad en este colectivo puede ser muy crítica.

En España existían en diciembre de 2010, 3.126.792 profesionales inscritos en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), lo que supone algo más de 30.000 personas menos respecto al año anterior. La crisis económica sigue siendo tremendamente incisiva en este segmento empresarial, por lo cual, es, precisamente, el momento de apostar por la innovación en todos los procesos para que optimicen su negocio. Sólo la incorporación de las TIC, que proporcionará el aumento de la competitividad, hará posible su supervivencia en esta difícil situación económica.

La fundación Fundetec nace en octubre de 2004 como resultado de un esfuerzo conjunto entre la Administración Pública y el sector privado para crear un marco colaborativo estable, sin ánimo de lucro y abierto a la participación de cualquier entidad interesada en potenciar el desarrollo de la Sociedad de la Información en España. Su función se centra en el análisis, fomento, divulgación y dinamización del acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por parte de ciudadanos, empresas e instituciones.

La Fundación es de constitución mixta, con presencia del sector público, a través de la Entidad Pública Empresarial red.es, adscrita al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, y del sector privado, concretamente de las empresas El Corte Inglés, HP, Intel y Telefónica.

La misión de Fundetec se centra en el cumplimiento de dos objetivos claros: impulsar la adopción y el uso generalizado de las TIC por parte de ciudadanos, empresas e instituciones, e incrementar la penetración de Internet en los hogares españoles y en la pequeña y mediana empresa. El fin último de estos objetivos no es otro que reducir la brecha digital, tanto la que separa a España de los países más avanzados de la Unión Europea como la existente entre diferentes colectivos sociales y áreas territoriales dentro del propio Estado español.

Para ello, la Fundación desarrolla acciones orientadas a concienciar a los diferentes colectivos de la importancia de las nuevas tecnologías, a difundir las ventajas que aporta su uso, tanto desde el punto de vista profesional como personal, y a ofrecer formación a aquellas personas que desean iniciarse en el uso de Internet para entrar a formar parte de la Sociedad de la Información.

Las acciones que realiza Fundetec se estructuran en torno a tres grandes áreas:

- Ciudadanos: acciones orientadas a la alfabetización digital de colectivos sociales con más dificultades de acceso a las TIC (inmigrantes, personas mayores, mujeres, entornos rurales, reclusos...)
- Empresas: acciones dirigidas a pymes, microempresas y autónomos, con objeto de mejorar su productividad y competitividad a partir del uso de las TIC.
- HCI: promoción en el entorno empresarial de la iniciativa Hogar Conectado a Internet (HCI), con objeto de impulsar la integración de los empleados en la Sociedad de la Información.

Patronos



red.es

Telefónica

1

Introducción

Objetivos



El objetivo general del estudio es conocer el grado de informatización y uso de Internet por los autónomos españoles, prestando especial atención a los aspectos relacionados con el comercio electrónico.

En la investigación se ha atendido, específicamente, a los siguientes aspectos:

- Grado de informatización:
 - Equipamiento: dispositivos y soluciones.
 - Herramientas específicas: certificado digital y factura electrónica.
 - Beneficios de la incorporación de las TIC.
 - Subvención de la informatización.

El objetivo general del estudio es conocer el grado de informatización y uso de Internet por los autónomos

- Implantación y uso de Internet:
 - Acceso a Internet.
 - Conexión.
 - Usos de Internet.
 - Presencia en Internet:
 - Posesión de página web.
 - Funcionalidades de la web.
 - Utilización de la web:

- Objetivos de la web.
- Percepción de los usos externos.
- Dificultades para estar presente en Internet.
- Redes sociales: conocimiento y uso.

- Comercio electrónico. Venta de productos y servicios:
 - Aspectos generales: experiencia de la venta y fuentes de ingresos.
 - Evolución de las ventas.
 - Los precios online frente a los de la venta tradicional.
 - Formas de pago.
 - Dificultades y beneficios.
 - Motivos de no realización de comercio electrónico y expectativas de beneficios en el supuesto de utilizarlo.
- Comercio electrónico. Compra de productos:
 - Compras: antigüedad y evolución.
 - El precio de los productos frente a los de la compra tradicional.
 - Dificultades y beneficios.
 - Motivos de no realización de comercio electrónico con proveedores y expectativas de beneficios en el supuesto de utilizarlo.
- Percepción de la incidencia de las ayudas en la incorporación de las TIC y consideración de la confianza que se deposita en distintos tipos de asesores tecnológicos.

Metodología



El presente informe de resultados ha sido elaborado por Fundetec en colaboración con la Federación Nacional de Trabajadores Autónomos (ATA) y la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA), y con la participación de IDC, a partir de los resultados de la encuesta realizada entre autónomos de toda España, para conocer la situación de éstos en cuanto a implantación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y, específicamente, su grado de informatización y uso de Internet.

El objetivo que persigue este documento es analizar el grado de incorporación de las TIC al uso profesional por parte del autónomo español, la disponibilidad de las mismas, las herramientas y los beneficios conseguidos por este colectivo.

El informe ha sido elaborado a partir de las encuestas realizadas a un total de 3.454 autónomos

El informe ha sido elaborado a partir de las encuestas realizadas a un total de 3.454 autónomos de los siguientes sectores:

- Automoción, comercio y servicios personales (27,7%).
- *Utilities* y construcción (14,2%).
- Transporte y almacenamiento (6,6%).
- Industria y agricultura (9,8%).

- Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (3,2%).
- Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (8,4%).
- Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar (6,4%).
- Hostelería (10,8%).
- Otras actividades (12,9%).

Las principales características técnicas de la muestra son las siguientes:

- **Ámbito:** España.
- **Universo:** trabajadores autónomos, que según el Régimen Especial de Trabajadores autónomos (RETA), en el verano de 2010 ascendían a 3.126.792 personas.
- **Muestra:** 3.454 casos.
- **Muestreo:** se ha distribuido por sectores de actividad y por comunidades autónomas.
- **Entrevista:** telefónica.
- **Trabajo de campo:** del 8 de noviembre de 2010 al 7 de enero de 2011.
- **Margen de error:** para $p=q=0,5$ y un nivel de confianza del 95,5%, para datos globales es de $\pm 1,70\%$.

Las páginas que siguen contienen la presentación de los resultados de la encuesta, así como la descripción de sus principales características técnicas.

2

Informatización de los trabajadores autónomos

Se trata en este apartado de conocer el grado de informatización de los trabajadores autónomos, atendiendo a su nivel de equipamiento y la utilización de distintos tipos de soluciones o herramientas específicas como el certificado digital y/o la factura electrónica.



2.1 Equipamiento informático

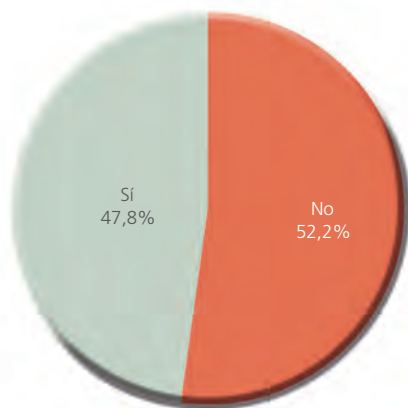
Equipo

Dotación de equipamiento informático

Representan algo menos de la mitad de los trabajadores autónomos (47,8%) los que declaran tener algún tipo de equipamiento informático, independientemente del tipo que sea.

Gráfico 1

Equipamiento informático en su negocio



Base: total muestra (3.454 casos)



Este colectivo presenta claras diferencias por sectores de actividad y por comunidades autónomas, como se indica a continuación, pero también son notables los contrastes en función de la edad de los encuestados, como lo pone de manifiesto el hecho de que la proporción de autónomos con algún equipamiento informático es significativamente superior entre los que tienen menos de 40 años (61,3%), mientras desciende entre los de edades superiores, y es significativamente inferior entre los que tienen 50 años o una edad superior (28,3%).

Tabla 1

Equipamiento informático en su negocio según sector de actividad

| ¿Dispone de algún equipamiento informático en su negocio? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|---|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: | 3.454 | 957 | 491 | 229 | 339 | 111 | 290 | 219 | 445 | 373 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| No | 52,2 | 52,3 | 60 | 58,1 | 53,1 | 16,6 | 39,3 | 53,5 | 54,1 | 53,3 |
| Si | 47,8 | 47,7 | 40 | 41,9 | 46,9 | 83,4 | 60,7 | 46,5 | 45,9 | 46,7 |

Observando los resultados que se registran por sectores de actividad, se aprecia un marcado contraste. El nivel de informatización es significativamente superior en los sectores de actividades financieras, seguros e inmobiliarias y de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios, sien-

do los porcentajes de quienes declaran estar informatizados en esos sectores del 83,4% y 60,7%, respectivamente. En cambio, el nivel de informatización es significativamente inferior en el de *utilities* y construcción, en el que sólo el 40% de los encuestados declara estar informatizado.

Tabla 2

Equipamiento informático en su negocio según comunidad autónoma

| ¿Dispone de algún equipamiento informático en su negocio? | Total | CCAA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|-----------|--------|----------|----------|----------|-----------|--------------------|-----------------|----------|---------------|-------------|---------|--------|--------|---------|------------|----------|-------|---------|---|
| | | Andalucía | Aragón | Asturias | Baleares | Canarias | Cantabria | Castilla-La Mancha | Castilla y León | Cataluña | C. Valenciana | Extremadura | Galicia | Madrid | Murcia | Navarra | País Vasco | La Rioja | Ceuta | Melilla | |
| Base: | 3.454 | 545 | 130 | 65 | 83 | 98 | 71 | 196 | 182 | 543 | 324 | 115 | 305 | 449 | 97 | 66 | 160 | 41 | 4 | 4 | |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| No | 52,2 | 52,5 | 42,9 | 61,4 | 67,1 | 62,1 | 61 | 49,3 | 44,6 | 55,5 | 52,6 | 59,6 | 39,3 | 50,8 | 46,4 | 44,9 | 59,4 | 60,6 | 0 | 50,7 | |
| Si | 47,8 | 47,5 | 57,1 | 38,6 | 32,9 | 37,9 | 39 | 50,7 | 55,4 | 44,5 | 47,4 | 40,4 | 60,7 | 49,2 | 53,6 | 55,1 | 40,6 | 39,4 | 100 | 49,3 | |

La distribución de resultados por comunidades autónomas también pone de manifiesto algunas diferencias reseñables. En ese sentido, hay que señalar que la proporción de autónomos que declaran disponer de algún equipamiento informático es significativamente superior entre los de Galicia (60,7%) y significativamente inferior entre los de Baleares (32,9%).

Entre ambos extremos y con diferencias menos significativas, pero, relevantes, se encuentran comunidades con un porcentaje de autónomos informatizados moderadamente superior al que se registra en el conjunto de la muestra en las comunidades de Aragón (57,1%) y Castilla y León (55,4%); en tanto que es inferior en las de Canarias (37,9%), Asturias (38,6%), Cantabria (39%) y La Rioja (39,4%).

Equipamiento disponible

El ordenador de sobremesa es el equipamiento más frecuente entre los autónomos, seguido a considerable distancia por el portátil y el terminal de punto de venta (TPV).

El nivel de informatización es significativamente superior en los sectores de actividades financieras, seguros e inmobiliarias y de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios

Gráfico 2

Equipamientos informáticos que posee

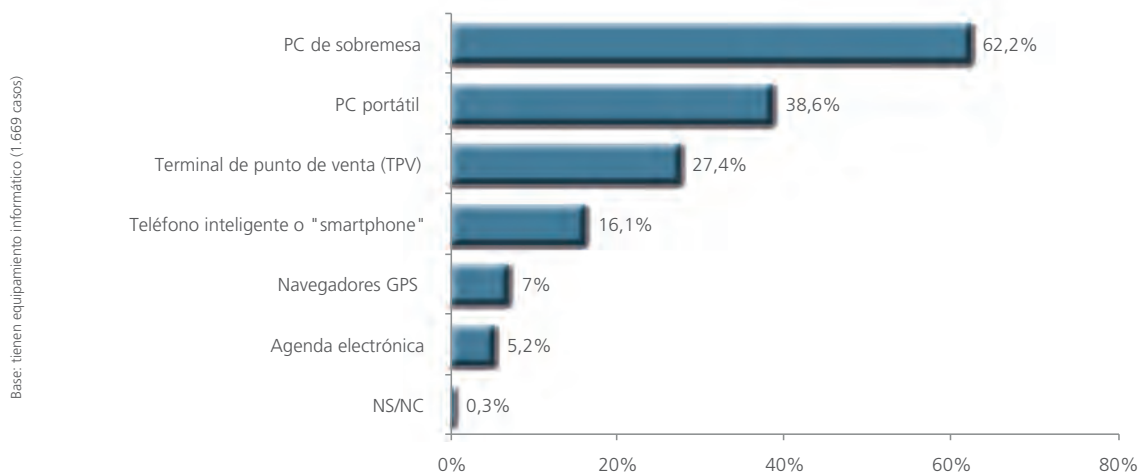


Tabla 3

Equipamientos informáticos que posee según sector de actividad

| Equipamientos informáticos disponibles en el negocio | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tienen equipamiento informático | 1.669 | 453 | 197 | 98 | 159 | 94 | 180 | 109 | 175 | 204 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| PC de sobremesa | 62,2 | 67,8 | 52,1 | 39,9 | 83,2 | 90,4 | 74 | 67,2 | 45,8 | 51,9 |
| PC portátil | 38,6 | 32,5 | 40,4 | 36,4 | 37,2 | 48,8 | 53,6 | 56,1 | 25,4 | 36,7 |
| Terminal de punto de venta (TPV) | 27,4 | 41,7 | 7,1 | 1 | 13,7 | 1 | 14 | 6,5 | 82,5 | 25,6 |
| Agenda electrónica | 5,2 | 3,6 | 8,3 | 7,4 | 2,8 | 9 | 7,1 | 6,3 | 4,4 | 3,4 |
| Teléfono inteligente o smartphone | 16,1 | 8,7 | 37,1 | 27 | 27,8 | 21,9 | 17,8 | 15,2 | 4,7 | 8,3 |
| Navegadores GPS | 7 | 6,1 | 5,1 | 49,3 | 5,6 | 1,8 | 7,2 | 4,2 | 1,1 | 1,8 |
| Ns/Nc | 0,3 | 0 | 1,9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,4 |

Más de seis de cada diez autónomos declaran poseer algún equipamiento informático como PC de sobremesa (62,2%), siendo ese porcentaje significativamente superior entre los de los sectores de actividades financieras, seguros e inmobiliarias (90,4%), industria (83,2%) y el de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (74%). En cambio, la proporción de quienes poseen este equipamiento es inferior en el de transporte y almacenamiento (39,9%), el de hostelería (45,8%) y el que engloba otras actividades (51,9%).

Algo más de una tercera parte de los autónomos que pueden considerarse informatizados (38,6%) declaran poseer ordenador portátil, siendo la proporción de éstos superior en el sector de actividades administrativas y educativas y

de empleados del hogar (56,1%) y el de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (53,6%), mientras es significativamente inferior en el sector de automoción, comercio y servicios personales (32,5%) y el de hostelería (25,4%).

El tercer equipamiento más utilizado son los TPV, cuya presencia, como es lógico, se concentra de forma superior en los sectores de hostelería (82,5%) y de automoción, comercio y servicios personales (41,7%); en tanto que es muy reducida, y en muchos casos, puramente testimonial en los demás sectores, excluyendo el de otras actividades.

El 16,1% de los autónomos posee un teléfono inteligente o smartphone. Su presencia es superior en los sectores de *utilities* y construcción (37,1%), transporte y almacena-

miento (27%) y el de industria (27,8%). Sin embargo, la presencia de este equipamiento es representativamente inferior en los de automoción, comercio y transporte (8,7%), hostelería (4,7%) y el de otras actividades (8,3%).

Es completamente minoritaria la presencia de navegadores GPS (7%), que se concentran especialmente en el sector de transporte y almacenamiento (49,3%), y la agenda electrónica, que declaran poseer sólo el 5,2% de los autónomos con algún equipamiento informático.

Soluciones informáticas

Soluciones informáticas utilizadas

En el apartado de aplicaciones informáticas, las más frecuentes son las de ofimática, como pueden ser, entre

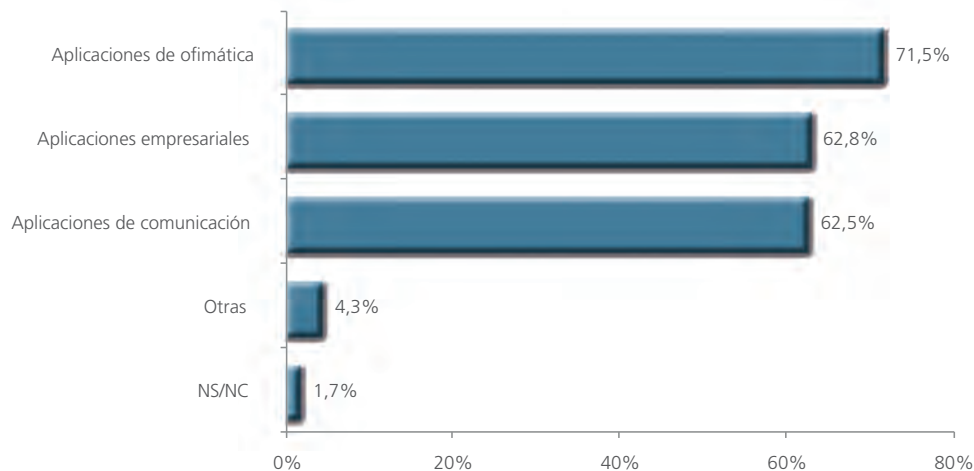
otras, una hoja de cálculo o un programa de tratamientos de textos que declaran poseer algo más de siete de cada diez autónomos informatizados (71,5%). A una distancia no demasiado grande, en cuanto a nivel de presencia, se sitúan las aplicaciones empresariales (62,8%), entre las que se encuentran aplicaciones como las de contabilidad o las vinculadas a actividades más propias o específicas de la actividad productiva, y las de comunicación (62,5%), destacando como la más básica el correo electrónico.

Por sectores, el porcentaje de quienes poseen aplicaciones de ofimática es superior en el de actividades financieras, seguros e inmobiliaria (90,8%) y significativamente inferior en el de hostelería (54,5%).

Por su parte, las aplicaciones empresariales están presentes en un porcentaje representativamente inferior al del conjunto de la muestra de autónomos del sector de transporte

Gráfico 3

Soluciones informáticas utilizadas



Base: tienen equipamiento informático (1.669 casos)

Tabla 4

Soluciones informáticas utilizadas según sector de actividad

| ¿Podría indicar cuál o cuáles de las siguientes soluciones utiliza en su negocio? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|---|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tienen equipamiento informático | 1.669 | 453 | 197 | 98 | 159 | 94 | 180 | 109 | 175 | 204 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| Aplicaciones de ofimática | 71,5 | 71,6 | 71,1 | 57,5 | 84,6 | 90,8 | 80,3 | 85,7 | 54,5 | 65,2 |
| Aplicaciones empresariales | 62,8 | 68,4 | 57,7 | 32,9 | 67,3 | 64,9 | 66,5 | 50,4 | 73,5 | 61,2 |
| Aplicaciones de comunicación | 62,5 | 60,9 | 71,1 | 64,2 | 73,6 | 74,2 | 79,4 | 53,6 | 45,5 | 52,5 |
| Otras | 4,3 | 1,6 | 2,1 | 19,9 | 3,6 | 6,6 | 6,7 | 8,6 | 3,1 | 1,8 |
| Ns/Nc | 1,7 | 2,3 | 2,4 | 3,3 | 0,7 | 0 | 2,3 | 0 | 0,6 | 1,7 |

y almacenamiento (32,9%) y en una proporción ligeramente mayor entre las del sector de hostelería (73,5%).

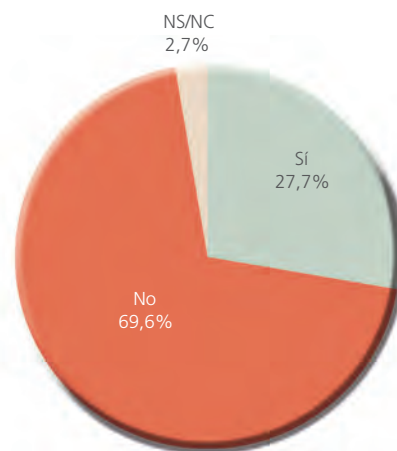
La presencia de aplicaciones de comunicación destaca entre los autónomos informatizados del sector de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (79,4%), mientras que es significativamente inferior entre los de hostelería (45,5%) y de otras actividades (52,5%).

Soluciones informáticas en código abierto: uso y valoración

Representan algo más de uno de cada cuatro autónomos con equipamiento informático (27,7%) los que declaran usar software libre o en código abierto -el que se puede leer, modificar y redistribuir- en alguna de las aplicaciones que poseen, frente a casi siete de cada diez que no lo usan (69,6%).

Gráfico 4

Uso de soluciones informáticas en código abierto



Base: tienen equipamiento informático (1.669 casos)

Tabla 5

Uso de soluciones informáticas en código abierto según sector de actividad

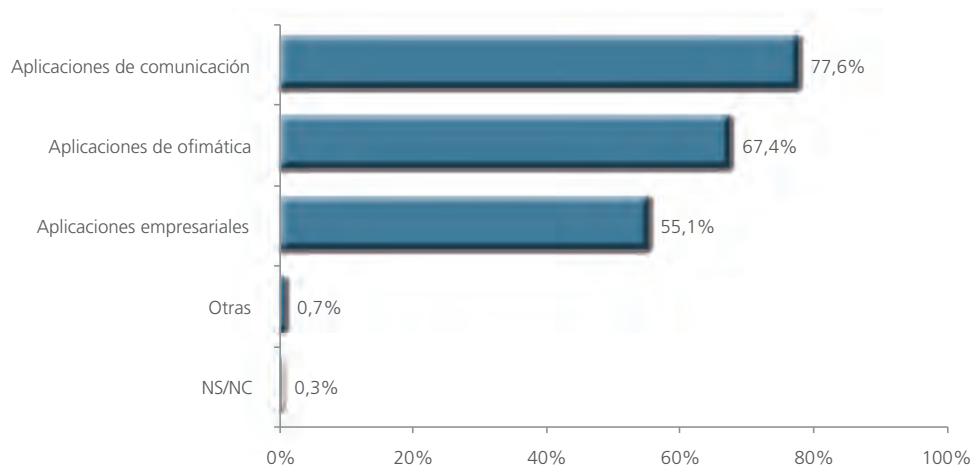
| ¿Utiliza software libre en alguna de las anteriores? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|-------------|---|---------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilidades y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tienen equipamiento informático | 1.669 | 453 | 197 | 98 | 159 | 94 | 180 | 109 | 175 | 204 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| Sí | 27,7 | 25,9 | 22,9 | 25,5 | 24,7 | 30,8 | 38,3 | 27,3 | 33,8 | 24,2 |
| No | 69,6 | 70,5 | 75,2 | 73,6 | 72,2 | 66,9 | 60,1 | 71,7 | 60,1 | 73,9 |
| Ns/Nc | 2,7 | 3,5 | 2 | 0,9 | 3,1 | 2,3 | 1,6 | 1 | 6 | 1,9 |

Esa proporción de quienes utilizan software libre en alguna de sus aplicaciones es superior en el sector de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (38,3%).

Entre quienes utilizan software en código abierto, representan casi un ocho de cada diez (77,6%) quienes lo usan en aplicaciones de comunicación, mientras que los que lo uti-

Gráfico 5

Aplicaciones de soluciones informáticas en código abierto utilizadas

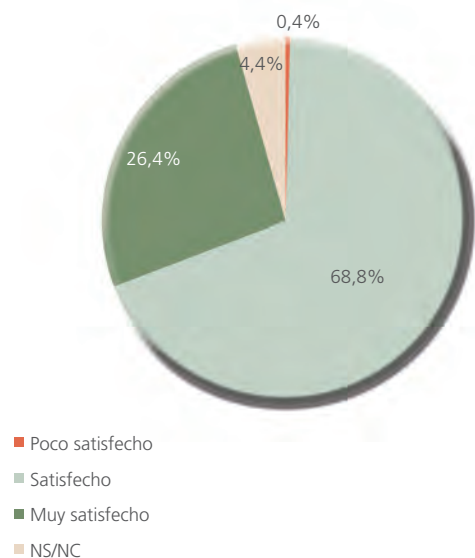


Base: utiliza software libre (451 casos)

lizan en aplicaciones de ofimática suponen un 67,4% y es todavía algo menor la proporción de quienes lo tienen en aplicaciones empresariales (55,1%).

Gráfico 6

Satisfacción con las soluciones informáticas en código abierto utilizadas



Los usuarios de software libre muestran un elevado nivel de satisfacción con las soluciones en código abierto que utilizan, pues representan algo más de uno de cada cuatro los que dicen estar muy satisfechos (26,4%), y casi siete de cada diez los que están bastante satisfechos (68,8%), siendo totalmente testimonial el porcentaje de quienes se muestran poco satisfechos (0,4%) y no habiéndose registrado ningún caso de encuestado que se declarara insatisfecho.

Herramientas de seguridad

Representan algo más de tres de cada cuatro autónomos informatizados los que declaran tener antivirus en su equipamiento informático (77,2%) y algo menos de la mitad los

Gráfico 7

Herramientas de seguridad instaladas

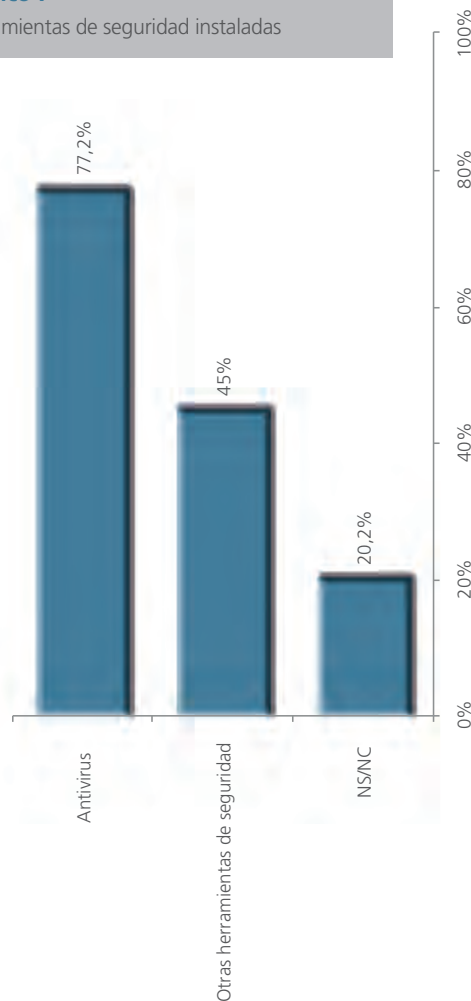


Tabla 6

Herramientas de seguridad instaladas según sector de actividad

| ¿Tiene su negocio instalada alguna de las herramientas de seguridad que le menciono a continuación? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|---|-------------|---|---------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilidades y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tienen equipamiento informático | 1.669 | 453 | 197 | 98 | 159 | 94 | 180 | 109 | 175 | 204 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| Antivirus | 77,2 | 76,9 | 75 | 64,4 | 83 | 92,6 | 87,3 | 85,4 | 63,6 | 75,5 |
| Otras herramientas de seguridad | 45 | 42,1 | 45,9 | 35 | 49,5 | 63,5 | 64 | 41,6 | 39,4 | 37,2 |
| NS/NC | 20,2 | 20,9 | 21,9 | 35,6 | 14,3 | 2,6 | 9,7 | 14,6 | 31,5 | 22,3 |

que tienen otras herramientas de seguridad (45%), como pueden ser cortafuegos, sistemas de detección de intrusos, llaves para protección de software, etc.; en tanto que uno de cada cinco (20,2%) no llega a mencionar ninguna herramienta de seguridad cuando se les pregunta por ellas, lo que puede estar indicando la carencia de las mismas.

El porcentaje de quienes manifiestan tener antivirus es menor al que se registra para el conjunto de la muestra en los sectores de transporte y almacenamiento (64,4%) y de hostelería (63,6%); justo los sectores en que el porcentaje de quienes no llegan a señalar ninguna herramienta de seguridad es significativamente superior: 35,6% y 31,5%, respectivamente.

La presencia de otras herramientas de seguridad es más elevada entre los autónomos de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (63,5%) y el de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (64%), en tanto que es representativamente inferior entre los que se agrupan en otras actividades en general (37,2%).

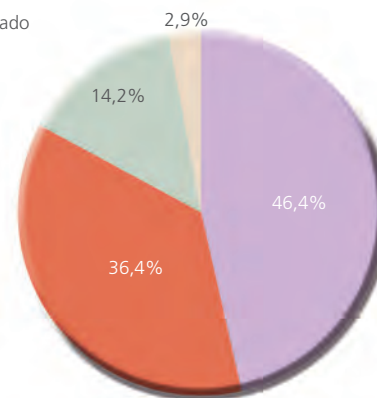
El certificado digital

Algo menos de la mitad de los autónomos informatizados (46,4%) ni siquiera conocen la existencia del certificado di-

Gráfico 8

Conocimiento y posesión de certificado digital

- No lo conozco
- Lo conozco, pero no lo he utilizado
- Lo he utilizado
- NS/NC



Base: tienen equipamiento informático (1.669 casos)

Tabla 7

Conocimiento y posesión de certificado digital según sector de actividad

| ¿Podría decirme si conoce lo que es el certificado digital y, en caso afirmativo, si lo han utilizado en alguna ocasión en su negocio? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tienen equipamiento informático | 1.669 | 453 | 197 | 98 | 159 | 94 | 180 | 109 | 175 | 204 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| No lo conozco | 46,4 | 50 | 62,7 | 54,1 | 41,1 | 23,4 | 24,4 | 23,4 | 53 | 54,6 |
| Lo conozco, pero no lo hemos utilizado | 36,4 | 32,3 | 26 | 31,5 | 39,6 | 52,5 | 46,2 | 41,9 | 40,4 | 34,3 |
| Lo hemos utilizado | 14,2 | 12,8 | 9,3 | 13,3 | 17,3 | 24,1 | 26,6 | 31,8 | 5,3 | 7,3 |
| NS/NC | 2,9 | 4,9 | 2 | 1,2 | 1,9 | 0 | 2,8 | 2,8 | 1,3 | 3,8 |

gital, frente a sólo un 14,2% que declaran haberlo utilizado; mientras algo más de uno de cada tres indican que lo conocen, pero no lo han usado (36,4%).

El nivel de desconocimiento del certificado digital es significativamente superior entre los autónomos informatizados del sector de *utilities* y construcción -cuyo porcentaje se sitúa en el 62,7%- y, entre los de otras actividades, el porcentaje de los que desconocen este instrumento es de un 54,6%.

Sin embargo, la proporción de quienes declaran conocer el certificado digital, aunque no lo hayan utilizado, es superior entre los autónomos del sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (52,5%). Asimismo, es también mayor en ese mismo sector (24,1%) los que lo han empleado, al igual que los de actividades profesionales, científicas,



Gráfico 9

Conocimiento y uso de factura electrónica



Base: tienen equipamiento informático (1.669 casos)

técnicas, salud y servicios (26,6%) y el de actividades administrativas, educativas y de empleados del hogar (31,8%).

La factura electrónica

La distribución de porcentajes de usuarios y conocedores de la factura electrónica es similar a la que se registraba a propósito del certificado digital, aunque el porcentaje de usuarios es incluso inferior.

La proporción de quienes declaran conocer el certificado digital, aunque no lo hayan utilizado, es superior entre los autónomos del sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias

Tabla 8

Conocimiento y uso de factura electrónica según sector de actividad

| ¿Podría decirme si conoce lo que es la factura electrónica y, en caso afirmativo, si la ha utilizado en alguna ocasión en su negocio? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|---|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tienen equipamiento informático | 1.669 | 453 | 197 | 98 | 159 | 94 | 180 | 109 | 175 | 204 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. No la conozco | 49,6 | 51,2 | 62,9 | 58,3 | 36,2 | 28,8 | 27,8 | 48,9 | 47,9 | 62,5 |
| B. La conozco, pero no la he utilizado | 38,5 | 36 | 26,1 | 33,9 | 45 | 54,8 | 55,1 | 43,9 | 45 | 28,3 |
| C. La he utilizado | 9,1 | 7,8 | 10,6 | 5,8 | 15,4 | 15,5 | 14,8 | 5,2 | 5,2 | 6,6 |
| D. NS/NC | 2,8 | 5,1 | 0,5 | 2 | 3,5 | 0,9 | 2,3 | 2 | 1,9 | 2,5 |

Representan prácticamente la mitad de los autónomos informatizados los que desconocen este instrumento (49,6%), mientras que algo más de tres de cada diez (38,5%) manifiestan conocerlo sin utilizarlo y sólo algo menos de uno de cada diez (9,1%) declaran usarlo.

La proporción de quienes desconocen este instrumento de gestión es significativamente superior en los sectores de *utilities* y construcción (62,9%) y el que engloba otras actividades en general (62,5%), mientras que el de los que lo

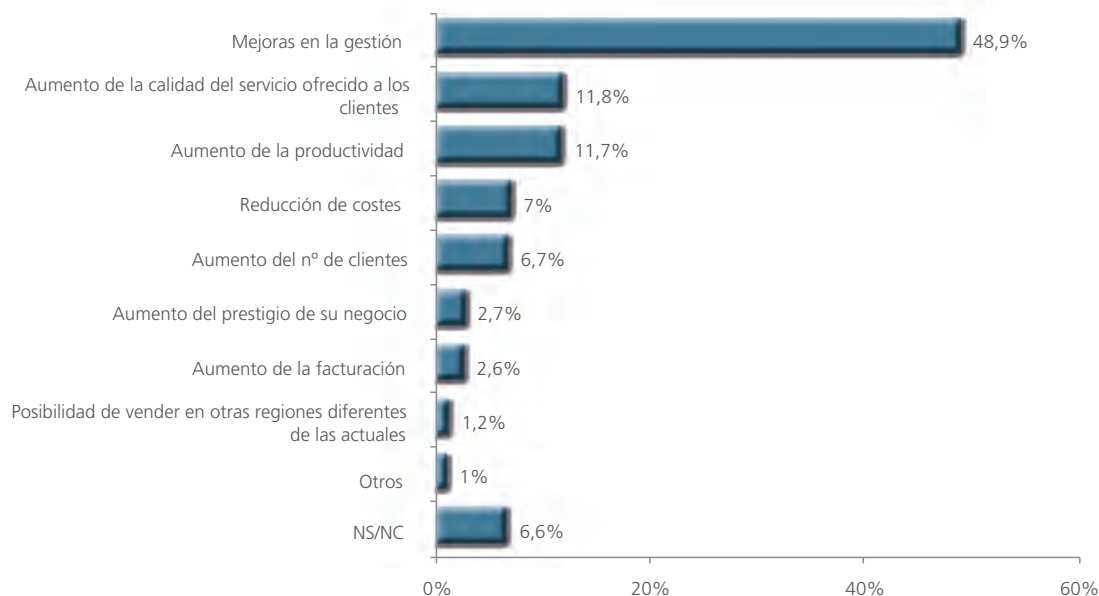
conocen, aunque no lo hayan utilizado, es también superior entre los autónomos de los sectores de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (54,8%) y el de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (55,1%).

Por su parte, el porcentaje de quienes manifiestan haber utilizado este instrumento es superior en los sectores de la industria (15,4%) y los de los dos tipos de actividades en los que se ha señalado que también era mayor el nivel de conocimiento, aunque no se usara este instrumento.

2.2 Los beneficios de la incorporación de las TIC

Gráfico 10

Principales beneficios de la incorporación de las TIC



Base: tienen equipamiento informático (1.669 casos)

Las mejoras en la gestión son el beneficio que una mayor proporción de autónomos informatizados señalan como el principal de la incorporación de las TIC a su actividad (48,9%). A considerable distancia, se sitúan los dos más mencionados: el aumento de la calidad del servicio ofrecido a los clientes (11,8%) y el de la productividad (11,7%).

A continuación, están la reducción de costes (7%), el aumento del número de clientes (6,7%), el del prestigio del negocio (2,7%), de la facturación (2,6%) y, en último lugar, la ampliación de su ámbito geográfico comercial (1,2%).

Tabla 9

Principales beneficios de la incorporación de las TIC según sector de actividad

| Señale cuál es el principal beneficio encontrado en la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a su negocio | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tienen equipamiento informático | 1.669 | 453 | 197 | 98 | 159 | 94 | 180 | 109 | 175 | 204 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Reducción de costes | 7 | 7,1 | 7,5 | 7 | 3,2 | 4 | 8,1 | 5,3 | 7,3 | 8,8 |
| B. Posibilidad de vender en otras regiones diferentes de las actuales | 1,2 | 1,8 | 1,8 | 0 | 1,3 | 0 | 1,4 | 0 | 0 | 1,4 |
| C. Aumento del nº de clientes | 6,7 | 6,6 | 4,3 | 2,3 | 6,7 | 7,3 | 9,3 | 7,9 | 3,7 | 9,1 |
| D. Aumento de la facturación | 2,6 | 2,9 | 1,5 | 9,1 | 3,5 | 2,7 | 1,7 | 2,5 | 1,1 | 1,7 |
| E. Aumento de la calidad del servicio ofrecido a los clientes | 11,8 | 13,6 | 6,2 | 9,3 | 8,9 | 18,4 | 7,8 | 18,9 | 13,6 | 12,3 |
| F. Mejoras en la gestión | 48,9 | 47,6 | 56 | 43,6 | 52,3 | 48,7 | 54,4 | 45,1 | 49 | 43,9 |
| G. Aumento del prestigio de su negocio | 2,7 | 4 | 3,1 | 2 | 0,6 | 2,3 | 0,6 | 2 | 1,7 | 4,1 |
| H. Aumento de la productividad | 11,7 | 8 | 10,2 | 13,9 | 18,3 | 15,6 | 13 | 12,7 | 11 | 12,3 |
| I. Otros | 1 | 0,6 | 0,9 | 4,4 | 0,6 | 0 | 0,7 | 0,9 | 1,2 | 0,9 |
| J. NS/NC | 6,6 | 7,7 | 8,6 | 8,3 | 4,7 | 1 | 3 | 4,7 | 11,4 | 5,5 |

Sólo puntualmente se observan diferencias significativas entre los distintos sectores a la hora de señalar el principal beneficio de la informatización. Son mayores los porcentajes que hacen referencia a las mejoras en la gestión entre autónomos de los sectores de *utilities* y construcción (56%) y el de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (54,4%), en tanto que el de los que hacen refe-

rencia al aumento de la calidad del servicio ofrecido a los clientes es superior entre los del sector de actividades administrativas, educativas y de empleados del hogar (18,9%) y el de los que aluden al incremento de la facturación es también mayor entre los autónomos dedicados al transporte y almacenamiento (9,1%).

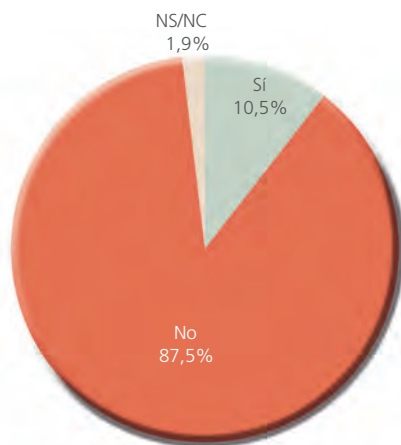
2.3 Subvenciones en la informatización

Disponibilidad de subvenciones

Uno de cada diez autónomos que tiene algún equipamiento informático (10,5%) señala que ha obtenido alguna subvención para informatizar su negocio.

Gráfico 11

Disponibilidad de subvenciones



Base: Tienen equipamiento informático (1.669 casos)



Tabla 10

Disponibilidad de subvenciones según sector de actividad

| ¿Ha dispuesto de alguna subvención a la hora de informatizar su negocio? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | | |
|--|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|--|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades | |
| Base: tienen equipamiento informático | 1.669 | 453 | 197 | 98 | 159 | 94 | 180 | 109 | 175 | 204 | |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | |
| A. Sí | 10,5 | 12,2 | 5,8 | 1,8 | 14,2 | 12,9 | 11,9 | 27,1 | 8 | 7,3 | |
| B. No | 87,5 | 86 | 92,8 | 98,2 | 82,7 | 84 | 86,6 | 71,9 | 88,1 | 91,2 | |
| C. NS/NC | 1,9 | 1,9 | 1,5 | 0 | 3,1 | 3,2 | 1,5 | 1 | 3,9 | 1,6 | |

Por sectores, el porcentaje de quienes han recibido alguna subvención para la informatización es superior en el de actividades administrativas, educativas y de empleados del hogar (27,1%) y significativamente inferior, entre los de *utilities* y construcción (5,8%) y de transporte y almacenamiento (1,8%)

Importancia de las subvenciones

Entre quienes han recibido alguna subvención para la informatización de su negocio, parece estar fuera de duda, no obstante, la importancia de ésta. Para algo más de una tercera parte de beneficiarios (37,7%), esta ayuda ha tenido mucha importancia y, para otra tercera parte (34,4%), bastante. Sólo para algo más de uno de cada diez habría tenido poca importancia (10,7%) y apenas para un 2,1%, ésta habría sido nula.

Gráfico 12

Importancia de las subvenciones

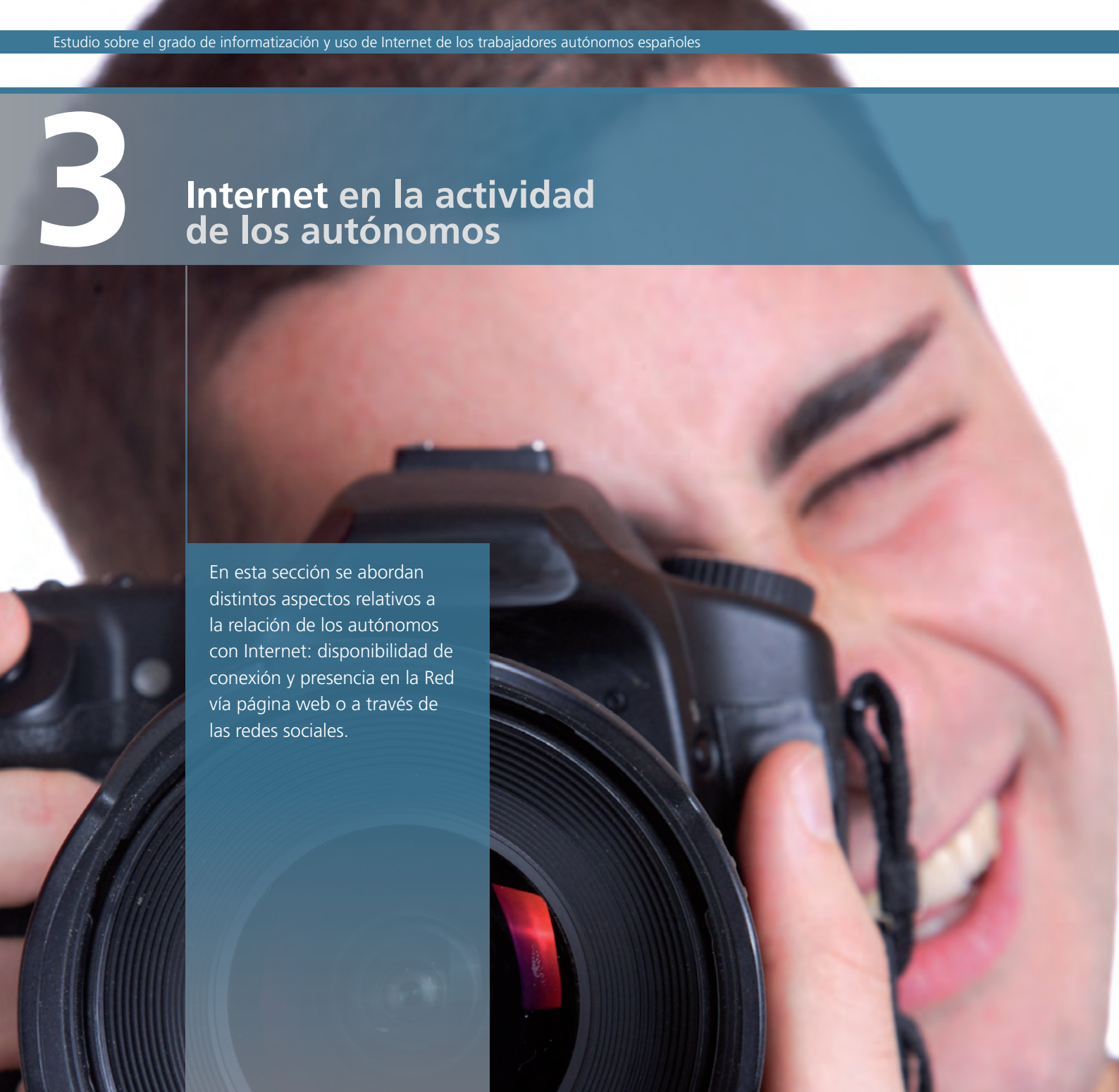


Base: ha dispuesto de alguna subvención (186 casos)

3

Internet en la actividad de los autónomos

En esta sección se abordan distintos aspectos relativos a la relación de los autónomos con Internet: disponibilidad de conexión y presencia en la Red vía página web o a través de las redes sociales.



3.1 Implantación y uso de Internet

Acceso a Internet y usos

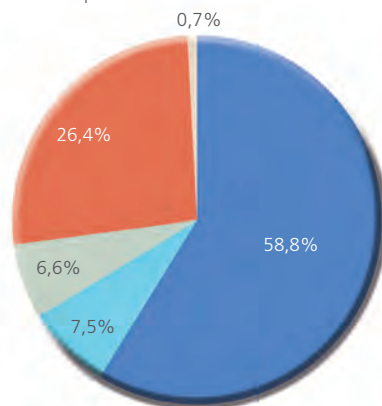
Conexión a Internet

Casi tres de cada cuatro autónomos declaran tener acceso a Internet utilizando mayoritariamente una conexión fija, pero también sólo móvil o ambas; mientras que algo más de uno de cada cuatro no tienen ningún tipo de conexión.

Gráfico 13

Acceso a Internet y tipo de conexión

- Sí tiene acceso con conexión fija
- Sí tiene acceso con conexión móvil
- Sí tiene acceso con ambos tipos de conexión
- No tiene
- NS/NC



Base: tienen equipamiento informático (1.669 casos)



Tabla 11

Acceso a Internet y tipo de conexión según sector de actividad

| ¿Podría decirme si tiene su negocio acceso a Internet y, en caso afirmativo, con qué tipo de conexión? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tienen equipamiento informático | 1.669 | 453 | 197 | 98 | 159 | 94 | 180 | 109 | 175 | 204 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Sí tiene acceso con conexión fija | 58,8 | 60,9 | 55,5 | 31,1 | 65,2 | 77,2 | 75,7 | 72,7 | 50,9 | 48,7 |
| B. Sí tiene acceso con conexión móvil | 7,5 | 2,4 | 16,2 | 21,8 | 4,5 | 4,7 | 6,4 | 8 | 5,9 | 7,7 |
| C. Sí tiene acceso con ambos tipos de conexión | 6,6 | 5,3 | 8,1 | 10,2 | 11 | 15,5 | 5,5 | 7,3 | 2,2 | 4,9 |
| D. No tiene | 26,4 | 30,8 | 18,8 | 37 | 17,9 | 2,6 | 11,9 | 11,9 | 40,3 | 37,7 |
| E. NS/NC | 0,7 | 0,7 | 1,5 | 0 | 1,3 | 0 | 0,4 | 0 | 0,6 | 1 |

La proporción de quienes no tienen acceso a Internet es superior entre los autónomos de los sectores de transporte y almacenamiento (37%), el de hostelería (40,3%) y el de otras actividades (37,7%), mientras que es significativamente inferior, señalando los sectores en que la conexión a Internet es mayor, en el de *utilities* y construcción (18,8%), actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (2,6%), actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (11,9%) y el de actividades administrativas, educativas y empleados del hogar (11,9%).

La opción mayoritaria es la de quienes disponen sólo de conexión fija, que poseen casi seis de cada diez autónomos informatizados (58,8%), siendo ese porcentaje superior en los sectores de actividades financieras, seguros e inmo-

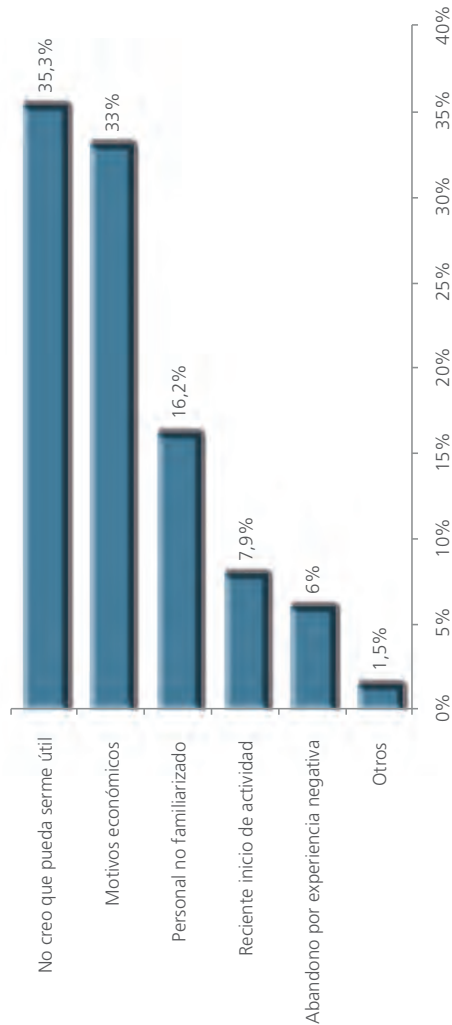
liarias (77,2%), el de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (75,7%) y el de actividades administrativas, educativas y empleados del hogar (72,7%).

Sin embargo, son relativamente reducidos los porcentajes de quienes disponen sólo de conexión móvil a Internet (7,5%) y el de quienes tienen ambos tipos de conexión (6,6%), siendo el de los primeros mayor en los sectores de *utilities* y construcción (16,2%) y el de transporte y almacenamiento (21,8%), mientras el de los segundos es superior entre los autónomos del sector de la industria (11%) y el de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (15,5%).

Entre los autónomos con algún recurso informático que no tienen acceso a Internet, los motivos más mencionados son el no creer que les pueda resultar útil (35,3%) y por razones

Gráfico 14

Motivos de no acceso a Internet



Base: no tienen acceso a Internet (412 casos)

económicas (33%), que pueden suponerse vinculadas a los costes de implantación y mantenimiento.

Con menos volumen de alusiones, están la falta de familiaridad (16,2%), siendo relativamente minoritarias el reciente

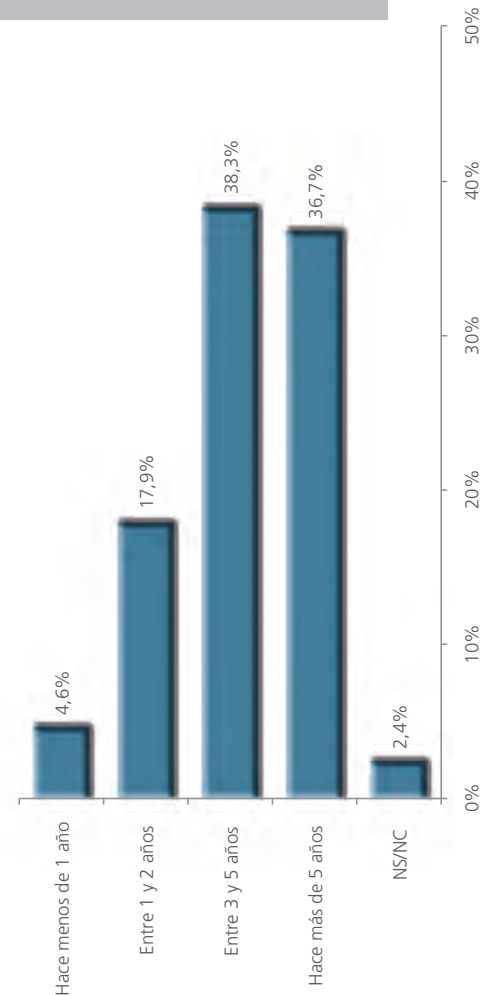
inicio de la actividad (7,9%) y el abandono por tener una experiencia negativa (6%).

Antigüedad del acceso a Internet

La mayoría de quienes tienen acceso a Internet -tres de cada cuatro autónomos- es desde hace al menos tres años;

Gráfico 15

Antigüedad de acceso a Internet



Base: tienen acceso a Internet (1.245 casos)

Tabla 12

Antigüedad de acceso a Internet según sector de actividad

| ¿Cuánto tiempo hace que su negocio dispone de acceso a Internet? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|-------------|---|---------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilidades y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: Tiene acceso a Internet | 1.245 | 314 | 158 | 65 | 130 | 92 | 158 | 97 | 103 | 128 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Hace menos de 1 año | 4,6 | 3,3 | 4,9 | 6 | 5,5 | 2,3 | 3,6 | 4,1 | 4 | 8 |
| B. Entre 1 y 2 años | 17,9 | 20,1 | 19,9 | 25,4 | 7,6 | 9 | 11,9 | 10 | 24 | 25,9 |
| C. Entre 3 y 5 años | 38,3 | 34,9 | 48 | 42,6 | 40,1 | 40 | 35,8 | 34,1 | 37,5 | 36,8 |
| D. Hace más de 5 años | 36,7 | 39,6 | 24,8 | 22,3 | 44,3 | 48,8 | 45,8 | 50,6 | 30,6 | 26,6 |
| E. NS/NC | 2,4 | 2,2 | 2,4 | 3,7 | 2,5 | 0 | 2,8 | 1,3 | 3,9 | 2,8 |

el 38,3% la tiene desde hace entre tres y cinco años y el 36,7%, desde hace más de cinco años.

El porcentaje de quienes tienen conexión con mayor antigüedad es casi similar en los sectores de industria (84,4%), actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (88,8%), actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (81,6%) y el de actividades administrativas, educativas y de empleados del hogar (84,7%).

Por su parte, la proporción de quienes declaran estar conectados desde hace dos años o menos es del 31,4% en los sectores de transporte y almacenamiento y del 33,9%, el de otras actividades.

Usos de Internet

El uso más generalizado de Internet son las comunicaciones vía correo electrónico, siendo un instrumento que declaran utilizar más de nueve de cada diez de los autónomos que tienen acceso a la Red (92,2%). El segundo más menciona-



Gráfico 16

Aplicaciones de soluciones informáticas en código abierto utilizadas



Base: tienen acceso a Internet (1.245 casos)

do es la búsqueda de información de productos y servicios, al que aluden casi dos de cada tres autónomos conectados a Internet (64,8%).

El porcentaje de quienes tienen conexión con mayor antigüedad es casi similar en los sectores de industria (84,4%) y actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (88,8%)

Las proporciones de quienes aluden a los demás usos son, en todos los casos, inferiores a la mitad de la base de en-

cuestados, siendo los principales: la realización de trámites con otras entidades (45,7%), la comunicación con clientes y proveedores (32,3%), el acceso a la propia página web (29,7%) o los trámites con la Administración (22,4%).

Pueden considerarse usos minoritarios: la gestión de pedidos (16%), formación (14,2%), análisis de competencia (12,4%), búsqueda de oportunidades de negocio (8,6%) y la negociación de condiciones de compra (4,5%).

En conjunto, no se observan diferencias significativas en cuanto a los usos y utilidades que se da a la conexión y acceso a Internet en los distintos sectores de actividad de los autónomos.

Tabla 13

Usos de Internet según sector de actividad

| ¿Cuáles son los usos y utilidad que su negocio da a Internet? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|---|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tiene acceso a Internet | 1.245 | 314 | 158 | 65 | 130 | 92 | 158 | 97 | 103 | 128 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| Utilización de correo electrónico | 92,2 | 93,6 | 90,9 | 97,3 | 94,2 | 87,2 | 92,1 | 90,7 | 87,9 | 93,4 |
| Búsqueda de información / productos y servicios | 64,8 | 64,7 | 47 | 54,9 | 68,1 | 67,7 | 72,9 | 69,3 | 56 | 75,4 |
| Acceso a la propia página web | 29,7 | 33,6 | 22,9 | 19,7 | 34,3 | 37 | 28,3 | 23,7 | 35 | 28,2 |
| Comunicaciones con clientes y proveedores | 32,3 | 29,7 | 35,1 | 33,4 | 44,7 | 36,9 | 38,5 | 32,3 | 16,8 | 27,6 |
| Negociar las condiciones de compra | 4,5 | 4,2 | 6,6 | 9,5 | 8,1 | 2,7 | 1,6 | 4,3 | 2,9 | 4 |
| Gestionar pedidos | 16 | 17,8 | 13,5 | 25,3 | 16 | 8,6 | 19,7 | 9,6 | 17,8 | 13,8 |
| Trámites con la Administración | 22,4 | 19 | 19 | 22,5 | 28 | 26,7 | 27,9 | 30,6 | 9,5 | 23,7 |
| Trámites con otras entidades | 45,7 | 39,6 | 38,8 | 45,8 | 61,1 | 53,3 | 51,5 | 54,8 | 31,7 | 47,1 |
| Formación | 14,2 | 10,3 | 8 | 18 | 10,3 | 14,2 | 16,7 | 46,1 | 5,8 | 13,9 |
| Análisis de la competencia | 12,4 | 13,7 | 13,4 | 8,3 | 13,5 | 16,6 | 8,7 | 8,3 | 4,9 | 18,1 |
| Búsqueda de oportunidades de negocio | 8,6 | 6,8 | 9,6 | 14,5 | 7,5 | 14,2 | 10,3 | 4,2 | 4,7 | 9,3 |
| Otros | 0,5 | 1,3 | 0 | 1,3 | 0 | 1,1 | 0 | 0 | 0 | 0,7 |
| NS/NC | 1 | 1,3 | 0 | 0 | 0,8 | 0 | 1,4 | 1,1 | 4,3 | 0 |

Presencia en Internet

Posesión de página web

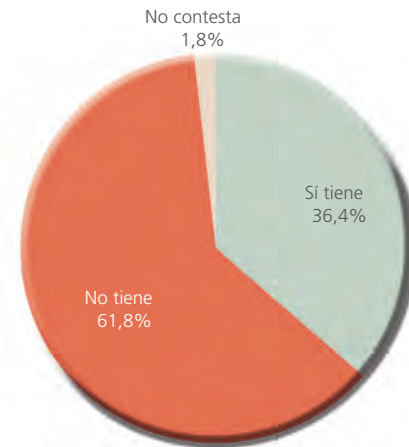
Algo más de la tercera parte de quienes tienen acceso a Internet (36,4%) manifiestan poseer página web, frente a más de seis de cada diez que no la tienen (61,8%).

La práctica totalidad de las páginas web de profesionales autónomos tienen información del negocio (95,7%)

El porcentaje de quienes poseen página web es significativamente superior entre los autónomos del sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (52,3%), mientras que el de quienes no la tienen es mayor entre los de los sectores de *utilities* y construcción (72,4%) y el de transporte y almacenamiento (77,5%).

Gráfico 17

Posesión de página web



Base: tienen acceso a Internet (1.245 casos)

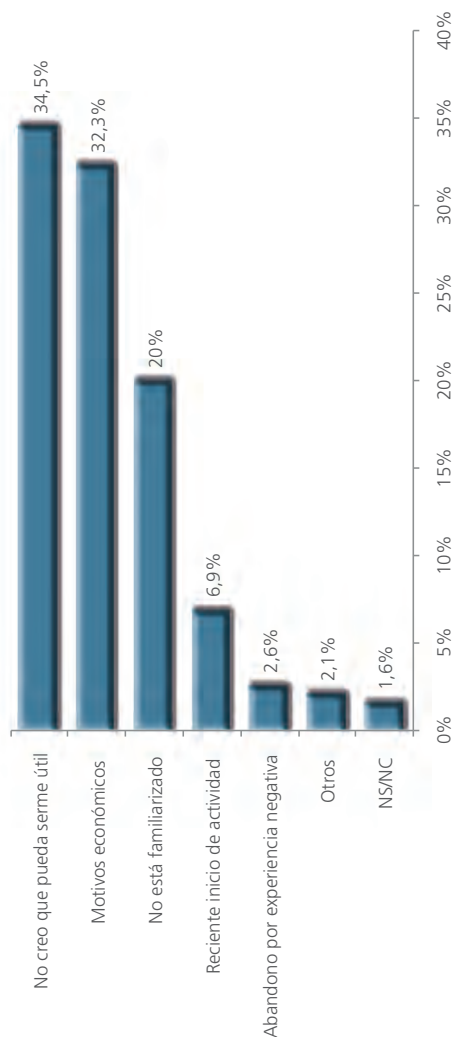
Tabla 14

Posesión de página web según sector de actividad

| ¿Tiene su negocio página web? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tiene acceso a Internet | 1.245 | 314 | 158 | 65 | 130 | 92 | 158 | 97 | 103 | 128 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Sí tiene | 36,4 | 39,9 | 26,3 | 22,5 | 38,2 | 52,3 | 37,2 | 34,8 | 43,3 | 32,6 |
| B. No tiene | 61,8 | 58,4 | 72,4 | 77,5 | 59,2 | 47,7 | 59,1 | 63,9 | 55,8 | 65,1 |
| No contesta | 1,8 | 1,7 | 1,3 | 0 | 2,6 | 0 | 3,7 | 1,3 | 0,8 | 2,4 |

Gráfico 18

Causas de no posesión de página web

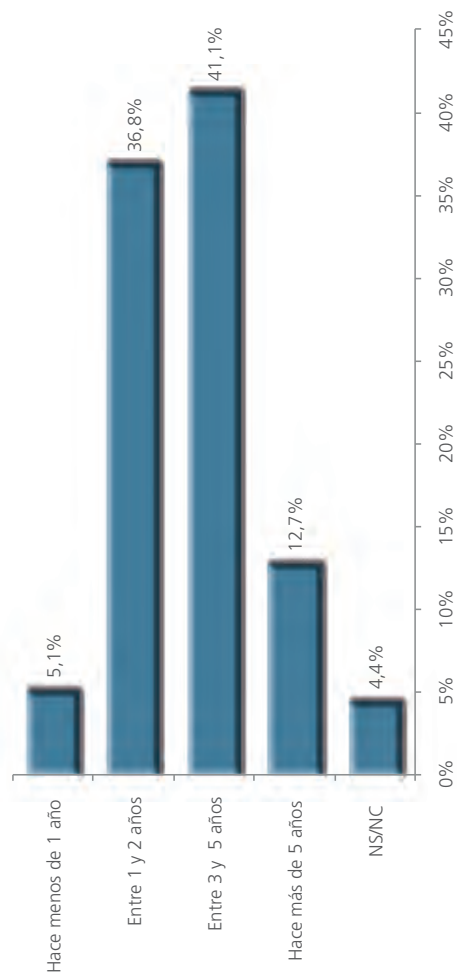


Base: no tienen página web (776 casos)

posesión de conexión a Internet: el no considerarla útil (34,5%), razones económicas (32,3%) y la falta de familiaridad con estas herramientas (20%).

Gráfico 19

Antigüedad de la página web



Base: tienen página web (448 casos)

Quienes no tienen página web señalan, como principales motivos, los mismos que se indicaban para explicar la no

Antigüedad de la página web

La antigüedad de la página web -de entre uno y cinco años- representa a algo más de tres de cada cuatro autónomos (77,9%), siendo el sector de actividades administrativas, educativas y los empleados del hogar (70,1%) el que más antigüedad tiene -entre tres y cinco años-.

Funcionalidades de la web

La práctica totalidad de las páginas web (95,7%) de profesionales autónomos tienen información del negocio; más de siete de cada diez (72,6%) un catálogo de productos y/o servicios y algo más de cuatro de cada diez (41,7%), sistemas de contacto vía Internet.

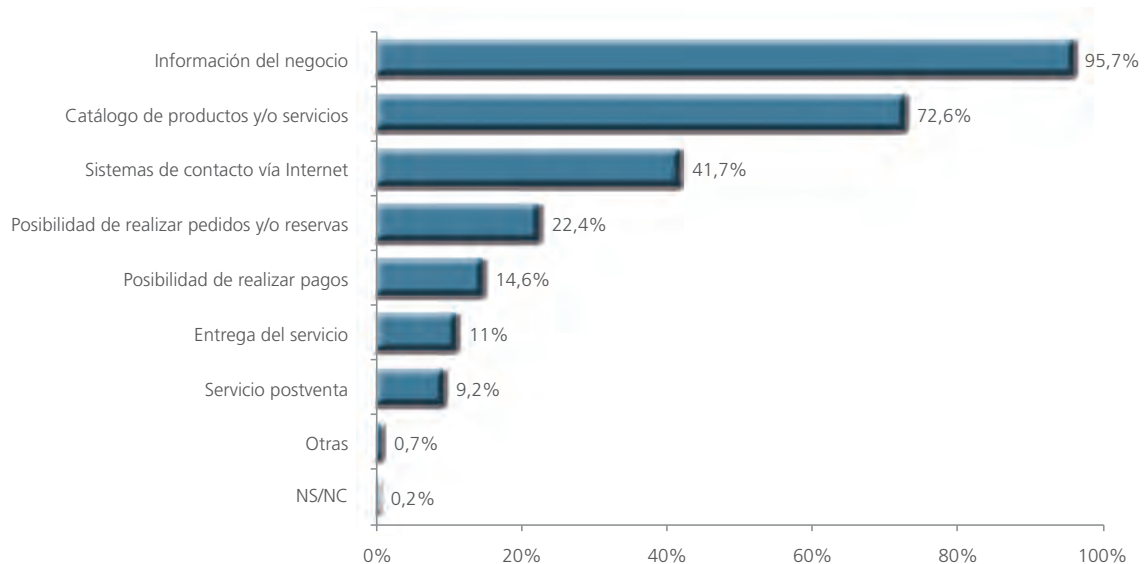
Otras utilidades presentes, aunque menos frecuentes, son la posibilidad de realizar pedidos y/o reservas (22,4%), pagos (14,6%), la entrega de servicios (11%) y servicios postventa (9,2%).

Objetivos principales de la web

El principal objetivo que la mayoría de los autónomos declara que tiene para su página web es la captación de clientes (35,8%) y, a continuación, el hacer publicidad (27,3%) y ofrecer información de productos (17%). Las alusiones a los demás objetivos recogidos representan, en todos los casos, una proporción inferior a uno de cada diez.

Gráfico 20

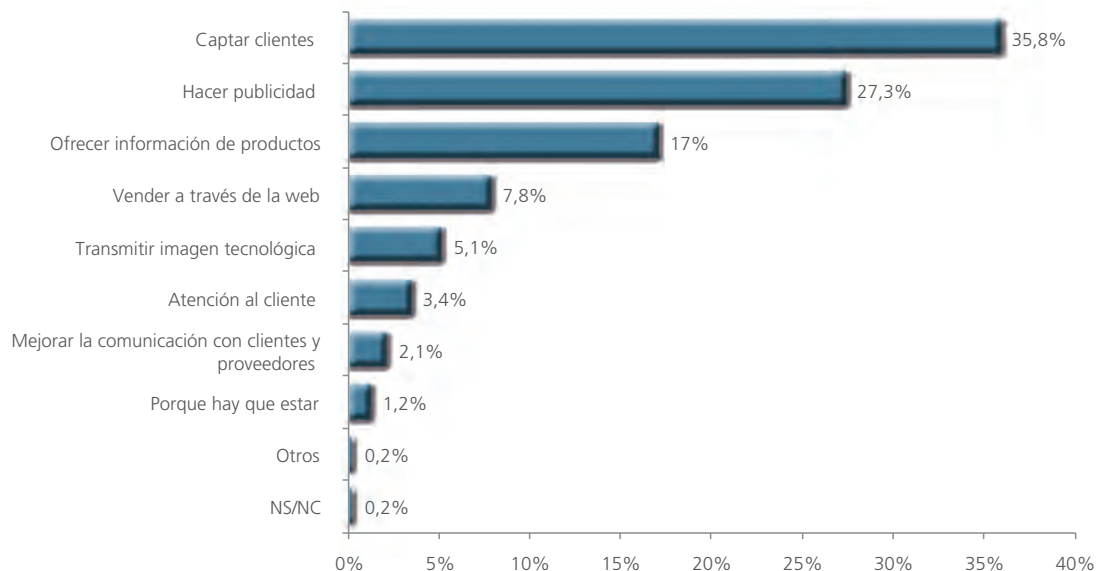
Funcionalidades o características de la web



Base: tienen página web (448 casos)

Gráfico 21

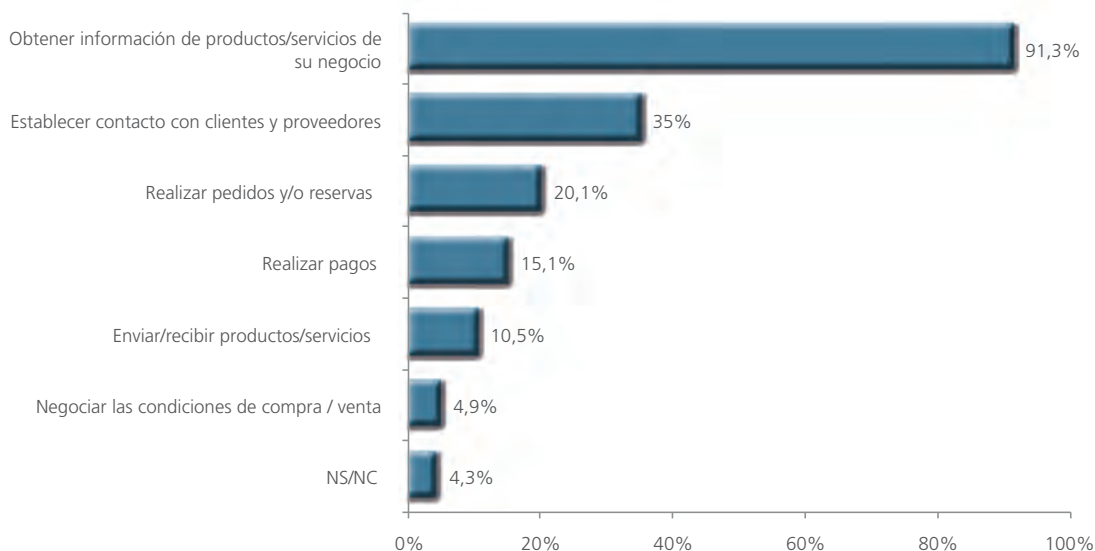
Objetivos principales de la página web



Base: tienen página web (448 casos)

Gráfico 22

Usos de la web por los clientes y proveedores



Base: tienen página web (448 casos)

Percepción de lo que utilizan los usuarios de la web

Algo más de nueve de cada diez autónomos poseedores de página web (91,3%) señalan que el principal uso de ésta por parte de sus clientes y proveedores es obtener información de los productos o servicios de su negocio y, a gran distancia, se sitúan otros usos como el establecer contactos con clientes y proveedores (35%), realizar pedidos o reservas (20,1%), pagos (15,1%), enviar o recibir productos o servicios (10,5%) y negociar condiciones de compra o venta (4,9%).

Dificultades afrontadas para la presencia en Internet

Algo más de uno de cada tres propietarios de página web (36,7%) señalan que no tuvieron ninguna dificultad especial a la hora de prepararse para tener presencia en Internet.

Quienes sí señalan alguna dificultad se refieren, casi por igual, a la falta de formación (30,9%) y de recursos (29,7%).

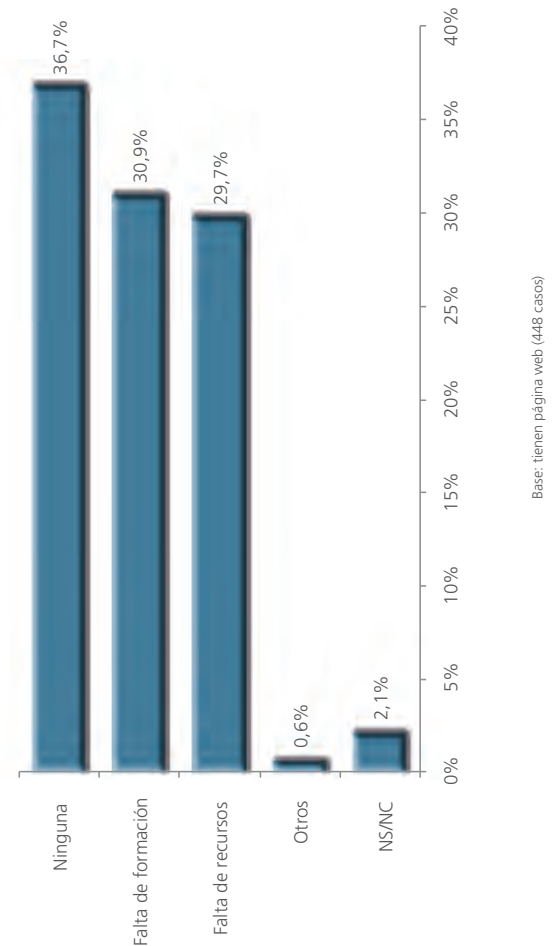
Redes sociales

Conocimiento

Casi nueve de cada diez autónomos que tienen acceso a Internet declaran saber o tener alguna noticia de lo que son las redes sociales (87,1%), mientras algo más de uno de cada diez (11,5%) señalan no conocerlas; situación que se da en mayor proporción a medida que se incrementa la edad de los encuestados, de modo que entre los autónomos que tienen acceso a Internet de más de 50 años el porcentaje de quienes desconocen las redes sociales se eleva hasta el 26,7%.

Gráfico 23

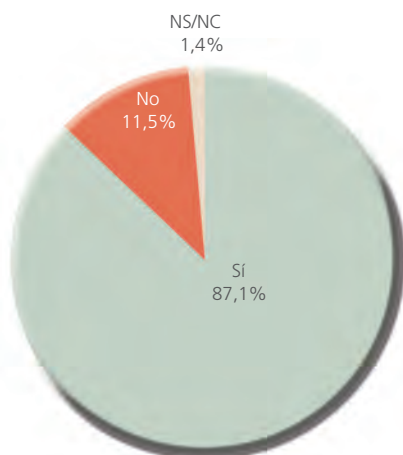
Dificultades encontradas al prepararse para su presencia en Internet



Por sectores, hay que señalar que el nivel de desconocimiento es superior entre los autónomos del sector de automoción, comercio y servicios personales (18,4%).

Gráfico 24

Conocimiento de las redes sociales



Base: tienen acceso a Internet (1.245 casos)

Uso

Entre quienes conocen las redes sociales representan algo más de uno de cada tres (37,3%) los que las utilizan, siendo ese porcentaje superior entre los que tienen menos de 30 años (64,5%) o entre 31 y 40 (46,3%) y, significativamente, inferior, entre los que tienen entre 41 y 50 años (24,5%) o más de 50 (20,3%).

Por sectores, hay que señalar que el porcentaje de quienes utilizan las redes sociales es superior en los de hostelería (46,4%) y el de otras actividades (49,5%), mientras que el de los que no las utilizan es mayor en el de *utilities* y construcción (72,4%) y el de industria (71,6%).

Redes usadas

Entre quienes utilizan las redes sociales, la más usada es Facebook, que lo es por casi ocho de cada diez autónomos que utilizan alguna (79,6%). A considerable distancia, se sitúan los que utilizan Twitter (22,3%) y LinkedIn (7,6%).

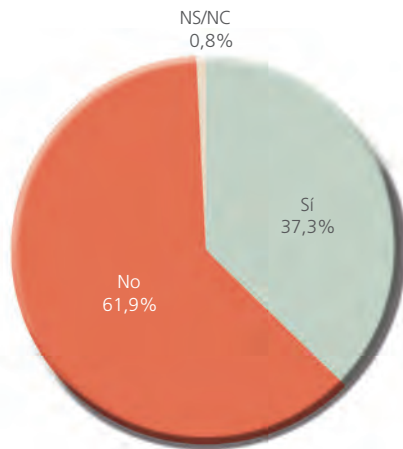
Tabla 15

Antigüedad de acceso a Internet según sector de actividad

| ¿Conoce usted las redes sociales, aunque sólo sea de oídas? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | | |
|---|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|--|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades | |
| Base: tiene acceso a Internet | 1.245 | 314 | 158 | 65 | 130 | 92 | 158 | 97 | 103 | 128 | |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | |
| A. Sí | 87,1 | 79,8 | 87 | 85,4 | 85,7 | 91,4 | 92,1 | 94,5 | 87,3 | 89,6 | |
| B. No | 11,5 | 18,4 | 11,6 | 14,6 | 14,3 | 7,6 | 5 | 5,5 | 12,7 | 8,1 | |
| C. NS/NC | 1,4 | 1,8 | 1,4 | 0 | 0 | 0,9 | 2,9 | 0 | 0 | 2,3 | |

Gráfico 25

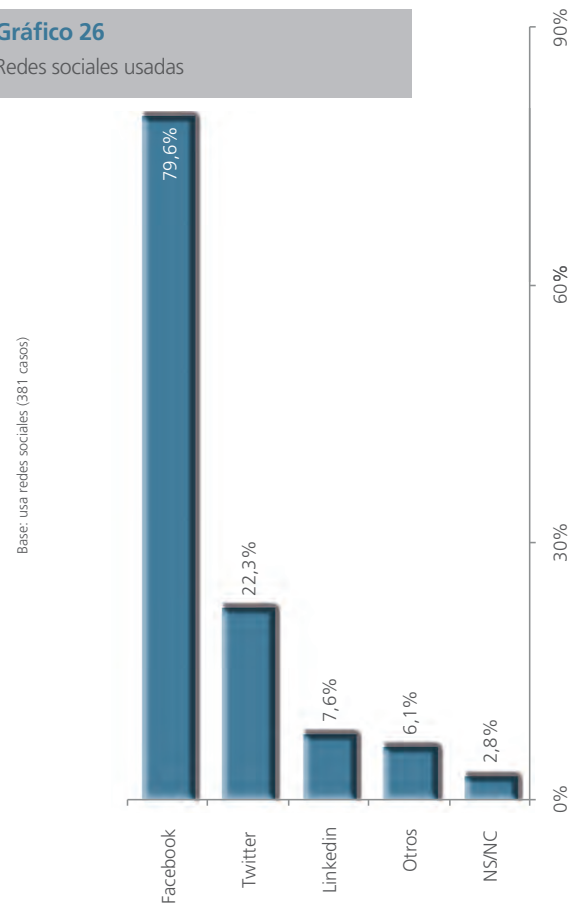
Uso de redes sociales



Base: conocen las redes sociales (1.082 casos)

Gráfico 26

Redes sociales usadas



Base: usa redes sociales (381 casos)

Tabla 16

Uso de las redes sociales según sector de actividad

| ¿Usa usted las redes sociales? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|---------------------------------|-------------|---|---------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilidades y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: conoce las redes sociales | 1.082 | 249 | 139 | 56 | 111 | 84 | 146 | 92 | 90 | 115 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Sí | 37,3 | 39,1 | 27,6 | 28,3 | 28,4 | 30,9 | 40,2 | 29,5 | 46,4 | 49,5 |
| B. No | 61,9 | 59,8 | 72,4 | 69,9 | 71,6 | 68,1 | 59,1 | 69,4 | 50,7 | 50,5 |
| C. NS/NC | 0,8 | 1,1 | 0 | 1,8 | 0 | 1 | 0,7 | 1,1 | 2,9 | 0 |

4

Comercio electrónico con clientes

Se analizan dentro de este capítulo los aspectos básicos relacionados con la práctica de la venta por Internet, entendiendo, por tal, todas aquellas operaciones de venta en las que el compromiso de adquisición de los clientes se realice a través de la página web del autónomo, independientemente de que la búsqueda, negociación, pago o entrega del producto o servicio se realice por este medio.



4.1 La venta de productos y servicios

Aspectos generales

Experiencia de la venta por Internet

Apenas llegan a representar uno de cada diez autónomos con acceso a Internet (9,3%) los que venden algún producto o servicio por este canal y, en su gran mayoría, han comenzado a realizar esta actividad en los últimos cinco años.

Se trata de una actividad claramente ligada a la edad, pues mientras entre los menores de 30 años que tienen acceso a Internet el porcentaje de quienes venden productos o servicios por este canal representan el 13,1%, entre los que tienen 41 años o más ese porcentaje es de sólo el 1,9%.

Apenas llegan a representar uno de cada diez autónomos con acceso a Internet (9,3%) los que venden algún producto o servicio por este canal

No se registran grandes diferencias de comportamiento en función de los sectores de actividad, a lo sumo, se puede señalar que entre los autónomos que tienen acceso a Internet en el sector de la industria es mayor el porcentaje de quienes venden productos o servicios por la Red, situándose éste en el 11,2%.

Gráfico 27

La venta por Internet

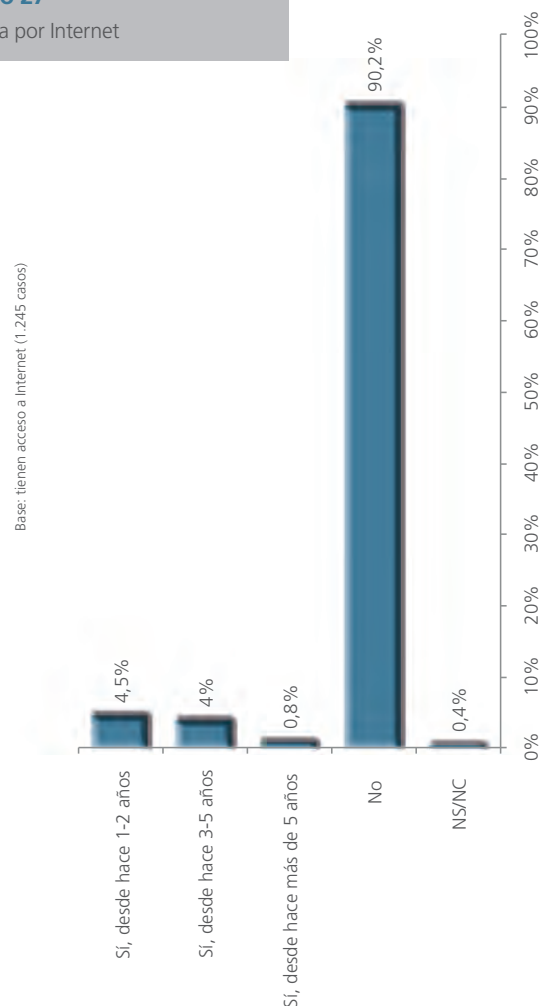


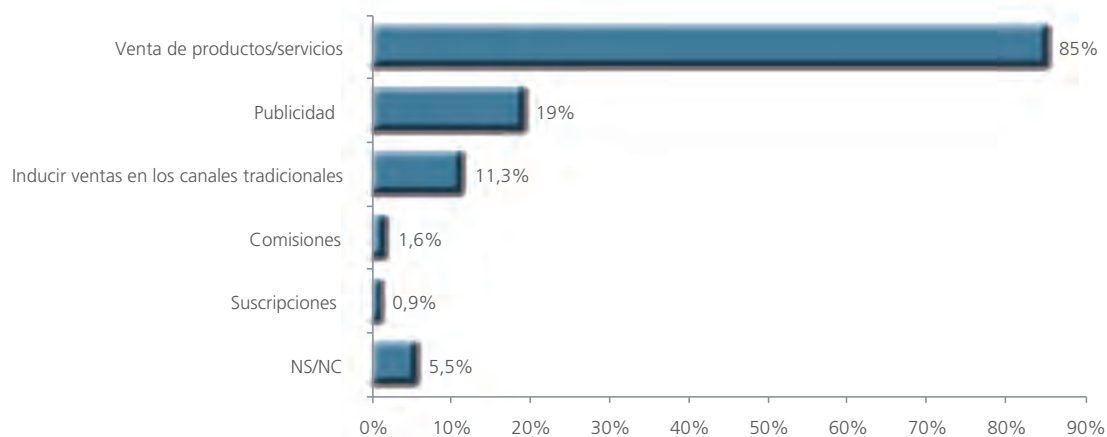
Tabla 17

La venta por Internet según sector de actividad

| ¿Vende actualmente su negocio productos/servicios a clientes a través de Internet? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tiene acceso a Internet | 1.245 | 314 | 158 | 65 | 130 | 92 | 158 | 97 | 103 | 128 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| B. Sí, desde hace 1-2 años | 4,5 | 6 | 2 | 1,6 | 8 | 4,7 | 4,7 | 0 | 0 | 7,9 |
| C. Sí, desde hace 3-5 años | 4 | 2,7 | 2,7 | 8 | 11,2 | 5,2 | 3,2 | 0 | 2,1 | 4,9 |
| D. Sí, desde hace más de 5 años | 0,8 | 0,6 | 1,2 | 2 | 0 | 2,4 | 0 | 0 | 1,7 | 0,6 |
| E. No | 90,2 | 88,9 | 94,1 | 88,4 | 80,8 | 87,7 | 92,1 | 100 | 96,2 | 86,5 |
| F. NS/NC | 0,4 | 1,8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Gráfico 28

Fuentes de ingresos por Internet



Base: venden por Internet (110 casos)

Fuentes de ingresos a través de Internet

Se trata en este punto de contextualizar la venta por Internet en relación a otras fuentes de ingresos que los autónomos tienen a través de este canal.

Para la gran mayoría de los autónomos que venden por Internet (85%), la propia venta de productos y servicios es la fuente de ingresos del negocio a través de la Red.

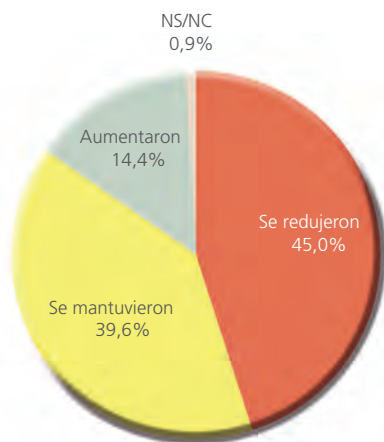
A considerable distancia, se encuentran otras fuentes de ingresos en la Red como la publicidad (19%) o la inducción de las ventas en los canales tradicionales (11,3%). Es puramente testimonial la presencia de comisiones (1,6%) o suscripciones (0,9%).

Evolución en los últimos 12 meses

Para algo menos de la mitad de quienes venden por Internet (45%), las ventas en el último año se redujeron, mien-

Gráfico 29

Evolución de las ventas por Internet con respecto al año anterior



Base: venden por Internet (110 casos)

tras que para casi cuatro de cada diez (39,6%) se mantuvieron estables y para más de uno de cada diez (14,4%) aumentaron.

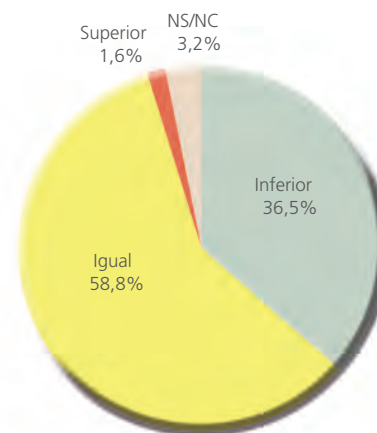
El proceso de venta

Los precios

La mayoría de los autónomos que venden por Internet (58,8%) señalan que los precios son iguales a los de la venta tradicional, y algo más de uno de cada tres (36,5%) indica que es inferior. Sólo el 1,6% señala que los precios por la Red se incrementan respecto a los de la venta en el canal tradicional.

Gráfico 30

Los precios en Internet



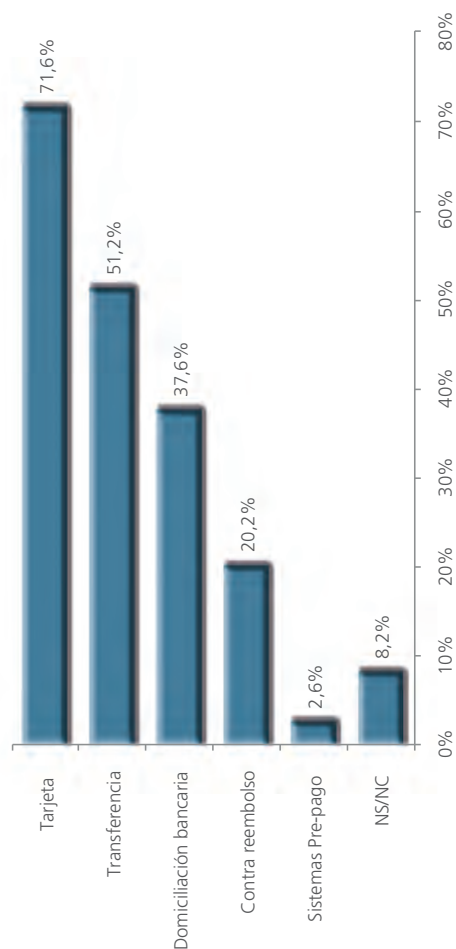
Base: venden por Internet (110 casos)

Los medios de pago

La tarjeta es el medio de pago que una mayor proporción de quienes venden por Internet (71,6%) señala que más se utiliza, situándose a continuación la transferencia (51,2%). Otros medios de pago menos mencionados son la domiciliación bancaria (37,6%), el contra reembolso (20,2%) y, sólo por una minoría, los sistemas prepago (2,6%).

Gráfico 31

Los medios de pago de la venta por Internet



Base: venden por Internet (110 casos)

Otros aspectos relacionados con este sistema de venta

Dificultades de implantación

En cuanto a la dificultad de la implantación del sistema de venta por Internet, algo más de una tercera parte de quienes utilizan este canal (35,4%) señalan que no tuvieron ningún problema.

Las alusiones a problemas concretos más frecuentes se refieren a los hábitos de compra de los clientes (22,2%) y los relacionados con la seguridad informática (21,6%).

En cuanto a la dificultad de la implantación del sistema de venta por Internet, algo más de una tercera parte de quienes utilizan este canal señalan que no tuvieron ningún problema

Son mucho menos frecuentes otros problemas como el desconocimiento de la posibilidad para el propio negocio (7,9%), la dificultad para acceder a las nuevas tecnologías (3,2%), el considerar que se tiene un público inadecuado (2,1%), los costes para el cliente (1,9%), la logística (1,9%) y los excesivos costes de venta (0,6%).

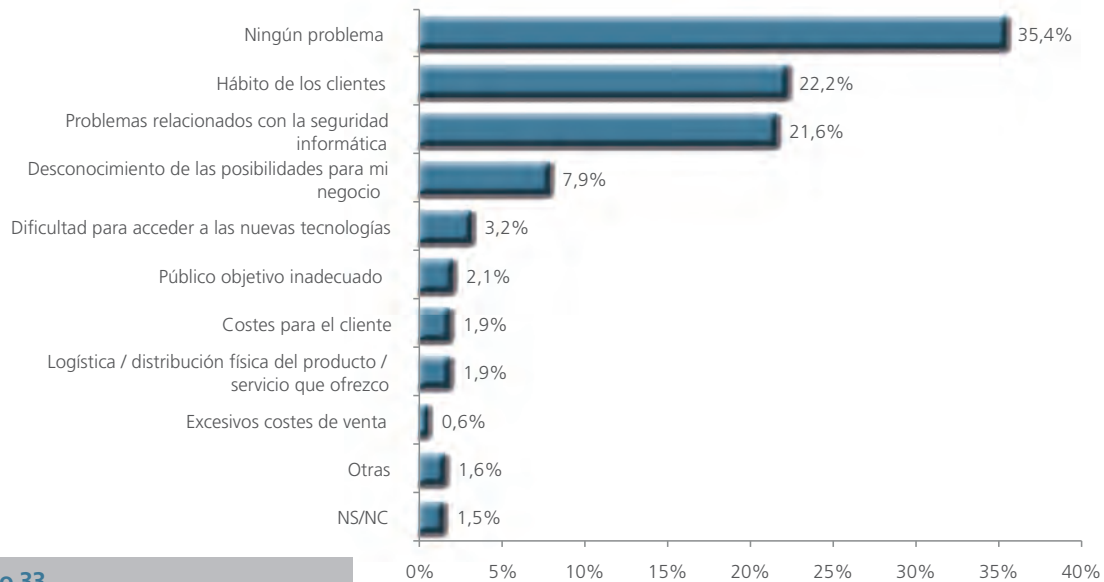
Beneficios de la venta por Internet

En referencia a la venta por Internet, los principales beneficios señalados son el aumento del número de clientes (28,6%) y la simplificación del proceso de venta y gestión (23,6%).

Otros beneficios apreciablemente menos mencionados son el aumento de la calidad del servicio (11,5%), la posibilidad de ampliar el ámbito geográfico en que se vende (11,3%),

Gráfico 32

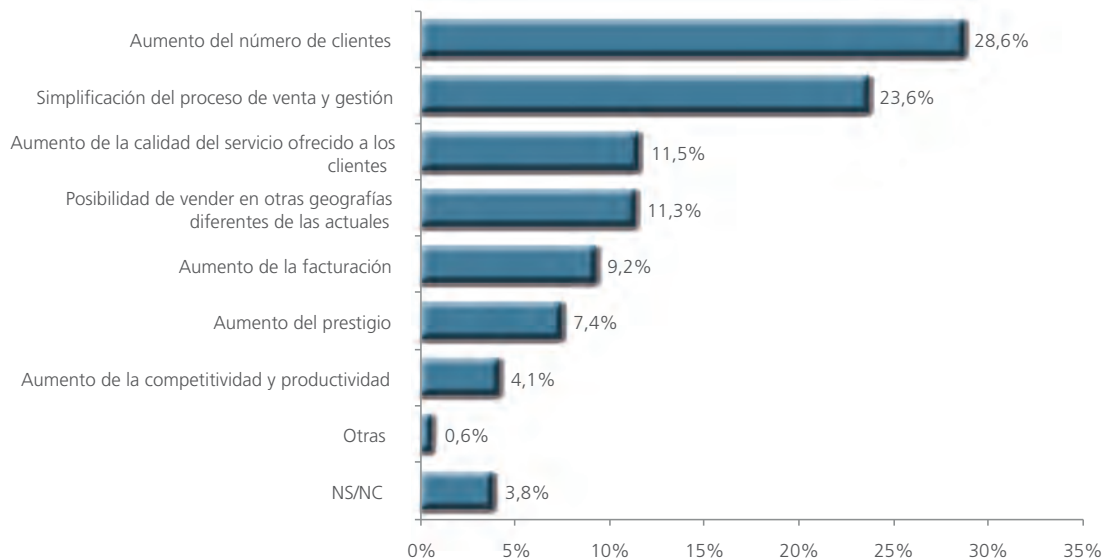
Principal dificultad de implantación de la venta por Internet



Base: venden por Internet (110 casos)

Gráfico 33

Beneficios del comercio electrónico con clientes



Base: venden por Internet (110 casos)

4.2 Autónomos que no venden por Internet

Motivos

El principal motivo para los autónomos que no venden por Internet es que consideran que su producto es inadecuado para ser vendido por este canal (29%) y, el segundo, que no se lo han planteado (22,9%).

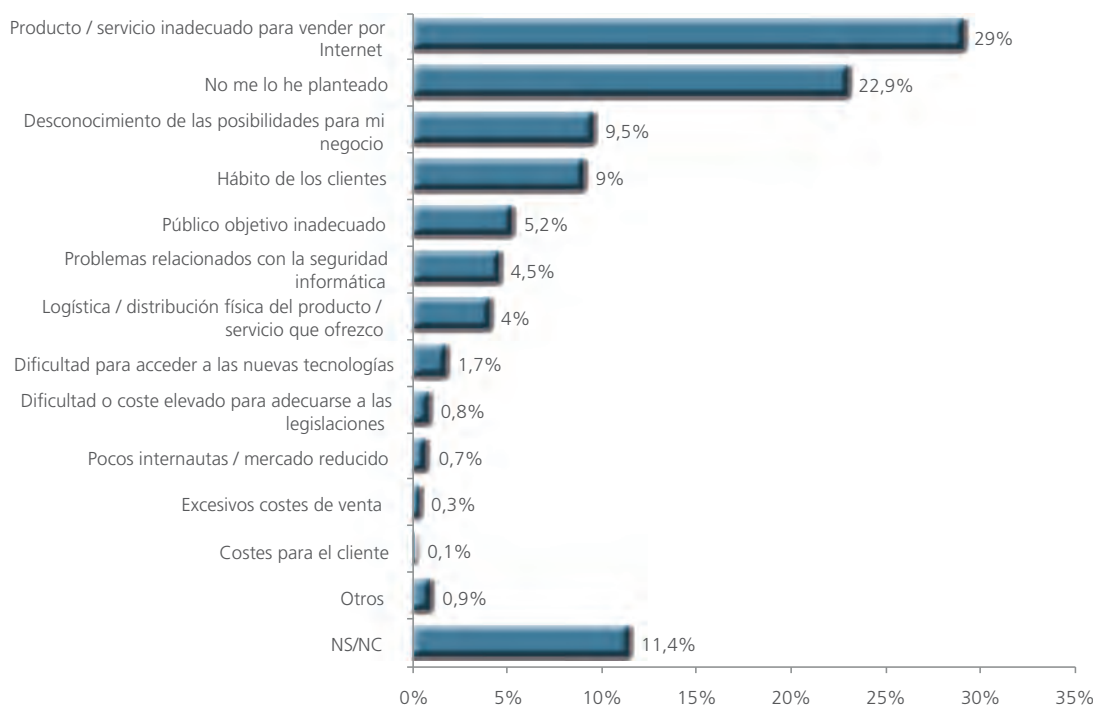
A continuación, los más aludidos, pero, claramente menos que los anteriores, son el desconocimiento de las posibil-

dades para el propio negocio (9,5%) y los hábitos de los clientes (9%).

Observando la distribución de resultados por sectores, se aprecia que sólo puntualmente se registran diferencias significativas a la hora de señalar el principal motivo por el que los autónomos no venden por Internet.

Gráfico 34

Motivos por los que no venden por Internet



Base: no venden por Internet (1.129 casos)

Tabla 18

Motivos por los que no venden por Internet según sector de actividad

| Señale el principal motivo por el que su negocio no vende actualmente a través de Internet | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: no vende por Internet | 1.129 | 281 | 149 | 58 | 106 | 82 | 146 | 97 | 99 | 111 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. No me lo he planteado | 22,9 | 24,3 | 32 | 14,1 | 29,7 | 11,4 | 13,9 | 25,9 | 21,7 | 24,5 |
| B. Problemas relacionados con la seguridad informática | 4,5 | 7,9 | 1,4 | 2 | 6,3 | 6,1 | 4,6 | 0 | 1,1 | 5,3 |
| C. Desconocimiento de las posibilidades para mi negocio | 9,5 | 12,3 | 7,1 | 29,4 | 14,2 | 4 | 5,2 | 2 | 5,1 | 11,3 |
| D. Hábito de los clientes | 9 | 8,4 | 8,7 | 1,5 | 15,4 | 6,9 | 4,8 | 7,8 | 11,6 | 13,4 |
| E. Dificultad para acceder a las nuevas tecnologías | 1,7 | 0,7 | 3,3 | 1,5 | 1 | 0 | 2,7 | 2,4 | 1,9 | 1,6 |
| F. Pocos internautas / mercado reducido | 0,7 | 0,8 | 0 | 2,1 | 2,1 | 1 | 0,6 | 1,8 | 0 | 0 |
| G. Costes para el cliente | 0,1 | 0 | 0 | 0 | 0,9 | 0 | 0,6 | 0 | 0 | 0 |
| H. Excesivos costes de venta | 0,3 | 0,6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1,1 |
| I. Público objetivo inadecuado | 5,2 | 2,8 | 3,4 | 5,2 | 0,9 | 6,4 | 10,1 | 4,7 | 6,9 | 7 |
| J. Logística / distribución física del producto / servicio que ofrezco | 4 | 2,2 | 3,2 | 11,5 | 0,7 | 8,1 | 5,3 | 5,3 | 7,6 | 0,7 |
| K. Producto / servicio inadecuado para vender por internet | 29 | 32,6 | 26,2 | 18,1 | 22 | 39,3 | 28,7 | 40,6 | 35,6 | 18,8 |
| L. Dificultad o coste elevado para adecuarse a las legislaciones | 0,8 | 0,8 | 0 | 1,8 | 0 | 1,4 | 0,9 | 0 | 0 | 1,8 |
| N. Otros | 0,9 | 1,7 | 1,2 | 1,7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1,8 |
| M. NS/NC | 11,4 | 5,1 | 13,6 | 11,1 | 6,7 | 15,3 | 22,6 | 9,4 | 8,5 | 12,6 |

En ese sentido, hay que señalar que el porcentaje de quienes señalan que su producto o servicio es inadecuado para la venta por Internet es mayor en el sector de actividades administrativas, educativas y de empleados del hogar (40,6%); en tanto que el de quienes declaran no haberlo planteado es superior en el de *utilities* y construcción (32%), y el de los que aluden al desconocimiento de las posibilidades para su negocio es también superior en el de transporte y almacenamiento (29,4%).

Beneficios esperados

Entre quien no vende por Internet, tampoco parece estar claro los beneficios que podrían obtenerse si se utilizara

este canal. Uno de cada tres autónomos que no venden en la Red (31,5%) no llegan a mencionar ningún posible beneficio de la venta y algo más de uno de cada cuatro (26,1%) señalan que no habría ningún beneficio.

Quienes sí mencionan alguno se refieren, principalmente, al aumento del número de clientes (15,7%), de la competitividad y productividad (6,8%) y de la facturación (6,5%), siendo reducidos los porcentajes de quienes aluden a otros beneficios.

Observando la distribución de los datos por sectores de actividad, tan sólo se puede señalar como relevante el inferior porcentaje de encuestados que en el sector de automoción, comercio y servicios personales no llegan a mencionar un

Gráfico 35

Beneficios que encontraría en la venta por Internet



Base: no venden por Internet (1.129 casos)

Tabla 19

Beneficios que encontraría en la venta por Internet según sector de actividad

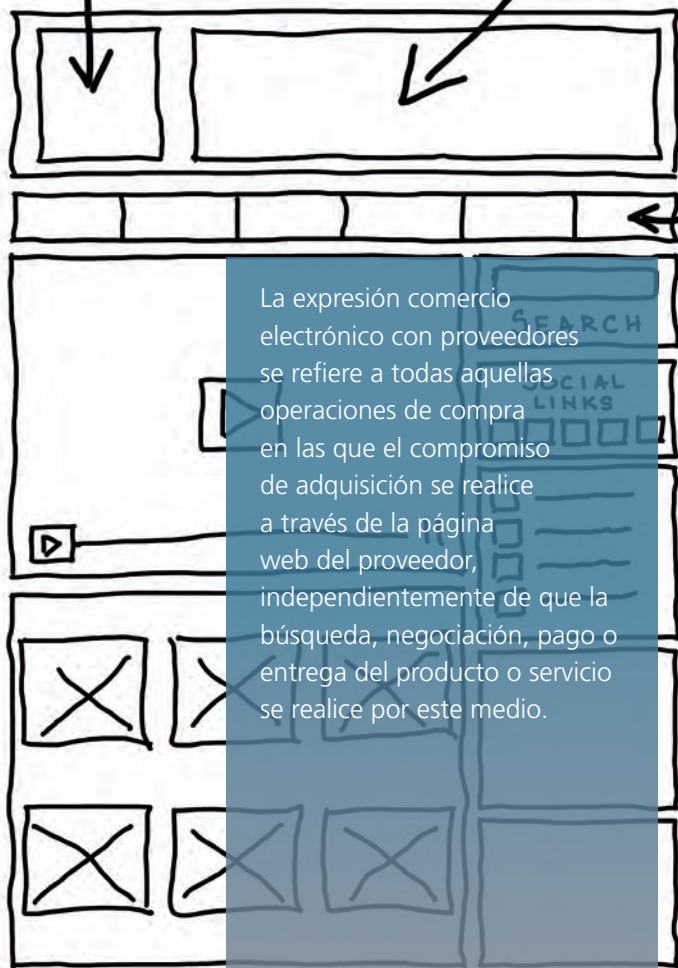
| Señale el principal beneficio que encontraría si su negocio vendiera a través de Internet. | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: No vende por Internet | 1.129 | 281 | 149 | 58 | 106 | 82 | 146 | 97 | 99 | 111 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Simplificación del proceso de venta | 3 | 3,5 | 0,7 | 4,4 | 3,9 | 1,2 | 2,3 | 0,9 | 4,4 | 5,2 |
| B. Reducción de costes | 1,1 | 1,1 | 0 | 1,7 | 1,8 | 1,4 | 0,6 | 2,5 | 0 | 2 |
| C. Posibilidad de vender en otras regiones diferentes de las actuales | 2,8 | 4,4 | 0,7 | 0 | 6 | 3,8 | 2,5 | 2 | 2,3 | 2,3 |
| D. Aumento del número de clientes | 15,7 | 17 | 18,3 | 10,8 | 20,4 | 7,4 | 11,1 | 17 | 12,1 | 20,1 |
| E. Aumento de la facturación | 6,5 | 12,1 | 2,4 | 6,2 | 5,1 | 10,4 | 5,3 | 3,1 | 1,1 | 6,8 |
| F. Aumento de la calidad del servicio ofrecido a los clientes | 2,6 | 3,4 | 1,6 | 0 | 1,8 | 1,1 | 0,9 | 3,6 | 1,3 | 6 |
| G. Aumento del prestigio del negocio | 3,6 | 6,2 | 5,3 | 1,6 | 3,2 | 1 | 1,3 | 0 | 3,9 | 4 |
| H. Aumento de la competitividad y productividad | 6,8 | 10,4 | 2,7 | 1,6 | 6 | 6,9 | 4,7 | 4,9 | 10,6 | 8,1 |
| K. Otros | 0,2 | 0 | 1,2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| I. Ninguno | 26,1 | 21,4 | 33 | 29,9 | 20,3 | 37,6 | 31,7 | 26,4 | 41,4 | 9,1 |
| J. NS/NC | 31,5 | 20,6 | 34,1 | 43,6 | 31,5 | 29,1 | 39,5 | 39,5 | 23 | 36,5 |

beneficio o que directamente señalan que no hay ninguno en la venta por Internet (42%), en tanto que son mayores los porcentajes de quienes aluden al aumento de la factu-

ración (12,1%), el incremento del prestigio (6,2%) o el de la competitividad y la productividad (10,4%) en ese mismo sector.

5

Comercio electrónico con proveedores



La expresión comercio electrónico con proveedores se refiere a todas aquellas operaciones de compra en las que el compromiso de adquisición se realice a través de la página web del proveedor, independientemente de que la búsqueda, negociación, pago o entrega del producto o servicio se realice por este medio.

BANNER

LOGO

SEARCH

SOCIAL
LINKS



5.1 La compra de productos y servicios

Con esa acotación del espacio de referencia, en este capítulo se van a tratar distintos aspectos relativos a la compra de productos o servicios a través de Internet, como son: la antigüedad de la práctica, modo de realización, productos que se compran, dificultades, beneficios y factores que aseguran el éxito a proveedores por Internet; así como las motivaciones para no usar este canal de compra y las previsiones de futuro.

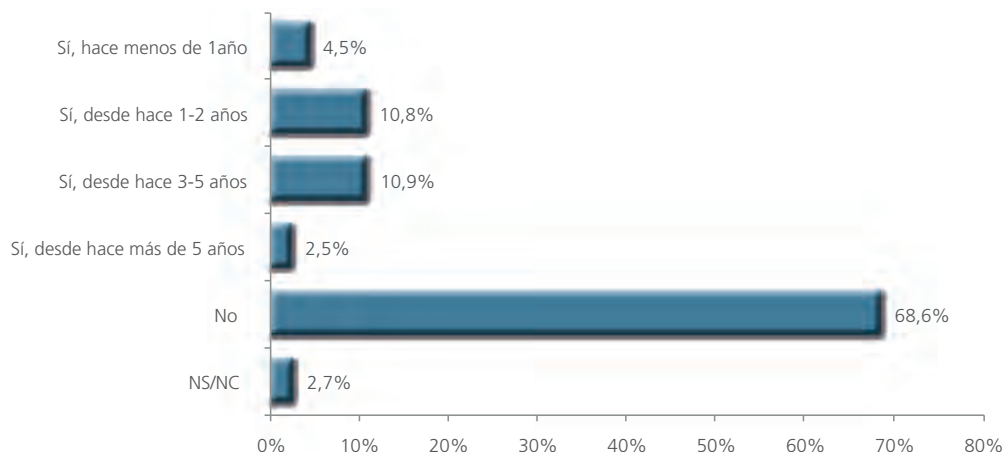
Aspectos generales

Experiencia de la compra por Internet

Algo más de uno de cada cuatro autónomos con acceso a Internet (28,7%) compra productos o servicios a sus proveedores a través de este canal y, en su gran mayoría, han comenzado a realizar esta actividad en los últimos cinco años.

Gráfico 36

Tiempo que se lleva comprando por Internet



Base: tienen acceso a Internet (1.245 casos)

Tabla 20

Tiempo que se lleva comprando por Internet según sector de actividad

| ¿Su negocio actualmente compra productos/servicios a proveedores a través de Internet? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|-------------|---|---------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilidades y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: tiene acceso a Internet | 1.245 | 314 | 158 | 65 | 130 | 92 | 158 | 97 | 103 | 128 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Sí, hace menos de 1 año | 4,5 | 4,1 | 3,3 | 16,2 | 0,6 | 0,9 | 2,7 | 5,6 | 4,5 | 7 |
| B. Sí, desde hace 1-2 años | 10,8 | 11,6 | 6,8 | 17,7 | 9,1 | 2,2 | 9,2 | 4,2 | 14,2 | 17,8 |
| C. Sí, desde hace 3-5 años | 10,9 | 8,3 | 11,6 | 10,4 | 15,9 | 9,4 | 15,7 | 12,1 | 2,9 | 11,7 |
| D. Sí, desde hace más de 5 años | 2,5 | 2,2 | 0,6 | 0 | 8 | 0 | 7,4 | 1,2 | 0,9 | 0,6 |
| E. No | 68,6 | 73 | 61,4 | 55,7 | 66,4 | 86,5 | 64,4 | 74,5 | 77,5 | 61,9 |
| F. NS/NC | 2,7 | 0,9 | 16,2 | 0 | 0 | 1,1 | 0,7 | 2,4 | 0 | 0,9 |

Existe una cierta relación entre esta actividad y la edad, por la que los menores de 30 años con acceso a la red son quienes más pedidos realizan a sus proveedores por Internet (32,1%) y, aunque la tendencia va descendiendo paulatinamente con la edad, el porcentaje sigue siendo bastante elevado (27,1%) entre los autónomos mayores de 50 años. Lo que sí resulta claro es que los menores de 40 años lo han adoptado en los últimos dos años: el 22,7% entre los menores de 30 y el 18%, entre los de 31 a 40 años.

Por sectores, los pedidos por Internet se realizan más por parte de los de transporte y almacenamiento (44,3%) e in-

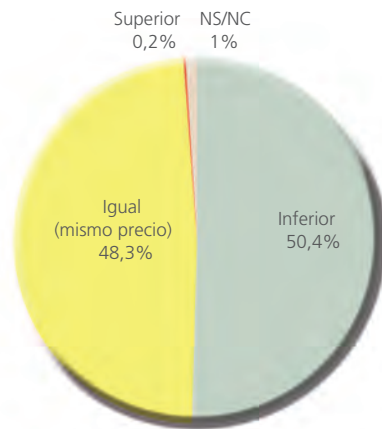
dustria (33,6%). Sin embargo, no se trata de una actividad extendida en el financiero y actividades afines, donde el porcentaje se reduce al 12,5%.

Los precios

Se registra una clara división de opiniones a propósito de si los precios de compra por Internet son iguales o inferiores a los de la tradicional. El 50,4% de quienes compran por Internet considera que los precios obtenidos por la web son inferiores, mientras que el 48,3% no percibe diferencias con respecto a la compra tradicional.

Gráfico 37

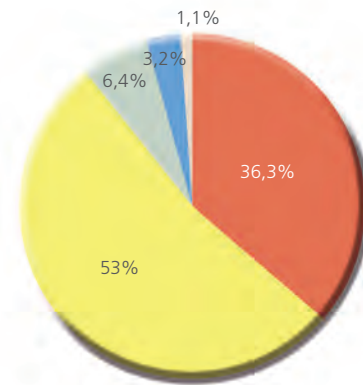
Precio de la compra a través de Internet



Base: compran por Internet (362 casos)

Gráfico 38

Evolución de las compras por Internet a proveedores



Base: compran por Internet (362 casos)

- Se redujeron
- Se mantuvieron
- Aumentaron
- No se realizó comercio el año anterior
- NS/NC

Evolución de las compras

La realización de adquisiciones a proveedores para la mayoría de los compradores por este canal (53%) se ha mantenido estable con respecto al año anterior. Para el 36,3%, dichas compras se redujeron y sólo para el 6,4% aumentaron.

Otros aspectos relacionados con este sistema de venta

Dificultades de implantación

Dos de cada tres autónomos que compran por Internet no se han encontrado con ningún obstáculo al hacerlo (66,4%). Por el contrario, un 31,6% sí han tenido algún

problema: principalmente relativos a la seguridad (11,1%), tiempos de entrega (8,8%) y su propio desconocimiento del medio (6,6%).

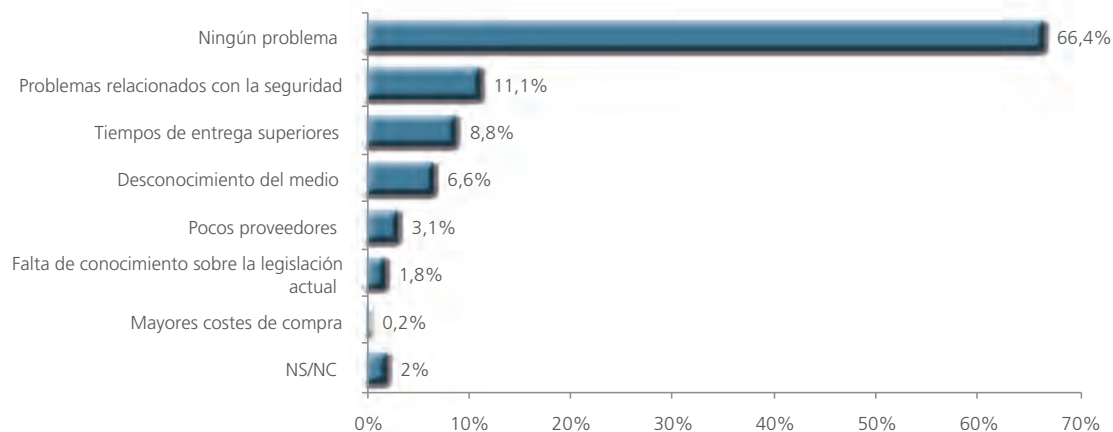
Otras dificultades a las que se han enfrentado los encuestados, aunque de forma minoritaria, son la escasez de proveedores a los que se pueda hacer el pedido online (3,1%), la falta de conocimientos legislativos (1,8%) y los mayores costes de compra (0,2%).

Beneficios

La principal ventaja que supone el comercio electrónico con los proveedores es, según el 43,5%, la mejor gestión de las compras, seguida del incremento de la disponibilidad

Gráfico 39

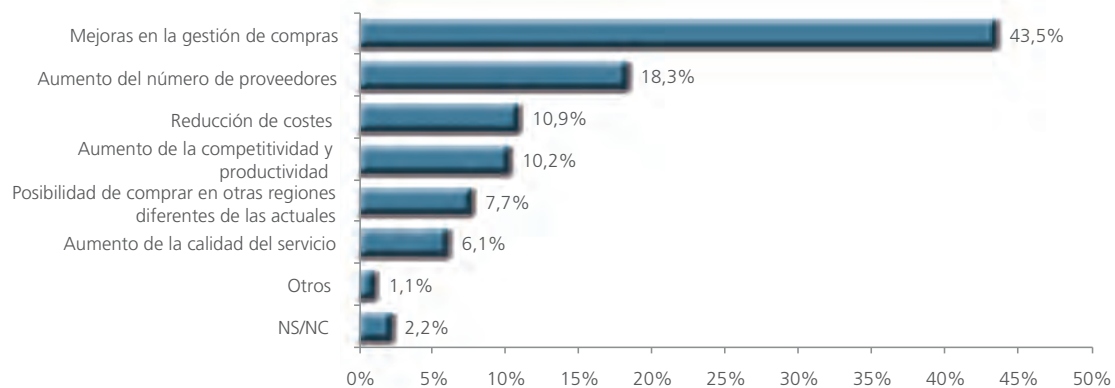
Principal obstáculo encontrado al comprar por Internet



Base: compran por Internet (362 casos)

Gráfico 40

Principal beneficio encontrado al comprar por Internet



Base: compran por Internet (362 casos)

de ofertas, ya sea por contar con un número mayor de proveedores a los que dirigirse (18,3%) o por la posibilidad de expandir sus compras a otras regiones distintas de las habituales (7,7%).

Otros dos grandes beneficios de esta actividad son la reducción de costes y el aumento de la competitividad y productividad, mencionados, respectivamente, por el 10,9% y 10,2% de los encuestados, seguidos en último lugar por la mejora de la calidad del servicio (6,1%).

5.2 Autónomos que no compran por Internet

Motivos

En cuanto a los autónomos que, sin embargo, no realizan sus pedidos a través de Internet, la proporción mayor de

quienes no lo hacen son los que aducen el tamaño de su negocio (27%). En segundo y tercer lugar, los principales obstáculos son su desconocimiento del medio (15,9%) y los relativos a la seguridad (15,2%).

Gráfico 41

Causa fundamental para no comprar por Internet



Base: no compran por Internet (846 casos)

La falta de financiación, mencionada por un 8,9%, o las alusiones a la logística y distribución física de los productos (4,8%), así como a la escasez de proveedores internautas (3,1%) son obstáculos menores. Un 18,7% no mencionó ningún impedimento concreto para realizar los pedidos a través de Internet.

Los mayores de 50 años justifican su falta de pedidos a través de la Red, más que el resto, a su propio desconocimiento del medio (28,8%).

Por sectores de actividad, la seguridad es el principal obstáculo al que se enfrentan los encuestados de automoción, comercio y servicios personales (21%) y de industria (22,4%), más que el resto.

Tabla 21

Causa fundamental para no comprar por Internet según sector de actividad

| Señale el principal motivo por el que su negocio no compra actualmente a través de Internet | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|---|-------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: No compra por Internet | 846 | 226 | 94 | 34 | 84 | 79 | 99 | 73 | 79 | 78 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Tamaño de mi negocio | 27 | 25,3 | 24,6 | 22,1 | 23,4 | 16,8 | 30,9 | 36,5 | 27,4 | 32,4 |
| B. Problemas relacionados con la seguridad | 15,2 | 21 | 10,3 | 2,9 | 22,4 | 13,1 | 12,1 | 12,5 | 9,4 | 17,4 |
| C. Desconocimiento del medio | 15,9 | 17,3 | 10,9 | 8,8 | 7 | 19,5 | 19,5 | 25 | 10,8 | 18,2 |
| D. Dificultad para acceder a las nuevas tecnologías | 1,5 | 1,4 | 0 | 5,4 | 0 | 2,1 | 0 | 0 | 4,8 | 2,4 |
| E. Pocos proveedores internautas / mercado reducido | 3,1 | 3 | 2,1 | 0 | 3,6 | 1,7 | 3,2 | 3 | 10,6 | 0 |
| F. Excesivos costes de compra | 2,1 | 0,3 | 5,2 | 0 | 2,5 | 2,5 | 4,6 | 2,4 | 0 | 1,6 |
| G. Logística / distribución física | 4,8 | 3,3 | 6,3 | 21,3 | 5,8 | 8,1 | 4,7 | 1,4 | 4,8 | 1 |
| H. Falta de financiación | 8,9 | 10,7 | 21,2 | 5,8 | 9,4 | 3,4 | 6,8 | 4,6 | 1,3 | 9 |
| I. NS/NC | 18,7 | 16,5 | 19,4 | 21,8 | 21,3 | 23 | 17 | 10,3 | 28,3 | 16,7 |
| J. Otros | 2,8 | 1 | 0 | 11,9 | 4,5 | 9,9 | 1,2 | 4,3 | 2,5 | 1,4 |

En hostelería se argumenta más la falta de realización de pedidos por Internet a la ausencia de proveedores internautas (10,6%) y a la dificultad para acceder a las nuevas tecnologías (4,8%), mientras que la logística y distribución física de los productos son un impedimento más mencionado (21,3%) por los autónomos internautas que trabajan en esas mismas actividades de transporte y almacenamiento.

Finalmente, para el sector de *utilities* y construcción la falta de financiación es el principal motivo (21,2%) por el que no compran a través de Internet.

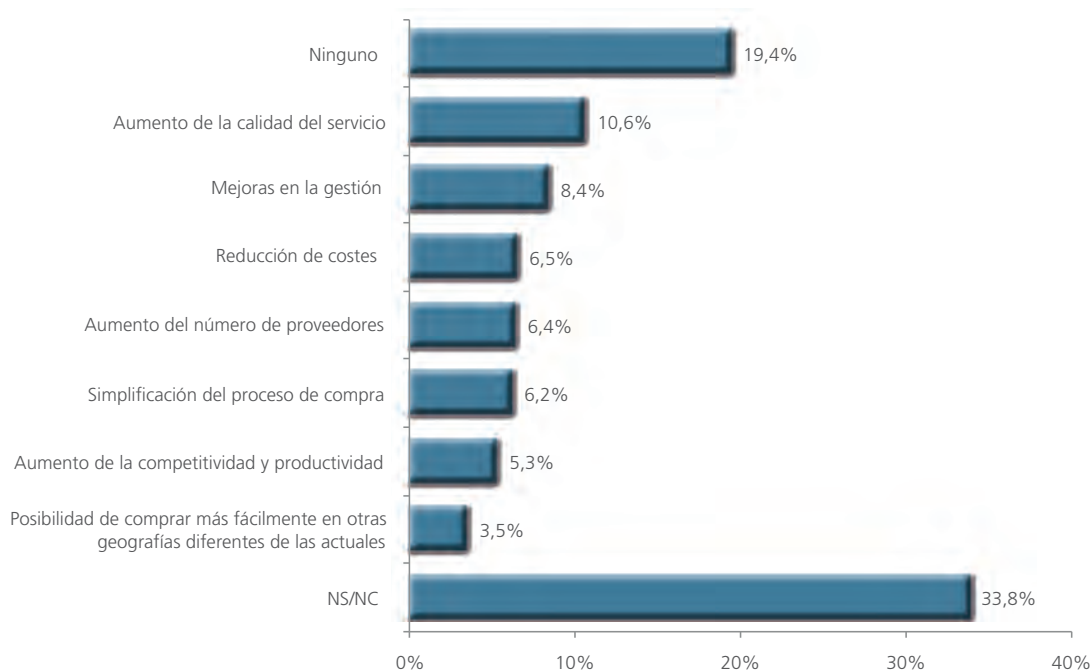
Beneficios que podría encontrar

Más de la mitad de los autónomos que no compran por Internet (53,2%) no encuentran ningún posible beneficio para su negocio en el hecho de realizar sus adquisiciones a proveedores por esta vía (19,4%) o no se imaginan cuáles podrían ser (33,8%).

Por el contrario, el 46,9% restante sí menciona algún posible beneficio que podría reportarles esta actividad. La ventaja potencial más mencionada sería la mayor calidad

Gráfico 42

Beneficios que podría encontrar en la compra a través de Internet



Base: no compran por Internet (846 casos)

Tabla 22

Beneficios que podría encontrar según sector de actividad

| ¿Cuál cree que sería el principal beneficio que podría encontrar su negocio si comprara a través de Internet? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|---|-------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: no compra por Internet | 846 | 226 | 94 | 34 | 84 | 79 | 99 | 73 | 79 | 78 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Simplificación del proceso de compra | 6,2 | 6,1 | 3,1 | 2,4 | 7,4 | 1 | 1,7 | 10,3 | 12,1 | 10,1 |
| B. Reducción de costes | 6,5 | 8,1 | 8,3 | 0 | 4,8 | 2,8 | 5,5 | 13,5 | 2,4 | 7 |
| C. Posibilidad de comprar más fácilmente en otras geografías diferentes de las actuales | 3,5 | 6,9 | 2,1 | 0 | 3,2 | 0 | 0,8 | 5,1 | 2,3 | 4,1 |
| D. Aumento del número de proveedores | 6,4 | 7,6 | 10,6 | 0 | 6,4 | 1 | 5,9 | 6,1 | 6,8 | 6 |
| E. Mejoras en la gestión | 8,4 | 12 | 7,3 | 6,2 | 8,4 | 6,6 | 11,5 | 1,7 | 5,1 | 7,1 |
| F. Aumento de la competitividad y productividad | 5,3 | 5,7 | 7,3 | 2,9 | 10,7 | 4,9 | 1,3 | 3,7 | 6,5 | 4,2 |
| G. Aumento de la calidad del servicio | 10,6 | 15,8 | 8,6 | 14,9 | 9,8 | 2,9 | 10,7 | 9,4 | 5,5 | 11 |
| H. Ninguno | 19,4 | 15 | 12,5 | 35,7 | 23,5 | 41,5 | 20,2 | 21,1 | 17,1 | 12,5 |
| I. NS/NC | 33,8 | 22,8 | 40,1 | 38 | 25,7 | 39,3 | 42,2 | 29 | 42,2 | 38 |

del servicio (10,6%), seguida de las mejoras en la gestión (8,4%), la reducción de costes (6,5%), el mayor número de proveedores (6,4%) y la simplificación del proceso de compras (6,2%). Este último aspecto sería más relevante (10,7%) para los informantes entre 31 y 40 años.

No encuentran ningún beneficio en la compra por Internet a proveedores, la gran mayoría de los encuestados que operan en el sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (41,5%) y en el de transporte y almacenamiento (35,7%).

Se aprecia en algunos sectores una importancia mayor sobre tres posibles beneficios: la simplificación del proceso de compra, la reducción de costes y la apertura geográfica de proveedores

En cambio, sí se aprecia en algunos sectores una importancia mayor sobre tres posibles beneficios: la simplificación del proceso de compra, la reducción de costes y la apertura geográfica de proveedores. Así, la de las compras es significativamente más mencionada (12,1%) por los informantes de hostelería, la reducción de costes para las actividades administrativas y educativas (13,5%) y la dimensión geográfica lo es para el sector automoción, comercio y servicios personales (6,9%). También son quienes más consideran que la compra online redundaría en una mayor calidad del servicio (15,8%).



6

Otros aspectos



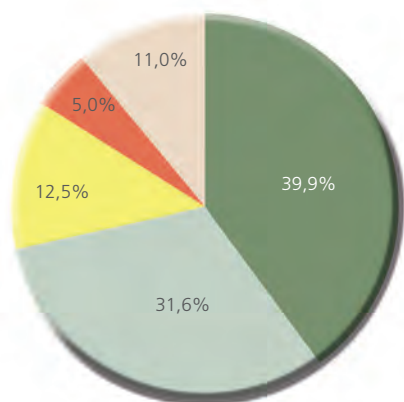
6.1 Las ayudas para la incorporación de las TIC

Valoración de su existencia

La mayoría de los autónomos (71,5%) considera que las ayudas para la incorporación de las TIC a su negocio son

Gráfico 43

Valoración de ayudas



- Absolutamente necesarias
- Necesaria pero no crucial
- Indiferente
- Innecesaria
- Sin valoración. NS/NC

Base: total muestra (3.454 casos)

absolutamente necesarias (39,9%), mientras el 31,6% afirma que son necesarias aunque no cruciales.

Por el contrario, resultan indiferentes para un 12,5% e innecesarias, para el 5%, frente a un 11% que no responde.

La necesidad es significativamente mayor para los autónomos menores de 40 años, entre los que un 48,2% las considera absolutamente necesarias. En cambio, los mayores de 50 años se muestran indiferentes (18,4%), las consideran innecesarias (7,5%) o no responden (17,1%), en porcentajes superiores al total.

La mayoría de los autónomos (71,5%) considera que las ayudas para la incorporación de las TIC a su negocio son absolutamente necesarias

Las ayudas para la incorporación de las TIC son consideradas más necesarias para los autónomos del sector de actividades financieras, seguros e inmobiliarias (55,8%) y de los que operan en actividades profesionales, científicas, técnicas y de salud (49,1%) que para el resto y, especialmente, para la hostelería (32,6%).

Asimismo, el sector de transporte y almacenamiento se muestra más indiferente (18,8%) que el resto.

Tabla 23

Valoración de ayudas según sector de actividad

| ¿Cómo valoraría la existencia de ayudas para la incorporación de tecnologías de la información para su actividad? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|---|-------------|---|---------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilidades y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: | 3.454 | 957 | 491 | 229 | 339 | 111 | 290 | 219 | 373 | 445 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Absolutamente necesarias | 39,9 | 41,2 | 35,2 | 36,7 | 39,8 | 55,8 | 49,1 | 37,7 | 32,6 | 40,9 |
| B. Necesarias pero no crucial | 31,6 | 30 | 34,1 | 27,6 | 35,2 | 37,9 | 32,2 | 27,4 | 36,2 | 29,4 |
| C. Indiferente | 12,5 | 14,6 | 12,8 | 18,8 | 10 | 0,7 | 7,8 | 10,9 | 14,4 | 11,7 |
| D. Innecesaria | 5 | 4,3 | 6 | 4,6 | 4,1 | 0 | 3,2 | 6,9 | 6 | 6 |
| E. Sin valoración. NS/NC | 11 | 10 | 11,9 | 12,2 | 10,8 | 5,5 | 7,7 | 17,1 | 10,7 | 11,9 |

Por comunidades autónomas, son Murcia y Galicia las que consideran “absolutamente necesarias” las ayudas para la incorporación de las TIC en sus negocios (53,6% y 48,3%, respectivamente).



Tabla 24

Valoración de ayudas según sector comunidad autónoma

| ¿Cómo valoraría la existencia de ayudas para la incorporación de tecnologías de la información para su actividad? | Total | CCAA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|-----------|--------|----------|----------|----------|-----------|--------------------|-----------------|----------|---------------|-------------|---------|--------|--------|---------|------------|----------|-------|---------|---|
| | | Andalucía | Aragón | Asturias | Baleares | Canarias | Cantabria | Castilla-La Mancha | Castilla y León | Cataluña | C. Valenciana | Extremadura | Galicia | Madrid | Murcia | Navarra | País Vasco | La Rioja | Ceuta | Melilla | |
| Base: | 3.454 | 545 | 130 | 65 | 83 | 98 | 71 | 196 | 182 | 543 | 324 | 115 | 305 | 449 | 97 | 66 | 160 | 41 | 4 | 4 | |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Absolutamente necesarias | 39,9 | 33,5 | 43,1 | 42 | 25,7 | 20,7 | 37,3 | 47,6 | 42,4 | 36,3 | 45,1 | 31 | 48,3 | 38,1 | 53,6 | 48,4 | 47,6 | 38 | 100 | 49,3 | |
| B. Necesarias pero no crucial | 31,6 | 38,7 | 25,7 | 24,5 | 36,8 | 35,7 | 20,7 | 27,3 | 32,4 | 31,6 | 34,7 | 35,8 | 30,9 | 33,8 | 17,7 | 20,6 | 22,6 | 19,8 | 0 | 24,7 | |
| C. Indiferente | 12,5 | 13,7 | 15,7 | 9,5 | 15,8 | 24,2 | 8,5 | 14 | 8,3 | 8,8 | 9,6 | 23,5 | 10 | 16,2 | 15 | 9,2 | 11,3 | 10 | 0 | 0 | |
| D. Innecesaria | 5 | 1,3 | 8,9 | 11,3 | 10,7 | 8,2 | 10,7 | 6,3 | 3,5 | 0,9 | 4,7 | 4,1 | 5,2 | 7,4 | 2,5 | 13,3 | 9,7 | 7,6 | 0 | 0 | |
| E. Sin valoración NS/NC | 11 | 12,7 | 6,6 | 12,7 | 10,9 | 11,2 | 22,8 | 4,7 | 13,4 | 22,4 | 5,9 | 5,6 | 5,7 | 4,6 | 11,2 | 8,6 | 8,7 | 24,6 | 0 | 26 | |

En Andalucía destaca la postura de quienes las consideran “necesarias pero no cruciales” (38,7%); mientras que en Canarias (24,2%), Extremadura (23,5%) y Madrid (16,2%) se muestran más indiferentes a las mismas. En Baleares, La Rioja, Madrid y las comunidades de la cornisa cantábrica ($\geq 7,4\%$) consideran innecesarias tales ayudas, significativamente más que en el resto del país.

Prioridades de las ayudas

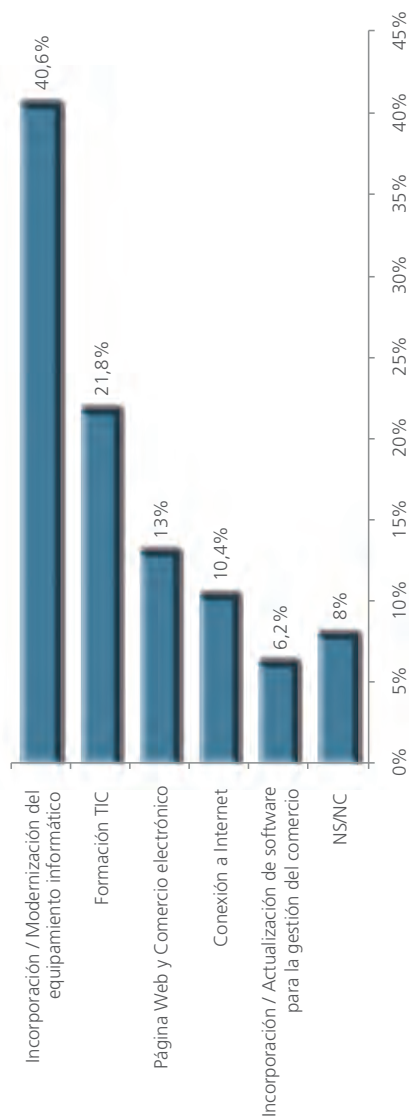
Las ayudas deberían destinarse prioritariamente a la incorporación y modernización del equipamiento informático en opinión del 40,6% de los autónomos consultados.

Los menores de 40 años consideran que las subvenciones deben ir destinadas prioritariamente a la página web y al comercio electrónico ($\geq 16,2\%$)

Las siguientes prioridades deberían ser: la formación de los usuarios en TIC (21,8%), la página web y el comercio electrónico (13%), la conexión a Internet (10,4%) y, en último lugar, la incorporación o actualización de software necesario para gestionar el comercio electrónico (6,2%).

Gráfico 44

Prioridades para las subvenciones



Base: total muestra (3.454 casos)

Entre los menores de 40 años, es entre quienes son más los que consideran que las subvenciones deben ir destinadas prioritariamente a la página web y al comercio electrónico ($\geq 16,2\%$), mientras que los mayores de 50 años se refieren más a la formación en TIC de los propios usuarios (26%).

La prioridad de las subvenciones debería ser para la incorporación y modernización del equipamiento informático de los negocios, según defienden más los sectores de actividades profesionales, científicas y técnicas (48,3%) e industria (47,7%). En cambio, entre el de actividades financieras, seguros e inmobiliaria, por una parte, y el de automoción, comercio y servicios personales de otra, es donde se prioriza significativamente más que en el resto la incorporación y actualización del software para la gestión del comercio (11,6% y 8,9%, respectivamente).

En Madrid es donde los autónomos encuestados más consideran que las subvenciones deben destinarse primordialmente a la incorporación y modernización del equipamiento informático (56%)

Por comunidades autónomas, en Madrid es donde los autónomos encuestados más consideran que las subvenciones deben destinarse primordialmente a la incorporación y modernización del equipamiento informático (56%). En cambio, en Navarra (23,4%) y Baleares (19,1%) la prioridad radica significativamente más en el software. La página web y el comercio electrónico se consideran más prioritarios en el País Vasco (21,8%) que en el resto. También allí junto con Cantabria, Asturias y Aragón es donde más se alude a que la formación de los usuarios en las TIC debe ser el objetivo primordial de las subvenciones ($\geq 35,6\%$).

Tabla 25

Prioridades para las subvenciones según sector de actividad

| ¿Qué tipo de mejoras tecnológicas cree que deberían ser apoyadas prioritariamente a través de subvenciones? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|---|-------------|---|---------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilidades y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: | 3.454 | 957 | 491 | 229 | 339 | 111 | 290 | 219 | 373 | 445 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Conexión a Internet | 10,4 | 10,4 | 10,2 | 8 | 8,1 | 10,7 | 8,4 | 12,9 | 11,9 | 11,4 |
| B. Incorporación / Modernización del equipamiento informático | 40,6 | 38,6 | 40,4 | 42,2 | 47,7 | 44,5 | 48,3 | 34,3 | 39,9 | 38 |
| C. Incorporación / Actualización de software para la gestión del comercio | 6,2 | 8,9 | 4,1 | 6,3 | 5,3 | 11,6 | 4,7 | 4,8 | 8,2 | 4 |
| D. Página web y Comercio electrónico | 13 | 13,7 | 11,4 | 11,4 | 9,6 | 14,6 | 13,9 | 12,6 | 14,6 | 13,7 |
| E. Formación TIC | 21,8 | 19,5 | 24,9 | 23,6 | 20,3 | 14 | 19,3 | 26,5 | 21,3 | 23,9 |
| NS/NC | 8 | 8,9 | 8,9 | 8,5 | 9,1 | 4,6 | 5,4 | 8,8 | 4,2 | 9 |



Tabla 26

Prioridades para las subvenciones según comunidad autónoma

| ¿Qué tipo de mejoras tecnológicas cree que deberían ser apoyadas prioritariamente a través de subvenciones? | Total | CCAA | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|-----------|--------|----------|----------|----------|-----------|--------------------|-----------------|----------|---------------|-------------|---------|--------|--------|---------|------------|----------|-------|---------|
| | | Andalucía | Aragón | Asturias | Baleares | Canarias | Cantabria | Castilla-La Mancha | Castilla y León | Cataluña | C. Valenciana | Extremadura | Galicia | Madrid | Murcia | Navarra | País Vasco | La Rioja | Ceuta | Melilla |
| Base: | 3.454 | 545 | 130 | 65 | 83 | 98 | 71 | 196 | 182 | 543 | 324 | 115 | 305 | 449 | 97 | 66 | 160 | 41 | 4 | 4 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| A. Conexión a Internet | 10,4 | 12,9 | 19,3 | 13,1 | 4,6 | 5,6 | 10,5 | 9,1 | 13,5 | 8,6 | 15,5 | 9,2 | 12,4 | 2,7 | 9,5 | 10,1 | 7,9 | 15 | 0 | 24,7 |
| B. Incorporación / Modernización del equipamiento informático | 40,6 | 45,3 | 28,1 | 33,9 | 34,4 | 37,3 | 23,6 | 41 | 35,1 | 37,4 | 42,9 | 49,3 | 46,2 | 56 | 27,1 | 31 | 29,5 | 11,4 | 75 | 49,3 |
| C. Incorporación / Actualización de software para la gestión del comercio | 6,2 | 8,9 | 6,6 | 2,8 | 19,1 | 14,6 | 5,3 | 1,8 | 1,3 | 2,3 | 6,3 | 13,7 | 6 | 9,5 | 0 | 23,4 | 1,7 | 4,3 | 0 | 0 |
| D. Página web y Comercio electrónico | 13 | 3,9 | 7 | 8,5 | 11,6 | 15,4 | 19,5 | 16,5 | 18,6 | 12,8 | 12,5 | 10 | 15,8 | 13,2 | 20,5 | 16,8 | 21,8 | 24,4 | 25 | 0 |
| E. Formación TIC | 21,8 | 18,5 | 36,6 | 41,8 | 30,4 | 25,3 | 41,1 | 29,7 | 23,9 | 18,6 | 10,9 | 17 | 19,3 | 18,4 | 25,4 | 18,8 | 35,6 | 37,8 | 0 | 0 |
| NS/NC | 8 | 10,5 | 2,5 | 0 | 0 | 1,8 | 0 | 1,9 | 7,6 | 20,3 | 12 | 0,8 | 0,3 | 0,2 | 17,5 | 0 | 3,6 | 7,1 | 0 | 26 |

6.2 Confianza en asesores tecnológicos

Finalmente, el último de los aspectos analizados es el grado de confianza en ocho agentes distintos como asesores tecnológicos para el negocio de los autónomos entrevistados. Éstos debían puntuar la confianza que les inspira cada una de las instituciones sobre una escala de 1 a 4, en la que 1 significaba “nula” y 4, “alta”.

El colectivo de autónomos confía especialmente en el consejo tecnológico para su actividad que recibe de los servicios de asesoramiento externo que ellos mismos contrataron (laboral, fiscal, legal...), a la que otorgan un promedio de 3,1

puntos sobre 4, lo que podría denominarse como “confianza alta”.

En términos porcentuales, tan sólo un 10,8% no confía en su asesoramiento tecnológico, mientras que sí lo hace un 75,2%; el 53,8% manifiesta una confianza media y el 21,4%, alta. El 14% restante se muestra indiferente o no responde.

A continuación, los encuestados manifiestan un alto nivel de confianza en el asesoramiento tecnológico para su negocio que les brindan los comerciantes minoristas de infor-

Gráfico 45

Confianza en asesores tecnológicos



Base: total muestra (3.454 casos)

Tabla 27

Confianza en asesores tecnológicos según sector de actividad

| ¿Cuál es su grado de confianza en los siguientes agentes como asesores tecnológicos para su actividad? | Total | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | | | |
|--|------------|---|--------------------------|-----------------------------|-----------|---|--|---|------------|-------------------|
| | | Automoción, comercio y servicios personales | Utilities y construcción | Transporte y almacenamiento | Industria | Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias | Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios | Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar | Hostelería | Otras actividades |
| Base: | 3.454 | 957 | 491 | 229 | 339 | 111 | 290 | 219 | 373 | 445 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| G.3.1. La administración pública | 2,5 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,5 | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,5 | 2,4 |
| G.3.2. Operadoras de telecomunicaciones | 2,5 | 2,5 | 2,4 | 2,5 | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,2 | 2,6 | 2,5 |
| G.3.3. Los fabricantes de programas/aplicaciones informáticas | 2,9 | 2,9 | 2,9 | 2,9 | 3 | 3,1 | 3 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| G.3.4. El comercio minorista de informática | 3 | 3,1 | 3 | 3 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 2,9 | 3,1 | 3 |
| G.3.5. Los servicios de asesoramiento externo contratados por el negocio (laboral, fiscal, legal...) | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3 | 3,2 | 2,9 | 3,1 | 3 |
| G.3.6. Los fabricantes de equipamiento informático | 3 | 2,9 | 3 | 2,9 | 3 | 3,1 | 3 | 2,9 | 3 | 3 |
| G.3.7. Las Cámaras de Comercio | 2,3 | 2,2 | 2,3 | 2,3 | 2,2 | 2,4 | 2,5 | 2,3 | 2,4 | 2,2 |
| G.3.8. Asociaciones sectoriales | 3 | 3 | 2,9 | 3 | 3,1 | 2,9 | 3 | 2,8 | 3 | 2,9 |

mática, los fabricantes de equipos y las asociaciones sectoriales, todas ellas con una media de 3 puntos sobre 10.

Tras ellos se sitúan los fabricantes de programas/aplicaciones informáticas, que registran un promedio de confianza de 2,9 puntos y les siguen, con 2,5, las empresas y operadoras de telecomunicaciones.

Finalmente, la administración pública y las Cámaras de Comercio son los agentes cuyo asesoramiento tecnológico indica un menor índice de confianza pero de nivel medio, con 2,5 y 2,3 puntos de media, respectivamente.

Confían significativamente más en el papel asesor de la administración pública quienes operan en el sector financiero y afines, así como quienes realizan actividades profesionales, científicas y técnicas; sectores ambos que registran un promedio de 2,7 puntos. Mientras que, con 2,4, muestra la confianza de los sectores de automoción, comercio, *utilities* y construcción, así como el de transportes y almacenamiento.

Los sectores industrial y el de actividades financieras, seguros e inmobiliarias son los que más confían en el asesoramiento tecnológico de las empresas y operadoras de telecomunicaciones (2,7), a diferencia de los de actividades administrativas, educativas y empleados del hogar (2,2).

Asimismo, en las asociaciones sectoriales confía significativamente más el sector industrial (3,1), mientras que los administrativos, docentes y personal de servicio doméstico reducen un poco su confianza (2,8).

En los fabricantes de programas y aplicaciones informáticos, el sector que más confía en ellos como asesores tecnológicos es el de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (3,1), por encima del total. Lo mismo cabe señalar de las actividades profesionales, científicas y técnicas con respecto a las Cámaras de Comercio (2,5).

Por comunidades, Murcia y Comunidad Valenciana son las dos autonomías en que se registran niveles de confianza



Tabla 28

Confianza en asesores tecnológicos según comunidad autónoma

| ¿Cuál es su grado de confianza en los siguientes agentes como asesores tecnológicos para su actividad? | Total | CCAA | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|-----------|--------|----------|----------|----------|-----------|--------------------|-----------------|----------|---------------|-------------|---------|--------|--------|---------|------------|----------|-------|---------|
| | | Andalucía | Aragón | Asturias | Baleares | Canarias | Cantabria | Castilla-La Mancha | Castilla y León | Cataluña | C. Valenciana | Extremadura | Galicia | Madrid | Murcia | Navarra | País Vasco | La Rioja | Ceuta | Melilla |
| Base: | 3.454 | 545 | 130 | 65 | 83 | 98 | 71 | 196 | 182 | 543 | 324 | 115 | 305 | 449 | 97 | 66 | 160 | 41 | 4 | 4 |
| | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % | % |
| G.3.1. La administración pública | 2,5 | 2,3 | 2,5 | 2,3 | 2,8 | 2,7 | 2,7 | 2,9 | 2,4 | 2,2 | 2,1 | 2,9 | 2,7 | 2,8 | 2,7 | 2,2 | 2,6 | 2 | 1,3 | 1,7 |
| G.3.2. Operadoras de telecomunicaciones | 2,5 | 2,4 | 2,3 | 2,5 | 2,2 | 2,6 | 2,3 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,6 | 2,7 | 2,4 | 2,6 | 2,3 | 2,8 | 2,5 | 2,7 | 2,2 | 2,5 |
| G.3.3. Los fabricantes de programas/aplicaciones informáticas | 2,9 | 2,9 | 2,9 | 3,2 | 2,9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,8 | 3 | 3,2 | 2,9 | 2,6 | 3,1 | 3 | 3 | 2,8 | 3,3 |
| G.3.4. El comercio minorista de informática | 3 | 3,2 | 3 | 3,1 | 2,9 | 3,1 | 3,3 | 3,1 | 3 | 3,1 | 2,8 | 2,9 | 3,2 | 2,9 | 2,6 | 3,4 | 3 | 3,1 | 2,2 | 3,5 |
| G.3.5. Los servicios de asesoramiento externo contratados por el negocio (laboral, fiscal, legal...) | 3,1 | 3,2 | 3 | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 2,8 | 3,2 | 2,8 | 3,2 | 3,2 | 3,6 | 3,1 | 3,2 | 3,5 | 3,7 |
| G.3.6. Los fabricantes de equipamiento informático | 3 | 2,9 | 3,1 | 3,3 | 3 | 3,1 | 3,1 | 2,9 | 3,1 | 3 | 2,8 | 3 | 3,2 | 2,9 | 2,6 | 3 | 3,1 | 3 | 3 | 3 |
| G.3.7. Las Cámaras de Comercio | 2,3 | 2 | 2,2 | 2,3 | 2,8 | 2,5 | 2,7 | 2,6 | 2,2 | 2,2 | 2,4 | 2,5 | 2 | 2,5 | 2,1 | 2,2 | 2,4 | 2,2 | 1,8 | 1,7 |
| G.3.8. Asociaciones sectoriales | 3 | 3 | 2,7 | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3 | 2,9 | 2,5 | 3,1 | 2,8 | 2,9 | 2,8 | 3,2 | 3,1 | 2,8 | 2,8 | 3,5 |

sistemáticamente más bajos a propósito que la mayoría de los agentes considerados.

Las que más confían en el papel asesor de la administración pública son Castilla-La Mancha y Extremadura (con sendos 2,9 puntos), seguidas de Baleares y Madrid (2,8 puntos cada una). En cambio, desconfían más en La Rioja (2), Comunidad Valenciana (2,1) y Cataluña (2,2).

Los asesores externos contratados por los propios negocios parecen ser los agentes con más credibilidad como asesores tecnológicos para los autónomos

En cuanto a las operadoras de telecomunicaciones, se confía significativamente más en su papel asesor en Navarra (2,8), La Rioja y Extremadura (ambos con 2,7); mientras que Baleares (2,2), Aragón, Cantabria y Murcia, con otros tantos 2,3 puntos, son las autonomías que se muestran más escépticas.

Asturias y Galicia, con sendos 3,2 puntos de promedio, son las que más confían en el papel asesor tecnológico de los fabricantes de software, a diferencia de Murcia, con un índice inferior (2,6).

La confianza es significativamente mayor en los comerciantes minoristas de informática entre los autónomos que operan en Navarra (3,4), Cantabria (3,3), Galicia y Andalucía, con 3,2 puntos cada una. En el extremo contrario, se encuentran las ya señaladas Comunidad Valenciana y Región de Murcia, con 2,8 y 2,6, respectivamente.

Respecto a los asesores externos contratados por los propios negocios, y que parecen ser los agentes con más credibilidad como asesores tecnológicos para los autónomos, destaca la confianza depositada en ellos por los encuesta-

dos navarros (3,6) y baleares (3,4), a diferencia de Galicia y Comunidad Valenciana, con sendos 2,8 puntos.

Asturias (3,3) y Galicia (3,2) son las comunidades donde más se confía en el papel asesor tecnológico de los fabricantes de equipos, por encima del total y, especialmente, respecto a la Comunidad Valenciana (2,8) y Murcia (2,6).

En cuanto a las Cámaras de Comercio, su consejo en materia tecnológica resulta más solvente en Baleares (2,8), Cantabria (2,7) y Castilla-La Mancha (2,6); en el lado contrario, los promedios más bajos son los registrados en Galicia y Andalucía (ambos con 2), y Murcia con 2,1.

Ya para finalizar, Canarias y Cantabria son las autonomías que más confianza manifiestan respecto a las asociaciones sectoriales (3,3), mientras que el nivel de confianza desciende en pequeña proporción entre los entrevistados de la Comunidad Valenciana (2,5), Aragón (2,7) y Galicia, Murcia y Rioja, con otros tantos 2,8.



7

Conclusiones



Informatización de los trabajadores autónomos

- Representan algo menos de la mitad de los trabajadores autónomos (47,8%) los que declaran tener algún tipo de equipamiento informático:
 - Seis de cada diez (62,2%) tienen PC de sobremesa, el 38,6%, PC portátil y algo más de uno de cada cuatro (27,4%), TPV.
 - En cuanto a aplicaciones, el 71,5% tiene de ofimática; de empresariales, el 62,8%, y de comunicación, el 62,5%.
 - Algo más de uno de cada cuatro (27,7%) tienen soluciones en código abierto, principalmente de comunicación (77,6%), de ofimática (67,4%) y empresariales (55,1%); y con elevado grado de satisfacción pues representan un 26,4% los que se muestran muy satisfechos con este tipo de aplicación y un 68,8%, los que están bastante satisfechos.
 - A propósito de las herramientas de seguridad, hay que señalar que casi siete de cada diez autónomos informatizados (77,2%) tienen antivirus, y algo menos de la mitad (45%) cuentan con otras herramientas de seguridad.
 - Prácticamente la mitad de los autónomos que poseen algún equipamiento informático desconocen el certi-

ficado digital; algo más de uno de cada tres (36,4%) lo conocen, pero no lo han utilizado, y sólo el 14,2% lo ha hecho.

- La factura electrónica es desconocida por algo más de la mitad de los autónomos con equipamiento informático, en tanto que la utilizan el 9,1% y sólo la conocen el 38,5%.

Sólo uno de cada diez autónomos que puede considerarse informatizado (10,5%) ha dispuesto de alguna subvención para informatizar su negocio

- El principal beneficio que una mayor proporción de autónomos con equipamiento informático (48,9%) reconoce a la incorporación de las TIC son las mejoras en la gestión, claramente por delante del aumento de la calidad del servicio a los clientes (11,8%) y el aumento de la productividad (11,7%).
- Sólo uno de cada diez autónomos que pueden considerarse informatizados (10,5%) ha dispuesto de alguna subvención para informatizar su negocio y, para dos de cada tres de ellos, las subvenciones han sido bastante (34,4%) o muy importantes (37,7%).

Internet en la actividad de los autónomos

- Uno de cada cuatro autónomos informatizados no tienen acceso a Internet, en tanto que la mayoría cuentan con conexión fija (58,8%), el 7,5%, con conexión móvil, y el 6,6%, con ambos tipos de conexión. Tres de cada cuatro (75%) tienen acceso a la Red desde hace al menos tres años.
 - Los motivos más mencionados para no tener ese acceso a la red son considerar que no les resulta útil (35,3%) y otras de tipo económico (33%).

- Los usos de Internet que cuentan con mayores porcentajes entre quienes tienen acceso a ella son: el correo electrónico (92,2%), la búsqueda de información de productos y servicios (64,8%), trámites con otras entidades (45,7%), comunicaciones con clientes y proveedores (32,3%) y acceso a la propia página web (29,7%).

Uno de cada cuatro autónomos informatizados no tiene acceso a Internet



- Más de una tercera parte de quienes tienen acceso a Internet, poseen también web propia (36,4%).
 - Algo más de la mitad de quienes tienen página web (53,8%), la tienen desde hace al menos tres años, y el 36,8%, de uno a dos años.
 - Las funcionalidades más frecuentes de la web son la información sobre el negocio (95,7%), el catálogo de productos y/o servicios (72,6%) y los sistemas de contactos vía Internet (41,7%).
 - Para el 35,8% de quienes tienen página web, la razón principal es captar clientes. A continuación, los más mencionados son hacer publicidad (27,3%) y ofrecer información de productos (17%).

Algo menos de uno de cada diez autónomos con acceso a Internet (9,3%) vende algún producto o servicio por este canal

- Los clientes y proveedores acceden a las páginas web de los autónomos, en opinión de la mayoría de éstos (91,3%), para obtener información de productos y servicios de sus negocios. Es inferior el porcentaje de quienes las utilizan para entrar en contacto a su vez con clientes y proveedores (35%), o para realizar pedidos y/o reservas (20,1%).
- Algo más de uno de cada tres autónomos con web propia señala que no ha tenido ninguna dificultad reseñable para ello (36,7%). Sin embargo, el 30,9% indica la dificultad de falta de formación y el 29,7%, la escasez de recursos.

- Casi nueve de cada diez autónomos con acceso a Internet (87,1%) conocen la existencia de las redes sociales y, entre ellos, las utilizan el 37,3%, siendo las más usadas: Facebook (79,6%) y, a considerable distancia, Twitter (22,3%) y LinkedIn (7,6%).

Comercio electrónico con clientes

- Algo menos de uno de cada diez autónomos con acceso a Internet (9,3%) vende algún producto o servicio por este canal:
 - Para la mayoría de ellos (85%) es la propia venta la fuente de ingresos por Internet, siendo relativamente reducida la proporción de quienes tienen ingresos por publicidad (19%).
 - En los últimos doce meses, para el 45% de quienes venden por Internet las ventas se redujeron, para el 39,6% se mantuvieron y sólo para el 14,4%, aumentaron.
- A propósito del proceso de venta, hay que señalar que:
 - Casi seis de cada diez autónomos que venden por Internet indican que los precios por este canal son iguales a los del tradicional, mientras que el 36,5% afirman que son inferiores.
 - La tarjeta es el medio de pago para una mayor proporción de quienes utilizan este canal para ese fin (71,6%), por delante de la transferencia (51,2%), la domiciliación bancaria (37,6%) y el contra reembolso (20,2%).
- Uno de cada tres autónomos que vende por Internet (35,4%) declara no tener ningún obstáculo en la implan-

tación de este sistema, mientras que para el 22,2% sí lo habría sido el hábito de los clientes para el 21,6%, los problemas relacionados con la seguridad informática.

- Los dos principales beneficios que una mayor proporción de encuestados consideran son el aumento del número de clientes (28,6%) y la simplificación del proceso de venta y gestión (23,6%).

Autónomos que no venden por Internet

- Para el 29% de quienes actualmente no venden por Internet afirman que su producto o servicio es inadecuado para ser suministrado por este canal. A continuación, se alude a no habérselo planteado (22,9%), desconocer las posibilidades para el negocio (9,5%) y el hábito de los clientes (9%).

- La mayoría de quienes no venden a través de Internet desconocen los beneficios que les podría reportar (31,5%) o consideran que no les supondría ninguno (26,1%); asimismo quienes aluden a alguno, se refieren, principalmente, al aumento del número de clientes (15,7%), de la competitividad (6,8%) y de la facturación (6,5%).

Comercio electrónico con proveedores

- Algo más de uno de cada cuatro autónomos con acceso a Internet (28,7%) compra productos o servicios a sus proveedores, la mayoría de ellos desde hace al menos un año:
 - La mitad de quienes compran por la Red (50,4%) consideran que los precios en este canal son inferiores a



los del tradicional, mientras que el 48,3% indica que son iguales.

- Para algo más de la mitad de quienes realizan compras por Internet (53%), éstas se han mantenido estables con respecto al año anterior, mientras que el 36,3% se habrían reducido.
- Dos de cada tres autónomos que compran por Internet (66,4%) no han tenido ningún problema al hacerlo por este canal. Quienes señalan alguna dificultad, aluden a las relacionados con la seguridad (11,1%), el tener tiempos de espera superiores (8,8%) o el desconocimiento del medio (6,6%).
- El principal beneficio para una mayor proporción de quienes compran a través de la Red son las mejoras en la gestión de compras (43,5%). A continuación, el aumento del número de proveedores (18,3%), la reducción de costes (10,9%) y el incremento de la competitividad y la productividad (10,2%).

Autónomos que no compran por Internet

- La causa más señalada para no comprar por Internet es el tamaño del negocio (27%) y, a continuación, se sitúan el desconocimiento del medio (15,9%), los problemas relacionados con la seguridad (15,2%) y la falta de financiación (8,9%).
- La mayoría de quienes no compran a través de la Red no llegan a mencionar ningún posible beneficio en hacerlo (33,8%) o consideran que no obtendrían ninguno (19,4%). Quienes aluden a alguno, lo hacen sobre el aumento de la calidad del servicio (10,6%), las mejoras en la gestión (8,4%), la reducción de costes (6,5%), al

aumento del número de proveedores (6,4%) o la simplificación del proceso de compra (6,2%).

Las ayudas para la incorporación de las TIC

- Cuatro de cada diez autónomos (39,9%) consideran que las ayudas para la incorporación de las TIC son absolutamente necesarias y el 31,6% piensa que son necesarias pero no cruciales.
- Las prioridades de esas ayudas deben ser la incorporación y modernización del equipamiento informático, para el 40,6%; la formación en TIC, para el 21,8%; la página web y el comercio electrónico, para el 13%; la conexión a Internet, para el 19,4%, y la incorporación y actualización de software para la gestión de comercio, para el 6,2%.

Confianza en asesores tecnológicos

- Los asesores tecnológicos en quienes los autónomos declaran confiar más son los servicios de asesoramiento externo contratados por el negocio (3,1 en la escala de 1 "confianza nula", a 4 "confianza alta"). A continuación, y a escasa distancia, se sitúan el comercio minorista de informática (3), los fabricantes de equipamiento informático (3), las asociaciones sectoriales (3) y los fabricantes de programas informáticos (2,9). El nivel de confianza que se tiene en los servicios de la administración pública es de 2,5, en operadores de telecomunicaciones, de 2,5, y en las Cámaras de Comercio, de 2,3.

Informatización de los trabajadores autónomos

Se trata en este apartado de conocer el grado de informatización de los trabajadores autónomos, atendiendo a su nivel de equipamiento y la utilización de distintos tipos de soluciones o herramientas específicas como el certificado digital y/o la factura electrónica.

No obstante, con el propósito de disponer de una información más sintética de la situación de los autónomos en su relación con las Tecnologías de la Información y la Comuni-

cación (TIC), se ha procedido a la elaboración de tres índices. Cada uno de ellos refleja un nivel de madurez (básica, media y avanzada) en cuanto a la informatización de los autónomos, pero, prestando atención, más que a equipamiento informático material (hardware), se refieren a otros elementos, como son las aplicaciones y servicios utilizados que reflejan de una forma más cualificada la relación con las TIC.

Gráfico 46

Índice Fundetec de Informatización Básica¹



Base: total muestra

¹ El índice de madurez básica es el porcentaje de autónomos que poseen aplicaciones de ofimática.



Gráfico 47

Índice Fundetec de Informatización Media²



Base: total muestra

2 El índice de madurez intermedia es el porcentaje de autónomos que además de aplicaciones de ofimática, tienen también aplicaciones empresariales y acceso a Internet.

El índice Fundetec de informatización básica refleja la proporción de autónomos que disponen en su negocio de aplicaciones informáticas básicas -como las ofimáticas-, pero que permiten suponer la presencia de usos y operaciones informáticas elementales.

El índice Fundetec de informatización básica para el conjunto de los autónomos se sitúa en el 34,2%, aunque con

notables diferencias en función del sector de actividad del que se trate. Es muy superior en el sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (75,7%) y ligeramente superior al del conjunto de la muestra en el de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (48,7%), el de industria (39,7%) y el de actividades administrativas, educativas y empleados de hogar (39,9%). En cambio, la

Gráfico 48

Índice Fundetec de Informatización Avanzada³



Base: total muestra

3 El índice de madurez avanzada es el porcentaje de autónomos que realizan operaciones de comercio electrónico (compra y/o venta), además de tener aplicaciones de ofimática, empresariales y acceso a Internet.

estadística arroja valores apreciablemente inferiores en los sectores de transporte y almacenamiento (24,1%), hostelería (25,4%) y el de *utilities* y construcción (28,4%).

La disponibilidad de aplicaciones específicamente empresariales y el acceso a Internet son los elementos diferenciales que se toman en consideración cuando nos referimos al índice Fundetec de informatización media, que supone una mayor familiaridad con las soluciones informáticas y con lo relacionado con la disponibilidad y gestión de información. Este índice se sitúa en el 20,4%; es mayor en el sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (51,1%) y moderadamente, mayor, en los de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (35,4%) y de industria (25,9%); en tanto que es menor en el de transporte y almacenamiento (9,3%), hostelería (14,2%) y otras actividades (14,7%).

El índice Fundetec de informatización avanzada supone un nivel de relación con las TIC claramente más elevado que los otros tres, y una mayor presencia de ellas en la actividad productiva, toda vez que lo están en las operaciones de compra y/o venta.

El valor global del índice Fundetec de informatización avanzada se sitúa en el 7,7%, y es apreciablemente mayor en el sector de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (16,4%); el de actividades financieras, seguros inmobiliarias (11,2%) y el de industria (11,8%). Sin embargo, es menor en los sectores de hostelería (4,6%) y el de transporte y almacenamiento (5,1%).

En conjunto, atendiendo a los valores de los índices, se percibe un nivel de informatización especialmente bajo en los sectores hostelería y transportes y comunicaciones, mientras que es considerablemente superior en los de actividades financieras, seguros e inmobiliarias, el de actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios y el de industria.



8

Análisis sectorial



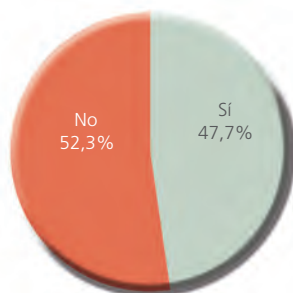
8.1 Automoción, comercio y servicios personales

El porcentaje de autónomos que en el sector de automoción, comercio y servicios personales no disponen de equipamiento informático es superior -en 4 puntos porcentuales- a aquellos que sí lo poseen. Entre estos úl-

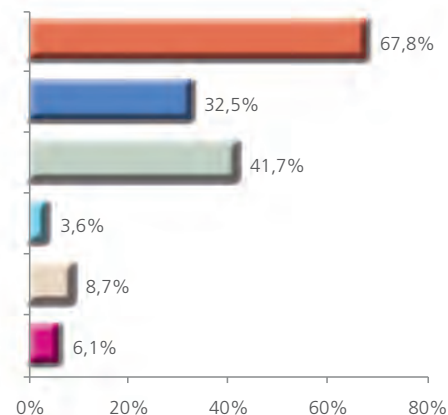
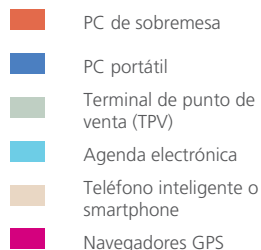
timos, el principal equipamiento es el PC de sobremesa (67%) seguido por el terminal punto de venta (41%). Asimismo, el dispositivo con menos presencia es la agenda electrónica (3%).

Gráfico 49

Equipamiento informático



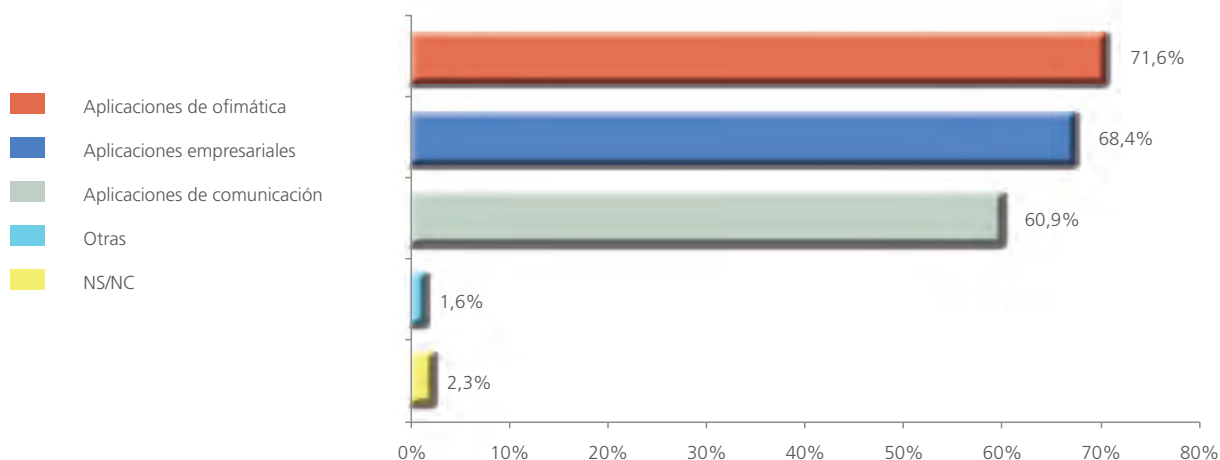
Base: total muestra (957 casos)



Base: tienen equipamiento informático (453 casos)

Gráfico 50

Soluciones informáticas



Base: tienen equipamiento informático (453 casos)

Dentro de los autónomos con equipamiento informático, las aplicaciones con mayor presencia son las ofimáticas (71%), por encima de las empresariales (68%) y de comunicación (60%).

Existe todavía una bolsa de autónomos en este sector que no disponen de conectividad (30%), pero lo más habitual es que tengan conexión fija (60%) y, en menor medida, móvil (2%). Por último, cabe destacar que un grupo pequeño de autónomos mantienen ambos tipos de conexión (5%).

En este sector, disponen de acceso a Internet autónomos que tienen presencia en la Red a través de página web (39%); un menor porcentaje de los mismos compran por este medio (26%) y solo el 9% lo utiliza para vender.

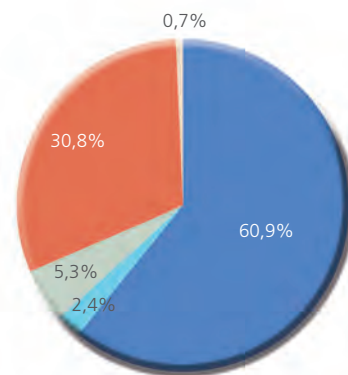




Gráfico 51

Conectividad

- Sí tiene acceso con conexión fija
- Sí tiene acceso con conexión móvil
- Sí tiene acceso con ambos tipos de conexión
- No tiene
- NS/NC

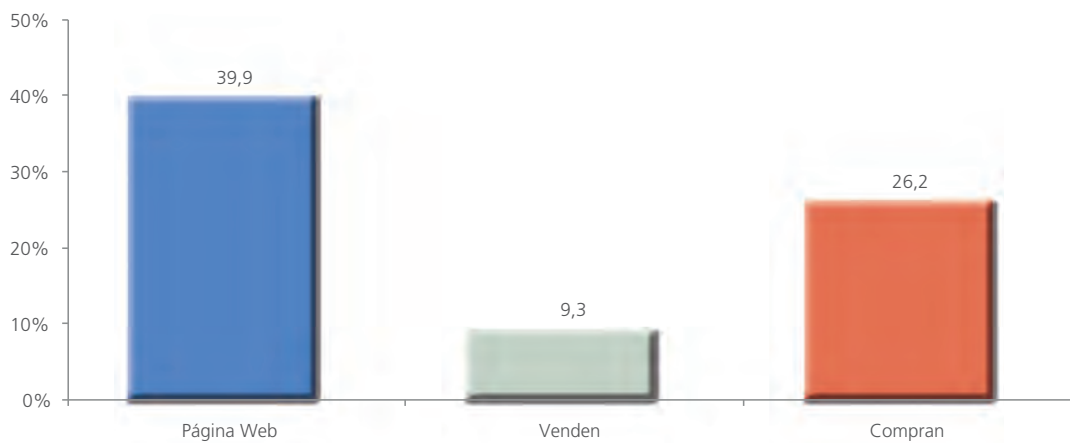


Base: tienen equipamiento informático (453 casos)



Gráfico 52

Página web y comercio electrónico

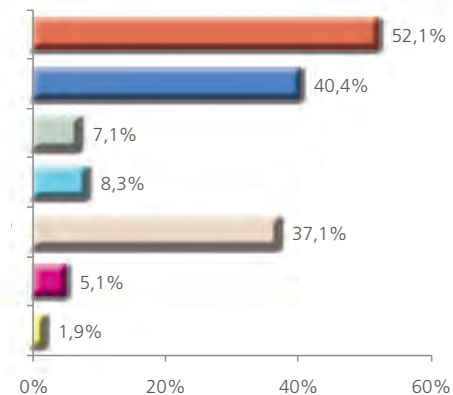
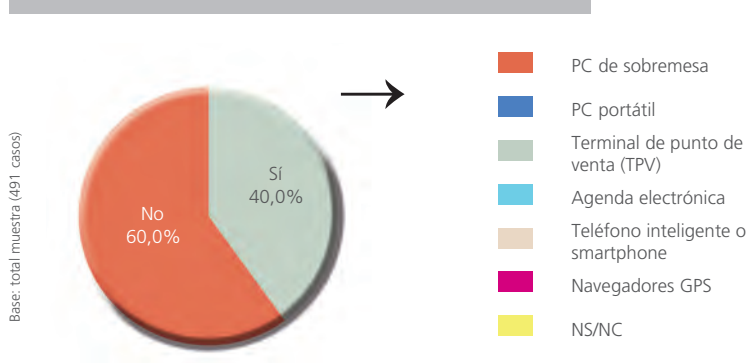


Base: tienen acceso a Internet (314 casos)

8.2 Utilities y construcción

Gráfico 53

Equipamiento informático



La proporción de autónomos que en el sector de *utilities* y construcción no disponen de equipamiento informático es superior -en 10 puntos porcentuales- a aquellos que sí lo po-

Gráfico 54

Soluciones informáticas

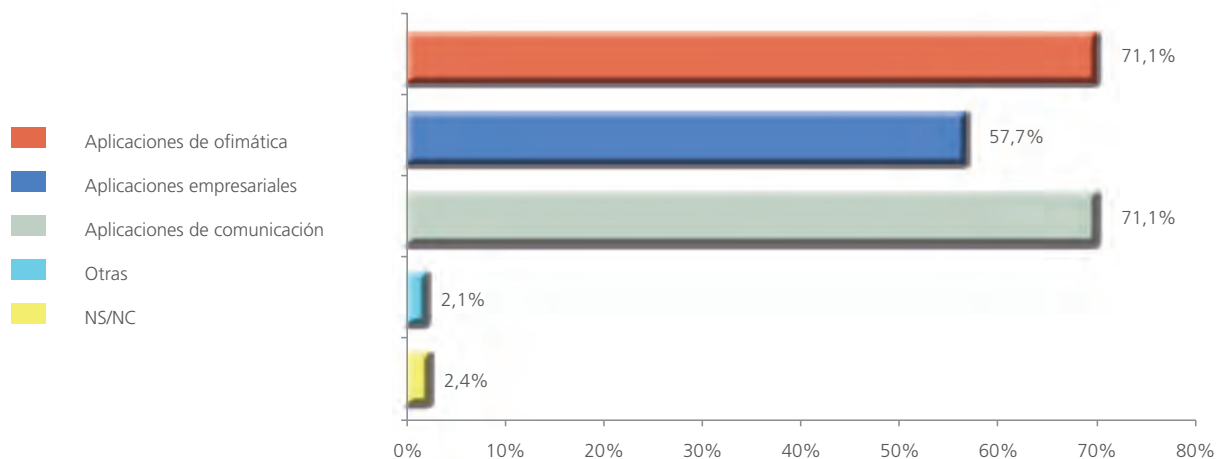
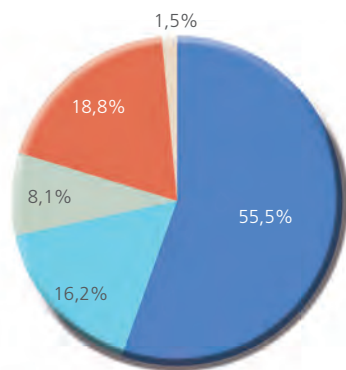


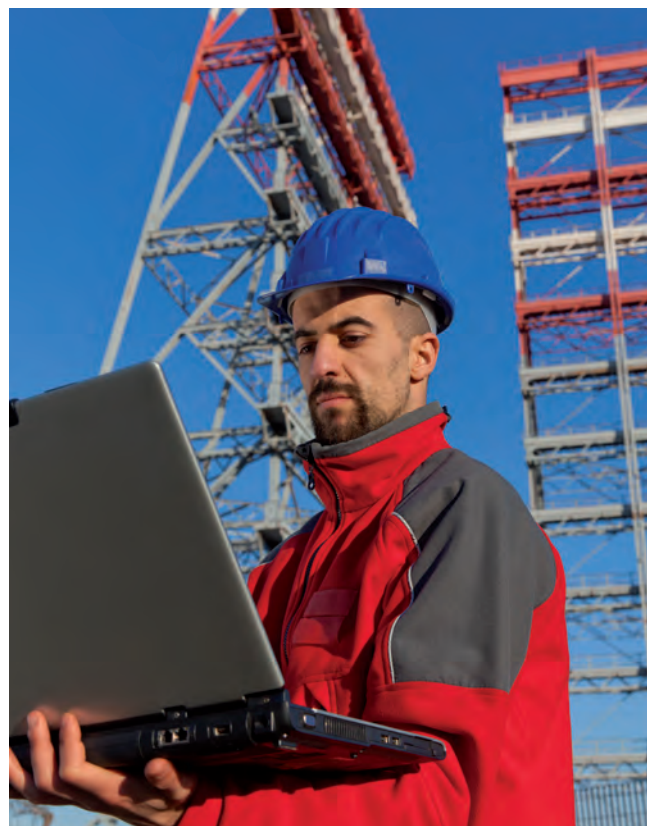
Gráfico 55

Conectividad

- Sí tiene acceso con conexión fija
- Sí tiene acceso con conexión móvil
- Sí tiene acceso con ambos tipos de conexión
- No tiene
- NS/NC



Base: tienen equipamiento informático (197 casos)



seen. Entre estos últimos, el principal equipamiento es el PC de sobremesa (52%), seguido por el PC portátil (40%). Y el dispositivo con menos presencia es el navegador GPS (5%).

Dentro del sector, las aplicaciones con mayor presencia son tanto las ofimáticas como las de comunicación (71%), por encima de las empresariales (57%).

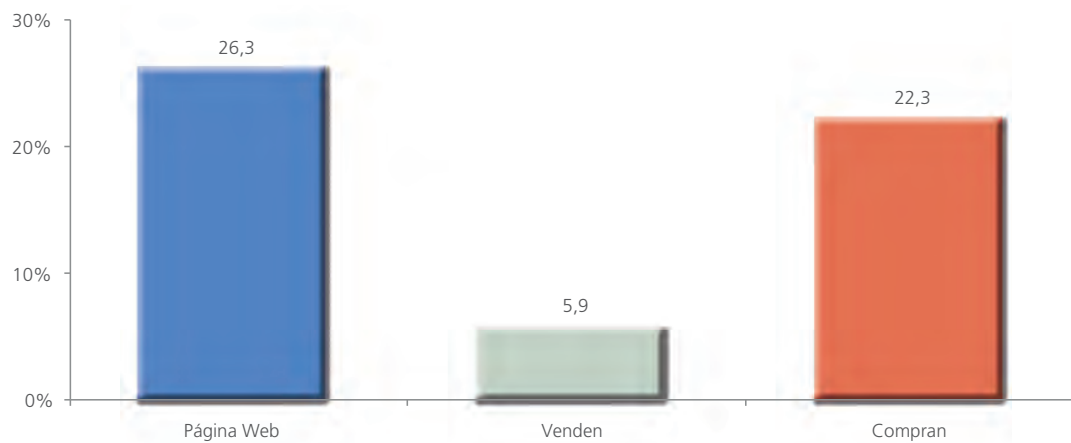
Existe todavía una proporción que no dispone de conectividad (18%), pero lo más habitual es que tengan conexión

fija (55%) y, en menor medida, móvil (16%). Por último, cabe destacar que un pequeño grupo de autónomos mantienen ambos tipos de conexión (8%).

Entre los autónomos que disponen de acceso a Internet, un conjunto de los mismos tiene presencia en la Red a través de página web (26%), un menor porcentaje compran por este medio (22%) y un todavía menor venden a través de Internet (5%).

Gráfico 56

Página web y comercio electrónico



Base: tienen acceso a Internet (158 casos)

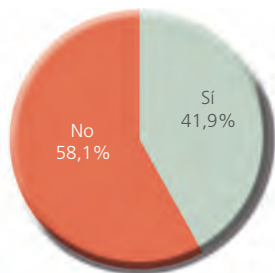


8.3 Transporte y almacenamiento

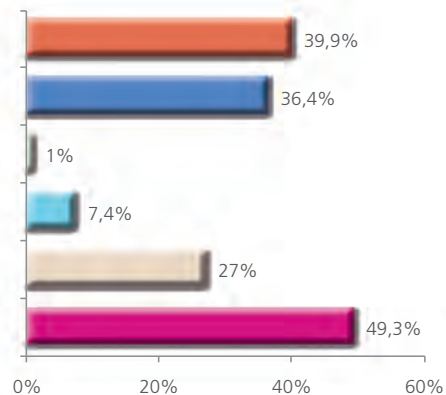
Gráfico 57

Equipamiento informático

Base: total muestra (229 casos)



- PC de sobremesa
- PC portátil
- Terminal de punto de venta (TPV)
- Agenda electrónica
- Teléfono inteligente o smartphone
- Navegadores GPS



Base: tienen equipamiento informático (98 casos)



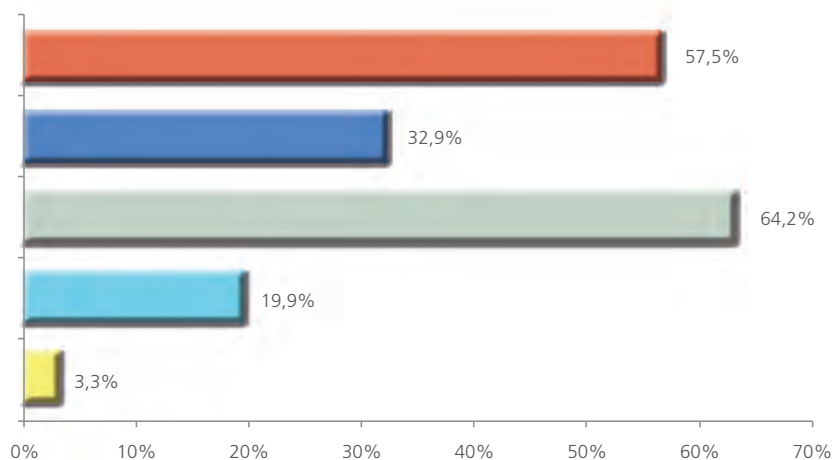


El porcentaje de autónomos que no disponen de equipamiento informático es superior -en 18 puntos porcentuales- a aquellos que sí lo poseen. Entre estos últimos, el principal equipamiento son los navegadores GPS (49%), seguido por el PC de sobremesa (39%). Asimismo, el TPV es el dispositivo con menos presencia.

Dentro de los autónomos del sector con equipamiento informático, las aplicaciones con mayor presencia son las de comunicación (64%), por encima de las aplicaciones de ofimática (57%) y de las empresariales (32%).

Gráfico 58

Soluciones informáticas

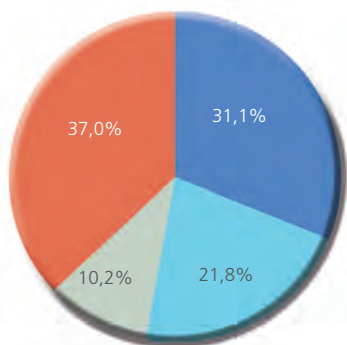


Base: tienen equipamiento informático (98 casos)

Gráfico 59

Conectividad

- Si tiene acceso con conexión fija
- Si tiene acceso con conexión móvil
- Si tiene acceso con ambos tipos de conexión
- No tiene



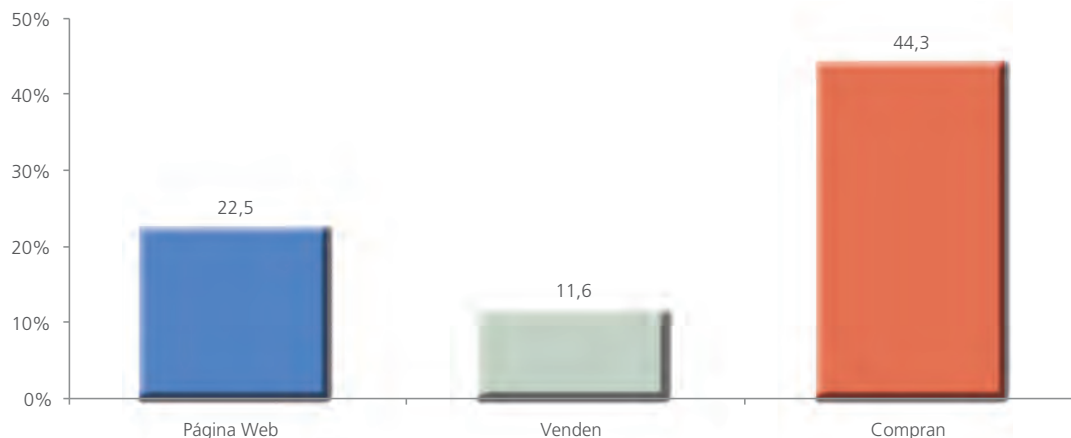
Base: tienen equipamiento informático (98 casos)

Existe un elevado número que no dispone de conectividad (37%). No obstante, entre aquellos que sí la tienen, lo más habitual es que cuenten con conexión fija (31%) y, en menor medida, móvil (21%). Por último, cabe destacar que un grupo pequeño de autónomos mantienen ambos tipos de conexión (10%).

Entre los autónomos que disponen de acceso a Internet, un 22% tiene presencia en la Red a través de la página web, un 44% compra por este medio y un 11% aprovecha este canal para vender.

Gráfico 60

Página web y comercio electrónico

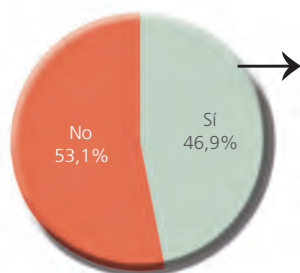


Base: tienen acceso a Internet (65 casos)

8.4 Industria

Gráfico 61

Equipamiento informático



- PC de sobremesa
- PC portátil
- Terminal de punto de venta (TPV)
- Agenda electrónica
- Teléfono inteligente o smartphone
- Navegadores GPS



Base: tienen equipamiento informático (159 casos)

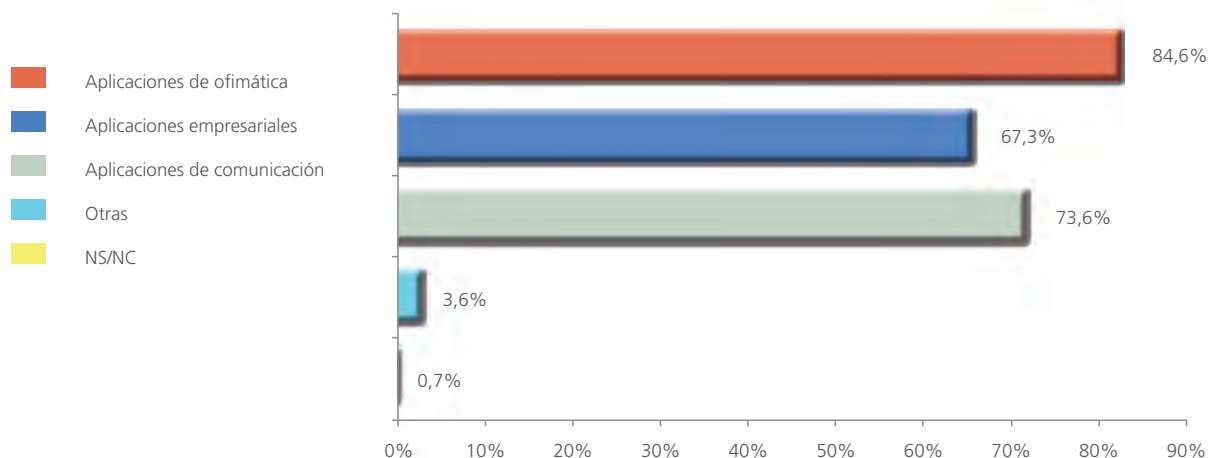
El porcentaje de autónomos que en el sector Industria no dispone de equipamiento informático es superior -en 6 puntos porcentuales- a aquellos que sí lo poseen. Entre es-

tos últimos, el primer equipamiento es el PC de sobremesa (83%), seguido por el PC portátil (37%), mientras el dispositivo con menos presencia es la agenda electrónica (2%).



Gráfico 62

Soluciones informáticas



Base: tienen equipamiento informático (159 casos)

Dentro del sector, las aplicaciones con mayor presencia son las ofimáticas (84%), por encima de las aplicaciones empresariales (67%) y de las de comunicación (73%).

Existe todavía una bolsa de autónomos que no disponen de conectividad (17%), pero lo más habitual es que tengan conexión fija (65%) y, en menor medida, móvil (11%). Por último, cabe destacar que un grupo pequeño de autónomos mantienen ambos tipos de conexión (4%).

Entre los que disponen de acceso a Internet, un 38% tiene presencia en la Red a través de la página web, un 33% compra por este medio y un 19% aprovecha este canal para vender.





Gráfico 63

Conectividad

- Sí tiene acceso con conexión fija
- Sí tiene acceso con conexión móvil
- Sí tiene acceso con ambos tipos de conexión
- No tiene
- NS/NC

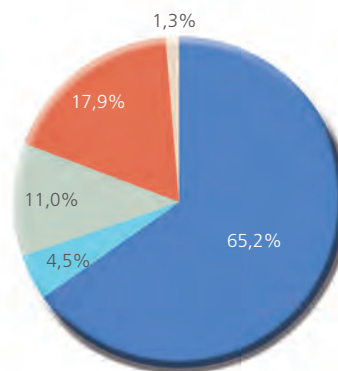
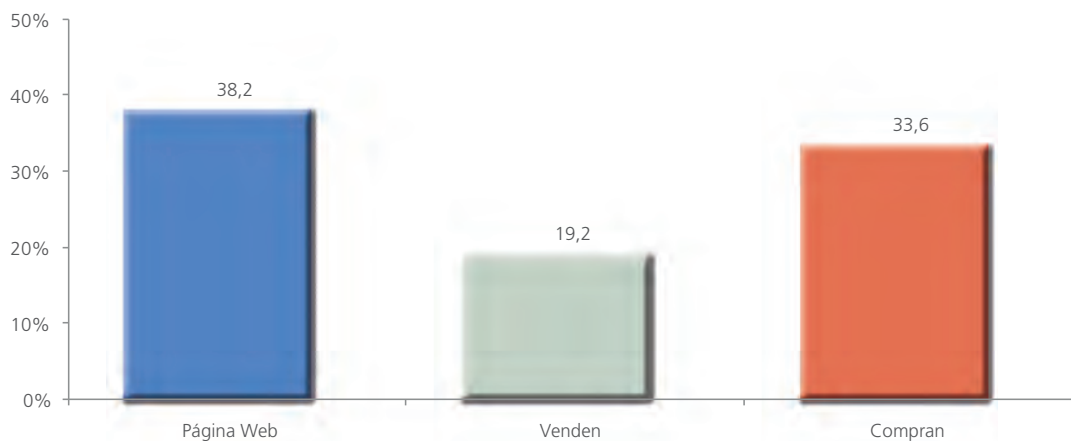


Gráfico 64

Página web y comercio electrónico

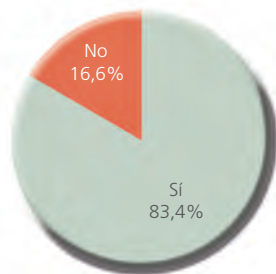
Base: tienen acceso a Internet (130 casos)



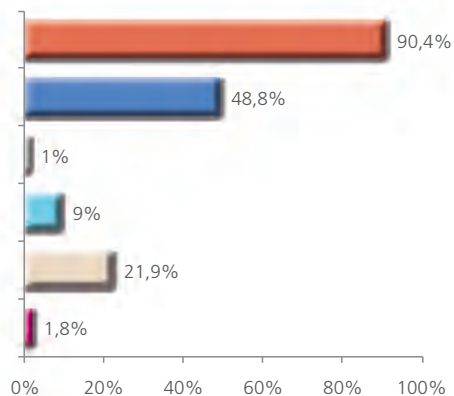
8.5 Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias

Gráfico 65

Equipamiento informático



- PC de sobremesa
- PC portátil
- Terminal de punto de venta (TPV)
- Agenda electrónica
- Teléfono inteligente o smartphone
- Navegadores GPS



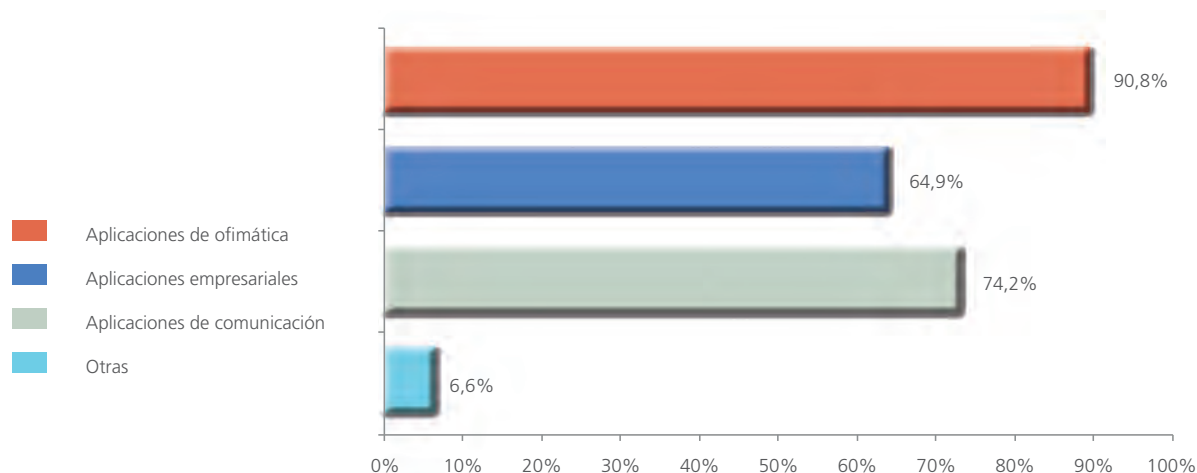
Base: tienen equipamiento informático (94 casos)

Base: total muestra (111 casos)



Gráfico 66

Soluciones informáticas



Base: tienen equipamiento informático (94 casos)

El porcentaje de autónomos que en el sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias no disponen de equipamiento informático es inferior -en 66 puntos porcentuales- a aquellos que sí lo poseen. Entre estos últimos, el principal equipamiento es el PC de sobremesa (90%), seguido por el PC portátil (48%). Sin embargo, el TPV es el dispositivo con menos representación (1%).

Dentro de este sector, las aplicaciones con mayor presencia son las ofimáticas (90%), por encima de las empresariales (64%) y de las de comunicación (74%).

El porcentaje de autónomos que no disponen de conectividad en este sector es poco significativo (2%). Lo más habitual es que tengan conexión fija (72%) y, a bastante distancia, móvil (4%). Por último, cabe destacar que un grupo pequeño mantiene ambos tipos (15%).

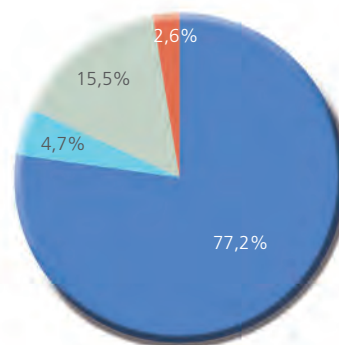
Entre los autónomos que disponen de acceso a Internet, un 52% tiene presencia en la Red a través de la página web, mientras que los que venden y compran por este medio representan ambos un 12%.



Gráfico 67

Conectividad

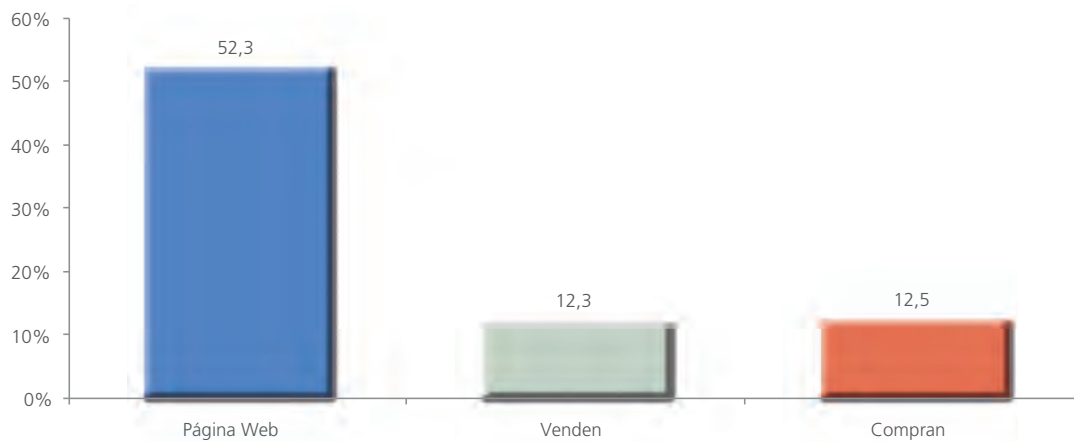
- Sí tiene acceso con conexión fija
- Sí tiene acceso con conexión móvil
- Sí tiene acceso con ambos tipos de conexión
- No tiene



Base: tienen equipamiento informático (94 casos)

Gráfico 68

Página web y comercio electrónico

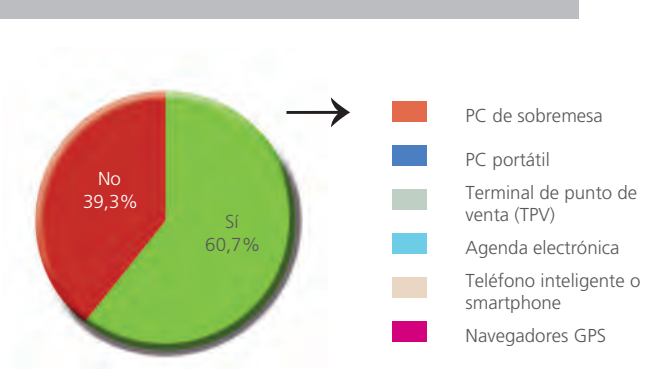


Base: tienen acceso a Internet (92 casos)

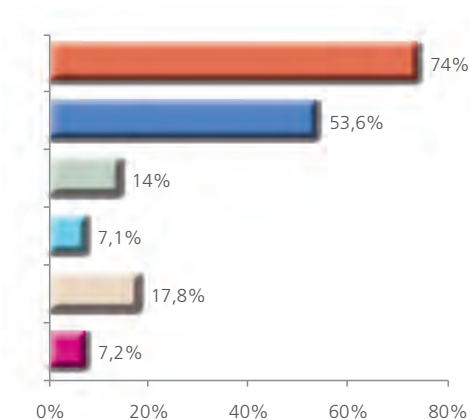
8.6 Actividades profesionales científicas, técnicas, de salud y servicios

Gráfico 69

Equipamiento informático



Base: total muestra (290 casos)



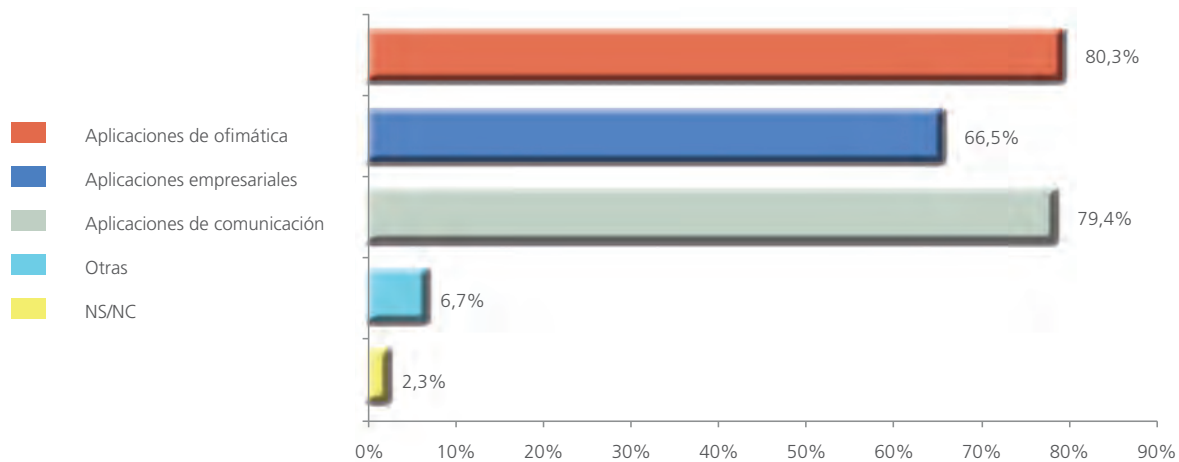
Base: tienen equipamiento informático (180 casos)





Gráfico 70

Soluciones informáticas



Base: tienen equipamiento informático (180 casos)

El porcentaje de autónomos que en el sector de actividades profesionales científicas, técnicas, de salud y servicios no cuentan con equipamiento informático es inferior -en 20 puntos porcentuales- a aquellos que sí lo tienen. Entre estos últimos, el principal equipamiento es el PC de sobremesa (74%), seguido por el PC portátil (53%). Asimismo, el dispositivo con menos presencia es la agenda electrónica (7%).

En este sector, las aplicaciones con mayor presencia son las ofimáticas (80%), por encima de las empresariales (66%) y de las de comunicación (79%).

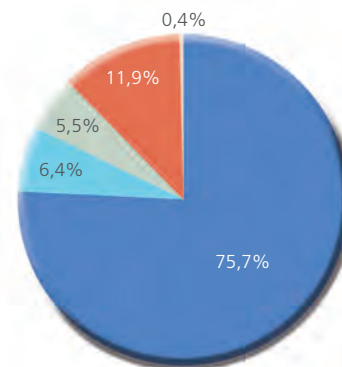
Existe todavía una bolsa de autónomos que no disponen de conectividad (11%) pero lo más habitual es que tengan conexión fija (75%) y, en menor medida, móvil (6%). Por último, cabe destacar que un pequeño grupo mantiene ambos tipos de conexión (5%).

Entre los autónomos que disponen de acceso a Internet, un 37% tiene presencia en la Red a través de la página web, un 35% compra por este medio y solo un 7% vende.

Gráfico 71

Conectividad

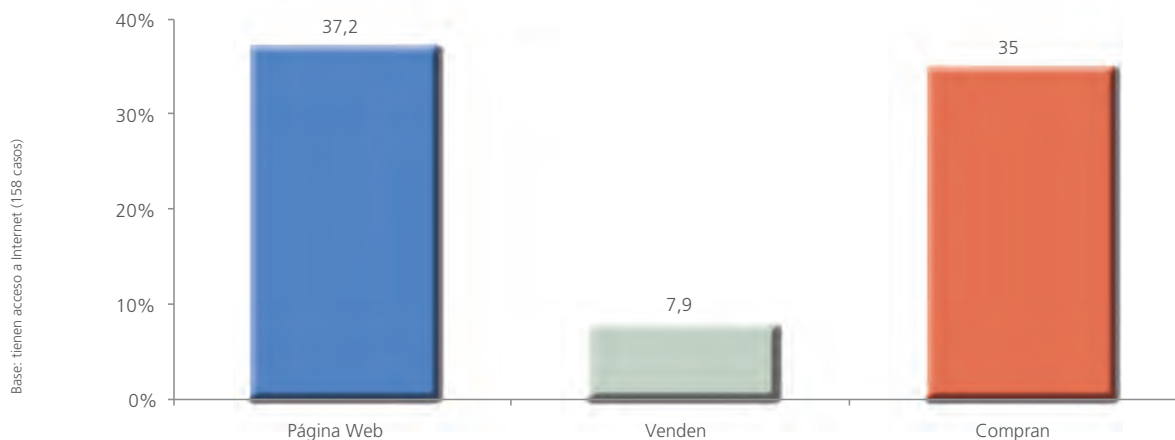
- Sí tiene acceso con conexión fija
- Sí tiene acceso con conexión móvil
- Sí tiene acceso con ambos tipos de conexión
- No tiene
- NS/NC



Base: tienen equipamiento informático (180 casos)

Gráfico 72

Página web y comercio electrónico

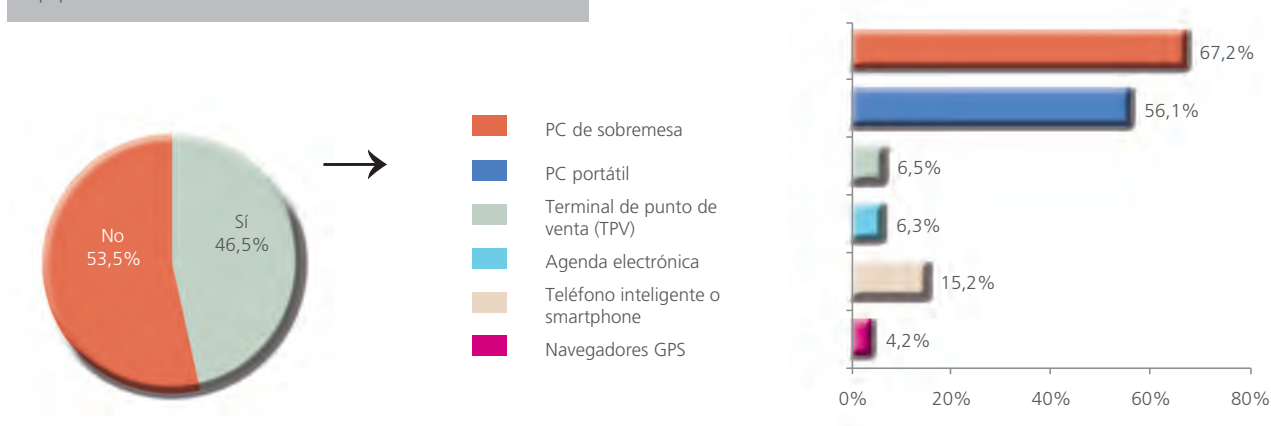


Base: tienen acceso a Internet (158 casos)

8.7 Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar

Gráfico 73

Equipamiento informático



Base: tienen equipamiento informático (109 casos)

Base: Total muestra (219 casos).

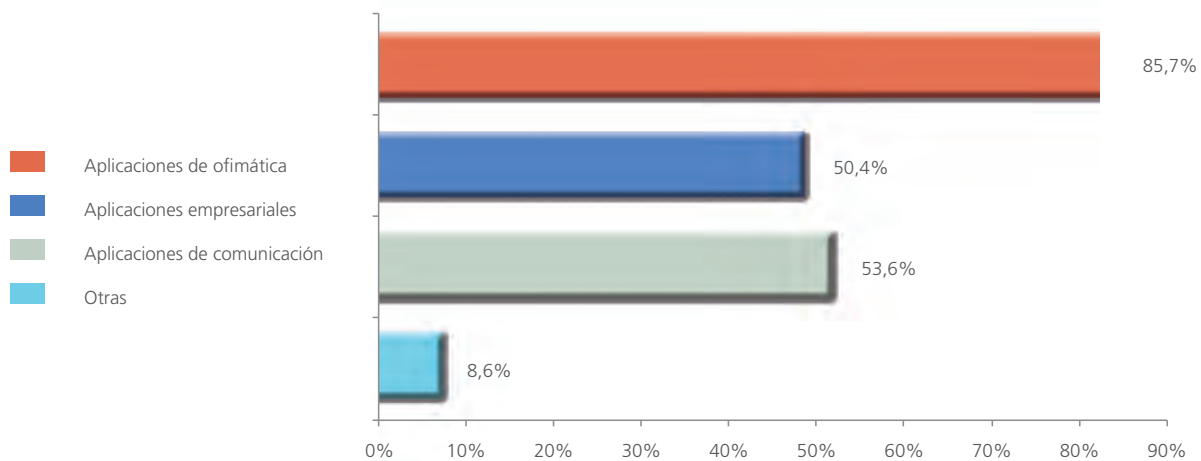


El porcentaje de autónomos que en el sector de actividades administrativas, educativas y empleados del hogar no dispone de equipamiento informático es superior -en 7 puntos porcentuales- a aquellos que sí lo poseen. Entre estos últimos, el principal equipamiento es el PC de sobremesa (67%), seguido por el PC portátil (56%), mientras el dispositivo con menor representación son los navegadores GPS (4%).

Gráfico 74

Soluciones informáticas

Base: tienen equipamiento informático (109 casos)



En este sector, las aplicaciones con mayor porcentaje son las ofimáticas (85%), por encima de las empresariales (50%) y de las de comunicación (53%).

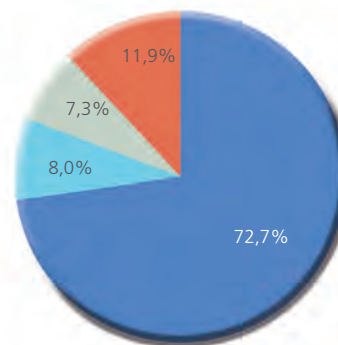
Existe todavía un número de autónomos que no disponen de conectividad (11%), pero lo más habitual es que tengan conexión fija (72%) y, en menor medida, móvil (8%). Por último, cabe destacar que un 7% mantiene ambos tipos de conexión.

Entre los autónomos que disponen de acceso a Internet, un 34% tiene presencia en la Red a través de la página web, un 23% compra por este medio (23%) mientras que ninguno lo utiliza para vender.

Gráfico 75

Conectividad

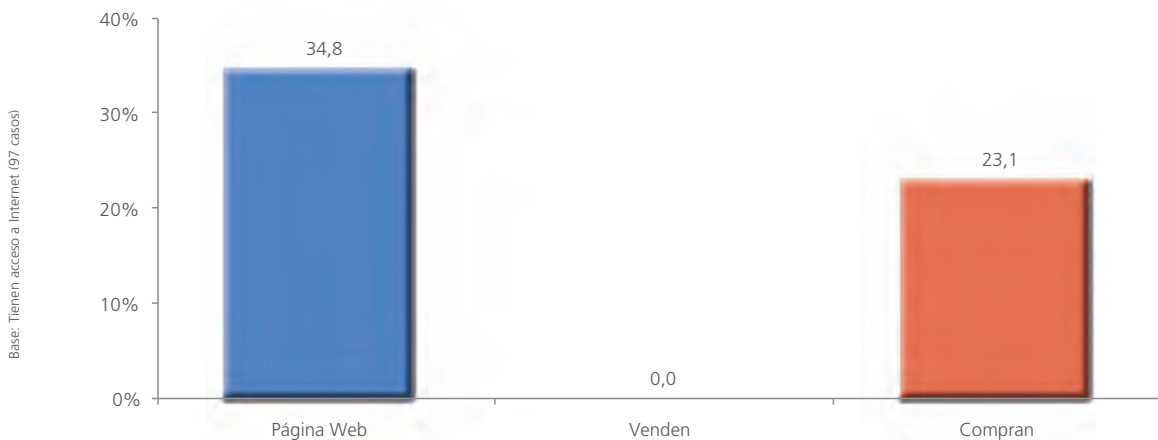
- Sí tiene acceso con conexión fija
- Sí tiene acceso con conexión móvil
- Sí tiene acceso con ambos tipos de conexión
- No tiene



Base: tienen equipamiento informático (109 casos)

Gráfico 76

Página web y comercio electrónico

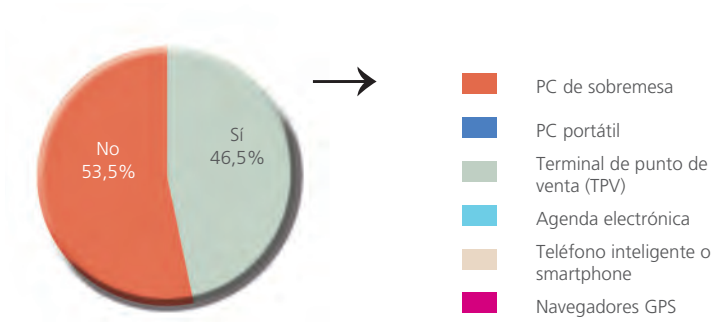


Base: Tienen acceso a Internet (97 casos)

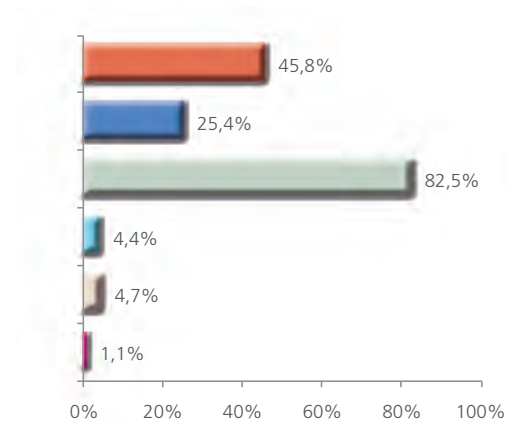
8.8 Hostelería

Gráfico 77

Equipamiento informático



Base: total muestra (373 casos)

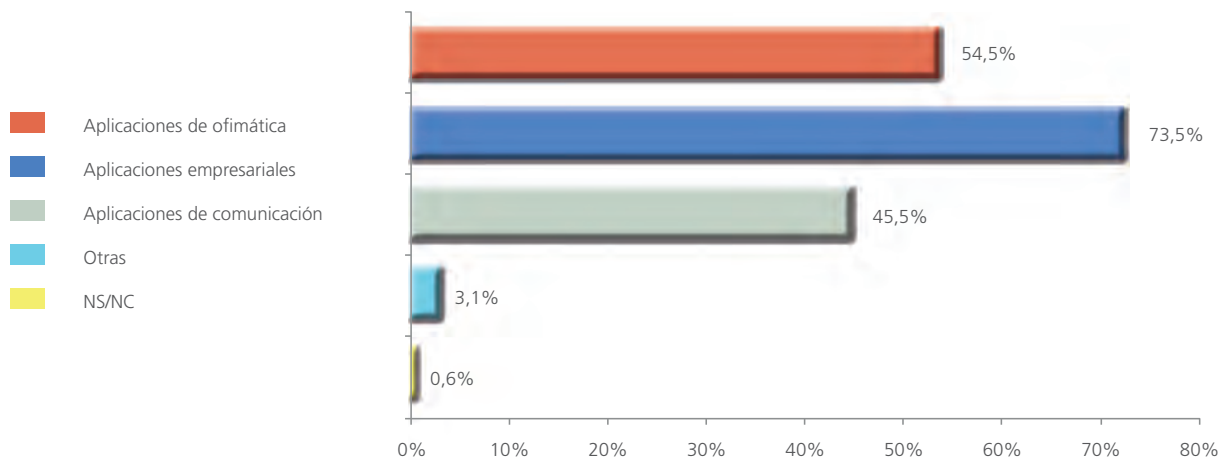


Base: tienen equipamiento informático (175 casos)

Gráfico 78

Soluciones informáticas

Base: tienen equipamiento informático (175 casos)



El porcentaje de autónomos que en el sector hostelero no cuentan con equipamiento informático es superior -en 7 puntos porcentuales- a aquellos que sí tienen. Entre estos últimos, el principal equipamiento es el TPV (82%), seguido por el PC de sobremesa (45%), mientras el dispositivo con menos representación son los navegadores GPS (1%).

En este sector, las aplicaciones con mayor presencia son las empresariales (73%), por encima de las ofimáticas (54%) y de las de comunicación (45%).

Existe todavía un nutrido grupo de autónomos que no disponen de conectividad (40%) aunque lo más habitual es que tengan conexión fija (50%) y, en menor medida, móvil (5%). Por último, cabe destacar que un 2% cuenta con ambos tipos de conexión.

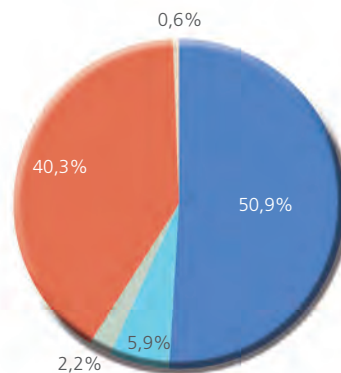
Entre los autónomos que disponen de acceso a Internet, un 43% tiene presencia en la Red a través de la página web, un 22% compra por este medio mientras solo vende un 3%.



Gráfico 79

Conectividad

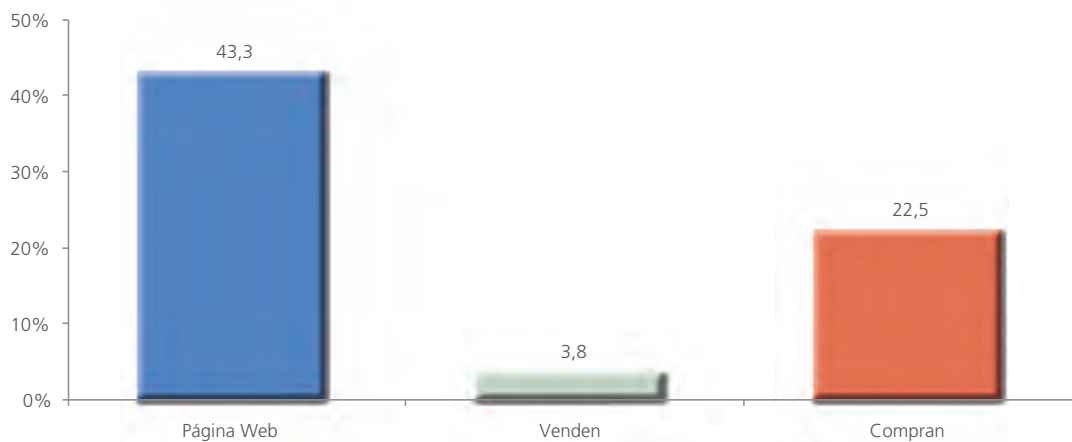
- Sí tiene acceso con conexión fija
- Sí tiene acceso con conexión móvil
- Sí tiene acceso con ambos tipos de conexión
- No tiene
- NS/NC



Base: tienen equipamiento informático (175 casos)

Gráfico 80

Página web y comercio electrónico

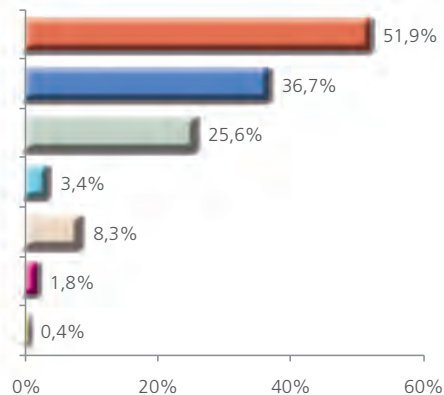
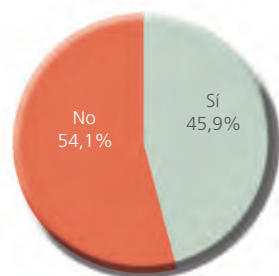


Base: tienen acceso a Internet (103 casos)

8.9 Otras actividades

Gráfico 81

Equipamiento informático

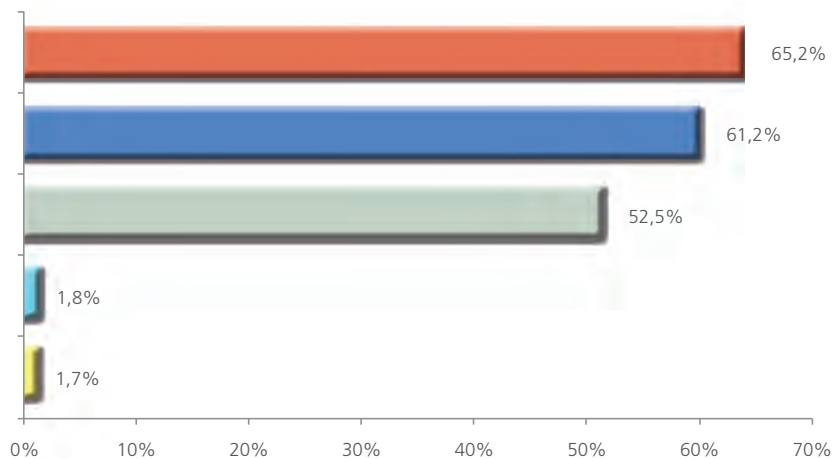
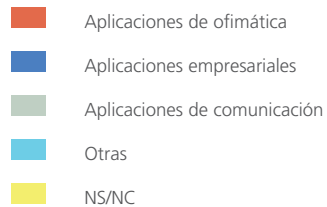


Base: tienen equipamiento informático (204 casos)

Base: total muestra (445 casos)

Gráfico 82

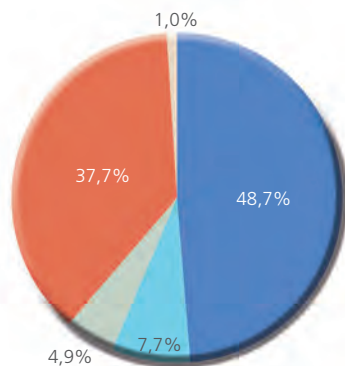
Soluciones informáticas



Base: tienen equipamiento informático (204 casos)

Gráfico 83
Conectividad

- Sí tiene acceso con conexión fija
- Sí tiene acceso con conexión móvil
- Sí tiene acceso con ambos tipos de conexión
- No tiene
- NS/NC



Base: tienen equipamiento informático (204 casos)



El porcentaje de autónomos que en este sector no disponen de equipamiento informático es superior -en 8 puntos porcentuales- a aquellos que sí lo poseen. Entre estos últimos, el principal equipamiento es el PC de sobremesa (51%), seguido por PC portátil (36%). Y los navegadores GPS son los dispositivos con menos presencia (1%).

En el sector, las aplicaciones con mayor presencia son las ofimáticas (65%), por encima de las empresariales (61%) y de las de comunicación (52%).

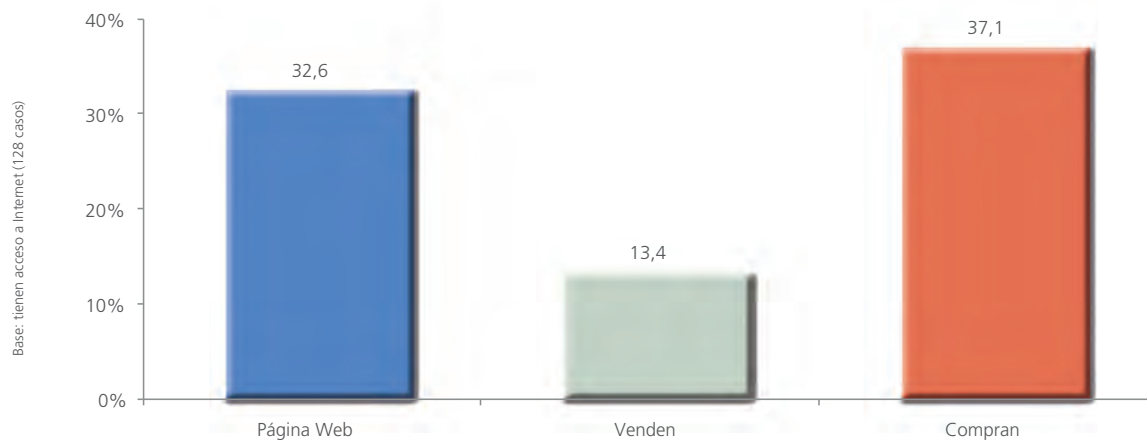
Existe todavía un porcentaje de autónomos que no disponen de conectividad (37%), pero lo más habitual es que tengan conexión fija (48%) y, en menor medida, móvil (7%). Por último, cabe destacar que un grupo pequeño de autónomos mantienen ambos tipos de conexión (4%).

Entre los autónomos que disponen de acceso a Internet, un 32% tiene presencia en la Red a través de página web. Mientras que un 37% compra por este canal, solo un 13% decide vender utilizando este medio.



Gráfico 84

Página web y comercio electrónico





9

Anexos



RELACIÓN DE GRÁFICOS

| | | | |
|--|----|--|----|
| Gráfico 1. Equipamiento informático en su negocio..... | 15 | Gráfico 26. Redes sociales usadas..... | 43 |
| Gráfico 2. Equipamientos informáticos que posee | 17 | Gráfico 27. La venta por Internet..... | 45 |
| Gráfico 3. Soluciones informáticas utilizadas..... | 19 | Gráfico 28. Fuentes de ingresos por Internet | 46 |
| Gráfico 4. Uso de soluciones informáticas en código abierto | 20 | Gráfico 29. Evolución de las ventas por Internet con respecto al año anterior..... | 47 |
| Gráfico 5. Aplicaciones de soluciones informáticas en código abierto utilizadas..... | 21 | Gráfico 30. Los precios en Internet | 47 |
| Gráfico 6. Satisfacción con las soluciones informáticas en código abierto utilizadas..... | 22 | Gráfico 31. Los medios de pago de la venta por Internet | 48 |
| Gráfico 7. Herramientas de seguridad instaladas..... | 22 | Gráfico 32. Principal dificultad de implantación de la venta por Internet | 49 |
| Gráfico 8. Conocimiento y posesión de certificado digital | 23 | Gráfico 33. Beneficios del comercio electrónico con clientes | 49 |
| Gráfico 9. Conocimiento y uso de factura electrónica | 25 | Gráfico 34. Motivos por los que no venden por Internet..... | 50 |
| Gráfico 10. Principales beneficios de la incorporación de las TIC | 26 | Gráfico 35. Beneficios que encontraría en la venta por Internet..... | 52 |
| Gráfico 11. Disponibilidad de subvenciones | 28 | Gráfico 36. Tiempo que se lleva comprando por Internet..... | 55 |
| Gráfico 12. Importancia de las subvenciones | 29 | Gráfico 37. Precio de la compra a través de Internet | 57 |
| Gráfico 13. Acceso a Internet y tipo de conexión | 31 | Gráfico 38. Evolución de las compras por Internet a proveedores | 57 |
| Gráfico 14. Motivos de no acceso a Internet..... | 33 | Gráfico 39. Principal obstáculo encontrado al comprar por Internet..... | 58 |
| Gráfico 15. Antigüedad de acceso a Internet..... | 33 | Gráfico 40. Principal beneficio encontrado al comprar por Internet..... | 58 |
| Gráfico 16. Usos de Internet..... | 35 | Gráfico 41. Causa fundamental para no comprar por Internet..... | 59 |
| Gráfico 17. Posesión de página web..... | 37 | Gráfico 42. Beneficios que podría encontrar en la compra a través de Internet | 61 |
| Gráfico 18. Causas de no posesión de página web | 38 | Gráfico 43. Valoración de ayudas | 65 |
| Gráfico 19. Antigüedad de la página web | 38 | Gráfico 44. Prioridades para las subvenciones..... | 68 |
| Gráfico 20. Funcionalidades o características de la web | 39 | Gráfico 45. Confianza en asesores tecnológicos..... | 71 |
| Gráfico 21. Objetivos principales de la página web | 40 | Gráfico 46. Índice Fundetec de Informatización Básica..... | 82 |
| Gráfico 22. Usos de la web por los clientes y proveedores..... | 40 | Gráfico 47. Índice Fundetec de Informatización Media..... | 83 |
| Gráfico 23. Dificultades encontradas al prepararse para su presencia en Internet..... | 41 | Gráfico 48. Índice Fundetec de Informatización Avanzada | 84 |
| Gráfico 24. Conocimiento de las redes sociales..... | 42 | | |
| Gráfico 25. Uso de redes sociales | 43 | | |

Automoción, comercio y servicios personales

| | |
|---|----|
| Gráfico 49. Equipamiento informático | 87 |
| Gráfico 50. Soluciones informáticas | 88 |
| Gráfico 51. Conectividad | 89 |
| Gráfico 52. Página web y comercio electrónico | 90 |

Utilities y construcción

| | |
|---|----|
| Gráfico 53. Equipamiento informático | 91 |
| Gráfico 54. Soluciones informáticas | 91 |
| Gráfico 55. Conectividad | 92 |
| Gráfico 56. Página web y comercio electrónico | 93 |

Transporte y almacenamiento

| | |
|---|----|
| Gráfico 57. Equipamiento informático | 94 |
| Gráfico 58. Soluciones informáticas | 95 |
| Gráfico 59. Conectividad | 96 |
| Gráfico 60. Página web y comercio electrónico | 96 |

Industria

| | |
|---|----|
| Gráfico 61. Equipamiento informático | 97 |
| Gráfico 62. Soluciones informáticas | 98 |
| Gráfico 63. Conectividad | 99 |
| Gráfico 64. Página web y comercio electrónico | 99 |

Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias

| | |
|---|-----|
| Gráfico 65. Equipamiento informático | 100 |
| Gráfico 66. Soluciones informáticas | 101 |
| Gráfico 67. Conectividad | 102 |
| Gráfico 68. Página web y comercio electrónico | 102 |

Actividades profesionales científicas, técnicas, de salud y servicios

| | |
|---|-----|
| Gráfico 69. Equipamiento informático | 103 |
| Gráfico 70. Soluciones informáticas | 104 |
| Gráfico 71. Conectividad | 105 |
| Gráfico 72. Página web y comercio electrónico | 105 |

Actividades administrativas, educativas y empleados del hogar

| | |
|---|-----|
| Gráfico 73. Equipamiento informático | 106 |
| Gráfico 74. Soluciones informáticas | 107 |
| Gráfico 75. Conectividad | 108 |
| Gráfico 76. Página web y comercio electrónico | 108 |

Hostelería

| | |
|---|-----|
| Gráfico 77. Equipamiento informático | 109 |
| Gráfico 78. Soluciones informáticas | 109 |
| Gráfico 79. Conectividad | 111 |
| Gráfico 80. Página web y comercio electrónico | 111 |

Otras actividades

| | |
|---|-----|
| Gráfico 81. Equipamiento informático | 112 |
| Gráfico 82. Soluciones informáticas | 112 |
| Gráfico 83. Conectividad | 113 |
| Gráfico 84. Página web y comercio electrónico | 114 |

RELACIÓN DE TABLAS

| | | | |
|-----------|--|-----------|--|
| Tabla 1. | Equipamiento informático en su negocio según sector de actividad 16 | Tabla 15. | Conocimiento de las redes sociales según sector de actividad 42 |
| Tabla 2. | Equipamiento informático en su negocio según comunidad autónoma 16 | Tabla 16. | Uso de las redes sociales según sector de actividad 43 |
| Tabla 3. | Equipamientos informáticos que posee según sector de actividad 18 | Tabla 17. | La venta por Internet según sector de actividad 46 |
| Tabla 4. | Soluciones informáticas utilizadas según sector de actividad 20 | Tabla 18. | Motivos por los que no venden por Internet según sector de actividad 51 |
| Tabla 5. | Uso de soluciones informáticas en código abierto según sector de actividad 21 | Tabla 19. | Beneficios que encontraría en la venta por Internet según sector de actividad 53 |
| Tabla 6. | Herramientas de seguridad instaladas según sector de actividad 23 | Tabla 20. | Tiempo que se lleva comprando por Internet según sector de actividad 56 |
| Tabla 7. | Conocimiento y posesión de certificado digital según sector de actividad 24 | Tabla 21. | Causa fundamental para no comprar por Internet según sector de actividad 60 |
| Tabla 8. | Conocimiento y uso de factura electrónica según sector de actividad 25 | Tabla 22. | Beneficios que podría encontrar según sector de actividad 62 |
| Tabla 9. | Principales beneficios de la incorporación de las TIC según sector de actividad 27 | Tabla 23. | Valoración de ayudas según sector de actividad 66 |
| Tabla 10. | Disponibilidad de subvenciones según sector de actividad 29 | Tabla 24. | Valoración de ayudas según sector comunidad autónoma 67 |
| Tabla 11. | Acceso a Internet y tipo de conexión según sector de actividad 32 | Tabla 25. | Prioridades para las subvenciones según sector de actividad 69 |
| Tabla 12. | Antigüedad de acceso a Internet según sector de actividad 34 | Tabla 26. | Prioridades para las subvenciones según comunidad autónoma 70 |
| Tabla 13. | Usos de Internet según sector de actividad 36 | Tabla 27. | Confianza en asesores tecnológicos según sector de actividad 72 |
| Tabla 14. | Posesión de página web según sector de actividad 37 | Tabla 28. | Confianza en asesores tecnológicos según comunidad autónoma 74 |

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

‘El trabajador autónomo y la Sociedad de la Información 2008’ – Fundetec.
 ‘El trabajador autónomo y la Sociedad de la Información 2009’ – Fundetec.
 Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) – Seguridad Social.
 Encuestas recabadas entre los autónomos de ATA y UPTA.



Fundetec



Fundetec

Pº de la Castellana, 163. 5ª Planta. 28046 Madrid
Tel. 91 598 15 40 · Fax. 91 598 15 42
fundetec@fundetec.es · www.fundetec.es

Patrocinado por



Colaboran



Informe elaborado por

