

El trabajador autónomo y la Sociedad de la Información 2011



Fundetec

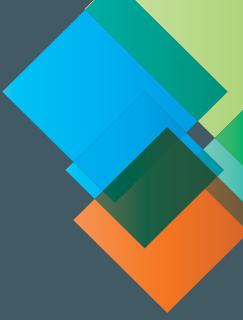


El trabajador autónomo y la Sociedad de la Información **2011**

Propiedad intelectual: Fundetec
Depósito Legal: M-18849-2012
Diseño y maquetación: Cuarto Canal & Tipográfico
© Fotografías: Fotolia.com
Imprime: Digital Grupem

Índice

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Presentación	7
1.2. Metodología	8
2. INFORMATIZACIÓN DEL TRABAJADOR AUTÓNOMO	11
2.1. Equipamiento informático	12
2.2. Beneficios de la incorporación de las TIC	23
2.3. Subvenciones para la informatización	24
3. INTERNET EN LA ACTIVIDAD DEL AUTÓNOMO	27
3.1. Acceso a Internet y usos	28
3.2. Presencia en Internet y página web	31
3.3. Redes sociales	34
4. COMERCIO ELECTRÓNICO	39
4.1. Con clientes: venta online	40
4.2. Con proveedores: compra online	47
5. AYUDAS A LA INCORPORACIÓN DE LAS TIC	55
6. ASESORES TECNOLÓGICOS	61
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
8. ANÁLISIS SECTORIAL	73
8.1. Automoción, comercio y servicios personales	74
8.2. Utilities y construcción	76
8.3. Transporte y almacenamiento	78
8.4. Industria	80
8.5. Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias	82
8.6. Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios	84
8.7. Actividades administrativas y educativas y empleados del hogar	86
8.8. Hostelería	88
8.9. Otras actividades	90
ANEXO. RELACIÓN DE FIGURAS	93



1. Introducción



1.1. PRESENTACIÓN

Pudiera parecer que lo peor para los autónomos ya ha pasado, y que empieza a levantar la cabeza el espíritu emprendedor de los españoles, que deciden al fin aventurarse a poner en marcha nuevos negocios. Al menos, las cifras de la Seguridad Social muestran que el pasado mes de abril aumentó en 6.434 el número de profesionales inscritos en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA). Se trata del mayor incremento en lo que va de año, aunque los 3.057.272 actuales siguen siendo 41.035 menos de los que había en activo en abril de 2011.

Claro que, además, de estos datos se puede hacer otra lectura: debido a los numerosos despidos y a la misión imposible de encontrar un nuevo empleo, muchos trabajadores se dan de alta como autónomos para establecerse por su cuenta como única alternativa para seguir en activo; lo que, por otra parte, reitera lo dicho y manifiesta la voluntad de superación y el afán emprendedor de los profesionales españoles.

A la hora de poner en marcha un nuevo negocio, hacerlo de espaldas a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) resulta prácticamente imposible hoy día, pero no adaptar las empresas tradicionales a las positivas influencias de estas nuevas herramientas representa un gran error que se traduce en importantes pérdidas de oportunidades de negocio y de mejora de la rentabilidad.

Por otra parte, está comprobado que las TIC aumentan la empleabilidad, por lo que será más fácil para un desempleado conseguir un nuevo trabajo si se maneja en los nuevos entornos profesionales generados por la informática en general, e Internet y sus múltiples aplicaciones en particular.

Con este informe, que cumple este año su cuarta edición, pretendemos analizar cuál es el grado de informatización actual de los autónomos españoles, así como su relación con las diferentes herramientas y los usos que hacen de ellas. Y lo que observamos, en relación a la edición de 2010, es que las ventajas de las nuevas tecnologías no les son ajenas a estos profesionales, y cada vez son más los que apuestan por incorporarlas a su negocio.

Bien es cierto que la mayoría de los autónomos informatizados se encuentran aún en un nivel de tecnificación básico, pero también aumentan los que han superado esa primera toma de contacto con las TIC y se lanzan a descubrir nuevos horizontes, a comercializar sus productos y servicios a través de Internet, a comprar vía Web a sus proveedores, a aprovechar las ventajas que les ofrecen las redes sociales a la hora de relacionarse con sus clientes reales y potenciales... A optimizar al máximo sus procesos para conseguir ser cada vez más competitivos.

Ésa, junto a un espíritu innovador y creativo, es la única receta del éxito. Eso, y mucho esfuerzo y dedicación. Y de eso nuestros autónomos saben cantidad.

Alfonso Arbaiza, Director General de Fundetec

Mayo de 2012

1.2. METODOLOGÍA

El presente informe ha sido elaborado por Fundetec con la colaboración de 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 una encuesta realizada a autónomos de toda

España para conocer su situación respecto a implantación de Tecnologías de la información y la Comunicación (TIC).

El objetivo que persigue este informe es analizar el grado de incorporación de las TIC al uso profesional por parte del autónomo español, las herramientas utilizadas, sus usos y los beneficios conseguidos.

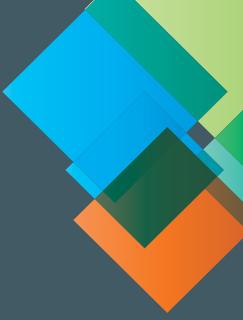


Características técnicas de la encuesta

- **Ámbito:** España.
- **Universo:** Trabajadores autónomos, que en octubre de 2011 ascendían a 3.086.837 según el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA).
- **Muestra:** 4.156 casos.
- **Muestreo:** Por sectores de actividad y por comunidades autónomas.
- **Entrevista:** telefónica.
- **Trabajo de campo:** del 1 de septiembre al 7 de noviembre de 2011.
- **Margen de error:** para $p=q=0,5$ y nivel de confianza del 95,5% para datos globales es de $\pm 1,55\%$.
- **Distribución sectorial:**
 1. Automoción, comercio y servicios personales..... 25,1%
 2. *Utilities* y construcción 13,3%
 3. Transporte y almacenamiento 6,5%
 4. Industria y agricultura..... 7,8%
 5. Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias 3%
 6. Actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios 9,3%
 7. Actividades administrativas y educativas y empleados del hogar 6%
 8. Hostelería 10,7%
 9. Otras actividades..... 18,3%

• Distribución territorial:

Andalucía	14,8%
Aragón.....	3,4%
Islas Baleares.....	,6%
Islas Canarias.....	3,6%
Cantabria.....	1,5%
Castilla-La Mancha	4,7%
Castilla y León	6,7%
Cataluña	16,8%
Comunidad Valenciana.....	10,4%
Extremadura.....	2,6%
Galicia	7%
Comunidad de Madrid.....	11,5%
Región de Murcia.....	2,9%
Comunidad Foral de Navarra	1,7%
País Vasco	5,9%
La Rioja.....	1%
Ceuta.....	0,1%
Melilla	0,1%



2. Informatización del trabajador autónomo





En este apartado se trata de conocer el grado de informatización de los trabajadores autónomos, atendiendo a su nivel de equipamiento y la utilización de distintos equipos y aplicaciones o herramientas específicas para su actividad, tales como el certificado digital o la factura electrónica.

2.1. EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO

◆ Equipamiento

Dos de cada tres trabajadores autónomos (68,4%) declaran tener algún tipo de equipamiento infor-

[Figura 1]

Equipamiento informático por sectores (% sobre total muestra)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

mático, siendo esta proporción apreciablemente superior a la registrada un año atrás.

La presencia de equipamiento informático en este colectivo presenta claras diferencias por sectores de actividad y por comunidades autónomas (CC.AA.), como se indica a continuación, pero también son notables las diferencias en función de la edad. De hecho, mientras entre los mayores de 50 años la penetración es del 47%, en edades inferiores a los 40 años el porcentaje alcanza el 81,8%.

Por sectores, el nivel de informatización es inferior en los de *utilities* y construcción (56,6%) y transporte y almacenamiento (54,6%), y significativamente superior en las actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (82,8%) y en las actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (94,4%).

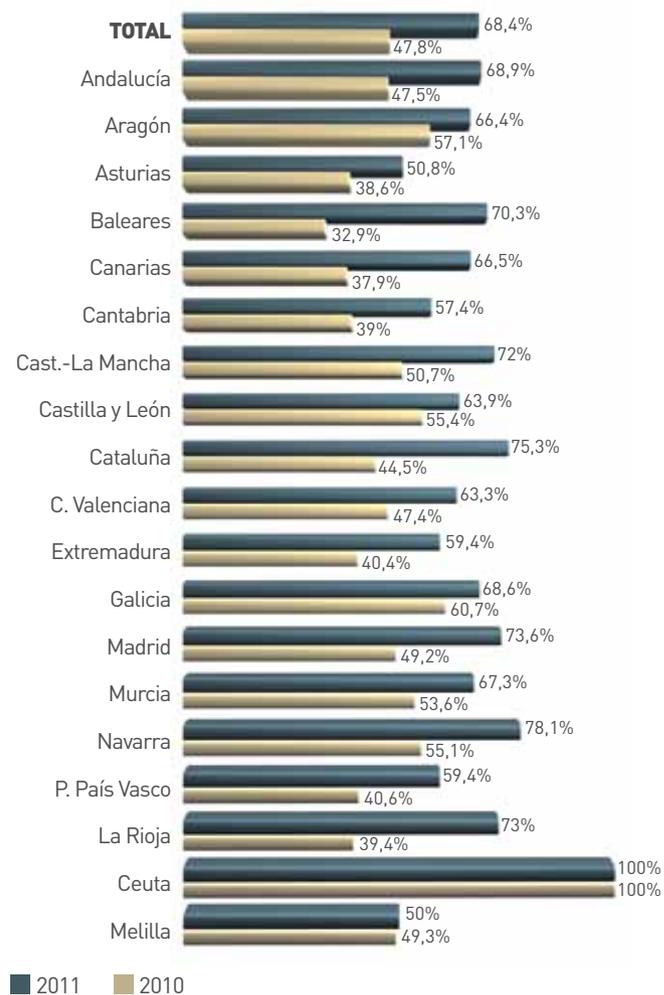
Por comunidades autónomas, la proporción de autónomos que declaran disponer de algún equipamiento informático es más elevada en Navarra (78,1%), Cataluña (75,3%) y Madrid (73,6%) y menor en Asturias (50,8%), Cantabria (57,4%), Extremadura (59,4%) y País Vasco (59,4%).

A nivel nacional, el porcentaje de quienes declaran utilizar equipamiento informático en sus negocios en 2011 está más de 20 puntos por encima que en 2010. No obstante, se aprecian claras diferencias entre CC.AA. en esa evolución, siendo ese incremento supe-

[Figura 2]

Equipamiento informático por CC.AA.

(% sobre total muestra)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



[Figura 3]

Equipamiento informático disponible

(% sobre autónomos con equipamiento)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

rior en Baleares, La Rioja, Cataluña y Canarias, e inferior en Galicia, Castilla y León, Aragón y Asturias.

El ordenador de sobremesa sigue siendo el equipamiento más habitual entre los autónomos, incrementándose incluso con respecto al año anterior el porcentaje de quienes declaran poseerlo (72,4%). Le siguen el ordenador portátil (36,1%) y los TPV-Terminal de Punto de Venta (22,0%), observándose en ambos casos un ligero retroceso en relación a 2010. Sin embargo, se han elevado ligeramente los porcentajes de quienes declaran poseer teléfono inteligente o smartphone (19,0%) y navegadores GPS (8,6%).

Por sectores, la presencia de PC de sobremesa es superior en los sectores de industria (89,7%); actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (86,4%); actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (84,8%); y otras actividades (81,9%) situándose al otro extremo los sectores de transporte y almacenamiento (39,8%) y hostelería (41,3%).

La presencia de portátiles es más elevada entre las empresas de *utilities* y construcción (43,1%), indus-

El ordenador de sobremesa sigue siendo el equipamiento más habitual entre los autónomos

tria (50,2%), actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (55,2%); actividades administrativas y educativas y empleados del hogar (52,2%) y otras actividades (46,5%), y más reducida en los sectores de automoción, comercio y servicios personales (22,5%); transporte y almacenamiento (25,8%) y hostelería (15,1%).

Por su parte, la presencia de TPV es mayor en los sectores de automoción, comercio y servicios personales (39,3%) y hostelería (74,6%), mientras que en

los demás sectores es significativamente inferior y en algunos casos meramente testimonial.

El smartphone está presente en el 19% de los autónomos, registrándose una penetración mayor en los sectores de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (32,0%); transporte y almacenamiento (31,8%); industria (27,4%); actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (25,5%); y *utilities* y construcción (25,4%), y presentan porcentajes inferiores los de automoción, comercio y transporte (11,2%) y hostelería (6,9%).

[Figura 4]

Equipamiento informático por sectores (% sobre total muestra)



	TOTAL	Automoción, comercio y serv. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmovil.	Activ. Profes. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
Base	2.839	677	313	147	224	102	366	179	304	527
PC de sobremesa	72,4%	67,7%	75,3%	39,8%	89,7%	86,4%	84,8%	80,9%	41,3%	81,9%
PC portátil	36,1%	22,5%	43,1%	25,8%	50,2%	55,2%	40,2%	52,2%	15,1%	46,5%
Terminal punto de venta (TPV)	22%	39,3%	0,6%	7,5%	5,3%	1%	9,4%	2,9%	74,6%	12,6%
Agenda electrónica (PDA)	5,4%	1,8%	5,4%	10,9%	8,8%	10,6%	3,6%	5,6%	1,6%	9,7%
Teléf. inteligente o "smartphone"	19%	11,2%	25,4%	31,8%	27,4%	32,0%	25,5%	16,6%	6,9%	19%
Navegadores GPS	8,6%	2,8%	8,7%	53,5%	6,7%	11,7%	4,3%	10,1%	0,7%	10,8%

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

Finalmente, es minoritaria la presencia de navegador GPS (8,6%), que se concentra especialmente en el sector transporte y almacenamiento (53,5%), y de agenda electrónica, que declara poseer sólo el 5,4% de los autónomos con equipamiento informático.

◆ Soluciones informáticas

Las aplicaciones informáticas más frecuentes, con escasa diferencia respecto a 2010, siguen siendo las de ofimática, que declaran poseer siete de cada diez autónomos informatizados (71,5%), seguidas de las aplicaciones empresariales, como las de contabilidad o las vinculadas a actividades más propias de la acti-

[Figura 5]

Soluciones informáticas utilizadas

(% sobre autónomos con equipamiento)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



vidad productiva (65,3%), y las de comunicación, siendo la más básica el correo electrónico (61,3%). Las diferencias respecto a 2010 son escasas.

Por sectores, las aplicaciones de ofimática están más presentes en las actividades financieras, seguros e inmobiliaria (91,2%); actividades administrativas y educativas y empleados del hogar (89,5%); industria

(87,6%); actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (86,1%); y otras actividades (84,8%), y tienen menor penetración en transportes y comunicaciones (36,9%), hostelería (38,3%) y automoción, comercio y servicios personales (63,8%).

Las aplicaciones empresariales destacan en el sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (77,5%), seguido del de *utilities* y construcción (54,2%), y las aplicaciones de comunicación son más frecuentes en las actividades profesionales, científicas, técnicas, salud y servicios (80%) y de nuevo en *utilities* y construcción (74,2%).

Las aplicaciones más frecuentes siguen siendo las de ofimática

[Figura 6]

Soluciones informáticas por sectores (% sobre autónomos con equipamiento)

	TOTAL	Automoción, comercio y serv. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmoibil.	Activ. Profes. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
Aplicaciones de ofimática	71,5%	63,8%	69,1%	36,9%	87,6%	91,2%	86,1%	89,5%	38,3%	84,8%
Aplicaciones empresariales	65,3%	69,1%	54,2%	56,4%	58%	77,5%	65,7%	63,6%	71,8%	66,8%
Aplicaciones Comunicación	61,3%	46,7%	74,2%	62,7%	68,7%	73,5%	80%	70,9%	36,8%	64,5%
Otros	1,1%	0,3%	0,3%	0%	2,1%	2,8%	4,1%	1,1%	1%	0,2%

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

Soluciones informáticas de código abierto

El **36,4% de los autónomos con equipamiento informático declara tener aplicaciones de software libre o código abierto** (según la *Free Software Foundation*, el que se puede ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, modificar y distribuirlo modificado), 9 puntos más que en 2010.

Por sectores, las aplicaciones de código abierto son más utilizadas en actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (52,7%), y están menos presentes en las de transporte y almacenamiento (25,1%) y hostelería (22,5%).

[Figura 7]

Soluciones de código abierto utilizadas

(% sobre autónomos que utilizan software libre)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

[Figura 8]

Uso de soluciones de código abierto por sectores (% sobre autónomos con equipamiento)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

Dos de cada tres autónomos que utilizan software libre (64%) lo usan en aplicaciones de comunicación, un 59,4% en aplicaciones de ofimática, y un 23,3% en aplicaciones empresariales, descendiendo en los tres casos respecto a los porcentajes del año anterior.

Los usuarios de software libre continúan mostrando un elevado nivel de satisfacción con las soluciones de código abierto: uno de cada tres dice estar muy satisfecho, y seis de cada diez están bastante satisfechos. No obstante, se incrementa respecto a 2010 el porcentaje de quienes se declaran insatisfechos o poco satisfechos, pero también lo hace, y en mayor medida, el de quienes se muestran muy satisfechos, por lo que no se puede hablar de una evolución en un sentido claramente favorable ni desfavorable.

◆ Herramientas de seguridad

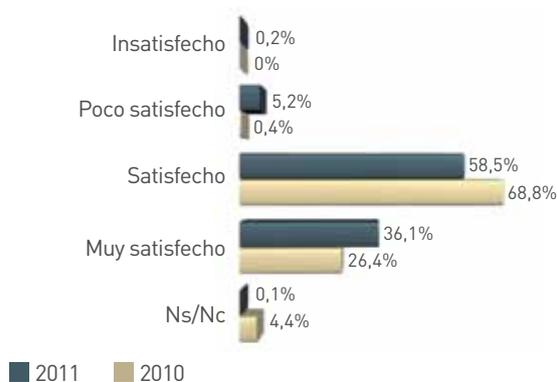
El 73,5% de los autónomos con equipamiento informático declara disponer de antivirus, porcentaje ligeramente inferior al del año anterior. Sin embargo, se eleva 13 puntos, hasta el 58,8%, el porcentaje de quienes declaran tener otras herramientas de seguridad como cortafuegos, antispam, sistemas de copias de seguridad u otras.

Por sectores, el antivirus está más presente en los sectores de industria (85,1%) y otras actividades

[Figura 9]

Grado de satisfacción del uso de soluciones de código abierto

(% sobre autónomos que utilizan software libre)

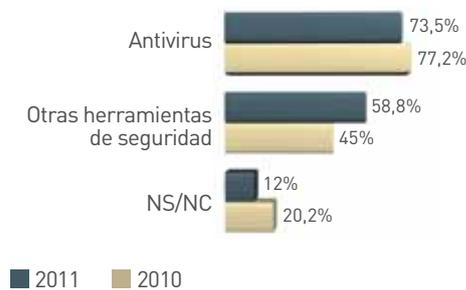


Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

[Figura 10]

Herramientas de seguridad

(% sobre autónomos con equipamiento)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

En 2011 se incrementa el nivel de conocimiento y de uso del certificado digital respecto a 2010

(86,6%), y está menos implantado en automoción, comercio y servicios personales (65,1%), transporte y almacenamiento (52,6%) y hostelería (49,5%).

Por su parte, la presencia de otras herramientas de seguridad es mayor en los sectores de actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios

(71,4%) y hostelería (72,7%), e inferior en automoción, comercio y servicios personales (48,3%) y transporte y almacenamiento (29,2%).

◆ Certificado digital

En 2011 se incrementa tanto el nivel de conocimiento como de uso del certificado digital con respecto al año anterior. Uno de cada cuatro autónomos informatizados ni siquiera conoce su existencia, reduciéndose más de 20 puntos respecto a 2010. Por el contrario, aumentan un 17% los que declaran conocerlo aunque no lo hayan utilizado (el 53,4%), y 7 puntos los que lo conocen y lo utilizan el 21,4%).

[Figura 11]

Herramientas de seguridad por sectores

(% sobre autónomos con equipamiento)

	TOTAL	Automoción, comercio y serv. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmoil.	Activ. Prof. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
Antivirus	73,5	65,1	76,3	52,6	85,1	84,4	83,3	79,4	49,5	86,6
Otras herramientas de seguridad	58,8	48,3	62,5	29,2	60,7	59,6	71,4	48	72,7	64,6
NS/NC	12	12,1	16,2	44	10,5	11,7	2,4	20,6	4,5	9,1

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

[Figura 12]

Conocimiento y posesión de certificado digital

(% sobre autónomos con equipamiento)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

Por sectores, el nivel de desconocimiento del certificado digital es superior entre los autónomos informatizados del sector transporte y almacenamiento (39,5%) y de hostelería (33,6%). Quienes declaran conocerlo pero no lo utilizan son más numerosos en el sector automoción, comercio y servicios personales (62,2%). Y los autónomos de los sectores de industria (40%), *utilities* y construcción (31,2%); actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (31,2%); y actividades administrativas y educativas y empleados del hogar (30,8%) son los que más lo utilizan.

[Figura 13]

Conocimiento y uso del certificado digital por sectores

(% sobre autónomos con equipamiento)



	TOTAL	Automoción, comercio y serv. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmoibil.	Activ. Profes. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
No conoce	25	24,2	24,6	39,5	14,9	13,9	28,6	17,4	33,6	23,6
Conoce, pero no usa	53,4	62,2	44,2	46,8	45,1	54,9	56,6	51,8	61	46,5
Usa	21,4	13,1	31,2	13,7	40	31,2	14,8	30,8	4,8	29,7

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

◆ Factura electrónica

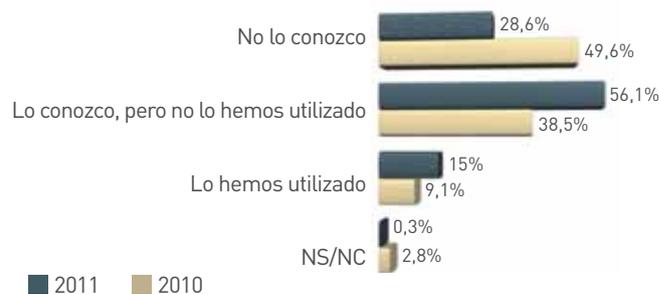
El conocimiento y uso de la factura electrónica se ha incrementado en 2011. Un 20% ha disminuido respecto al año anterior el porcentaje de los que no la conocen (el 28,6%), mientras ha crecido 18 puntos el porcentaje de quienes la conocen pero no la utilizan (el 56,1%) y casi 6 puntos el de quienes la usan, que suben al 15%.

Por sectores, la factura electrónica es más desconocida en los de transporte y almacenamiento (49,9%) y hostelería (35,9%). No se registran dife-

[Figura 14]

Conocimiento y uso de la factura electrónica

(% sobre autónomos con equipamiento)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

[Figura 15]

Conocimiento y uso de la e-factura por sectores (% sobre autónomos con equipamiento)

	TOTAL	Automoción, comercio y serv. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmovil.	Activ. Profes. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
No conoce	28,6	32,3	25,7	49,9	12,6	16,5	32,1	19,5	35,9	25,1
Conoce, pero no usa	56,1	58,7	54,4	44	57,3	62,2	59,7	58,2	61,6	49
Usa	15	8,4	19,6	5,4	30,1	21,4	8,2	22,3	1,9	25,7

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

rencias relevantes entre sectores en los porcentajes de quienes sólo la conocen y no la utilizan, pero sí las hay cuando se trata de quienes la usan: el sector que más, el de la industria (30,1%), siendo residual su uso en hostelería (1,9%).

2.2. BENEFICIOS DE LA INCORPORACIÓN DE LAS TIC

Las mejoras en la gestión son el beneficio que una mayor proporción de autónomos informatizados

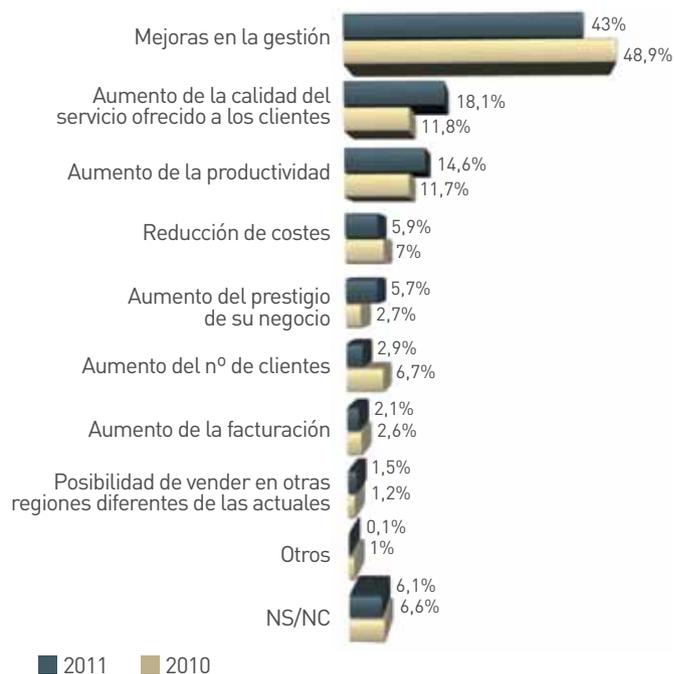


siguen señalando como el principal de la incorporación de las TIC a su actividad (43,0%), porcentaje 5 puntos inferior al del año anterior. Le siguen el aumento de la calidad del servicio ofrecido a los clientes (18,1%) y el aumento de la productividad (14,6%).

[Figura 16]

Beneficios de la incorporación de las TIC

(% sobre autónomos con equipamiento)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

Por sectores, el aumento de la calidad del servicio a clientes es más valorada en los sectores de automoción, comercio y servicios personales (23,5%), actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (26,3%) y hostelería (26,4%). Por su parte, el aumento de la productividad adquiere más importancia en la industria (25,5%) y en actividades administrativas y educativas y empleados del hogar (22,4%).

2.3. SUBVENCIONES PARA LA INFORMATIZACIÓN

Uno de cada seis autónomos con equipamiento informático (16,9%) señala que ha dispuesto de alguna subvención para informatizar su negocio, siendo este porcentaje 6 puntos superior al que se registraba el año anterior.

[Figura 17]

Beneficios de la incorporación de las TIC por sectores (% autónomos que utilizan equipamiento informático)

	TOTAL	Automoción, comercio y serv. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmovil.	Activ. Profes. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
Mejoras en la gestión	43	40,4	48,1	50,4	41,1	54,1	36,7	46,6	41,5	44,3
Aumento de calidad del servicio	18,1	23,5	13,7	6,1	12,1	9,8	26,3	14,5	26,4	11,7
Aumento de la productividad	14,6	8,9	14,3	8,9	25,5	16,6	12,2	22,4	8,3	21,3
Reducción de costes	5,9	5,6	9,9	4,1	7,1	5	9,2	2,7	1,7	5,5
Aumento del prestigio del negocio	5,7	10,2	1,9	5,4	1,3	3	7,6	2,2	9,1	2,2
Aumento del nº de clientes	2,9	2,8	2,8	1,4	4	4,8	3,8	1,6	1,6	3,5
Aumento de la facturación	2,1	1,6	5,2	0,7	0,9	4,8	1,4	0	1	3,2
Posibilidad de vender en otras regiones	1,5	0,9	1	1,4	2,7	1	1,4	1,7	0,3	3
Otro	0,1	0	0	1,3	0	0	0	0	0,3	0
Ns/Nc	6,1	6,3	3,2	20,2	5,2	0,9	1,4	8,2	9,6	5,3

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

[Figura 18]

Disponibilidad de subvenciones por sectores (% sobre autónomos con equipamiento)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

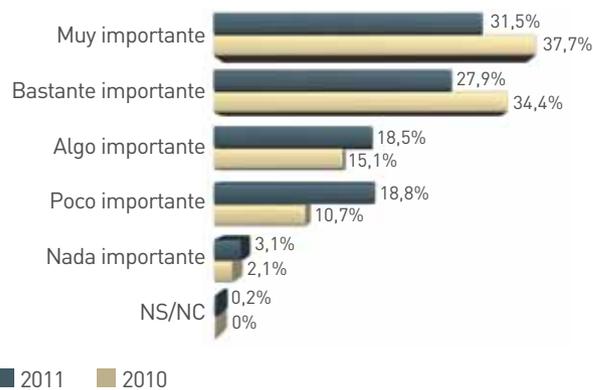
Entre quienes han recibido alguna subvención, prácticamente la mitad las considera bastante (27,9%) o muy importante (31,5%) para la informatización de su negocio, porcentajes que han descendido en torno al 6% respecto a 2010. En cambio, se incrementa la proporción de quienes sólo consideran algo (18,5%), poco (18,8%) o nada importante (3,1%) esas subvenciones.

La mitad de los que han recibido alguna subvención la considera bastante o muy importante

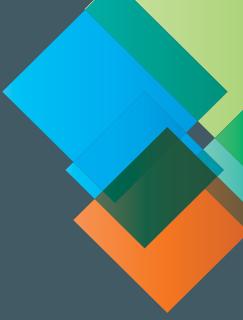
[Figura 19]

Importancia de las subvenciones

(% sobre autónomos que han recibido alguna subvención)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



3. Internet en la actividad del autónomo



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

personales (36,8%) y hostelería (56,0%), mientras los más conectados son los de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (84,2%); y actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (85,5%).

3.1. ACCESO A INTERNET Y USOS

◆ Tipo de conexión

En 2011 el acceso a Internet del colectivo de autónomos se ha reducido 4 puntos respecto al año anterior, pasando del 72,9% al 68,7% de los que disponen de equipamiento informático.

La mayoría de quienes disponen de acceso a Internet (el 65,7%) tiene sólo conexión fija, aunque el porcentaje se ha reducido casi 15 puntos respecto a 2010, y sigue siendo minoritaria la proporción de quienes sólo tienen conexión móvil (9,3%). En cambio, se incrementa notablemente la proporción de quienes disponen de ambos tipos de conexión hasta representar un 25%.

Los sectores con menor disponibilidad de conexión son los de automoción, comercio y servicios

[Figura 20]

Acceso a Internet por sectores [% sobre total muestra]

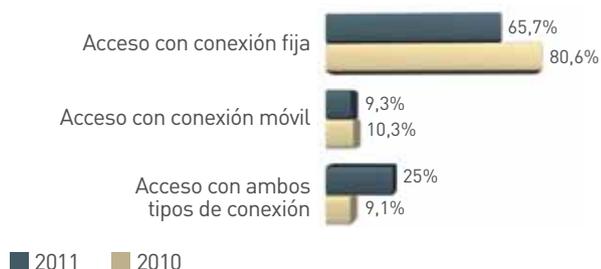


Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

[Figura 21]

Tipo de conexión a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

◆ Razones para no acceder a Internet

La principal razón que alegan los autónomos que disponen de equipamiento informático pero no de Internet es que no creen que les pueda resultar útil (60,5%), seguida de motivos de tipo económico (19,8%), que pueden suponerse vinculados a los costes de implantación y mantenimiento. No obstante, son notables las diferencias que se registran con respecto al año anterior, y que apuntan hacia un claro incremento de la percepción de falta de utilidad y el descenso de las razones de índole económica.

[Figura 22]

Motivos para no acceder a Internet

(% sobre autónomos sin conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



◆ Antigüedad

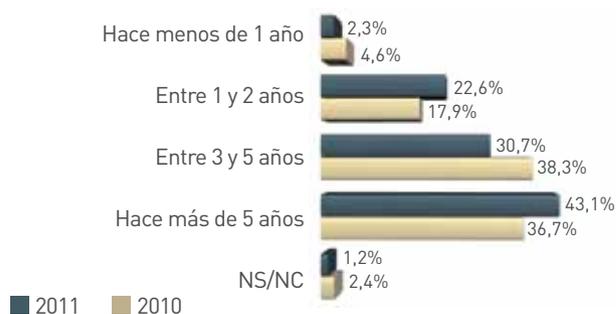
3 de cada 4 autónomos con conexión a Internet aseguran tenerla desde hace al menos tres años: el 30,7% entre tres y cinco años, y el 43,1% desde hace más de cinco años.

Por sectores, el más longevo en el uso de Internet es el de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias, donde el 63% dispone de conexión desde hace más de cinco años, y el de más reciente incorporación, el de *utilities* y construcción, con un 8,4% de autónomos que han incorporado la Red en el último año.

[Figura 23]

Antigüedad de acceso a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

[Figura 24]

Antigüedad del acceso a Internet por sectores (% sobre autónomos con conexión)



	TOTAL	Automoción, comercio y servic. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmobili.	Activ. Profes. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
Hace menos de 1 año	2,3%	2,1%	8,4%	0%	1,3%	0,9%	0,7%	0,8%	0%	2,8%
Entre 1 y 2 años	22,6%	35%	20,1%	34,4%	17,3%	10,5%	20,1%	20%	24,6%	14%
Entre 3 y 5 años	30,7%	27,8%	23,7%	23,7%	33,5%	24,4%	36,1%	25,3%	28,4%	38%
Hace más de 5 años	43,1%	34,2%	46,9%	41,9%	45,9%	63%	42,4%	53,9%	45,4%	42,4%
NS/NC	1,2%	0,9%	0,9%	0%	1,9%	1,1%	0,6%	0%	1,5%	2,7

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

◆ Usos de Internet

Respecto a los usos de Internet, el más generalizado siguen siendo las comunicaciones vía correo electrónico, siendo un instrumento que declara utilizar el 93,7% de los autónomos con conexión. Le sigue la búsqueda de información o de productos y servicios, que ha crecido casi 20 puntos respecto a 2010, situándose en el 83%. Un porcentaje similar se ha incrementado el uso de comunicaciones con clientes y proveedores, que asciende en 2011 al 53,7%.

En otro nivel de uso, pero también en fase de crecimiento, se sitúan los trámites con la Administración (26%), y con una presencia más residual pero también por encima de los datos obtenidos hace un año cabe citar la formación, el análisis de la competencia o la búsqueda de oportunidades de negocio.

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

3.2. PRESENCIA EN INTERNET Y PÁGINA WEB

No llegan a la mitad los autónomos con conexión que tienen presencia en la Red. Concretamente, ascienden al 47,5%, frente a un 52,5% que no están presentes en Internet.

[Figura 25]

Usos de Internet

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

Casi la mitad de los autónomos con conexión tiene presencia en Internet

Por sectores, esta presencia es mayor en el de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (67,8%), seguido de la industria (55,9%), y es más reducida en transporte y almacenamiento (32,1%) y en automoción, comercio y servicios personales (38,9%).

Entre quienes declaran tener presencia en Internet, casi 6 de cada 10 (el 58,1%) aseguran disponer de página web propia, el 50,7% se sirven de la web de un tercero, y un 34,9% dispone de un perfil de empresa.

◆ Antigüedad

Respecto a la antigüedad de la página web, el mayor porcentaje se sitúa en las que tienen entre tres y

[Figura 26]

Antigüedad de la página web

(% sobre autónomos con página web)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

[Figura 27]

Presencia en Internet por sectores (% sobre total muestra)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

cinco años (41,6%), aunque un notable 20,9% dispone de ella desde hace más de cinco años, y un 10,1% la ha inaugurado en el último año.

◆ Funcionalidades

Dentro de las funcionalidades que ofrece la página web, la práctica totalidad (97,2%) tiene información del negocio, el 83,6% ofrece un catálogo de productos y/o servicios, y más de la mitad (54,9%) proporciona sistemas de contacto vía Internet. Otras utilidades menos frecuentes, son la posibilidad de realizar

[Figura 28]

Funcionalidades de la página web

(% sobre autónomos con página web)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

pedidos y/o reservas (30,6%), la posibilidad de realizar pagos (19,4%), la entrega de servicios (14,7%) y servicios postventa (11,7%).

◆ Objetivos

En cuanto a sus objetivos, el principal es la captación de clientes (40,6%), experimentando un crecimiento de 5 puntos respecto a 2010. Le siguen hacer publicidad (24,7%) y ofrecer información de productos (14,7%), si bien en ambos casos se observa una

[Figura 29]

Objetivos de la página web

(% sobre autónomos con página web)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

reducción interanual. Por el contrario, cabe destacar un crecimiento de 3 puntos en el objetivo de la venta online, aunque aún sólo alcanza el 10,6%.

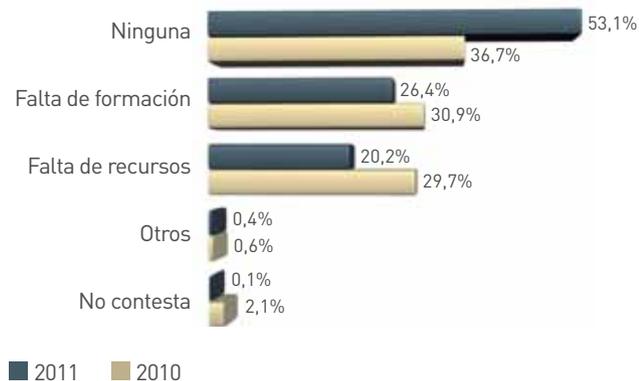
◆ Dificultades

Si hablamos de las dificultades que han encontrado aquellos que disponen de página web, cabe destacar la falta de formación (26,4%) y de recursos (20,2%), aunque es reseñable que ambas han descendido respecto al año anterior, aumentando considerablemente el porcentaje de quienes afirman no haber encontrado ninguna dificultad (53,1%).

[Figura 30]

Dificultades para estar presente en Internet

(% sobre autónomos con página web)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

3.3. REDES SOCIALES

El 92,1% de los autónomos con acceso a Internet declara conocer o tener alguna noticia de lo que son las redes sociales, porcentaje superior en 5 puntos al registrado en 2010.

El desconocimiento de las redes sociales se da en mayor proporción a medida que se incrementa la edad, de modo que entre los autónomos con conexión a Internet mayores de 50 años, el porcentaje de desconocimiento de estos nuevos canales se eleva hasta el 14,6%.

Por sectores, todos superan el 90% en conocimiento de las redes sociales a excepción de los de *utilities* y construcción y hostelería, que no obstante se sitúan por encima del 80%.

◆ Usos

El uso de las redes sociales entre los autónomos está en notable progresión, pues ha crecido 8 puntos el porcentaje de quienes, además de conocerlas, las utiliza, situándose en el 45,7% de los conocedores de estas herramientas.

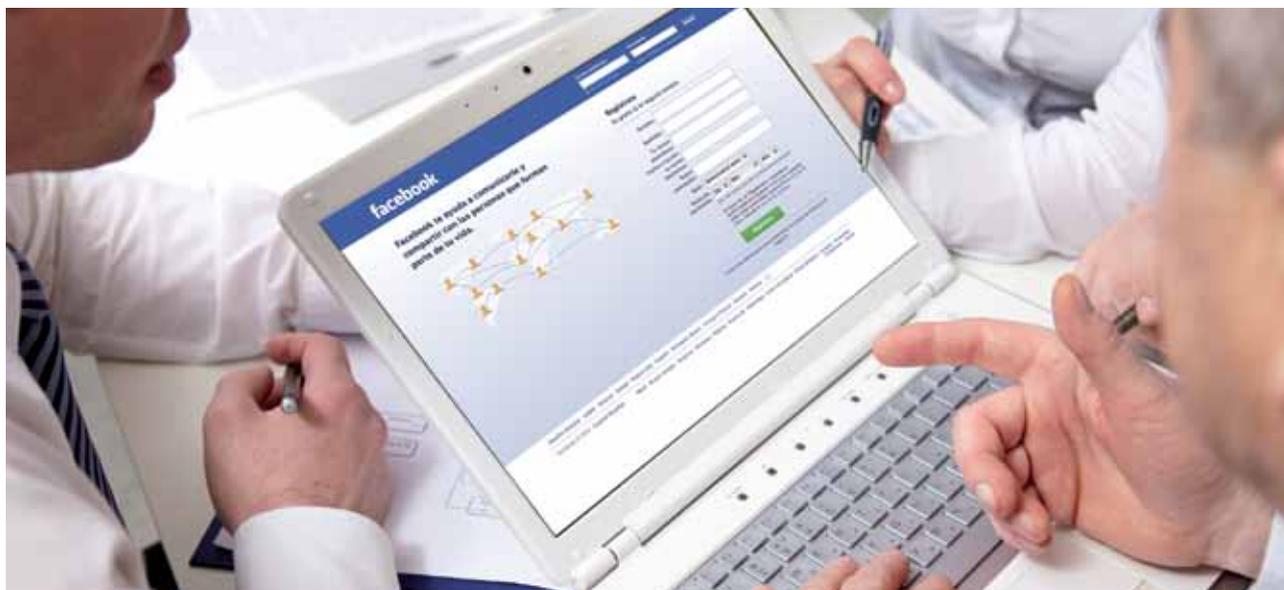
El uso de las redes sociales es mayor entre los autónomos más jóvenes

[Figura 31]

Conocimiento de las redes sociales por sectores (% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



Crece el porcentaje de autónomos que conocen y utilizan las redes sociales

Nuevamente, la edad es significativa en este caso, siendo superiores los porcentajes de uso entre los autónomos más jóvenes: el 67,5% de los menores de 30 años utiliza las redes sociales, mientras hace lo propio sólo un 25,8% de los mayores de 50.

Por sectores, el uso de las redes sociales es más frecuente en los de hostelería y automoción, comercio y servicios personales, que se sitúan por encima del 50%.

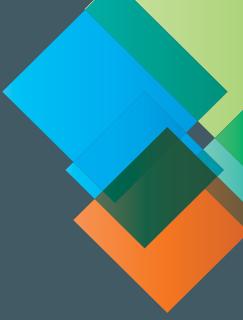
El 94,9% de los autónomos que utilizan las redes sociales usan Facebook, que sigue ganando adeptos, creciendo un 25% respecto a 2010. A gran distancia se sitúan Twitter (29,6%) y LinkedIn (18,6%), aunque ambas registran también aumentos de 7 y 11 puntos, respectivamente, en relación al año anterior.

[Figura 32]

Uso de redes sociales por sectores (% sobre autónomos que conocen las redes sociales)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



4. Comercio electrónico



En este capítulo se analizan por separado los aspectos básicos relacionados con la venta de los productos y servicios del autónomo a través de Internet directamente a sus clientes y con la compra de productos y servicios a proveedores por medio del mismo canal.

4.1. CON CLIENTES: VENTA ONLINE

Se entiende por venta electrónica toda aquella operación de venta en la que el compromiso de adquisición por parte del cliente se realiza a través de la página web del autónomo, independientemente de

que la búsqueda, negociación, pago o entrega del producto o servicio se realice o no por este medio.

Tan sólo un 9,8% de los autónomos con acceso a Internet vende algún producto o servicio por este canal, siendo la variación de este porcentaje mínima con respecto al año anterior, ya que sólo se ha incrementado medio punto.

Por sectores, si bien no hay grandes diferencias respecto a la práctica del comercio electrónico con clientes, sí existe una cierta distancia entre el que más utiliza este canal de venta, el sector de la industria, con un 17,2% de los autónomos con conexión, y el sector me-

[Figura 33]

Venta online por sectores (% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

nos activo en este sentido, el de actividades administrativas y educativas y empleados del hogar, donde el porcentaje es del 2,8% de los autónomos conectados.

◆ Antigüedad

Respecto a la antigüedad, algo más de la mitad de los autónomos que venden por Internet (el 53,1%) lleva haciéndolo al menos tres años, mientras un 37,5% lo practica desde hace entre uno y dos años, y un 9,4% se ha sumado al comercio electrónico con clientes en el último año.

[Figura 34]

Antigüedad de la venta online

(% sobre autónomos que venden por Internet)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

◆ Fuentes de ingresos a través de Internet

De entre las diferentes fuentes de ingresos a través de Internet, la venta de sus productos y servicios es la principal fuente de ingresos para el 93,9% de los autónomos que practica el comercio electrónico con clientes, 9 puntos más que en 2010. La publicidad, sin embargo, se ha reducido un 8%, situándose en el 11,1% en 2011, mientras la inducción de las ventas en los canales tradicionales ha pasado del 11,3% al 13,1%. De momento son muy reducidas las alusiones a comisiones (5,7%) y suscripciones (3,7%).

◆ Evolución de las ventas online

Si tenemos en cuenta la evolución de las ventas online en el último año, se aprecia un comportamiento más favorable que en el informe de 2010. Para cuatro de cada diez autónomos (el 41,3%) que venden por Internet, las ventas por este canal se mantuvieron estables, siendo este porcentaje ligera-

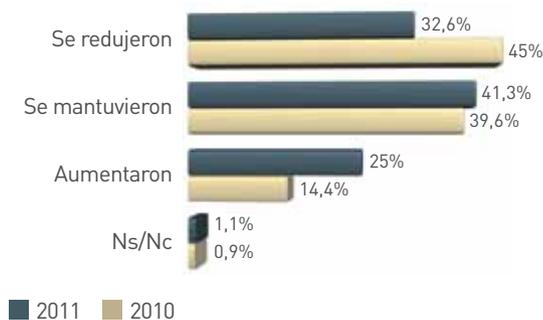
Más de la mitad de los autónomos que venden por Internet lleva haciéndolo al menos tres años

mente superior al de quienes hace un año se pronunciaban en el mismo sentido. Sin embargo, son un 11% más quienes señalan que las ventas aumentaron, situándose en el 25%, y ha descendido 23 puntos el porcentaje de quienes señalan que las ventas se redujeron, fijándose en el 32,6%.

[Figura 35]

Evolución interanual de las ventas online

(% sobre autónomos que venden por Internet)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

◆ Precios

El 61,5% de los autónomos que venden online señala que sus precios son iguales a los que utilizan en la venta tradicional, mientras que un 36,4% asegura que son inferiores, y un insignificante 1,6% encarece sus productos en la Red en relación al canal tradicional, con apenas variaciones respecto a 2010.

◆ Medios de pago

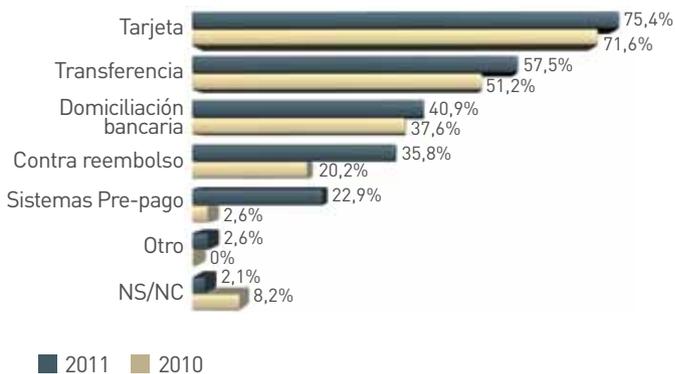
Todas las opciones de medios de pago utilizadas en los intercambios de comercio electrónico con clientes crecen con respecto a 2010. Los mayores incrementos se producen en los sistemas pre-pago, que crecen 20 puntos, hasta el 22,9% de los autónomos que venden online, y la opción contra reembolso, que crece 15 puntos, hasta el 35,8%.

No obstante, el medio de pago por excelencia continúa siendo la tarjeta, que utiliza el 75,4% de los que comercializan sus productos en la Red.

[Figura 36]

Medios de pago en la venta online

(% sobre autónomos que venden por Internet)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

◆ Dificultades de implantación

En cuanto a las dificultades que conlleva la implantación del sistema de venta por Internet, es notable que se ha incrementado en 16 puntos el porcentaje de los que aseguran no haber encontrado ninguna dificultad, siendo ya más de la mitad (el 51,6%) de los autónomos que practican el comercio electrónico con clientes.

En paralelo, se han reducido las alusiones a problemas concretos, aunque los más frecuentes siguen siendo los relacionados con la seguridad informática (19,5%) y con los hábitos de compra de los clientes (14,8%). También resulta significativo que se ha reducido 4 puntos el porcentaje de quienes dicen desconocer las posibilidades que el comercio electrónico puede aportar a su negocio, que se sitúa en el 3,1%.

[Figura 37]

Dificultades de implantación de la venta online (% sobre autónomos que venden por Internet)



Crece 16 puntos el porcentaje de los autónomos que no encuentran dificultades para vender por Internet

■ 2011 ■ 2010

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

◆ Beneficios

Mientras en 2010 el principal beneficio que destacaban los autónomos que vendían a través de Internet era el aumento del número de clientes, en 2011 conceden más importancia a la simplificación del proceso de venta y de gestión, que se sitúa en el 24%, reduciéndose aquel al 19,9%. Por el contrario, se aprecia un incremento de 9 puntos en los que valoran la posibilidad de abrir nuevos mercados en otras

áreas geográficas, situándose en el 20,3%, y también crece un significativo 7% el porcentaje de quienes valoran el aumento de la productividad y la competitividad de su negocio, hasta el 11,2%.

El beneficio más valorado de la venta online es la simplificación del proceso de venta y gestión

[Figura 38]

Beneficios del comercio electrónico con clientes (% sobre autónomos que venden por Internet)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

◆ Razones para no vender por Internet

El principal motivo esgrimido por los autónomos que no venden sus productos y servicios a través de la Red es, simplemente, que no se lo han planteado (37,9%), siendo este porcentaje 15 puntos superior al de quienes aducían este motivo hace un año. Por el contrario, descienden a la mitad los que consideran



[Figura 39]

Razones para no vender online (% sobre autónomos que no venden por Internet)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

que su producto es inadecuado para ser comercializado a través de este canal, pasando del 29% en 2010 al 14,1% en 2011.

Por sectores, el porcentaje de quienes señalan que no se lo han planteado es superior entre los autónomos de los sectores de automoción, comercio y ser-

[Figura 40]

Razones para no vender online por sectores (% sobre autónomos que no venden por Internet)

	TOTAL	Automoción, comercio y servic. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmoibil.	Activ. Profes. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
No me lo he planteado	37,9%	53,5%	23,6%	41,4%	23,6%	30,4%	50,3%	31,3%	31,8%	25,6%
Problemas con la seguridad informática	2,9%	2,6%	5,5%	0%	5,4%	3,1%	1,8%	0,9%	4,5%	2,6%
Desconocimiento de las posibilidades	8,7%	5,8%	7,5%	14,9%	7,1%	7,8%	4,7%	12,2%	8,8%	14,4%
Hábito de los clientes	12,2%	12,7%	14,4%	4,6%	11,1%	26,1%	8,4%	12,3%	9,6%	14,5%
Dificultades de acceso	2%	3,2%	1,1%	3,5%	2,7%	3,2%	1,4%	0,8%	1,7%	1,3%
Pocos internautas / mercado reducido	1,6%	1,6%	1,6%	1,2%	4,6%	3,1%	0,4%	1,8%	0%	1,9%
Costes para el cliente	0,7%	0,8%	1,1%	0%	0,9%	0%	0,4%	0%	0%	1,7%
Excesivos costes de venta	0,3%	0,8%	0%	0%	0%	0%	0,4%	0%	0%	0,3%
Público objetivo inadecuado	5,1%	3,1%	7,5%	1,1%	1,8%	12,3%	4,4%	7,1%	12,2%	4,6%
Logística / distrib. del producto / servicio que ofrezco	4,4%	1,8%	12,5%	4,5%	1,8%	0%	4,3%	3,5%	4,4%	5,2%
Producto / servicio inadecuado	14,1%	7,3%	16,3%	17,3%	19,7%	7,9%	15,5%	21,4%	13,3%	16%
Dificultad/coste elevado para adecuarse a la ley	1,3%	2,3%	0,6%	0%	3,8%	0%	1%	0%	0%	1,6%
Otro	1%	1,1%	0,5%	0%	0%	3,1%	1,5%	0%	0,9%	1,7%
Ns/Nc	7,6%	3,4%	8%	11,6%	17,4%	3,2%	5,6%	8,7%	12,8%	8,6%

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

vicios personales y actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios, representando en ambos casos más de la mitad de los autónomos que no venden a través de Internet.

Por su parte, el porcentaje de quienes consideran inadecuado su producto para ser vendido por este canal es significativamente superior en el sector de actividades administrativas y educativas y empleados del hogar (21,4%), en tanto que el de quienes lo

achacan a los hábitos de los clientes se concentra especialmente en el sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (26,1%).

4.2. CON PROVEEDORES: COMPRA ONLINE

El comercio electrónico con proveedores se refiere a toda aquella operación de compra en la que el compromiso de adquisición se realiza a través de la pági-



na web del proveedor, independientemente de que la búsqueda, negociación, pago o entrega del producto o servicio se realice o no por este medio.

Uno de cada cuatro autónomos con acceso a Internet (el 27,6%) compra productos o servicios a sus proveedores a través de este canal, habiéndose reducido un escaso punto porcentual respecto a 2010.

Por sectores de actividad, la proporción de quienes compran por Internet es superior en los sectores de industria (el 37,9% de los que disponen de conexión) y de actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (35,0%), siendo los de transporte y

Uno de cada cuatro autónomos con acceso a Internet usa este canal para comprar a sus proveedores

almacenamiento (11,4%) y hostelería (14,7%) los que menos realizan esta práctica.

◆ Antigüedad

De los autónomos que compran online, seis de cada diez (el 59,4%) lo llevan haciendo al menos tres años, mientras que un 31,6% lleva entre 1 y 2 años.

[Figura 41]

Compra online por sectores (% sobre autónomos con conexión)

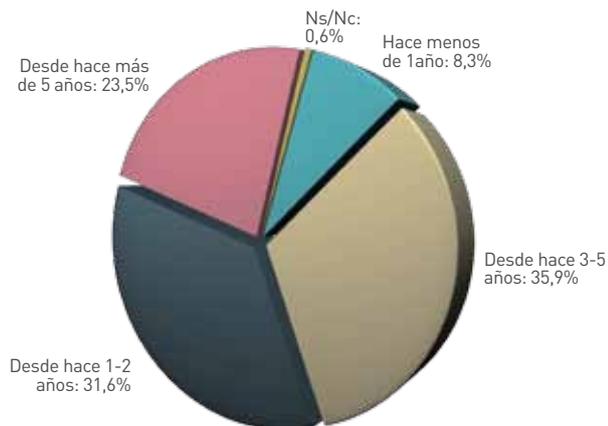


Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

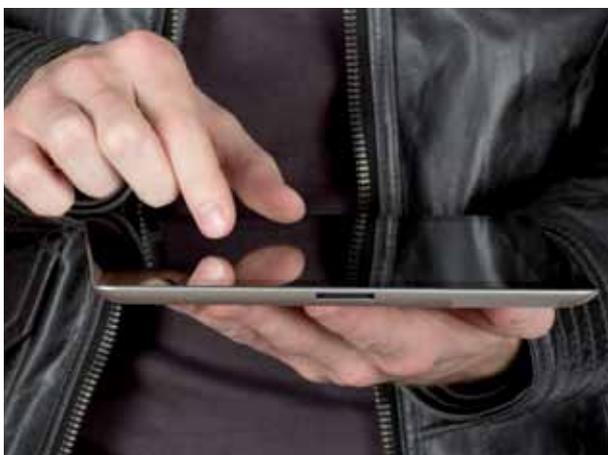
[Figura 42]

Antigüedad de la compra online

(% sobre autónomos que compran por Internet)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



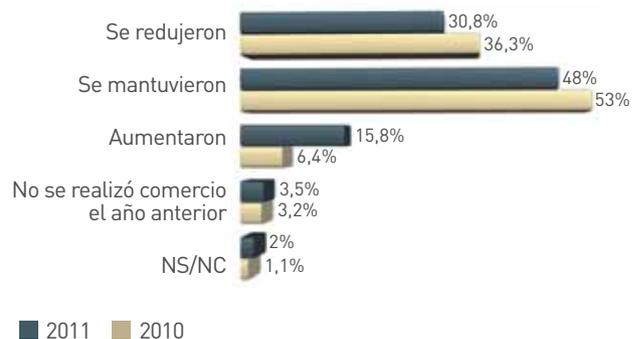
◆ Evolución de las compras online

Para casi la mitad de quienes compran por Internet (48%), las compras por este canal se han mantenido estables en los últimos doce meses, mientras que para el 30,8% se han reducido. Ambos porcentajes experimentan un descenso con respecto a los registrados hace un año, mientras que aumenta casi 10 puntos el de quienes señalan que las compras han aumentado, situándose en el 15,8%.

[Figura 43]

Evolución interanual de las compras online

(% sobre autónomos que compran por Internet)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

Las compras online han crecido casi 10 puntos respecto a 2010

◆ Precios

Se incrementa 9 puntos con respecto a 2010 el porcentaje de quienes afirman que los precios de los productos que compran a través de Internet son inferiores a los que encuentran en el canal tradicional, situándose en el 59,2%, descendiendo 10 puntos los que aseguran que el precio no varía en ambos canales, hasta el 38,2%. Es prácticamente inexistente el porcentaje de quienes dicen que los precios son más elevados en la Red.

◆ Dificultades de implantación

Casi siete de cada diez autónomos que compra a través de Internet asegura no haber tenido ningún problema, porcentaje ligeramente superior al registrado el año anterior.

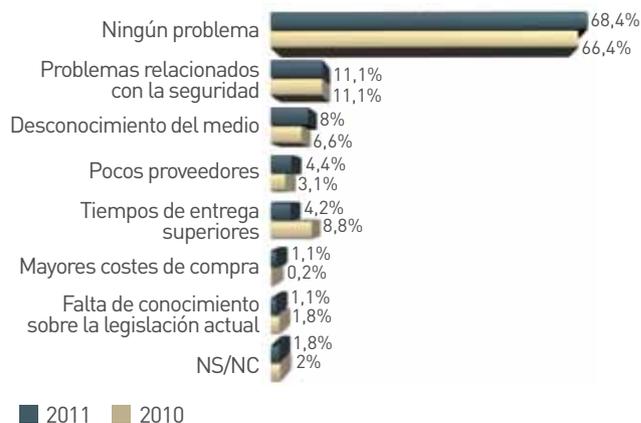
Tampoco se aprecian apenas variaciones respecto a dificultades concretas, siendo las más destacadas las relacionadas con la seguridad (11,1%) y el desconocimiento del medio (8%). Sí cabe destacar un descenso de 4 puntos en el porcentaje de quienes se quejan por los tiempos de espera en la recepción de la mercancía adquirida, reduciéndose al 4,2%.

Siete de cada diez compradores online afirman no haber tenido ningún problema en el proceso

[Figura 44]

Dificultades de implantación de la compra online

(% sobre autónomos que compran por Internet)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



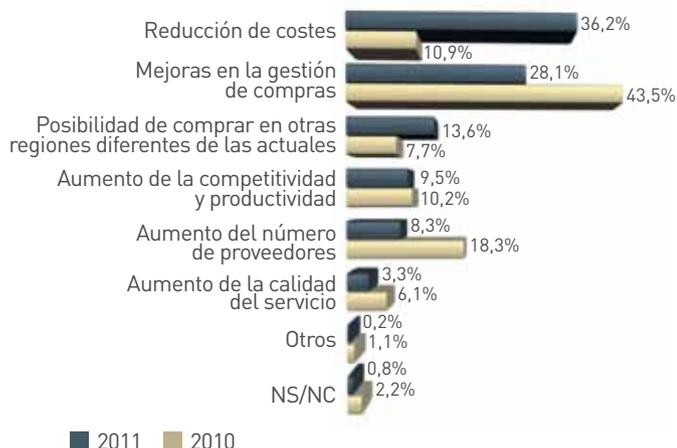
◆ Beneficios

La principal ventaja que supone el comercio electrónico con los proveedores en 2011 es, con gran diferencia, la reducción de costes, citada por el 36,2% de los que compran online. Este beneficio ha crecido 25 puntos respecto al año anterior, cuando la principal ventaja eran las mejoras en la gestión de compras, que han descendido un 15% hasta el 28,1%. También se han reducido otras ventajas, como el aumento del número de proveedores o el aumento de la calidad del servicio, mientras ha crecido la posibilidad de comprar en otras regiones.

[Figura 45]

Beneficios de la compra online

(% sobre autónomos que compran por Internet)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

◆ Razones para no comprar por Internet

La principal razón que alegan quienes no compran a proveedores a través de Internet es el tamaño de su negocio (30,6%). El segundo obstáculo más mencionado es el desconocimiento del medio (18,7%). Ambos crecen con respecto a 2010, mientras descienden los problemas relacionados con la seguridad (10,2%) y la falta de financiación (5,6%).

[Figura 46]

Razones para no comprar online

(% sobre autónomos que no compran por Internet)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

Por sectores, el tamaño del negocio es mencionado como motivo principal para no comprar por Internet principalmente en los sectores de automoción, comercio y servicios personales (48,1%) y actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (40,4%). Al desconocimiento del medio se alude especialmente por parte de los autónomos de los sectores de *utilities* y construcción (27,6%) y

El principal motivo para no comprar por Internet es el tamaño del negocio

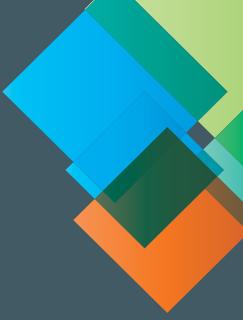
actividades administrativas y educación y empleados del hogar (29,8%).

[Figura 47]

Razones para no comprar online por sectores (% sobre autónomos que no compran por Internet)

	TOTAL	Automoción, comercio y serv. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmovil.	Activ. Profes. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
Tamaño de mi negocio	30,6%	48,1%	12%	35,5%	11,5%	26,7%	40,4%	22%	21,5%	22,6%
Problemas relacionados con la seguridad	10,2%	9,7%	13,9%	8,3%	14%	7,6%	7,5%	12,8%	12,3%	8,5%
Desconocimiento del medio	18,7%	12,1%	27,6%	16,3%	13,8%	21,4%	12,9%	29,8%	14,6%	27%
Dificultad para acceder a las nuevas tecnologías	2,4%	3,6%	1,3%	0%	7,6%	1,9%	1%	2,2%	1,8%	2,4%
Pocos proveedores internautas /mercado reducido	5,8%	6,8%	4,4%	2,3%	10,1%	11,7%	7%	5,8%	2,8%	4,3%
Excesivos costes de compra	1,1%	1,6%	1,9%	0%	0%	2%	1%	1,2%	0%	0,9%
Logística / distribución física	7,7%	2,2%	20,1%	4,6%	4,9%	0%	11,1%	5,7%	11,1%	6,6%
Falta de financiación	5,6%	4,4%	7%	1,2%	0%	5,8%	7,2%	1,2%	3,6%	11,2%
Otro	1,2%	0%	0%	4,6%	1,3%	1,8%	1%	0%	7,5%	0%
Ns/Nc	16,8%	11,4%	11,8%	27,2%	36,9%	21,1%	10,9%	19,2%	24,7%	16,6%

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.





5. Ayudas a la incorporación de las TIC



Ocho de cada diez autónomos, porcentaje nueve puntos superior al obtenido en 2010, consideran que las ayudas para la incorporación de las TIC para su negocio son absolutamente necesarias (43,7%), o necesarias aunque no cruciales (36,9%).

Ocho de cada diez autónomos considera las ayudas necesarias o muy necesarias

[Figura 48]

Valoración de las ayudas

(% sobre total muestra)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



La necesidad es significativamente mayor para los autónomos de 41 a 50 años, en tanto que entre los mayores de 50 se eleva la proporción de quienes las considera innecesarias o les resultan indiferentes.

Por sectores, la proporción de quienes consideran las ayudas absolutamente necesarias es superior en las actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (61,5%), automoción, comercio y servicios personales (56,7%) y hostelería (56,3%).

Por comunidades autónomas, en Extremadura (57,5%), Andalucía (53,6%) y Madrid (53,1%) son

A partir de los 50 años son más quienes consideran las ayudas innecesarias o indiferentes

más numerosos los autónomos que consideran las ayudas a la incorporación de nuevas tecnologías a su negocio como “absolutamente necesarias”. En el otro extremo, donde se consideran más indiferentes o innecesarias es en La Rioja (26,9%), Cataluña (23,6%) y Asturias (22,6%).

[Figura 49]

Valoración de las ayudas por sectores (% sobre total muestra)

	TOTAL	Automoción, comercio y servíc. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmoil.	Activ. Profes. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
Absolutamente necesaria	43,7%	56,7%	28,9%	30,4%	33,5%	44,9%	61,5%	31,9%	56,3%	32,7%
Necesaria pero no crucial	36,9%	31,1%	44,2%	50,8%	41%	34,1%	26,6%	41,1%	33,6	39,2%
Indiferente	14,1%	9,7%	21,6%	17%	16%	14,5%	7,5%	14,6%	8,5%	19,5%
Innecesaria	3,3%	0,6%	3,2%	0,7%	7,1%	4,9%	2,3%	10,1%	0,9%	6,2%
Sin valoración. NS/NC	1,9%	1,8%	1,9%	1,1%	2,4%	1,6%	1,8%	2,4%	0,7%	2,5%

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

[Figura 50]

Valoración de las ayudas por CC.AA. [% sobre total muestra]


	TOTAL	Andalucía	Aragón	Principado de Asturias	Islas Baleares	Canarias	Cantabria	Castilla-La Mancha	Castilla y León	Cataluña	Comunidad Valenciana	Extremadura	Galicia	Comunidad de Madrid	Región de Murcia	Cdad. Foral de Navarra	País Vasco (Euskadi)	La Rioja	Ceuta	Melilla
Absolutamente necesaria	43,7	53,6	42	35,9	46,2	45,5	36,2	35,2	51,4	34	40,6	57,5	43,3	53,1	36,9	46,3	32,9	34,6	100	50
Necesaria pero no crucial	36,9	32	39,1	33	28,6	39,7	31,2	44,9	33,6	41,6	46,5	25	35,3	31,2	43,5	33,4	37,2	31,1	0	0
Indiferente	14,1	11,5	14	17	16,4	12,1	9,8	16,8	9,3	19,9	9,2	10,3	14,9	12,1	15,6	17,4	17,9	22,1	0	50
Innecesaria	3,3	2,2	4,9	5,6	3,5	2,7	8,1	2,6	3,6	3,7	2,8	5,4	4,8	2,5	2,5	2,9	3,3	4,8	0	0
Sin valoración. NS/NC	1,9	0,7	0	8,5	5,3	0	14,8	0,5	1,8	0,9	0,7	1,9	1,4	1	1,5	0,0	8,2	7,4	0	0

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

Respecto a la evolución interanual, se ha producido un incremento de 9 puntos respecto a 2010 entre los que consideran las ayudas absolutamente necesarias o necesarias pero no cruciales, con notables diferencias según las comunidades autónomas, siendo superior en Canarias y Extremadura, mientras que en otras como Galicia, País Vasco o Asturias es considerablemente inferior o no llega a producirse.

◆ Prioridad de las ayudas

Los autónomos consultados destinarían prioritariamente las ayudas a la incorporación y modernización del equipamiento informático (31,6%), aunque este porcentaje ha descendido 9 puntos respecto al

año anterior, experimentando, por el contrario, un crecimiento del 10% quienes las destinarían a crear su propia página web e iniciarse en el comercio electrónico, hasta el 23%.

A la incorporación y modernización del equipo informático aluden especialmente los mayores de 50 años (39,2%), para la conexión a Internet entre los que tienen de 31 a 40 años (21,5%) y para la página web y comercio electrónico entre los menores de 30 años (37,6%).

Por sectores, la incorporación y modernización del equipamiento informático es más señalada en los de automoción, comercio y servicios personales (41,7%) y hostelería (41,3%), mientras que el porcentaje de

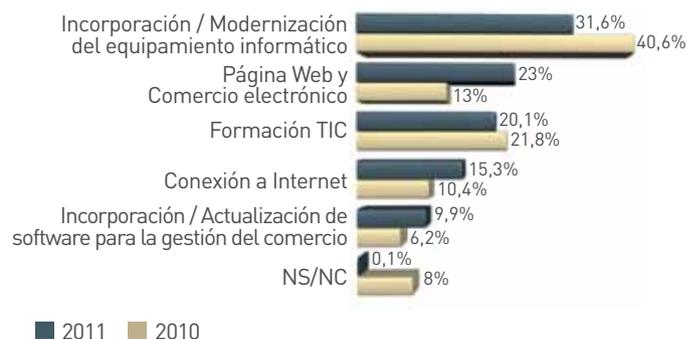
quienes aluden a la página web y el comercio electrónico es significativamente superior en el sector de transporte y almacenamiento (37,1%).

Por comunidades autónomas, se alude de forma especialmente significativa a la prioridad de la incorporación y modernización del equipamiento informático en la Comunidad Valenciana (51%), seguida de Andalucía (42,8%) y Galicia (41,1%). Mientras que los que señalan como prioridad la página web y comercio electrónico se concentran en un porcentaje significativamente superior en Navarra (31,7%) y Madrid (31,6%).

[Figura 51]

Prioridades de las ayudas

(% sobre total muestra)



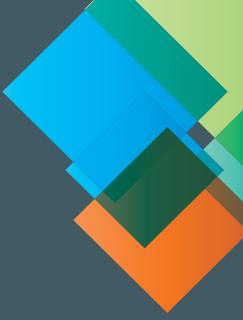
Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

[Figura 52]

Prioridad de las ayudas por sectores (% sobre total muestra)

	TOTAL	Automoción, comercio y serv. personales	Utilities y construcción	Transporte y almacenamiento	Industria	Actividades financieras, de seguros e inmobili.	Activ. Profes. Científicas, técnicas, salud y servicios	Actividades Administrativas y educat. y emplea. del hogar	Hostelería	Otras actividades
Conexión a Internet	15,3%	13,5%	23,6%	20,6%	18,1%	8,9%	11%	16,1%	9%	15%
Equipamiento informático	31,6%	41,7%	23,1%	21,1%	30,8%	30,3%	38,4%	24,3%	41,3%	21,6%
Software	9,9%	14%	7,5%	3,4%	5,8%	7,4%	10,4%	4,9%	18,7%	6,4%
Página Web y Comercio electrónico	23%	20,2%	15,7%	37,1%	22,1%	23,3%	26,6%	24,1%	18%	28,1%
Formación TIC	20,1%	10,4%	29,9%	17,7%	23,1%	30,1%	13,4%	30,6%	13%	29%

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



6. Asesores tecnológicos

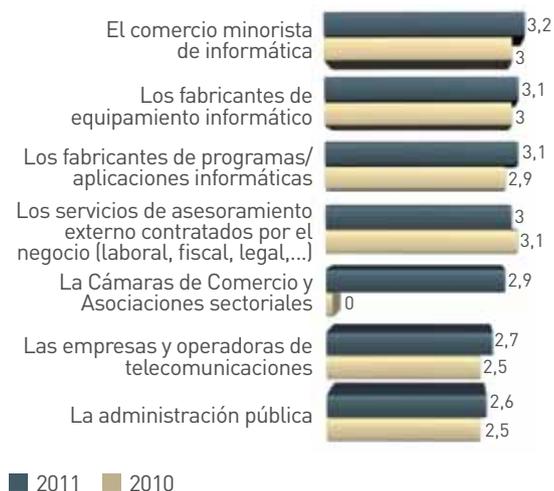


El último de los aspectos analizados es el grado de confianza que los autónomos depositan en los diferentes agentes que actúan como asesores tecnológicos para sus negocios. Sobre una escala de 1 a 4, la nota más alta se la llevan, sin apenas variaciones entre sí y con ligeros crecimientos respecto al año anterior, el comercio minorista de informática, los fabricantes de equipamiento informático y los de aplicaciones de software. Les siguen los servicios de asesoramiento externo contratados por las empresas (laboral, fiscal, legal, etc.), que experimentan un ligero retroceso.

[Figura 53]

Confianza en asesores tecnológicos

(De 1 a 4)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

Por sectores, confían más en el papel asesor de la Administración Pública quienes operan en el sector de la industria (2,8). La confianza en las empresas y operadores de telecomunicaciones es superior por parte de los autónomos dedicados a *utilities* y construcción (3) e Industria (3). En el comercio minorista de informática confían más los autónomos de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias; y de actividades administrativas y educativas y empleados del hogar (ambos con una nota de 3,4). Los servicios de asesoramiento externo contratados por la propia empresa (laboral, fiscal, legal, etc.) inspiran más confianza como asesores tecnológicos al sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (3,2). La confianza en los fabricantes de equipamiento informático es superior en el sector de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (3,3).

La nota más alta, un 3,2, es para el comercio minorista de informática

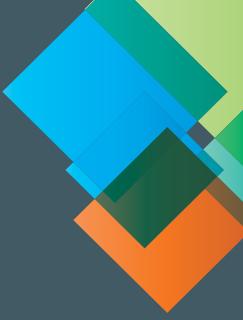
Con respecto a las cámaras de comercio y asociaciones profesionales, confían más en ellas los autónomos de hostelería (3,1). Por último, la confianza en los fabricantes de programas y aplicaciones informáticos es muy similar en los distintos sectores, diferenciándose de la puntuación general sólo en una décima por encima o por debajo.

Por comunidades autónomas, la confianza en el asesoramiento de la Administración Pública es superior en Madrid (2,9). En las empresas y operadoras de telecomunicaciones se sitúa por encima Navarra (3). En los fabricantes de programas y aplicaciones informáticas destacan Asturias, Cantabria y La Rioja (todas con una nota de 3,3). En los comercios minoristas de informática encabezan la lista Cantabria, Galicia, Navarra y La Rioja (todas con un 3,4). En los servicios de asesoramiento externo contratados confían más La Rioja (3,4) y Cantabria (3,3). En el caso de los fabricantes de

Los autónomos de Madrid son los que más confían en las cámaras de comercio y las asociaciones sectoriales

equipamiento informático la nota más alta es de Asturias (3,4). Y en las cámaras de comercio y asociaciones sectoriales depositan más confianza los autónomos de Madrid (3,3).





7. Conclusiones y recomendaciones



Los cambios culturales, económicos y tecnológicos actuales representan una oportunidad para transformar la actividad de los autónomos, con independencia de su sector de actividad, y mejorar su competitividad en un mercado cada vez más exigente.

Respecto a la tecnología se pueden identificar tres grandes áreas que interactúan entre sí modificando progresivamente la dinámica del mercado:

La tecnología como servicio, es decir, los nuevos modelos de entrega de la tecnología que el mercado identifica como “la nube” y que ofrecen la posibilidad al autónomo de acceder a una tecnología a la que antes no tenía acceso tanto por coste como por la complejidad de su despliegue.

La movilidad se ha convertido en la norma y no en la excepción, lo que se traduce en una mayor conectividad y un acceso ubicuo a contenidos, es decir, un incremento de productividad.

Las redes sociales como nuevo paradigma de relación y comunicación entre personas que permite al autónomo ofrecer, entre otras cosas, un mejor servicio a sus clientes.

Pero la tecnología por sí misma no basta para explicar la transformación del mercado, sino que hay que contextualizarla dentro de un cambio cultural donde los clientes, ciudadanos, etc., buscan una ma-

yor participación e interrelación en un mundo en el que la proliferación de canales de interacción les mantiene “hiperconectados”.

Todo ello está dando lugar a la aparición de nuevos modelos de negocio guiados por un entorno “glocal”, hipercompetitivo, y marcado por una creciente necesidad de innovación.

Ser consciente de la transformación del mercado es el primer paso que debe dar el autónomo y, aunque dar el salto a lo digital no es garantía de éxito, sí se está convirtiendo en una condición de permanencia en el mercado.

Sin embargo, los resultados de este informe muestran que, si bien la tecnología es cada vez más importante en la actividad de los autónomos, la incorporación de esta tecnología en su día a día todavía se encuentra muy lejos de un estado óptimo, como prueba el hecho de que más de la mitad de los autónomos carezca de equipamiento informático.

Pero ¿realmente pueden los autónomos mantenerse al margen de este nuevo paradigma? Lo que en términos macroeconómicos parece evidente, es decir, los efectos de una mayor tecnificación sobre la competitividad de los autónomos, las mejoras sobre su eficiencia, su productividad, etc., aún así resulta más difícil visualizarlo cuando se baja al caso particular de cada autónomo. De hecho, muchos

declaran no estar informatizados porque no ven qué les puede aportar.

Es perentorio que los autónomos identifiquen la oportunidad, pero siendo conscientes de que las ventajas de la informatización no se adquieren de la noche a la mañana, hay que desarrollar ciertas capacidades previamente.

Fundetec ha elaborado tres índices que permiten la presentación de forma sintética del estadio de madurez en el que se encuentra cada autónomo con



relación al uso de las tecnologías de la información y comunicación. Cada uno de ellos refleja un nivel distinto de madurez (básica, intermedia y avanzada), y deben entenderse como tres etapas secuenciales.

✉ **ÍNDICE DE MADUREZ BÁSICA**

El índice de madurez básica refleja la proporción de autónomos que disponen en su negocio de aplicaciones informáticas básicas como las de ofimática, que permiten suponer la presencia de, al menos, usos y operaciones informáticas elementales. La clave para alcanzar una informatización básica del autónomo no es tanto qué equipamiento posee sino el uso que hace de aplicaciones. En este sentido, es necesario desterrar la imagen de que la informatización viene a través del uso del PC.

Situación actual:

El índice de madurez básica se sitúa en el 48,9%, casi 15 puntos por encima del que se registraba el año anterior.

Por sectores, el valor del índice es superior en los sectores de actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (81,3); de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (75,5); de actividades administrativas y educativas y empleadas del hogar (64,7); y de industria (60,6), siendo notablemente superiores a los de 2010 salvo en el caso de las actividades financieras, de seguros e inmobiliarias.

En el otro extremo se sitúan los sectores de transporte y almacenamiento (20,2) y hostelería (26,2).

Recomendaciones:

Cada autónomo debe encontrar su propio camino hacia un mayor grado de informatización, siendo las mejores referencias aquellos autónomos que realizan la misma actividad. En algunos sectores la informa-

tización puede venir de la mano de nuevos dispositivos móviles, y en otros mediante la evolución de cajas registradoras hacia terminales de punto de venta (TPV) que más tarde podrán ser susceptibles de conectarse a algún software de gestión.

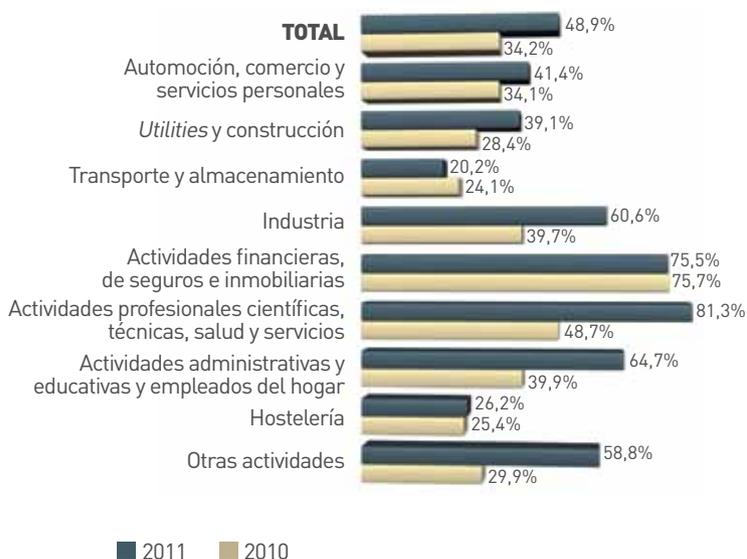
Sea como fuera la fórmula elegida, un primer paso es informarse sobre cuáles son los beneficios potenciales que puede aportar la tecnología, ya sea en simplificación de tareas, en la comunicación con clientes y proveedores, etc. Por ejemplo, utilizando aplicaciones, incluso ofimáticas, para la gestión de clientes, inventariado, etc.

La tecnología en sí misma no aporta ningún valor, ésta tiene que asociarse a necesidades concretas del negocio, identificarlas y buscar asesores profesionales que nos ayuden a hacerlo debe ser el primer paso.

[Figura 54]

Índice de madurez básica¹

(% sobre total muestra)



¹ [% de autónomos que poseen aplicaciones de ofimática].

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

☒ ÍNDICE DE MADUREZ INTERMEDIA

El índice de madurez intermedia se vincula con el acceso a Internet, y corresponde a aquellos autónomos que, además de hacer uso de aplicaciones de ofimática, también acceden a Internet, abriendo las puertas a una creciente automatización de sus tareas. Hoy tener acceso a Internet significa no sólo un canal de comunicación con clientes y proveedores, donde encontrar contenidos, etc., sino también una puerta de acceso a aplicaciones que antes sólo utilizaban las empresas con recursos y que ahora, bajo la fórmula de software como

servicio (SaaS), son accesibles para los autónomos, lo cual redundará en mejoras de gestión, simplificación de procesos, menores costes, etc.

Además, la presencia en este medio permite a los autónomos construir su imagen de marca personal a través de blogs, redes sociales, etc. Por ejemplo, algunos autónomos se posicionan mediante blogs como expertos en alguna materia, mientras que otros realizan promociones a través de redes sociales.

Situación actual:

El valor del índice de madurez intermedia es del 37,8%, notablemente superior al que se registraba hace un año.

El valor del índice es superior en los sectores de actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (70,5); de actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (63,2); y de actividades administrativas y educativas y empleadas del hogar (47,6), en tanto que es inferior en los sectores de transporte y almacenamiento (17,9) y hostelería (20,9).

Recomendaciones:

Una vez que el autónomo dispone de acceso a Internet está en condiciones de explorar las posibilidades de los modelos de Software como servicio, donde el usuario, en vez de conectarse a un servidor de su oficina para trabajar con una aplicación, puede trabajar con la aplicación usando su navegador de

Internet. Este modelo permite a los autónomos una gestión virtualizada, es decir, no se necesita conocimiento técnico específico de la aplicación, sino sólo cómo utilizarla.

Otros beneficios de este modelo de entrega son:

- **Ubicuidad en el acceso:** el acceso en cualquier momento y lugar permite a las empresas rom-

[Figura 55]

Índice de madurez intermedia²

(% sobre total muestra)



² [% autónomos que además de aplicaciones de ofimática tienen acceso a Internet].

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.

per no sólo las barreras temporales, sino también las espaciales, aumentando la productividad de los autónomos.

- **Mantenimiento de aplicaciones:** este modelo evita a los autónomos tener que preocuparse de actualizaciones y del mantenimiento de la aplicación, lo cual permite a la empresa centrarse en su actividad principal. Además, también lleva implícita la promesa de que el autónomo siempre dispondrá de la última versión existente en el mercado.
- **Menores costes de implantación y mayor rapidez:** el menor tiempo y coste necesario para la implantación de nuevas aplicaciones permite poder responder con agilidad a los cambios del mercado minimizando costes.
- **Modelo de pago:** este modelo permite pagar en función de los recursos a los que se accede sin necesidad de realizar un desembolso inicial.
- **Ahorro en infraestructura:** no requiere hardware, y evita la obsolescencia tecnológica.

Respecto a la presencia en Internet, el autónomo debe ser consciente de que ya no se ciñe a la creación de una página web, sino que existen múltiples alternativas (blogs, redes sociales, etc.) que, dependiendo del cliente objetivo, pueden tener un gran

impacto en su negocio y que ni requieren una fuerte inversión ni necesitan poseer un conocimiento técnico alguno.

☒ **ÍNDICE DE MADUREZ AVANZADA**

El tercer nivel de madurez se corresponde con autónomos que realizan actividades de comercio electrónico, entendiendo como tal no sólo aquella que se lleva a cabo a través de la propia página web, sino también a través de nuevos canales como por ejemplo las redes sociales.

El índice de madurez avanzada ha crecido 5 puntos respecto a 2010

La proliferación de canales de interacción con los clientes y proveedores conlleva una creciente conectividad del autónomo, que debe decidir qué canales quiere utilizar y con qué clientes. Es importante recordar que la tecnología es un medio y no un fin en sí misma, pero también lo es seguir a los clientes allí donde ellos se muevan, y actualmente los clientes están saltando a entornos digitales.

Vender por Internet tienen fuertes repercusiones en la actividad del autónomo, que deberá definirse en

términos de una estrategia comercial que evalúe, mediante métricas, qué canal es más adecuado en un proceso constante de prueba y error.

El autónomo debe desterrar la idea de que hay productos y servicios adecuados para venderse por Internet y otros no: todo es susceptible de venderse por este medio.

Situación actual:

El valor del índice de madurez avanzada se sitúa en el 12,6%, casi 5 puntos por encima del obtenido en 2010.

Por sectores, es superior en las actividades profesionales científicas, técnicas, salud y servicios (28); en actividades financieras, de seguros e inmobiliarias (23,6); y en industria (17,5).

Recomendaciones:

El comercio electrónico no es un proyecto tecnológico, sino de negocio. Los autónomos deben solucionar aspectos como dónde quieren vender, los medios de pago, los conflictos con otros canales, el precio, etc., al mismo tiempo que definen cuáles son los objetivos en términos de negocio: buscar nuevos mercados geográficos, reducir costes...

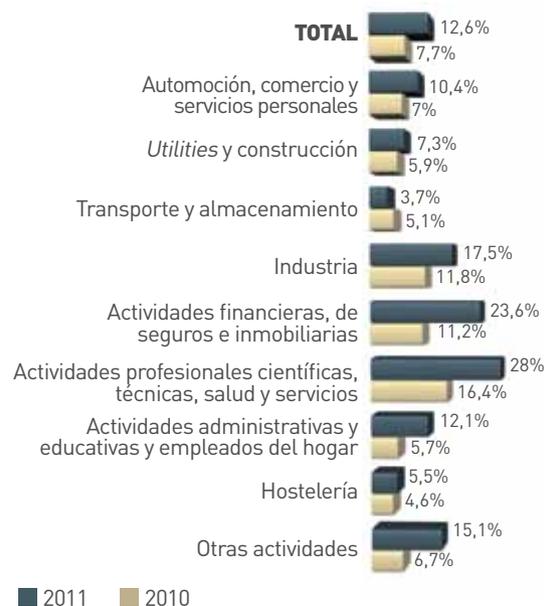
Los cambios tecnológicos y culturales redefinen un nuevo comercio electrónico que se nutre de la movilidad, de las redes sociales y de la “tradicional” página web para vender por Internet. Todo es susceptible de

venderse por Internet, pero es importante que para dar este salto el autónomo se encuentre preparado, lo que pasa por cubrir de forma adecuada las dos fases previas, que se sintetizan en dos aspectos clave: un grado mayor automatización de los procesos internos y una mayor presencia en Internet.

[Figura 56]

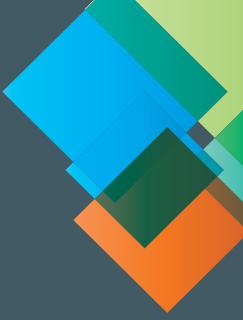
Índice de madurez avanzada³

(% sobre total muestra)

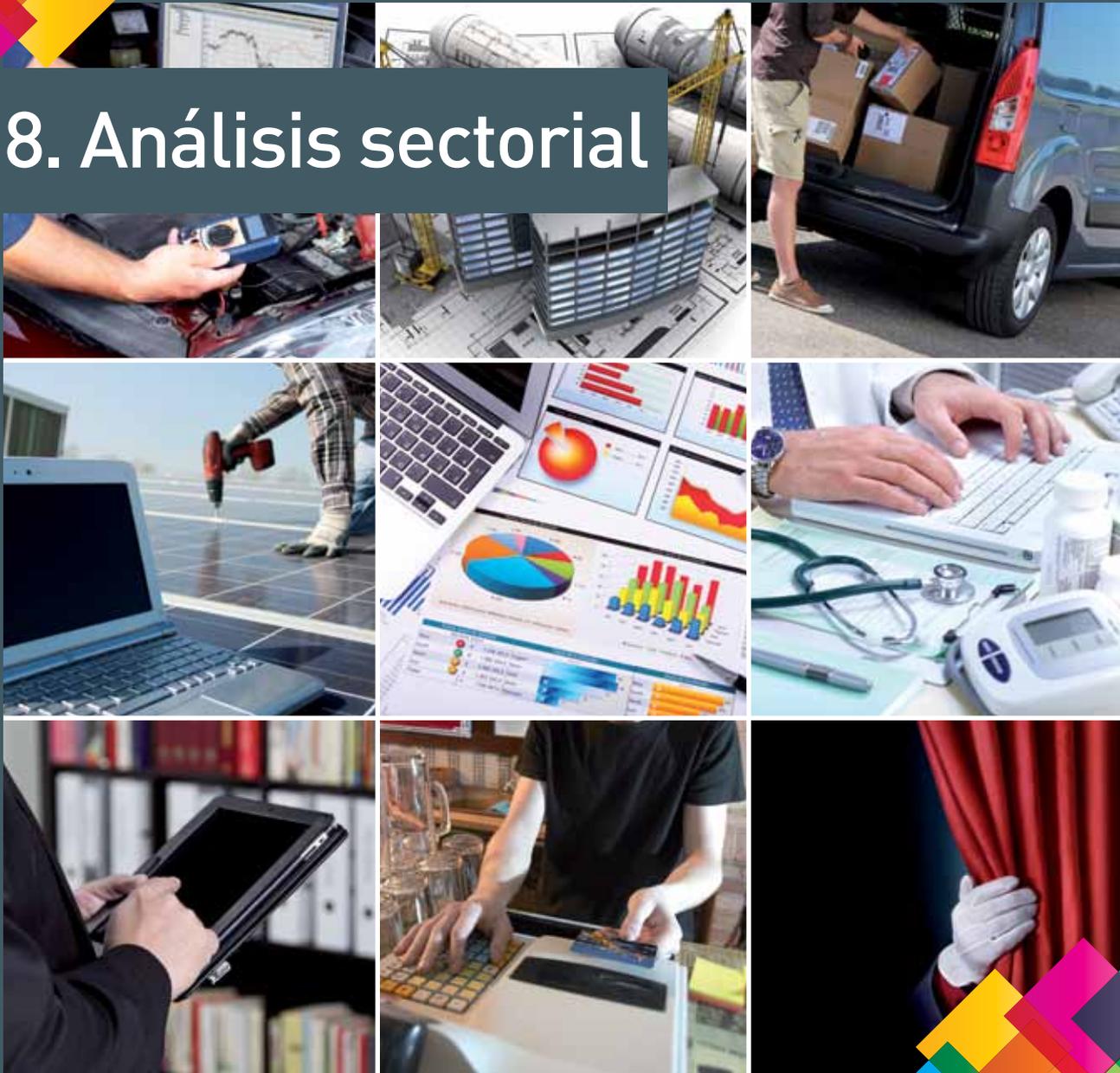


³ (% de autónomos que realizan operaciones de comercio electrónico (compra y/o venta) además de tener aplicaciones de ofimática y acceso a Internet).

Fuente: Encuesta Fundetec 2011.



8. Análisis sectorial



8.1. AUTOMOCIÓN, COMERCIO Y SERVICIOS PERSONALES



El porcentaje de autónomos de este sector que declara disponer de equipamiento informático es del **64,9%**, lo que supone un incremento del **17%** respecto a 2010.

[Figura 57]

Equipamiento informático disponible



■ 2011 ■ 2010

Fuente: Encuesta Fundetec 2011

Se mantiene como mayoritaria la proporción de quienes poseen PC de sobremesa (67,7%), y crecen 2 puntos los que disponen de smartphone (11,2%). El resto de los dispositivos reducen su presencia.

En cuanto a las aplicaciones informáticas utilizadas, se aprecia un ligero incremento de las aplicaciones empresariales (69,1%), y descienden 14 puntos los usuarios de aplicaciones de ofimática y comunicación (46,7%).

[Figura 58]

Aplicaciones informáticas utilizadas

(% sobre autónomos con equipamiento)

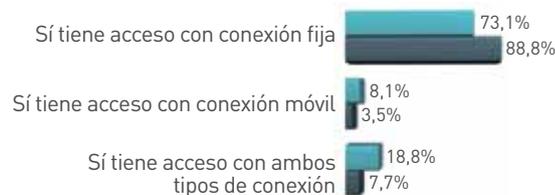


Fuente: Encuesta Fundetec 2011

[Figura 59]

Tipo de conexión a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



■ 2011 ■ 2010

Fuente: Encuesta Fundetec 2011

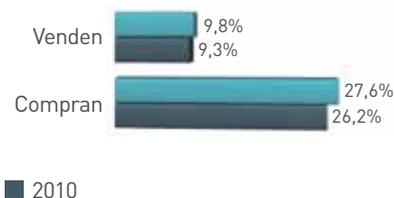
La penetración del comercio electrónico se ha incrementado ligeramente, tanto en el caso de los que venden (el 9,8% de los que tienen acceso a Internet) como de los que compran (el 27,6% de los autónomos conectados) a través de la Web.

La conexión a Internet ha disminuido 5 puntos en este sector respecto al año anterior, situándose ahora en el 63,1%. Por tipos de conexión, se aprecia un descenso de las conexiones fijas en beneficio de las líneas móviles.

[Figura 60]

Comercio electrónico

(% sobre autónomos con conexión)



■ 2011 ■ 2010

Fuente: Encuesta Fundetec 2011

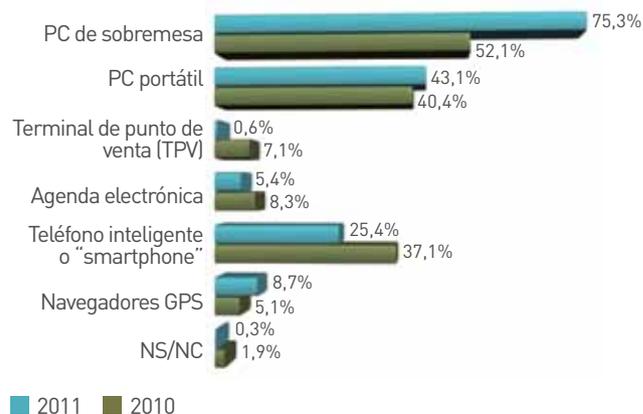
8.2. UTILITIES Y CONSTRUCCIÓN



Aunque el nivel de equipamiento informático de este sector es apreciablemente inferior al que se da en el conjunto de los sectores, lo cierto es que ha crecido un 17% respecto a 2010, situándose en el 56,6%.

[Figura 61]

Equipamiento informático disponible



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

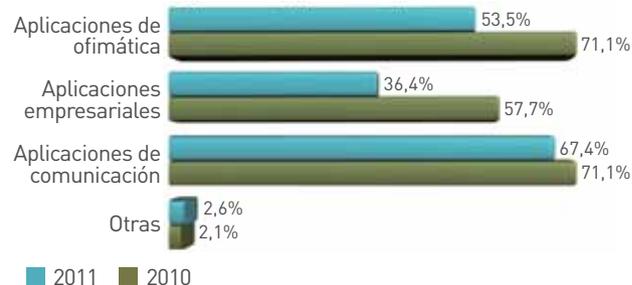
La penetración del PC de sobremesa ha crecido 23 puntos hasta el 75,3%. También la del ordenador portátil y el navegador se ha incrementado ligeramente, mientras desciende la del resto de dispositivos.

El uso de aplicaciones informáticas se ha visto reducido con respecto al año anterior, especialmente las de comunicación y ofimática, y también, aunque en menor medida, las aplicaciones empresariales.

[Figura 62]

Aplicaciones informáticas utilizadas

(% sobre autónomos con equipamiento)

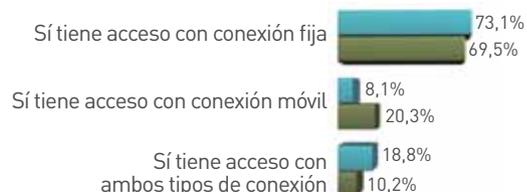


Fuente: Encuesta Fundetec 2011

[Figura 63]

Tipo de conexión a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



■ 2011 ■ 2010

Fuente: Encuesta Fundetec 2011

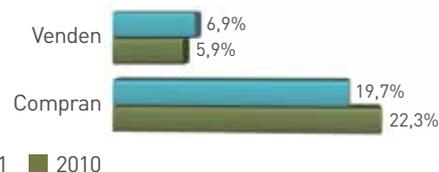
El comercio electrónico en este sector ha visto cómo en un año crecían muy ligeramente las ventas a través de Internet, hasta el 6,9%, mientras descendía hasta el 19,7% el porcentaje de los que compraban a través de este canal.

Los autónomos de este sector que disponen de conexión a Internet también han disminuido, concretamente 8 puntos, hasta el 72,3%. La más perjudicada es la conexión móvil, que desciende 12 puntos, mientras crece la conexión fija o los que disponen de ambas.

[Figura 64]

Comercio electrónico

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

8.3. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO



La disponibilidad de equipamiento informático ha crecido un 13% en este sector, hasta el 54,6%, aunque sigue siendo inferior al que se registra para el conjunto de los autónomos.

[Figura 65]

Equipamiento informático disponible



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

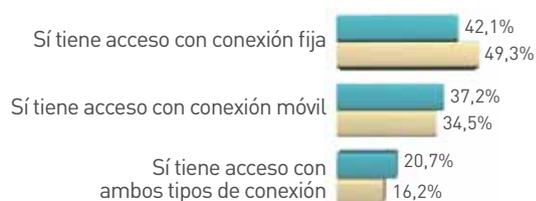
Por tipo de dispositivo, se mantiene sin variación la proporción de quienes poseen PC de sobremesa (39,8%) y desciende 11 puntos la del portátil (25,8%), en tanto que se elevan los poseedores de los demás dispositivos.

En 2011 se aprecia un notable incremento de 24 puntos en el uso de aplicaciones empresariales, hasta el 56,4%. Por el contrario, las aplicaciones ofimáticas descienden casi en el mismo porcentaje, hasta el 36,9%.

[Figura 67]

Tipo de conexión a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



■ 2011 ■ 2010

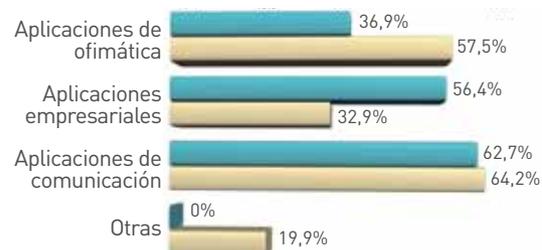
Fuente: Encuesta Fundetec 2011

En cuanto al comercio electrónico, se ha reducido muy notablemente el porcentaje de quienes compran a través de Internet, pasando del 44,3% en 2010 al 11,4% de los que disponen de conexión en 2011. Las ventas online han disminuido levemente, hasta el 9,3%.

[Figura 66]

Aplicaciones informáticas utilizadas

(% sobre autónomos con equipamiento)



■ 2011 ■ 2010

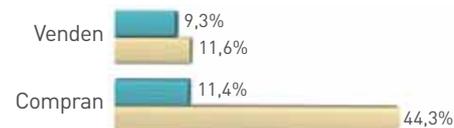
Fuente: Encuesta Fundetec 2011

El acceso a Internet crece 2 puntos respecto a 2010 en este sector, hasta el 65,4%. La conexión fija desciende 7 puntos, con una penetración del 42,1%, aumentando por el contrario los autónomos que disponen de ambos tipos. Asimismo, es el sector donde mayor presencia tiene la conexión móvil, que se sitúa en el 37,2%, mientras en el resto no supera el 10%.

[Figura 68]

Comercio electrónico

(% sobre autónomos con conexión)



■ 2011 ■ 2010

Fuente: Encuesta Fundetec 2011

8.4. INDUSTRIA



El porcentaje de quienes disponen de equipamiento informático en este sector ha aumentado 22 puntos respecto a 2010, situándose ahora en un nivel similar al del conjunto de los autónomos, en el 69,2%.

[Figura 69]

Equipamiento informático disponible



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

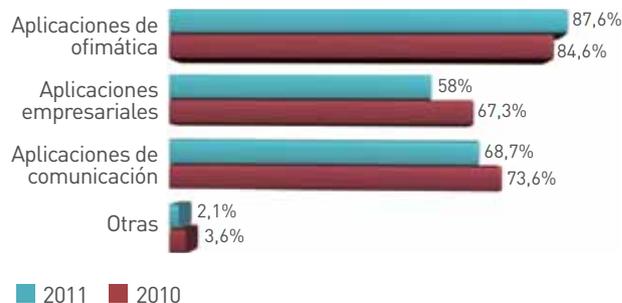
Por tipo de equipamiento, todos experimentan crecimientos más o menos notables, salvo el Smartphone, que se mantiene, y el TPV, que desciende 8 puntos.

Respecto al uso de aplicaciones informáticas, se observa un ligero ascenso de las de ofimática (87,6%), mientras que las empresariales y de comunicación reducen su presencia.

[Figura 70]

Aplicaciones informáticas utilizadas

(% sobre autónomos con equipamiento)

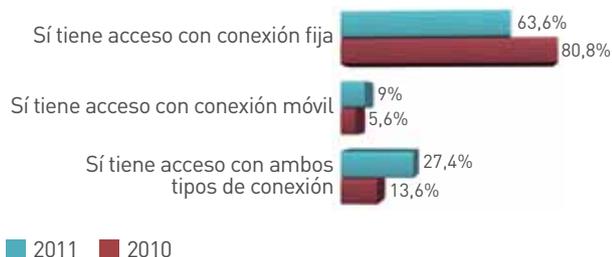


Fuente: Encuesta Fundetec 2011

[Figura 71]

Tipo de conexión a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

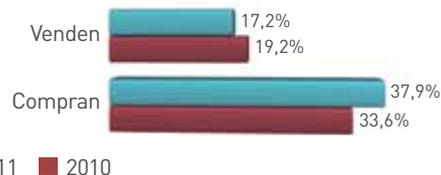
En el apartado de comercio electrónico, en el último año ha crecido ligeramente el porcentaje de quienes compran a través de la Red, hasta el 37,9%, y también ligeramente decrece el porcentaje de los que venden vía Web, situándose en el 17,2%.

Los autónomos de este sector con acceso a Internet se sitúan en el 68,1%, lo que supone un descenso del 12% respecto al año anterior. La conexión fija cae 17 puntos, hasta el 63,6%, percibiéndose un aumento en las conexiones móviles y en quienes disponen de ambos tipos.

[Figura 72]

Comercio electrónico

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

8.5. ACTIVIDADES FINANCIERAS, DE SEGUROS E INMOBILIARIAS



El nivel de equipamiento informático de los autónomos de este sector es muy superior al que se da en su conjunto a nivel nacional, y apenas varía con respecto al año anterior, situándose en el 82,8% de penetración.

[Figura 73]

Equipamiento informático disponible



■ 2011 ■ 2010

Fuente: Encuesta Fundetec 2011

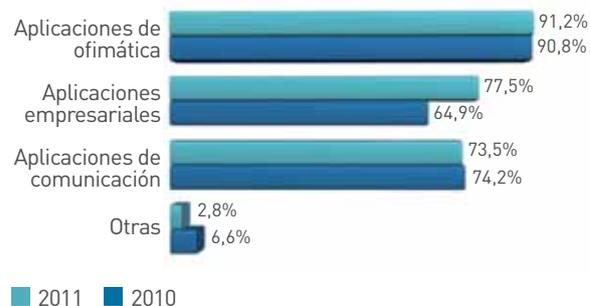
Todos los tipos de equipamiento crecen en mayor o menor medida, salvo el PC de sobremesa, que desciende 4 puntos hasta el 86,4%, y se mantiene la presencia del TPV en un residual 1%.

Las aplicaciones informáticas mantienen niveles de uso similares a los de 2010, situándose las ofimáticas en un elevado 91,2%, salvo en el caso de las empresariales, que crecen 12 puntos para situarse en el 77,5%.

[Figura 74]

Aplicaciones informáticas utilizadas

(% sobre autónomos con equipamiento)



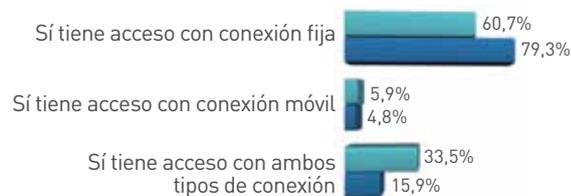
■ 2011 ■ 2010

Fuente: Encuesta Fundetec 2011

[Figura 75]

Tipo de conexión a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



■ 2011 ■ 2010

Fuente: Encuesta Fundetec 2011

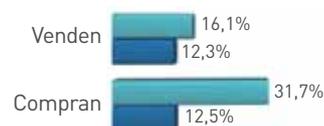
El comercio electrónico ha dado un importante salto en el último año en este sector, principalmente en lo que respecta a las compras, que se han duplicado, hasta situarse en el 31,7% de los que disponen de conexión a Internet. También las ventas online han crecido, aunque más ligeramente, hasta el 16,1% en 2011.

Los autónomos de este sector que disponen de conexión a Internet, sin embargo, se reducen un 13%, hasta el 84,2%. La peor parada es la conexión fija, que desciende 19 puntos, hasta el 60,7%, mientras que crecen notablemente los que disponen de conexión fija y móvil, situándose en el 33,5%.

[Figura 76]

Comercio electrónico

(% sobre autónomos con conexión)



■ 2011 ■ 2010

Fuente: Encuesta Fundetec 2011

8.6. ACTIVIDADES PROFESIONALES CIENTÍFICAS, TÉCNICAS, SALUD Y SERVICIOS



El porcentaje de quienes en este sector declaran disponer de equipamiento informático se eleva 34 puntos con respecto al año anterior, situándose en el 94,4%, claramente por encima del conjunto de los autónomos.

[Figura 77]

Equipamiento informático disponible



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

Específicamente se incrementa la penetración del PC de sobremesa (84,8%) y el smartphone (25,5%), en tanto que desciende la del resto de dispositivos.

También se eleva 6 puntos la proporción de quienes utilizan aplicaciones de ofimática, hasta el 86,1%, mientras las aplicaciones empresariales y de comunicación mantienen sus niveles de uso respecto a 2010.

[Figura 78]

Aplicaciones informáticas utilizadas

(% sobre autónomos con equipamiento)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

[Figura 79]

Tipo de conexión a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

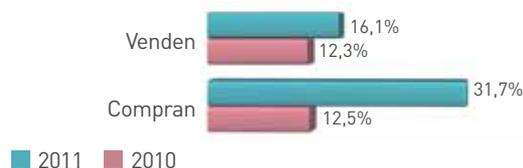
El porcentaje de autónomos de este sector que disponen de conexión a Internet se reduce ligeramente (2 puntos), situándose en el 85,5%. Desciende notablemente la presencia de la conexión fija, que pasa del 86,4% en 2010 al 63% de los usuarios de Internet en 2011. No obstante, crece un 24% el porcentaje de los que disponen de conexión fija y móvil.

Este sector ha apostado fuerte por el comercio electrónico en el último año: las compras a través de Internet han crecido un 19% hasta el 31,7%, mientras que las ventas suben 4 puntos, hasta el 16,1%.

[Figura 80]

Comercio electrónico

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

8.7. ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y EDUCATIVAS Y EMPLEADOS DEL HOGAR



Los autónomos de este sector que disponen de equipamiento informático se sitúan en el 72,3%, lo que representa un crecimiento del 26% respecto a 2010.

[Figura 81]

Equipamiento informático disponible



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

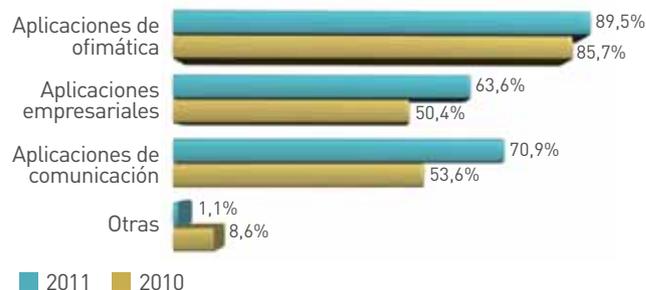
Respecto al tipo de equipamiento, se observa un crecimiento de 14 puntos en la penetración del PC de sobremesa, hasta el 80,9%, e incrementos menores en el smartphone y el navegador, mientras que el portátil, el TPV y la agenda electrónica disminuyen su presencia.

En cuanto al uso de aplicaciones informáticas, se han producido incrementos en todos los tipos de soluciones, principalmente en las de comunicación, que han crecido un 17%, aunque las de mayor presencia siguen siendo las de ofimática, presentes en el 89,5% de los autónomos con equipamiento informático.

[Figura 82]

Aplicaciones informáticas utilizadas

(% sobre autónomos con equipamiento)

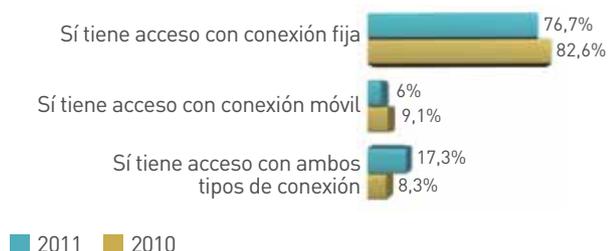


Fuente: Encuesta Fundetec 2011

[Figura 83]

Tipo de conexión a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



El acceso a Internet, sin embargo, ha disminuido en el sector respecto al año anterior, exactamente un 13%, hasta situarse en el 74,7% de los autónomos. Por tipos de conexión, aumentan 9 puntos los usuarios que disponen de conexión fija y móvil, mientras se reducen los que disponen de cada uno de los dos tipos por separado. No obstante, junto con el sector de hostelería es el que mayor penetración de la conexión fija registra.

[Figura 84]

Comercio electrónico

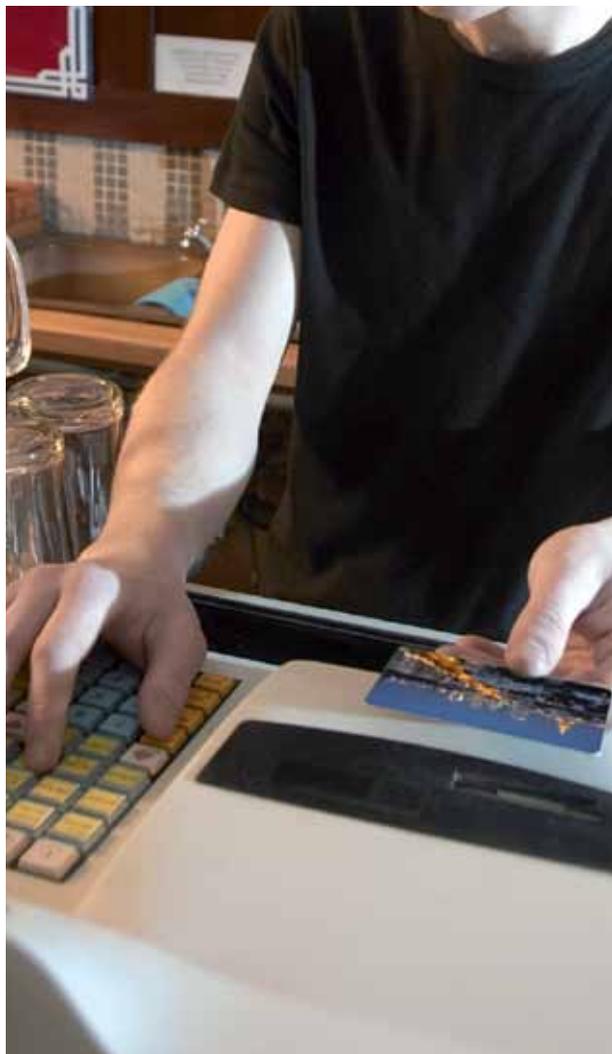
(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

En el terreno del comercio electrónico emerge este año un reducido porcentaje de autónomos que declaran vender por Internet (2,8%) y se mantienen sin variación el de quienes ya el año pasado declaraban comprar por este medio (23,1%).

8.8. HOSTELERÍA



Este sector se ha equipado en 2011 al conjunto de autónomos en lo relativo a disponibilidad de equipamiento informático, tras experimentar un crecimiento de 22 puntos porcentuales respecto a 2010, hasta el 68,5%.

[Figura 85]

Equipamiento informático disponible



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

Sin embargo, el único dispositivo que refleja un aumento de penetración es el smartphone, mientras el resto reducen su presencia.

También disminuye el uso de aplicaciones informáticas. El mayor retroceso es el registrado en las de ofimática, que caen un 16% hasta el 38,3%, siendo las más implantadas las soluciones empresariales, que se sitúan en el 71,8%.

[Figura 87]

Tipo de conexión a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



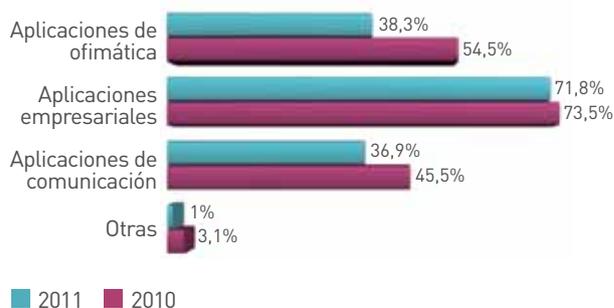
Fuente: Encuesta Fundetec 2011

En cuanto al comercio electrónico, se observa un incremento de 7 puntos entre quienes venden por Internet, pasando del 3,8% en 2010 al 10,4% en 2011, mientras casi en la misma medida disminuye el porcentaje de quienes compran por este medio cayendo del 22,5% al 14,7% en un año.

[Figura 86]

Aplicaciones informáticas utilizadas

(% sobre autónomos con equipamiento)



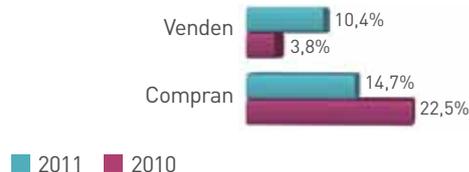
Fuente: Encuesta Fundetec 2011

Desciende también 15 puntos el porcentaje de autónomos con conexión a Internet, que baja hasta el 43,7%. Por tipos de conexión, pierde terreno (10 puntos) la conexión fija –aunque es el sector que registra un mayor porcentaje de este tipo de conexión, junto con el de actividades administrativas y educativas–, se mantiene la móvil y crece 11 puntos el porcentaje de quienes disponen de ambos tipos.

[Figura 88]

Comercio electrónico

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

8.9. OTRAS ACTIVIDADES

Se engloban en esta categoría las actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento; agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; información y comunicaciones; y otros servicios.



En este sector también se eleva un 23% el porcentaje de quienes declaran poseer algún tipo de equipamiento informático, alcanzando una penetración del 69,3%.

[Figura 89]

Equipamiento informático disponible



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

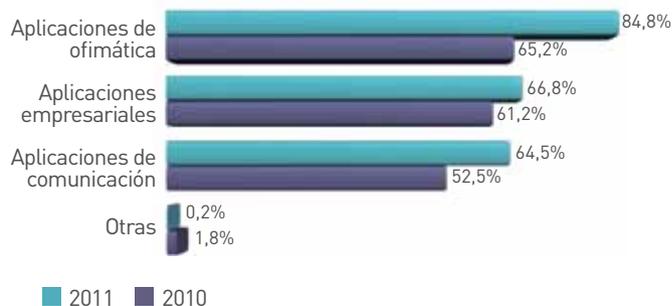
Por dispositivos, salvo el TPV, que reduce su presencia, todos los demás experimentan importantes avances; particularmente el PC de sobremesa, que crece un 30% respecto al año anterior, hasta situarse en el 81,9%.

También se incrementa el uso de aplicaciones informáticas, principalmente las de ofimática, que crecen un 20%, alcanzando una penetración del 84,8%, aunque también avanzan las empresariales y las de comunicación.

[Figura 90]

Aplicaciones informáticas utilizadas

(% sobre autónomos con equipamiento)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

[Figura 91]

Tipo de conexión a Internet

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011

El comercio electrónico, sin embargo, es la nota discordante, al presentar un retroceso, aunque no muy acusado, tanto en las compras como en las ventas a través de Internet, que se sitúan en el 32,6% y el 8,1% de los autónomos con conexión a Internet.

Continuando con la tendencia positiva, el porcentaje de autónomos de este sector que disponen de conexión a Internet crece un 11% hasta el 72%. Por tipos de conexión, aumentan un notable 19% los que cuentan con conexión fija y móvil, mientras se reducen los que disponen sólo de uno de los dos tipos.

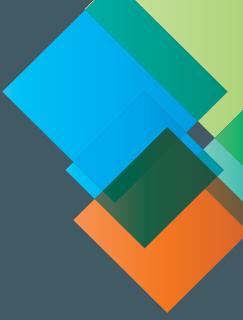
[Figura 92]

Comercio electrónico

(% sobre autónomos con conexión)



Fuente: Encuesta Fundetec 2011



Anexo



RELACIÓN DE FIGURAS

[Figura 1] Equipamiento informático por sectores	12	[Figura 31] Conocimiento de las redes sociales por sectores..	35
[Figura 2] Equipamiento informático por CC.AA.	13	[Figura 32] Uso de redes sociales por sectores.....	36
[Figura 3] Equipamiento informático disponible	14	[Figura 33] Venta online por sectores	40
[Figura 4] Equipamiento informático por sectores	15	[Figura 34] Antigüedad de la venta online	41
[Figura 5] Soluciones informáticas utilizadas.....	16	[Figura 35] Evolución interanual de las ventas online.....	42
[Figura 6] Soluciones informáticas por sectores.....	17	[Figura 36] Medios de pago en la venta online.....	42
[Figura 7] Soluciones de código abierto utilizadas.....	18	[Figura 37] Dificultades de implantación de la venta online.....	43
[Figura 8] Uso de soluciones de código abierto por sectores...	18	[Figura 38] Beneficios del comercio electrónico con clientes ..	44
[Figura 9] Satisfacción del uso de soluciones de código abierto ..	19	[Figura 39] Razones para no vender online.....	45
[Figura 10] Herramientas de seguridad	19	[Figura 40] Razones para no vender online por sectores	46
[Figura 11] Herramientas de seguridad por sectores	20	[Figura 41] Compra online por sectores.....	48
[Figura 12] Conocimiento y posesión de certificado digital	21	[Figura 42] Antigüedad de la compra online	49
[Figura 13] Conocimiento y uso del certificado digital por sectores	21	[Figura 43] Evolución interanual de las compras online.....	49
[Figura 14] Conocimiento y uso de la factura electrónica	22	[Figura 44] Dificultades de implantación de la compra online..	50
[Figura 15] Conocimiento y uso de la e-factura por sectores...	22	[Figura 45] Beneficios de la compra online.....	51
[Figura 16] Beneficios de la incorporación de las TIC.....	23	[Figura 46] Razones para no comprar online.....	51
[Figura 17] Beneficios de la incorporación de las TIC por sectores .	24	[Figura 47] Razones para no comprar online por sectores	52
[Figura 18] Disponibilidad de subvenciones por sectores.....	25	[Figura 48] Valoración de las ayudas	56
[Figura 19] Importancia de las subvenciones	25	[Figura 49] Valoración de las ayudas por sectores	57
[Figura 20] Acceso a Internet por sectores	28	[Figura 50] Valoración de las ayudas por CC.AA	58
[Figura 21] Tipo de conexión a Internet	29	[Figura 51] Prioridades de las ayudas	59
[Figura 22] Motivos para no acceder a Internet	29	[Figura 52] Prioridad de las ayudas por sectores	59
[Figura 23] Antigüedad de acceso a Internet.....	30	[Figura 53] Confianza en asesores tecnológicos	62
[Figura 24] Antigüedad del acceso a Internet por sectores	30	[Figura 54] Índice de madurez básica	68
[Figura 25] Usos de Internet	31	[Figura 55] Índice de madurez intermedia	69
[Figura 26] Antigüedad de la página web	32	[Figura 56] Índice de madurez avanzada.....	71
[Figura 27] Presencia en Internet por sectores	32		
[Figura 28] Funcionalidades de la página web.....	33	Automoción, comercio y servicios personales	
[Figura 29] Objetivos de la página web	33	[Figura 57] Equipamiento informático disponible.....	74
[Figura 30] Dificultades para estar presente en Internet.....	34	[Figura 58] Aplicaciones informáticas utilizadas	75

[Figura 59] Tipo de conexión a Internet	75
[Figura 60] Comercio electrónico	75

Utilities y construcción

[Figura 61] Equipamiento informático disponible.....	76
[Figura 62] Aplicaciones informáticas utilizadas	77
[Figura 63] Tipo de conexión a Internet	77
[Figura 64] Comercio electrónico	77

Transporte y almacenamiento

[Figura 65] Equipamiento informático disponible.....	78
[Figura 66] Aplicaciones informáticas utilizadas	79
[Figura 67] Tipo de conexión a Internet	79
[Figura 68] Comercio electrónico	79

Industria

[Figura 69] Equipamiento informático disponible.....	80
[Figura 70] Aplicaciones informáticas utilizadas	81
[Figura 71] Tipo de conexión a Internet	81
[Figura 72] Comercio electrónico	81

Actividades financieras, de seguros e inmobiliarias

[Figura 73] Equipamiento informático disponible.....	82
[Figura 74] Aplicaciones informáticas utilizadas	83
[Figura 75] Tipo de conexión a Internet	83

[Figura 76] Comercio electrónico	83
--	----

Act. profesionales científicas, técnicas, salud y servicios

[Figura 77] Equipamiento informático disponible.....	84
[Figura 78] Aplicaciones informáticas utilizadas	85
[Figura 79] Tipo de conexión a Internet	85
[Figura 80] Comercio electrónico	85

Act. administrativas y educativas y empleados del hogar

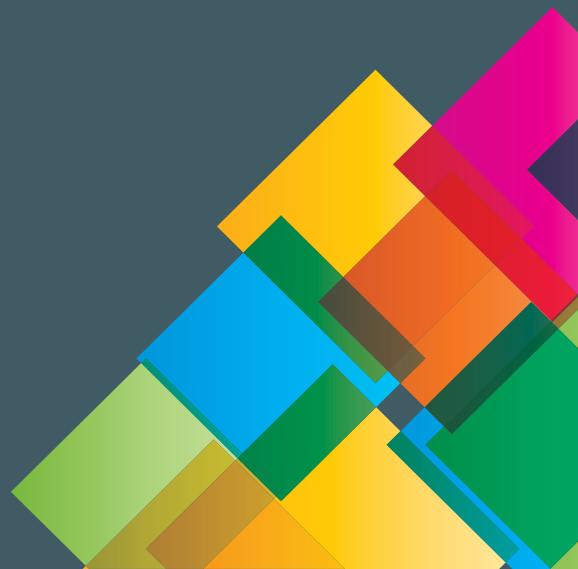
[Figura 81] Equipamiento informático disponible.....	86
[Figura 82] Aplicaciones informáticas utilizadas	87
[Figura 83] Tipo de conexión a Internet	87
[Figura 84] Comercio electrónico	87

Hostelería

[Figura 85] Equipamiento informático disponible.....	88
[Figura 86] Aplicaciones informáticas utilizadas	89
[Figura 87] Tipo de conexión a Internet	89
[Figura 88] Comercio electrónico	89

Otras actividades

[Figura 89] Equipamiento informático disponible.....	90
[Figura 90] Aplicaciones informáticas utilizadas	91
[Figura 91] Tipo de conexión a Internet	91
[Figura 92] Comercio electrónico	91





Pº de la Castellana 163, 5ª planta - 28046 Madrid
Telf. 91 598 15 40 - Fax. 91 598 15 42
fundetec@fundetec.es - www.fundetec.es

Colaboran



Informe realizado por

