



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE  
DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE  
COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y  
TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE  
LA PROVINCIA DE SEVILLA**

*Noviembre de 2023*

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

2

## **EDICIÓN, REALIZACIÓN**

Este estudio ha sido elaborado por la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos de España, UPTA España en el marco del encargo realizado por INPRO- Diputación de Sevilla.

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a INPRO-Diputación de Sevilla por confiar en UPTA la elaboración de este estudio sobre el grado de digitalización y uso del e-commerce entre los trabajadores y trabajadoras autónomos de los municipios de menos de 20.000 habitantes de la provincia de Sevilla.

Y sobre todo, gracias a los trabajadores y trabajadoras autónomos, que han participado en este estudio a través de las encuestas que nos han facilitado.

**UPTA España**

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

## INDICE

### 1. Resumen Ejecutivo

---

### 2. Introducción

- El trabajo autónomo en la provincia de Sevilla
- 

### 3. Contextualización

- Hipótesis de trabajo
- 

### 4. Metodología

- Ficha técnica del estudio
  - Perfil de la muestra
- 

### 5. Resultados

- Digitalización en tu negocio
  - Posicionamiento en Internet
  - Marketing digital
  - Publicidad digital
  - Internet, comercio on line y clientes
- 

### 6. Conclusiones y recomendaciones

---

### 7. Referencias y Bibliografía

---

### Anexos

---

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

4

# 1.

## *Resumen Ejecutivo*

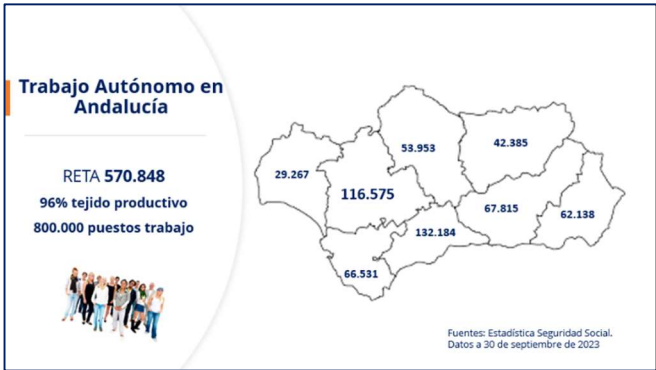


**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

5

## Hipótesis de trabajo

- Se valora de forma positiva la digitalización de sus negocios porque mejora la comunicación, las ventas y la gestión
- El colectivo implementa la digitalización a pesar de sus escasos niveles de conocimiento y recursos y por ello no obtienen mejoras sustanciales en estos procesos
- Las redes sociales se constituyen como las herramientas más utilizadas para promocionar negocios y pymes
- El uso de canales de venta on line es tan poco significativo a pesar de la potencialidad de este recurso de dimensionar los negocios más pequeños o dispersos territorialmente



### Municipios provincia Sevilla -20.000 habitantes que han participado

Viso del Alcor, El	Villaverde del Río	Villanueva del Ariscal	Villanueva de San Juan	Villamanrique de la Condesa
Valencina de la Concepción	Umbrete	Tocina	Santiponce	Sanlúcar la Mayor
Salteras	Rubio, El	Roda de Andalucía, La	Puebla del Río, La	Puebla de Cazalla, La
Pilas	Peñaflor	Pedroso, El	Paradas	Palomares del Río
Osuna	Olivares	Montellano	Marchena	Madroño, El
Luisiana, La	Lora del Río	Lora de Estepa	Isla Mayor	Huévar del Aljarafe
Herrera	Guilena	Gines	Gilena	Gerena
Gelves	Estepa	Espartinas	Cuervo de Sevilla, El	Coronil, El
Coripe	Constantina	Cazalla de la Sierra	Castillo de las Guardas, El	Castilleja del Campo
Castilleja de la Cuesta	Castilleja de Guzmán	Castiblanco de los Arroyos	Casarique	Carrión de los Céspedes
Cañada Rosal	Cantillana	Campana, La	Cabezas de San Juan, Las	Burguillos
Brenes	Bollullos de la Mitación	Benacazón	Aznalcóllar	Aznalcázar
Arahal	Almensilla	Almadén de la Plata	Algámitas	Algaba, La
Alcolea del Río	Alcalá del Río	Albaida del Aljarafe	Alanís	Aguadulce

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

6

<b>Población objeto de estudio</b>	Trabajadores y trabajadoras autónomos y titulares de microempresas
<b>Universo (marco muestral)</b>	Municipios de menos de 20.000 habitantes de la provincia de Sevilla
<b>Procedimiento de muestreo</b>	Encuestas presenciales, telefónicas y <u>on line</u> .

## Perfil de la muestra

**01 DEMOGRAFIA**

El 51% son **hombres** frente al 48% de **mujeres**.  
La mayoría (61,5%) tiene más de 45 años y el 29,2% se encuentra entre los 30 y los 45 años. Sólo el 9,03% son personas jóvenes



**02 ANTIGÜEDAD NEGOCIO**

Más del 75% tienen una antigüedad mayor a 5 años y sólo el 5% de menos de un año.  
El 10% entre 3 y 5 años; y el 9,3% lleva menos de 3 años al frente de sus negocios



**03 GENERACION EMPLEO**

El 48,7% no tienen personas asalariadas a su cargo.  
Solo el 6,3% de los encuestados tiene 5 o más personas asalariadas



**04 SECTOR ACTIVIDAD**

El 98,7% de las personas encuestadas, pertenecen al **sector servicios**



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

7

**CONCLUSIONES**

ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA

*Digitalización*

El 70% de las personas encuestadas conoce los beneficios de la digitalización pero no las aplican, principalmente por falta de conocimientos y por considerar que sus productos o servicios no son susceptibles de comercializarse de forma on line



*Posicionamiento SEO*



Más de la mitad (62%) afirma que no está realizando acciones que lleven a posicionar su producto y/o servicio en internet, mientras que un 38% sí que realiza acciones para ello, siendo las técnicas más utilizadas con diferencia el posicionamiento SEO en los buscadores más habituales de internet

*Marketing Digital*



Casi el 70% manifiesta utilizar redes sociales en sus negocios, no perciben que sea para un uso comercial propiamente dicho, sino más bien como un simple canal de comunicación o como escaparate, no llegan a percibirlo como una herramienta digital de marketing ni como canal de ventas

*Población Diana*



Trabajadores y trabajadoras autónomos y titulares de micropymes



Municipios de menos de 20.000 habitantes



**CONCLUSIONES**

ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA

*Publicidad digital*

Casi el 78% indica que no realiza publicidad digital de pago incidiendo en este sentido que no es necesario para su negocio y que no pueden afrontar una inversión para este fin ya que la consideran "muy grande".



*Marketplace*



Sin embargo, son proclives a incorporar canales de venta on line de forma conjunta, lo conocidos como Marketplace. De hecho, el 53,4% accedería a ellos si su acceso fuese sencillo y asequible.

*Principales Barreras*



*Población Diana*



Trabajadores y trabajadoras autónomos y titulares de micropymes



Municipios de menos de 20.000 habitantes



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

8

# 2.

## *Introducción*





**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

9

La transformación hacia un entorno digital es uno de los retos más importantes que la mayoría de las personas trabajadoras autónomas tendrán que afrontar a corto y medio plazo. Esto les obliga a introducir cambios en los procedimientos y formas de trabajo, así como a implantar diferentes medidas de gestión empresarial vinculadas a la digitalización como mecanismos de mejora de su productividad, competitividad y sostenibilidad de la actividad económica. Este proceso requiere que se realice un esfuerzo formativo para minimizar la brecha digital del colectivo y facilitar la implantación de estas herramientas.

El proceso de adaptación tecnológica y la digitalización del trabajo autónomo se convierten en una herramienta imprescindible para generar nuevas oportunidades y fortalecer la sostenibilidad del trabajo autónomo.

Durante la pandemia, los trabajadores y trabajadoras autónomos supieron adaptarse a las necesidades que provocaba el confinamiento en tiempo récord para poder atender a la población y en este proceso, las tecnologías les otorgaron la posibilidad de poder hacerlo. Además de las iniciativas individuales, fueron muchas las administraciones públicas, especialmente en el ámbito municipal, que ofrecieron apoyo, herramientas y recursos para que pudieran desarrollar sus actividades en estas condiciones. Así, en muchos municipios a iniciativa de sus Ayuntamientos pusieron en marcha plataformas on line en las que los negocios podían ofrecer sus productos y servicios, publicitarse e incluso ser canal de venta. La provincia de Sevilla no fue una excepción.

Ahora, si bien la compra on line llegó para quedarse, sólo se han consolidado en empresas dimensionadas y en grandes plataformas. Los negocios locales, una vez recuperada la “normalidad” han vuelto a sus canales de venta tradicionales en su gran mayoría; lo que, ante la necesidad, parecía el hito disruptivo que les hacía incorporar las Tic a la gestión y llevanza de sus negocios, ha quedado en aguas de borrajas una vez superada la citada pandemia, principalmente debido a la brecha

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

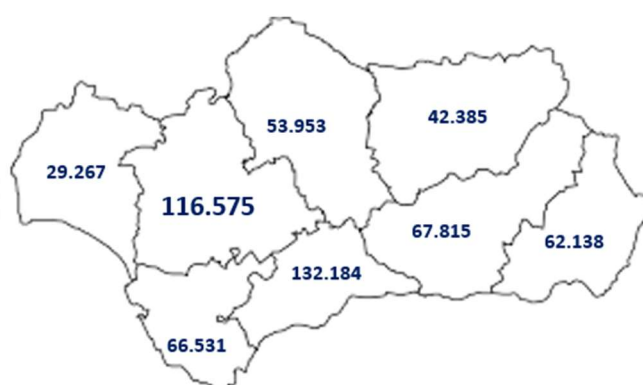
digital del colectivo y a sus limitaciones para afrontar inversiones de calado que transformen su actividad.

En España existen en la actualidad **3.339.333<sup>1</sup> trabajadores y trabajadoras por cuenta propia** que representan el **16,07%** del total de afiliados del Sistema. **Andalucía, alcanza los 570.848 afiliados** que representan el **17,10%** del total nacional con la siguiente distribución provincial:

10

### Trabajo Autónomo en Andalucía

**RETA 570.848**  
**96% tejido productivo**  
**800.000 puestos trabajo**



Fuentes: Estadística Seguridad Social.  
 Datos a 30 de septiembre de 2023

La **provincia de Sevilla** es la segunda en número de personas afiliadas al RETA, como se observa, sin embargo es la provincia andaluza con mayor PIB de la Comunidad Autónoma con 36.785.424<sup>2</sup> según datos de la *Encuesta P.I.B. a precios de mercado y valor añadido bruto a precios básicos por ramas de actividad: Precios corrientes por provincias y periodo publicada por el Instituto Nacional de Estadística.*

<sup>1</sup> Datos a 30 de septiembre de 2023. Fuente Estadística Seguridad Social. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones

<sup>2</sup> Últimos datos publicados provinciales PIB 2020.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

11

Sevilla es el principal polo industrial de Andalucía y la mayor parte de la actividad económica se concentra en su área metropolitana al igual que los niveles de renta, donde existe una importante brecha en la provincia. Si bien la capital y la comarca del Aljarafe alcanzan rentas superiores a los 30.000€, el resto de la provincia puede llegar a bajar de 20.000€ por hogar.

Los principales **sectores productivos de la provincia** abarcan desde el sector primario, especialmente la agricultura y ganadería siendo la segunda provincia que más aporta de la Comunidad Autónoma; el sector de la construcción e industria, donde destaca la industria I+D+I, siendo la provincia con mayor proporción de empleo de alta cualificación.

Sin embargo es el sector servicios el más importante de la economía sevillana ya que el sector terciario aporta al conjunto del PIB de la provincia de Sevilla un 63% y dentro de este, destaca el comercio que aglutina el 17,43% del empleo<sup>3</sup>, siendo el sector que aglutina a mayor número de trabajadores y trabajadoras por cuenta propia.



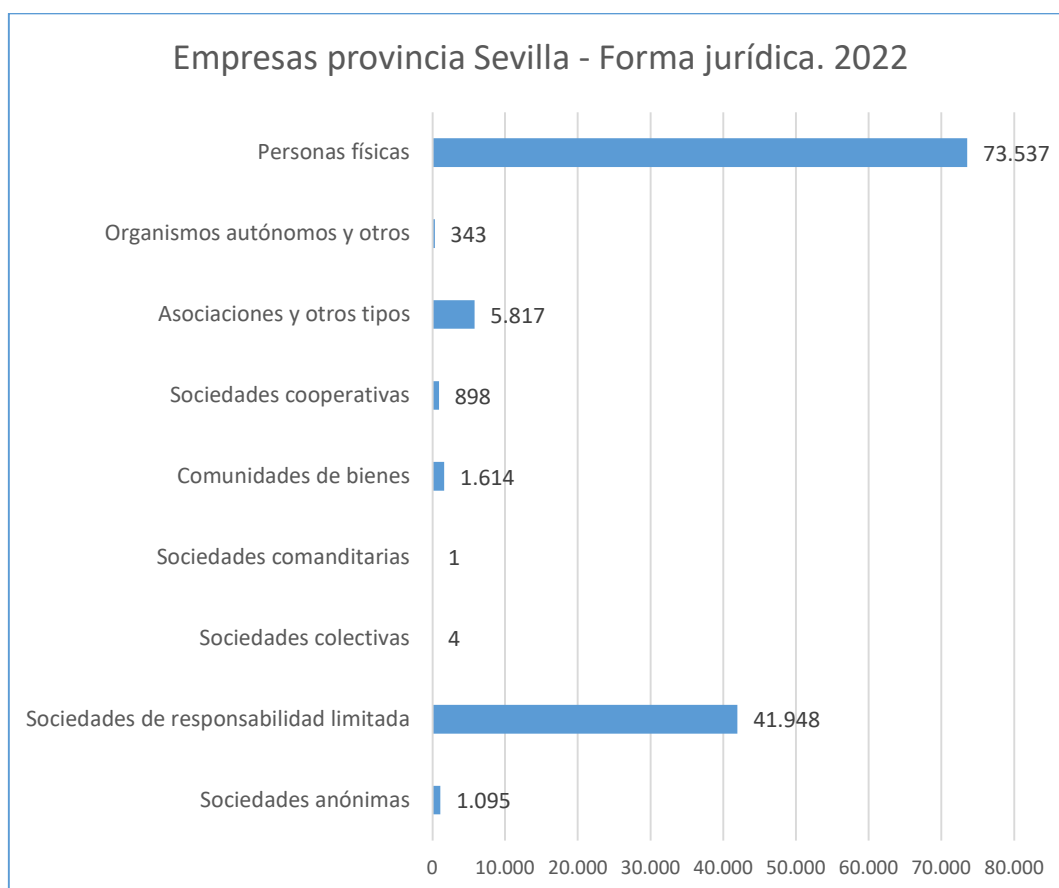
<sup>3</sup> Dato afiliación a la Seguridad Social a 30 de septiembre de 2023.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

## ***El trabajo autónomo en la provincia de Sevilla***

Según el *Directorio Central de Empresas*, en la provincia de Sevilla hay registradas en 2022, **125.257 empresas**, con la siguiente distribución en atención a su forma jurídica:

12



Cómo se observa, casi el 60% son personas físicas, es decir trabajadores y trabajadoras autónomos. Si a ello sumamos que una parte importante de las sociedades limitadas son unipersonales o de muy reducida dimensión, deducimos que **el tejido empresarial sevillano está conformado por autónomos y micropymes** y por tanto, trabajadores y trabajadoras afiliados al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social (RETA).

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

13

La evolución en la última década de la afiliación al Sistema, tal y como se muestra en la siguiente gráfica, constata que el RETA es el Régimen que mejor comportamiento ha tenido a pesar de las grandes dificultades a las que se ha enfrentado el colectivo en los últimos años, más allá del Régimen General ya que son estas micropymes las principales generadoras de empleo:



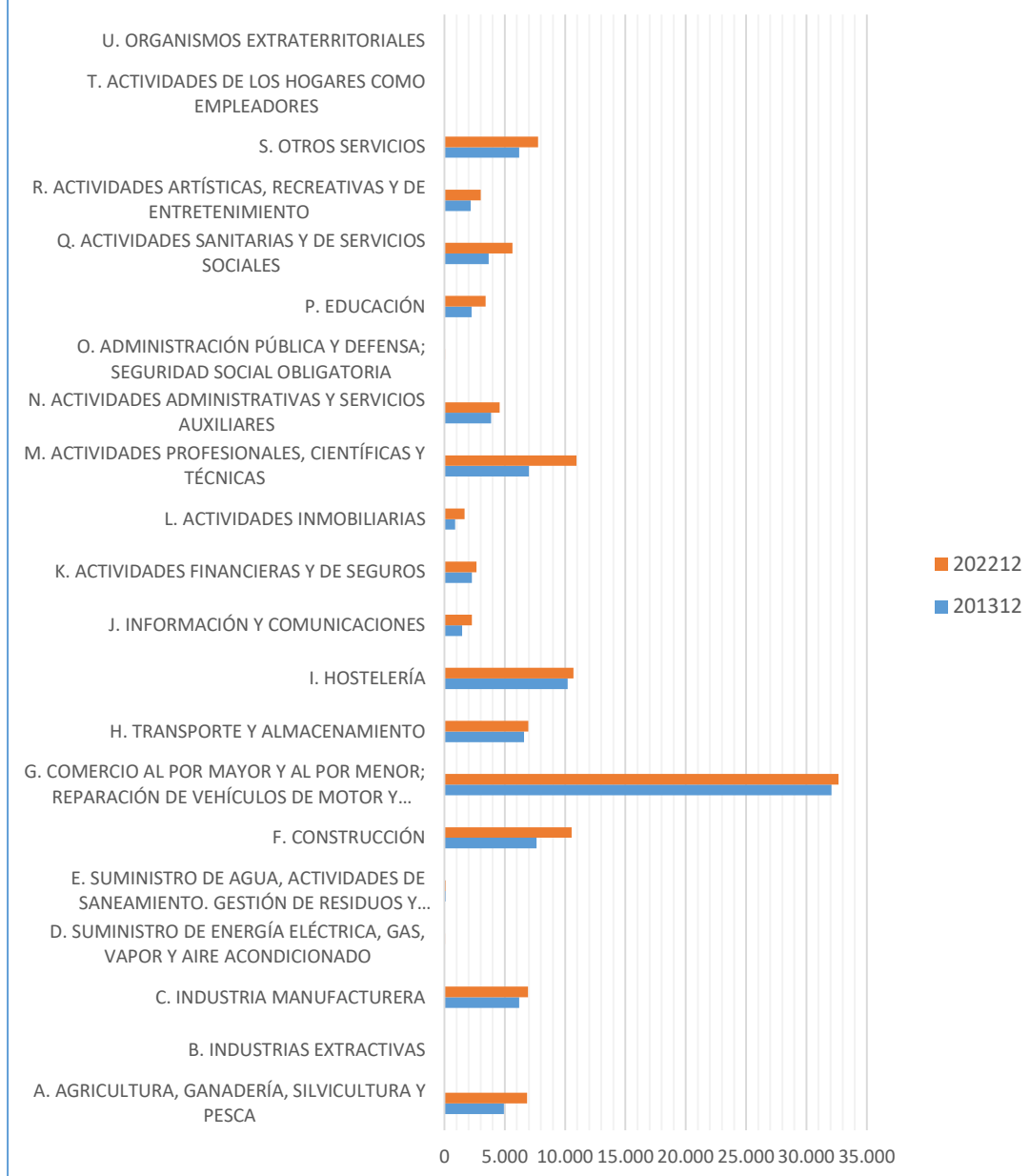
Ya hemos hecho alusión a la importancia cuantitativa del comercio en el tejido productivo sevillano al igual que ocurre en el RETA, siendo el sector con mayor afiliación seguido de las actividades profesionales, científicas y técnicas, la construcción y la hostelería, principales sectores de la economía de la provincia.

Sin embargo, los sectores considerados tradicionales de los citados, comercio y hostería, no han experimentado prácticamente cambios en la última década en cuanto al número de afiliaciones. Estos sectores sufren de una importante rotación y las altas casi compensan las bajas y son los menos digitalizados con carácter general.

Por el contrario, sí han experimentado un crecimiento notable las actividades profesionales, la construcción, los servicios sanitarios y sociales y la agricultura. Al margen de la construcción, que sí es un potente indicador de la situación económica general, los sectores que más crecen son los más cualificados y modernizados.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

**Evolución RETA sectores 2012-2022**



14

La provincia de Sevilla cuenta con 106 municipios en los que el trabajo autónomo representa entre el 52,24% en Castilleja de Guzmán y el 3,22% en La Algaba con una media del 14,45% en el conjunto de la provincia. 88 municipios se encuentran por encima de la media provincial de los que 75 tienen menos de 20.000 habitantes.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

MUNICIPIO	POBLACION	Reg. General	R. G.- S.E.Agrario	R. G.- S.E.Hogar	R. E. MAR	R. E. T. Autónomos	R. E. M. Carbón	TOTAL	% RETA
PROVINCIAL	1.949.393	593.836	75.124	12.027	369	116.915	0	798.271	14,65
41091 SEVILLA	681.998	344.448	2.066	8.297	278	38.225	0	393.314	9,72
41038 DOS HERMANAS	137.561	33.976	421	533	<5	6.965	0	>=41.896	16,62
41004 ALCALA DE GUADAIRA	75.917	26.255	233	311	<5	4.179	0	>=30.979	13,49
NO DISTRIBUIDOS(*)		2.408	6.623	134	33	2.980	0	12.178	24,47
41059 MAIRENA DEL ALJARAFE	47.161	17.419	70	370	0	2.925	0	20.784	14,07
41095 UTRERA	51.402	8.632	2.336	96	0	2.820	0	13.884	20,31
41039 ECIJA	39.743	8.708	2.630	98	0	2.624	0	14.060	18,66
41069 PALACIOS Y VILLAFRANCA (LOS)	38.662	4.985	3.528	26	0	2.321	0	10.860	21,37
41053 LEBRIJA	27.665	4.233	1.814	28	0	2.202	0	8.277	26,60
41081 RINCONADA (LA)	39.509	12.313	1.390	56	0	2.089	0	15.848	13,18
41024 CARMONA	29.279	5.685	1.645	65	0	1.847	0	9.242	19,98
41093 TOMARES	25.341	5.458	35	298	0	1.752	0	7.543	23,23
41034 CORIA DEL RIO	30.714	3.158	670	68	14	1.744	0	5.654	30,85
41065 MORON DE LA FRONTERA	27.357	5.868	1.417	55	0	1.585	0	8.925	17,76
41058 MAIRENA DEL ALCOR	23.938	3.184	427	67	0	1.545	0	5.223	29,58
41102 VISO DEL ALCOR (EL)	19.161	3.962	494	29	0	1.519	0	6.004	25,30
41017 BORMUJOS	22.536	4.344	58	143	0	1.497	0	6.042	24,78
41021 CAMAS	27.443	5.198	89	122	<5	1.450	0	>=6.860	21,14
41060 MARCHENA	19.264	4.810	1.056	50	0	1.243	0	7.159	17,36
41040 ESPARTINAS	16.401	2.121	59	121	0	1.140	0	3.441	33,13
41055 LORA DEL RIO	18.417	2.082	2.799	12	0	1.110	0	6.003	18,49
41011 ARAHAL	19.476	3.140	2.362	9	0	1.077	0	6.588	16,35
41068 OSUNA	17.442	3.027	1.937	57	0	1.057	0	6.078	17,39
41041 ESTEPA	12.390	3.474	981	23	0	975	0	5.453	17,88
41086 SAN JUAN DE AZNALFARACHE	22.138	4.830	61	59	0	967	0	5.917	16,34
41020 CABEZAS DE SAN JUAN (LAS)	16.386	2.773	1.705	5	0	958	0	5.441	17,61
41047 GINES	13.507	2.026	25	104	0	909	0	3.064	29,67
41087 SANLUCAR LA MAYOR	14.120	2.112	210	37	0	895	0	3.254	27,50
41075 PILAS	13.964	2.105	1.503	12	26	893	0	4.539	19,67
41029 CASTILLEJA DE LA CUESTA	17.230	4.057	35	47	0	859	0	4.998	17,19
41007 ALGABA (LA)	16.491	1.335	245	15	0	758	0	2.353	3,22
41049 GUILLENA	13.279	1.799	438	21	0	749	0	3.007	24,91

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

MUNICIPIO	POBLACION	Reg. General	R. G.- S.E.Agrario	R. G.- S.E.Hogar	R. E. MAR	R. E. T. Autónomos	R. E. M. Carbón	TOTAL	% RETA
41016									
BOLLULLOS DE LA MITACION	11.136	6.969	277	34	0	728	0	8.008	9,09
41018 BRENES	12.652	1.541	1.870	5	0	696	0	4.112	16,93
41005 ALCALA DEL RIO	12.315	1.114	762	23	0	692	0	2.591	26,71
41077 PUEBLA DE CAZALLA (LA)	10.903	1.600	1.441	0	0	668	0	3.709	18,01
41903 CUERVO DE SEVILLA (EL)	8.623	1.383	602	<5	0	667	0	>=2.653	25,14
41044 GELVES	10.317	1.571	16	85	<5	666	0	>=2.339	28,47
41070									
PALOMARES DEL RIO	9.083	1.050	19	44	0	644	0	1.757	36,65
41050 HERRERA	6.503	1.070	778	<5	0	637	0	>=2.486	25,62
41079 PUEBLA DEL RIO (LA)	11.855	894	347	33	0	634	0	1.908	33,23
41032 CAZALLA DE LA SIERRA	4.700	620	458	12	0	623	0	1.713	36,37
41023 CANTILLANA	10.751	1.083	1.609	<5	0	622	0	>=3.315	18,76
41096									
VALENCINA DE LA CONCEPCIÓN	7.988	1.730	28	91	0	614	0	2.463	24,93
41092 TOCINA	9.484	767	1.321	7	0	595	0	2.690	22,12
41067 OLIVARES	9.444	784	350	8	0	581	0	1.723	33,72
41094 UMBRETE	9.253	908	284	15	0	504	0	1.711	29,46
41101									
VILLAVERDE DEL RIO	7.711	779	1.019	6	0	502	0	2.306	21,77
41042 FUENTES DE ANDALUCIA	7.173	797	1.050	7	0	496	0	2.350	21,11
41071 PARADAS	6.832	918	979	<5	0	496	0	>=2.394	20,72
41089									
SANTIPONCE	8.507	1.330	34	19	0	496	0	1.879	26,40
41098									
VILLANUEVA DEL ARISCAL	6.715	429	74	22	0	437	0	962	45,43
41045 GERENA	7.774	842	241	16	0	429	0	1.528	28,08
41064									
MONTELLANO	6.976	737	1.222	<5	0	412	0	>=2.372	17,37
41085 SALTERAS	5.616	2.599	38	24	0	405	0	3.066	13,21
41010									
ALMENSILLA	6.415	355	78	22	0	379	0	834	45,44
41072 PEDRERA	5.110	856	776	<5	0	378	0	>=2.011	18,80
41026									
CASARICHE	5.332	902	875	5	0	366	0	2.148	17,04
41015									
BENACAZON	7.299	680	509	7	0	365	0	1.561	23,38
41056 LUISIANA (LA)	4.588	746	428	6	0	355	0	1.535	23,13
41901 CAÑADA ROSAL	3.379	455	374	0	0	355	0	1.184	29,98
41033									
CONSTANTINA	5.779	678	908	7	0	350	0	1.943	18,01
41027									
CASTILBLANCO DE LOS ARRO	5.027	470	233	9	0	333	0	1.045	31,87
41019									
BURGUILLOS	6.907	709	630	<5	0	329	0	>=1.669	19,71



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

MUNICIPIO	POBLACION	Reg. General	R. G.- S.E.Agrario	R. G.- S.E.Hogar	R. E. MAR	R. E. T. Autónomos	R. E. M. Carbón	TOTAL	% RETA
41902 ISLA MAYOR	5.767	718	874	<5	0	326	0	>=1.919	16,99
41022 CAMPANA (LA)	5.177	800	1.003	<5	0	304	0	>=2.108	15,06
41090 SAUCEJO (EL)	4.233	492	709	<5	0	303	0	>=1.505	20,13
41082 RODA DE ANDALUCIA (LA)	4.230	1.388	422	<5	0	280	0	>=2.091	13,39
41037 CORRALES (LOS)	3.984	588	620	<5	0	270	0	>=1.479	18,26
41012 AZNALCAZAR	4.664	707	332	13	0	267	0	1.319	20,24
41046 GILENA	3.702	403	620	5	0	261	0	1.289	20,25
41052 LANTEJUELA (LA)	3.865	1.124	568	0	0	253	0	1.945	13,01
41036 CORONIL (EL)	4.720	521	751	<5	0	248	0	>=1.521	16,31
41097 VILLAMANRIQUE DE LA CONDESA	4.580	326	986	<5	7	240	0	>=1.560	15,38
41013 AZNALCOLLAR	6.011	1.341	220	<5	0	231	0	>=1.793	12,88
41084 RUBIO (EL)	3.352	428	560	6	0	223	0	1.217	18,32
41062 MARTIN DE LA JARA	2.643	292	517	6	0	215	0	1.030	20,87
41003 ALBAIDA DEL ALJARAFE	3.236	267	184	<5	0	208	0	>=660	31,52
41074 PEÑAFLORES	3.685	232	704	<5	0	205	0	>=1.142	17,95
41028 CASTILLEJA DE GUZMAN	2.866	142	<5	17	0	175	0	>=335	52,24
41048 GUADALCANAL	2.589	302	360	5	0	173	0	840	20,60
41063 MOLARES (LOS)	3.559	701	410	<5	0	173	0	>=1.285	13,46
41099 VILLANUEVA DEL RIO Y MINAS	4.934	303	475	<5	0	172	0	>=951	18,09
41061 MARINALEDA	2.579	185	728	<5	0	146	0	>=1.060	13,77
41006 ALCOLEA DEL RIO	3.308	388	686	<5	0	145	0	>=1.220	11,89
41014 BADOLATOSA	3.112	354	707	0	0	138	0	1.199	11,51
41001 AGUADULCE	2.043	266	327	<5	0	134	0	>=728	18,41
41078 PUEBLA DE LOS INFANTES (LA)	2.990	209	668	<5	0	132	0	>=1.010	13,07
41051 HUEVAR	3.209	1.362	141	6	0	123	0	1.632	7,54
41025 CARRION DE LOS CESPEDES	2.562	408	157	<5	5	118	0	>=689	17,13
41080 REAL DE LA JARA (EL)	1.510	159	74	<5	0	118	0	>=352	33,52
41076 PRUNA	2.563	144	583	7	0	103	0	837	12,31
41002 ALANIS	1.689	194	267	<5	0	100	0	>=562	17,79

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

MUNICIPIO	POBLACION	Reg. General	R. G.- S.E.Agrario	R. G.- S.E.Hogar	R. E. MAR	R. E. T. Autónomos	R. E. M. Carbón	TOTAL	% RETA
41031 CASTILLO DE LAS GUARDAS	1.529	189	58	9	0	94	0	350	26,86
41073 PEDROSO (EL)	2.039	214	161	<5	0	94	0	>=470	20,00
41083 RONQUILLO (EL)	1.474	226	34	<5	0	91	0	>=352	25,85
41009 ALMADEN DE LA PLATA	1.326	133	80	<5	0	84	0	>=298	28,19
41066 NAVAS DE LA CONCEPCION (LAS)	1.552	150	309	<5	0	82	0	>=542	15,13
41035 CORIPE	1.220	96	178	0	0	70	0	344	20,35
41054 LORA DE ESTEPA	883	231	125	<5	0	66	0	>=423	15,60
41008 ALGAMITAS	1.252	114	192	<5	0	64	0	>=371	17,25
41100 VILLANUEVA DE SAN JUAN	1.037	66	192	0	0	60	0	318	18,87
41043 GARROBO (EL)	821	112	43	<5	0	38	0	>=194	19,59
41088 SAN NICOLAS DEL PUERTO	602	77	52	<5	0	33	0	>=163	20,25
41030 CASTILLEJA DEL CAMPO	624	170	42	<5	<5	29	0	>=243	11,93
41057 MADROÑO (EL)	290	23	10	0	0	13	0	46	28,26
41904 PALMAR DE TROYA (EL)	2.343								

Sombreados los municipios de la provincia de Sevilla de más de 20.000 habitantes según los datos del Censo Poblacional. Padrón 2022 (INE) y El Palmar de Troya del que no constan datos oficiales de afiliación.

Todo ello demuestra la importancia no sólo cuantitativa, sino también cualitativa del trabajo autónomo en el tejido productivo y en la economía sevillana y por ello resulta necesario establecer políticas que apoyen y favorezcan su crecimiento, consolidación y desarrollo, lo cual pasa ineludiblemente por incorporar las nuevas formas de trabajo que proporciona la implantación de tecnologías de la información y la comunicación.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

19

# 3.

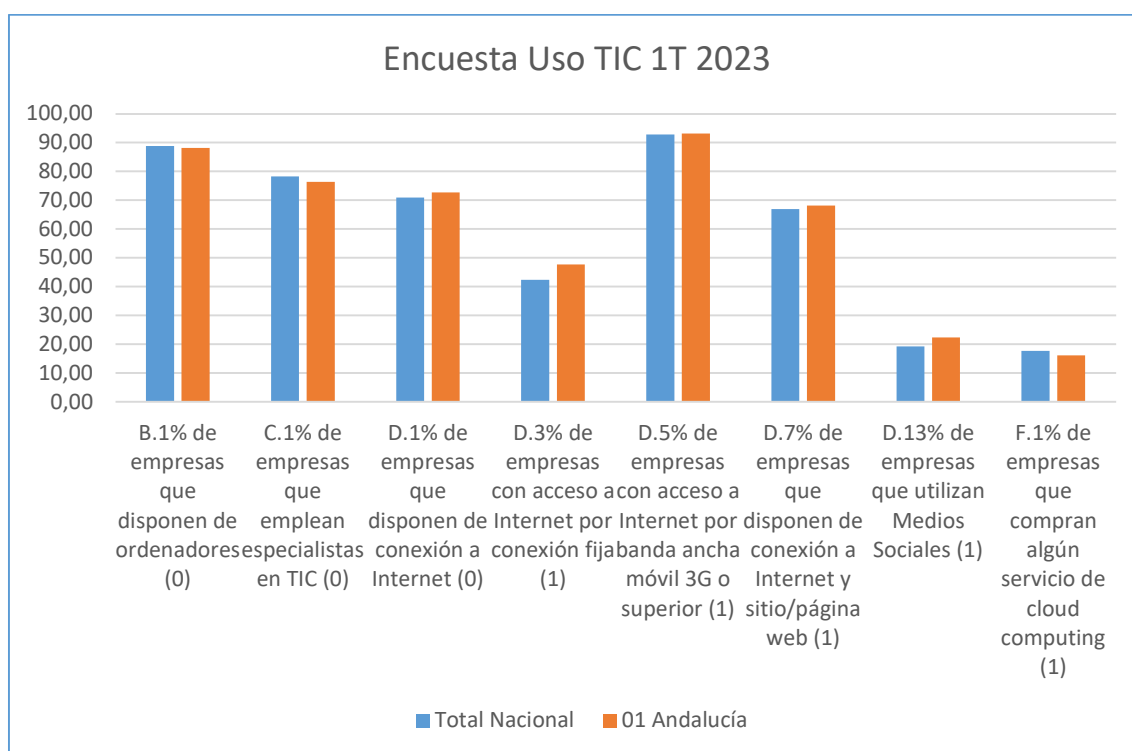
## *Contextualización*



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

La Encuesta de Uso TIC de las Empresas Españolas del Instituto Nacional de Estadística durante el primer trimestre de 2023, sitúa a las empresas y profesionales de Andalucía ligeramente por encima de la media nacional en lo que se refiere a la relación de los negocios con la digitalización en términos generales en lo que a empresas con menos de diez empleados se refiere.

Esta encuesta mide las ocho variables siguientes que presentamos comparando la media nacional con la media andaluza:



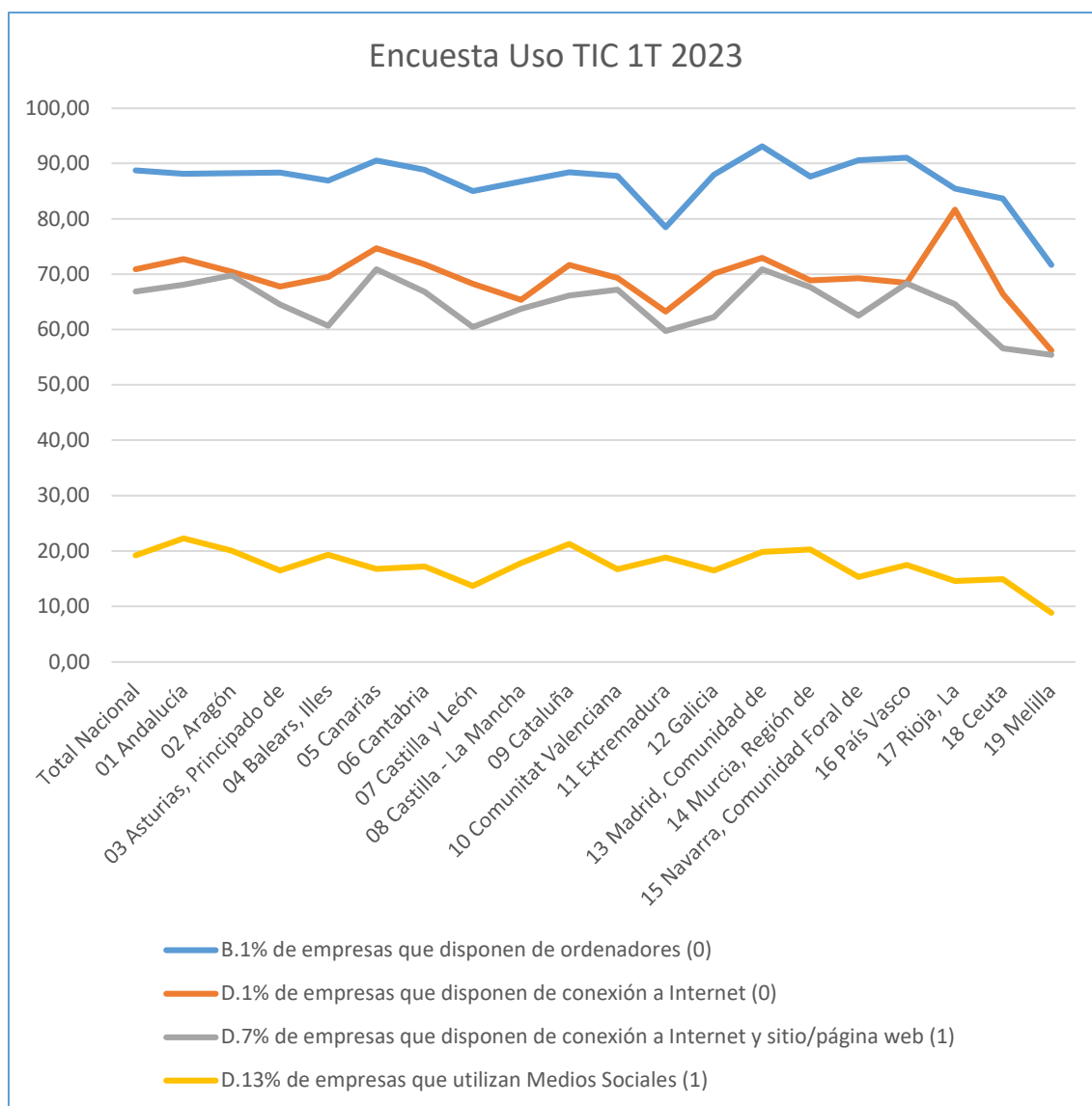
No obstante, de estas variables y en lo que se refiere al planteamiento de este estudio, tienen especial trascendencia cuatro de ellas, especialmente aquellas que analizan la incorporación de recursos TIC a la actividad comercial y profesional.

En este sentido, el 88,13% de las empresas andaluzas con menos de 10 trabajadores disponen de ordenadores; el 72,70% disponen de conexión a internet y de éstos además el 68,09% dispone de sitio/página web y el 22,31% utilizan Medios Sociales.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

Este último porcentaje es el más alto de España, más de 3 puntos por encima de la media nacional tal y como puede observarse en la siguiente gráfica que recoge la comparativa entre las diferentes comunidades autónomas:

21



Sin embargo, según el *Estudio de Situación. Digitalización de emprendedores, autónomos y pymes*, elaborado por Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, los emprendedores, autónomos y pymes andaluzas consideran que deben desarrollar la relación digital con sus clientes, porque es todavía limitada: sólo el 33% reconoce que tiene una web actualizada, un 15% su tienda online. Esta

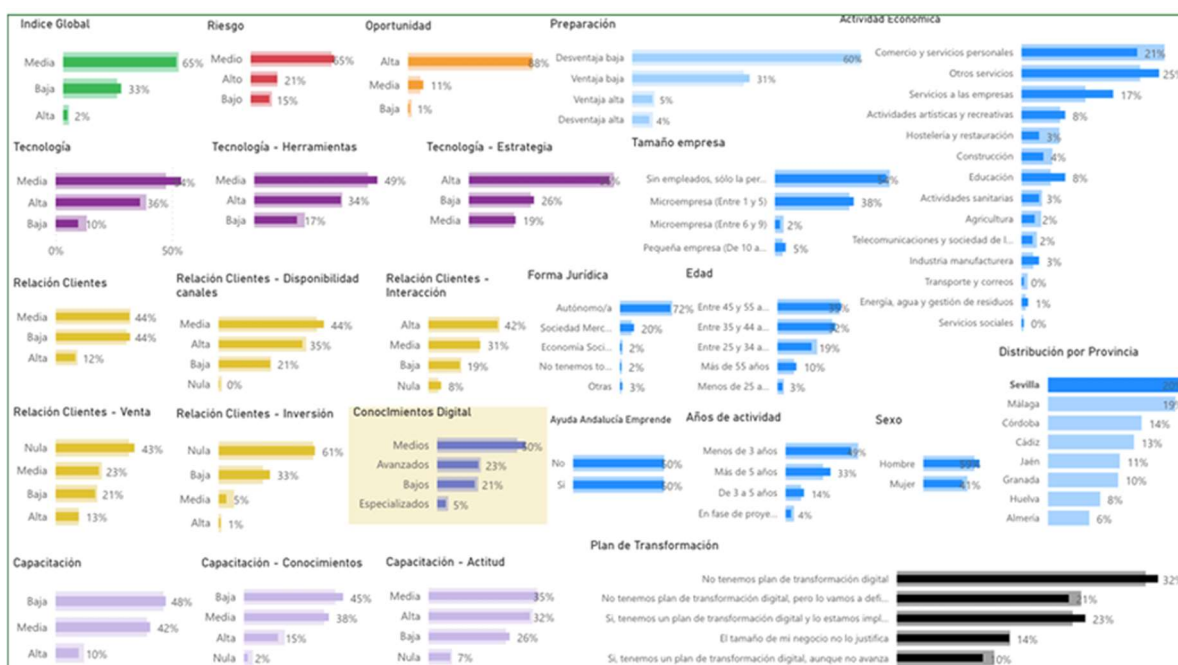
**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

debilidad en capacidades limita seriamente su interacción digital con los clientes. La combinación de capacidades limitadas y con una baja inversión en publicidad digital justifica la baja venta online, que solo es relevante para el 28% del colectivo.

22

Este mismo Estudio indica que el nivel de conocimientos digitales es el factor crítico para aprovechar la digitalización. "Hay mucho recorrido de mejora: La formación en conocimientos y capacidades digitales es la primera palanca a mejorar para impulsar digitalización de la actividad del colectivo. El 78% reconoce tener conocimientos digitales generales bajos o medios, pero cuando se pregunta por especialidad, la mayoría destaca que tiene conocimientos básicos o directamente no tiene. El 66% reconoce que nunca ha recibido formación en capacidades digitales, y el 87% reconoce que necesita formación, con un 42% de forma urgente".

En la provincia de Sevilla, sin embargo, los resultados indican lo contrario según las variables analizadas, tal y como se muestra en la siguiente infografía:



## ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA

El 60% considera que tiene una preparación demasiado baja, frente a un alto nivel de oportunidad (88%) con un riesgo medio (65%). E inciden en niveles de capacitación bajos sin embargo consideran el uso de las tecnologías (herramientas y estrategias) como medio e incluso alto. La relación con los clientes, por su parte, la consideran en la media, con una interacción alta pero los niveles de venta digitales son nulos.

Sin embargo, ninguna de estas estadísticas ni estudios consideran para empresas de menos de diez trabajadores las ventas por comercio electrónico, más allá de la relación con los clientes, como sí se hace en empresas más dimensionadas. Existe por tanto, un déficit en el conocimiento del uso del comercio electrónico entre trabajadores y trabajadoras por cuenta propia y micropymes que entendemos se produce por considerarse poco significativo su uso en estas formas jurídicas de reducida dimensión.

Con estas premisas, se plantea las siguientes **hipótesis**:

- Los trabajadores y trabajadoras por cuenta propia de la provincia de Sevilla **valoran de forma positiva la digitalización** de sus negocios porque mejora la comunicación, ventas y la gestión de los negocios.
- El colectivo **implementa la digitalización a pesar de sus escasos niveles de conocimiento y recursos** y por ello no obtienen mejoras sustanciales en estos procesos.
- Las **redes sociales se constituyen como las herramientas más utilizadas** para promocionar negocios y pymes.
- El **uso de canales de venta on line es tan poco significativo** en el colectivo que no es objeto de estudio a pesar de la potencialidad de este recurso de dimensionar los negocios más pequeños o dispersos territorialmente hablando.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

24

# 4.

## Metodología





## **ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

El trabajo se ha estructurado en fases diferenciadas y complementarias a su vez. Inicialmente, se han revisado las diferentes investigaciones que se habían llevado a cabo en este campo a nivel nacional, con especial atención a trabajos previos de UPTA España que avalan el conocimiento de esta materia, para lograr una visión global de conjunto, así como se han consultado fuentes documentales relacionadas con la materia a estudiar.

En base a estas fuentes y la finalidad del estudio, se han contemplado los siguientes

**objetivos** que han marcado el desarrollo del mismo:

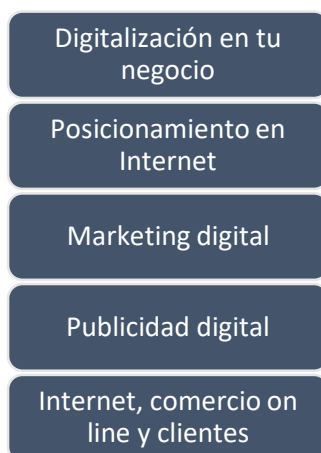
- 1.** Determinar el desarrollo actual de las competencias digitales de los trabajadores y trabajadoras autónomos de municipios de menos de 20.000 habitantes para identificar sus necesidades al respecto.
- 2.** Conocer el posicionamiento en internet de los pequeños negocios en la provincia de Sevilla.
- 3.** Analizar el nivel en marketing digital, presencia en redes sociales y uso de canales de comunicación entre el colectivo.
- 4.** Conocer el nivel de publicidad digital que emplean los pequeños negocios.
- 5.** Analizar el uso de plataformas de e-commerce (tiendas on-line y canales en modelo Marketplace).
- 6.** Analizar el nivel de digitalización en funciones administrativas.

Para ello se ha elaborado un **cuestionario** conformado por una batería de preguntas divididas en **seis áreas temáticas** incluyendo la recopilación de datos del perfil de la persona trabajadora autónoma, con una extensión razonable y un tiempo de respuesta contenido y de acuerdo con cada uno de los objetivos propuestos, siendo finalmente un total **28 preguntas** cerradas.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

El cuestionario es anónimo y se garantiza, por tanto, y en todo momento, el cumplimiento de la normativa en protección de datos.

En la primera parte, se han introducido una serie de preguntas generales para determinar el perfil de la persona entrevistada. En la segunda parte se formulan las cuestiones principales relacionadas con la investigación a realizar, dividiéndose a su vez en cinco bloques de preguntas relacionadas con las diferentes áreas estudio del análisis.



En la siguiente tabla se recoge la **ficha técnica del estudio**.

<b>Población objeto de estudio</b>	Trabajadores y trabajadoras autónomos y titulares de microempresas
<b>Universo (marco muestral)</b>	Municipios de menos de 20.000 habitantes de la provincia de Sevilla
<b>Procedimiento de muestreo</b>	Encuestas presenciales, telefónicas y on line.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

El **número total de encuestas válidas y completas ha sido de 300**. El cuestionario se ha delimitado a la población diana compuesta por los 89 municipios de la provincia de Sevilla de menos de 20.000 habitantes.

27

El cuestionario se ha distribuido a través de los siguientes medios:

- **De forma presencial** en las localidades diana para realizar las encuestas en los negocios objeto del estudio facilitando así la participación.
- **De forma telefónica** a personas que no han podido realizar el cuestionario por medios telemáticos entre la red de contactos de UPTA.
- **De forma telemática** especialmente a través de redes sociales y mediante el diseño de cuestionario en Google Forms de manera que han accedido digitalmente a la herramienta.

La distribución del cuestionario se ha realizado desde el 19 de junio hasta el 26 de septiembre, fecha en la que se ha alcanzado la muestra planteada, alcanzándose una **cobertura territorial sobre la población diana del 78,65% (70 municipios de 89 de población menor de 20.000 habitantes de la provincia de Sevilla)**, tal y como se muestra a continuación:

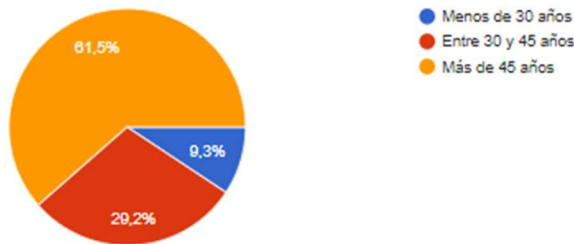
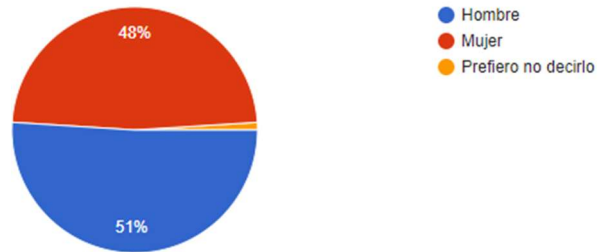
Viso del Alcor, El	Villaverde del Río	Villanueva del Ariscal	Villanueva de San Juan	Villamanrique de la Condesa
Valencina de la Concepción	Umbrete	Tocina	Santiponce	Sanlúcar la Mayor
Salteras	Rubio, El	Roda de Andalucía, La	Puebla del Río, La	Puebla de Cazalla, La
Pilas	Peñaflor	Pedroso, El	Paradas	Palomares del Río
Osuna	Olivares	Montellano	Marchena	Madroño, El
Luisiana, La	Lora del Río	Lora de Estepa	Isla Mayor	Huévar del Aljarafe
Herrera	Guillena	Gines	Gilena	Gerena
Gelves	Estepa	Espartinas	Cuervo de Sevilla, El	Coronil, El
Coripe	Constantina	Cazalla de la Sierra	Castillo de las Guardas, El	Castilleja del Campo
Castilleja de la Cuesta	Castilleja de Guzmán	Castilblanco de los Arroyos	Casariche	Carrión de los Céspedes
Cañada Rosal	Cantillana	Campana, La	Cabezas de San Juan, Las	Burguillos
Brenes	Bollullos de la Mitación	Benacazón	Aznalcóllar	Aznalcázar
Arahal	Almensilla	Almadén de la Plata	Algámitas	Algaba, La
Alcolea del Río	Alcalá del Río	Albaida del Aljarafe	Alanís	Aguadulce

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

## Perfil de la muestra

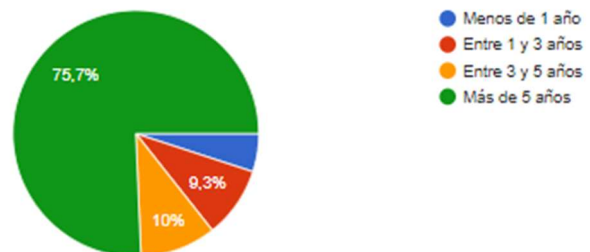
28

En cuanto al **sexo** de las personas encuestadas, el 51% son hombres frente al 48% de mujeres. Sólo un 1% prefiere no contestar a la pregunta. Actualmente, de las 116.915 personas trabajadoras autónomas que hay en la provincia de Sevilla, los hombres representan a más del 60% de los afiliados al RETA.



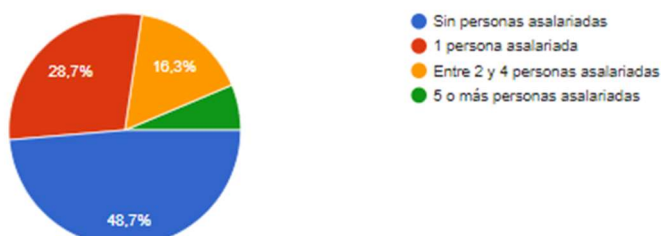
En cuanto a la **edad**, la mayoría de las personas encuestadas (61,5%) tiene más de 45 años y el 29,2% se encuentra entre los 30 y los 45 años. Sólo el 9,03% son personas jóvenes.

Más del 75% tienen una **antigüedad** como personas trabajadoras autónomas mayor a cinco años y sólo el 5% de menos de un año. El 10% tiene una antigüedad de entre 3 y 5 años; y el 9,3% lleva menos de 3 años al frente de sus negocios.



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

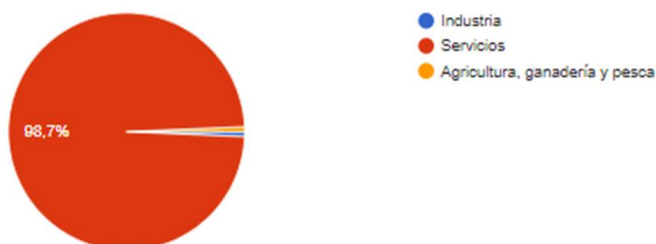
29



En cuanto a la **generación de empleo**, 48,7% de los trabajadores y trabajadoras autónomos que han realizado la

encuesta, no tienen personas asalariadas a su cargo. Solo el 6,3% de los encuestados tiene 5 o más personas asalariadas.

El 98,7% de las personas encuestadas, pertenecen al **sector** servicios. Tal y como se explica en el contexto de este estudio, en la provincia de



Sevilla hay un total de 116.915 personas afiliadas al RETA, de los cuales, más del 27% pertenecen únicamente al sector del comercio. Si sumamos los activos en sectores como el del comercio, la hostelería, transporte, educación o las actividades sanitarias, (todas incluidas dentro del sector servicios), son más del 50% del total de las personas pertenecientes al colectivo de los autónomos en la provincia de Sevilla.

Por tanto, la muestra resulta representativa del colectivo estudiado ya que el perfil que se desprende coincide con el del conjunto de trabajadores y trabajadoras autónomos de la provincia de Sevilla.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

30

# 5.

## *Resultados*



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

Cómo ya se ha explicado, se ha estudiado el nivel de digitalización del colectivo  
a través de cinco **áreas temáticas**:

31



Digitalización en tu negocio



Posicionamiento en Internet



Marketing digital



Publicidad digital



Internet, comercio on line y clientes



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

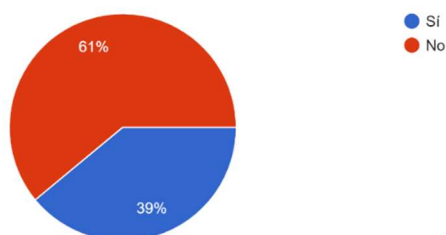


## Digitalización en tu negocio

32

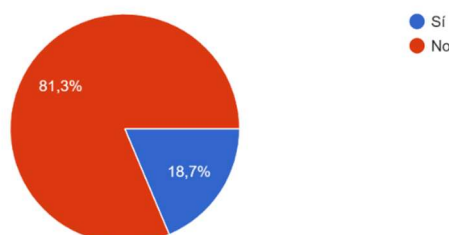
En este capítulo se han estudiado variables generales sobre el uso de soluciones y herramientas digitales en la actividad económica, así como la valoración que hacen de la repercusión que estas tecnologías aportan a sus negocios.

1- ¿Realiza los pedidos o envíos con sus proveedores/clientes de forma on line?  
300 respuestas



Respecto a la forma en la que se realizan los pedidos y envíos con clientes o proveedores, menos del 40% de las personas encuestadas aseguran utilizar la vía online, frente al 61% que continúa sin aprovechar esta vía a la hora de relacionarse con clientes o proveedores.

2- ¿Usa alguna aplicación para reservas en su establecimiento o pedidos/compras a domicilio?  
300 respuestas



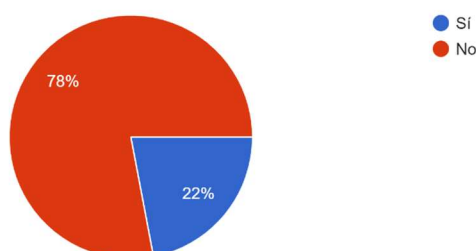


**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

A la hora de gestionar reservas o pedidos a domicilio, tan solo el 18,7% de las 300 personas encuestadas, afirma utilizar alguna aplicación. En este caso, más del 81% dice no utilizar ninguna aplicación para este fin.

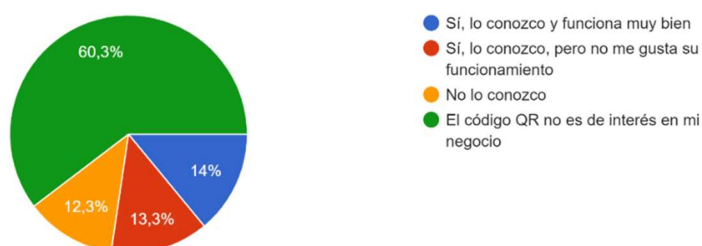
33

3- ¿Usa alguna aplicación donde sus clientes puedan dejar valoraciones del servicio recibido?  
300 respuestas



El 78% no utiliza ninguna aplicación en la que los clientes tengan la oportunidad de dejar una valoración o reseña sobre el servicio o atención recibida. Solo el 22% afirma tener una aplicación en la que sus clientes puedan dejar sus valoraciones sobre su satisfacción con el servicio recibido.

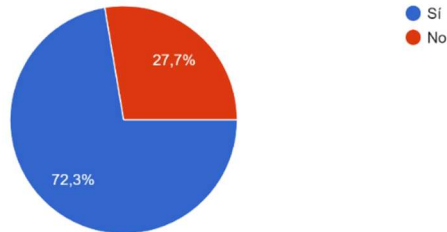
4- ¿Conoce el funcionamiento del código QR para su negocio?  
300 respuestas



Sobre el código QR, solo un 14% afirma usarlo y ser partidario de su utilidad. Un 13,3% dice saber cuáles son sus posibles usos, pero no están satisfechos con su funcionamiento.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

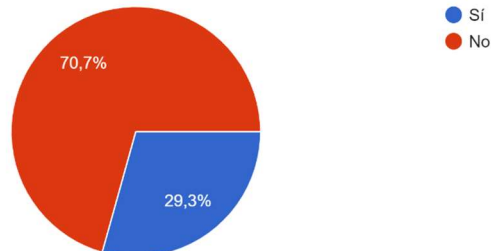
5- ¿Considera la digitalización un impulso para su negocio?  
300 respuestas



34

Pese a las respuestas anteriores, más de un 72% de las encuestas realizadas, considera la digitalización como un factor clave a la hora de impulsar su negocio. Aun así, un 27,7% no considera que la digitalización pueda impulsar su negocio.

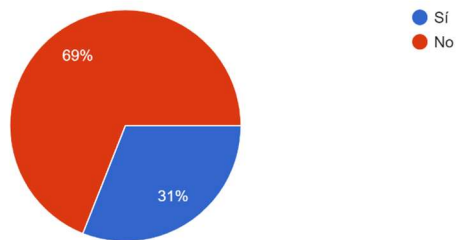
6- Considera que tiene digitalizada la gestión de su negocio?  
300 respuestas



La gran mayoría de los trabajadores y trabajadoras autónomos encuestados (72,3%) considera que la digitalización podría impulsar sus negocios. Sin embargo, más del 70% asegura no tener digitalizada la gestión de su negocio, frente al 29,3% que afirma haber implementado medidas de digitalización en la gestión de su negocio.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

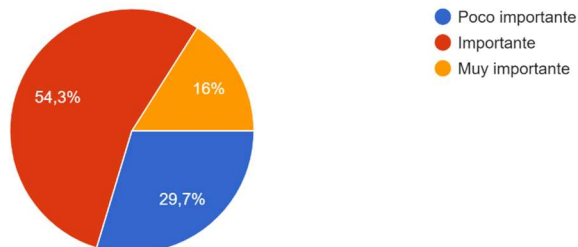
7- ¿Tiene la información necesaria para la gestión de los clientes y sistematizada para utilizarla fácilmente para las personas trabajadoras del negocio?  
300 respuestas



35

Sólo un 31% indica que tiene la información necesaria para la gestión de los clientes y sistematizada, lo cual, deduce un porcentaje bastante alto de trabajadores y trabajadoras autónomos que no tienen la información necesaria para la gestión de sus negocios sistematizada.

8- ¿Cómo considera de importante la digitalización en el sector de actividad al que se dedica?  
300 respuestas



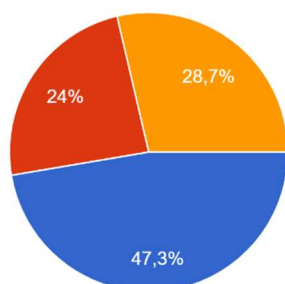
Sin embargo, más de un 70% de las personas encuestadas (70,3%) considera importante o muy importante la digitalización en el sector de actividad al que se dedica y sólo un 29,7% lo considera poco importante.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

9- Con respecto a la digitalización de su negocio...

300 respuestas

36



- Prefiero formarme y ocuparme de desarrollar la parte on line de mi negocio
- Prefiero contratar a un profesional externo que me ayude
- No lo considero necesario

Al igual que con la importancia otorgada a la digitalización, los porcentajes de actuación en referente a la digitalización son muy similares, el 29,7% afirma que no llevaría a cabo acciones para digitalizar su negocio. Los que sí afirman que llevarían a cabo acciones de digitalización, el 47,3% prefiere hacerlo por sí mismos formándose y realizando los cambios de manera autónoma, mientras que el 24% restante prefiere contratar a un profesional externo.



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

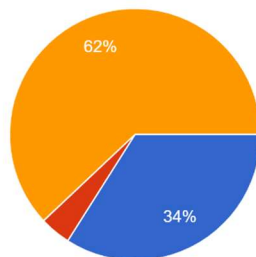


## Posicionamiento en Internet

37

El posicionamiento Web o SEO consiste en aplicar diversas técnicas orientadas a lograr que los buscadores de Internet sitúen determinada página web en una posición y categoría alta (primeras posiciones) dentro de su página de resultados para determinados términos y frases clave de búsqueda. En este sentido, se ha consultado sobre el uso de herramientas para esta finalidad y en caso de no usarlas, el motivo de ello así como la importancia que le otorgan a esta finalidad.

10- ¿Qué herramientas usa para posicionar su producto y/o servicio en internet?  
 300 respuestas



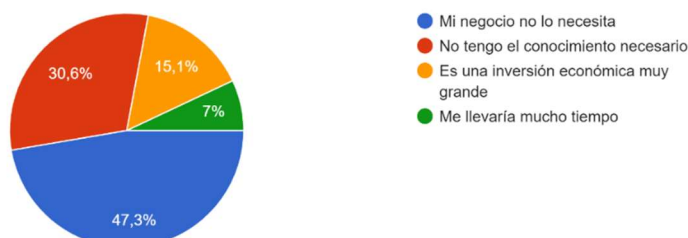
- Posicionamiento SEO en los buscadores más habituales de Internet (palabras clave, tiempos de carga rápidos, buena experiencia de usuario) de web, blog...
- Anuncios pagados en buscadores: SEM en web, blog, publicaciones...
- No estoy haciendo nada para posicionar mi producto en Internet

La mayoría de los trabajadores y trabajadoras encuestados no realiza ninguna estrategia para posicionarse en internet (62%). En el 38% que sí utiliza herramientas para posicionamiento SEO, el 34% las utiliza a través de los buscadores más habituales y solo el 4% utiliza recursos de pago para este fin.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

11- ¿Por qué no está utilizando herramientas de posicionamiento en Internet para su negocio?

186 respuestas

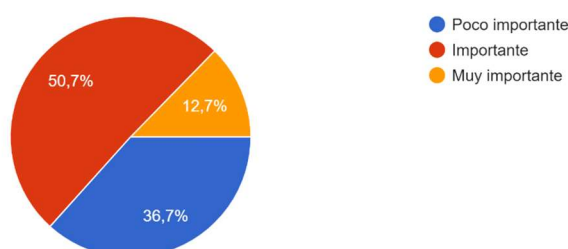


38

En el caso de aquellos trabajadores y trabajadoras autónomos que afirmaban que actualmente no están utilizando herramientas de posicionamiento, casi la mitad de estos (47,3%) consideran que su negocio no lo necesita. Mientras que en el caso de los que sí consideran necesaria esta acción para su negocio, encontramos un 30,6% que indica que no tiene el conocimiento necesario para utilizar estas herramientas, el 15,1% y el 7% restante lo relacionan con la inversión económica y temporal respectivamente.

12- ¿Qué importancia le da al posicionamiento de su negocio en Internet?

300 respuestas



Sin embargo, aunque casi la mitad de las personas encuestadas consideran que su negocio no necesita herramientas de posicionamiento en internet, se observa como el porcentaje de autónomos que consideran que el posicionamiento es importante o muy importante es del 63,4%.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

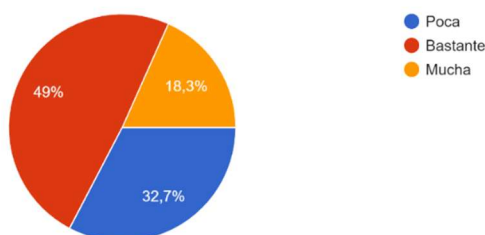


## Marketing digital

39

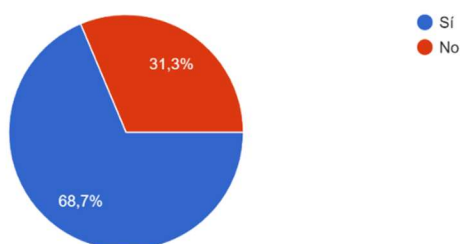
En este capítulo, se ha indagado sobre el marketing digital en los negocios objeto de estudio, entendiéndolo como el conjunto de estrategias direccionadas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios. Es una de las principales formas disponibles para que las empresas se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado. En la actualidad, las redes sociales se han convertido en el principal canal de comunicación y publicidad de los pequeños negocios.

13- ¿Qué utilidad cree que tienen para su negocio las redes sociales?  
300 respuestas



Así, el 67,3% de las personas encuestadas considera que tienen mucha o bastante utilidad para su negocio, siendo un 68,7% los que afirman utilizarlas. Concretamente, las más utilizadas son Facebook (87,4%), Instagram (62,6%) y WhatsApp (34,4%). Mientras que otras redes sociales como Twitter, LinkedIn, Youtube o TikTok no alcanzan el 10%.

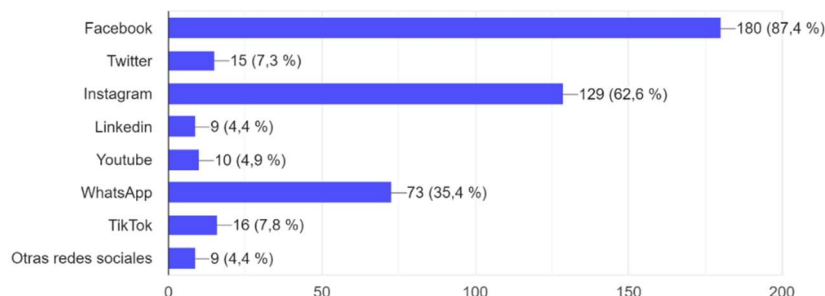
14- ¿Utiliza redes sociales para su negocio?  
300 respuestas



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

15- ¿Qué redes sociales utiliza?

206 respuestas

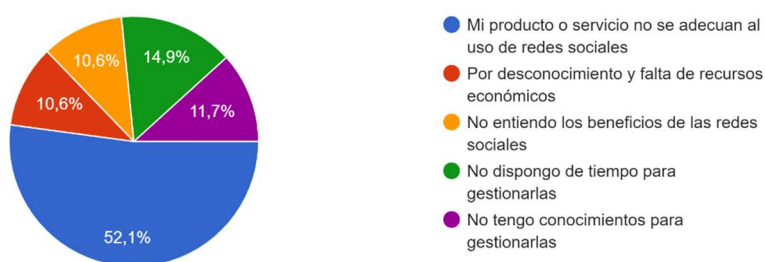


40

Sin embargo, todavía un 31,3% afirma no utilizar redes sociales para su negocio, bien porque su producto o servicio no se adecuan al uso de Redes Sociales (52,1%) mientras que el resto atribuye esta decisión al desconocimiento y falta de recursos económicos (10,6%), falta de conocimiento de los beneficios que pueden tener las redes sociales para su negocio (10.6%), poca disponibilidad horaria para gestionar la Redes Sociales (14,9%) y la falta de conocimientos para poder gestionarlas (11,7%).

16- ¿Por qué no utiliza redes sociales para su negocio?

94 respuestas





**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

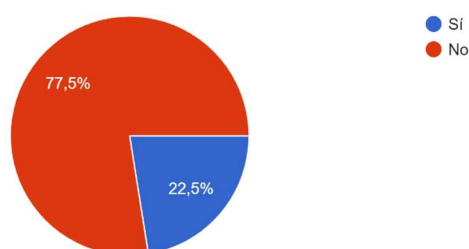


**Publicidad digital**

41

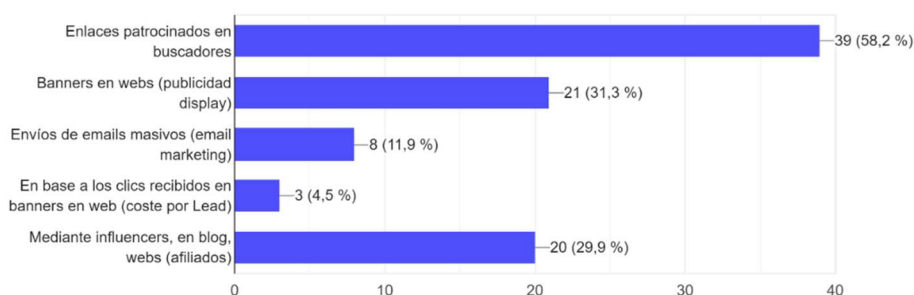
En este apartado se ha consultado sobre las estrategias digitales de publicidad que llevan a cabo los negocios sevillanos de la población diana, más allá de las redes sociales sino entendiéndolo como referido a todos los esfuerzos de marketing creados para entornos en línea, como sitios web, motores de búsqueda, servicios de streaming y otros, en todos los formatos disponibles (imagen, texto, audio, video, etc.)

17- ¿Ha contratado publicidad para dar a conocer su negocio en Internet?  
298 respuestas



La gran mayoría de los trabajadores y trabajadoras autónomos afirman que nunca han contratado publicidad para dar a conocer su negocio en Internet (77,55%), mientras que un 22,5% sí que ha contratado este servicio en algún momento.

18- ¿Qué tipo de publicidad ha contratado para promocionar su negocio en Internet?  
67 respuestas

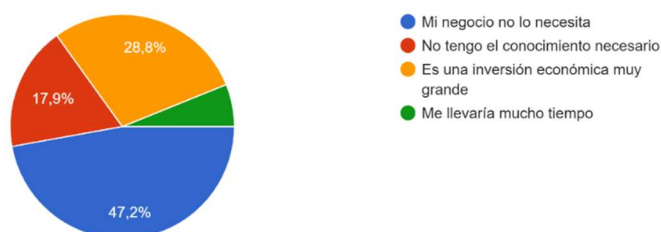


**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

Si atendemos a la tipología de esta publicidad, la más solicitada y utilizada por los encuestados son los enlaces patrocinados en buscadores (58,2%), seguido de los banners en webs (31,3%) y la publicidad a través de influencers, blog o webs (29,9%). En el caso de los envíos de email masivos y el coste de Lead a través de los clics recibidos en los banners en web se encuentran en torno al 10%.

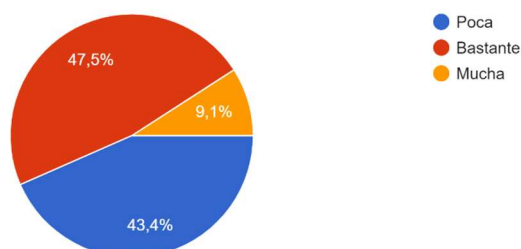
42

19- ¿Por qué no ha hecho publicidad pagada de su negocio en Internet?  
229 respuestas



La principal razón por la que los negocios deciden no invertir en publicidad es por falta de necesidad para su negocio (47,2%), seguido de un 28,8% que afirma que es una inversión económica muy grande, mientras que el resto considera que no tiene los conocimientos necesarios (17,9%), ni el tiempo suficiente para llevarlo a cabo (5,9%)

20- ¿Qué utilidad cree que tiene la publicidad on line en su negocio?  
297 respuestas



No obstante, en cuanto a la utilidad de la publicidad on line en el negocio, más de la mitad considera que tiene mucha o bastante importancia, frente al 43,4% que considera que tiene poca importancia para su negocio.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**



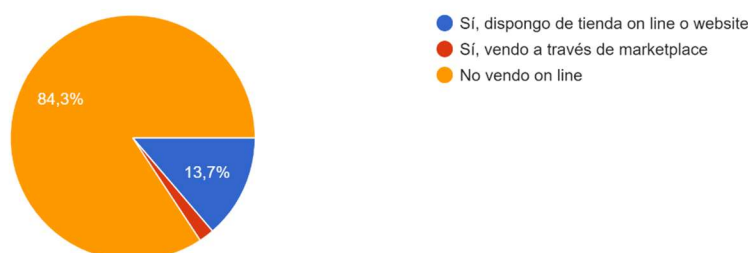
## Internet, comercio on line y clientes

43

Este capítulo se ha destinado a indagar sobre la percepción que tiene la población diana del comercio electrónico y el nivel de uso de este tipo de ventas en negocios de reducida dimensión en entornos locales de menos de 20.000 habitantes de la provincia de Sevilla. Así mismo, se ha consultado sobre la predisposición al uso de plataformas conjuntas de ventas on line y cuáles pueden ser las barreras para incorporar este canal de ventas en sus negocios.

21- ¿Tiene tienda on line/ web o vende sus productos a través de un marketplace?

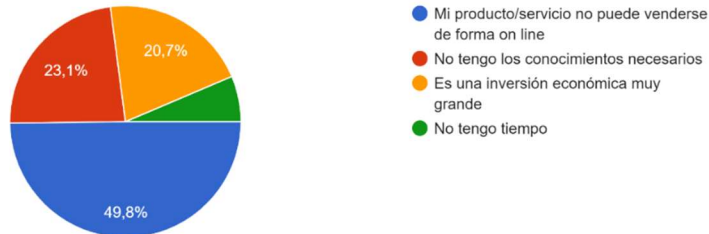
299 respuestas



Como punto de partida, son muy pocos los trabajadores y trabajadoras autónomos o microempresas que disponen de una tienda on line o web para vender sus productos a través de Marketplace en el ámbito territorial de la muestra. Concretamente el 84,3% no dispone de este servicio, frente a un 13,7% que dispone de tienda on line o website y tan solo un 2% que afirma vender sus productos o servicios a través de Marketplace.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

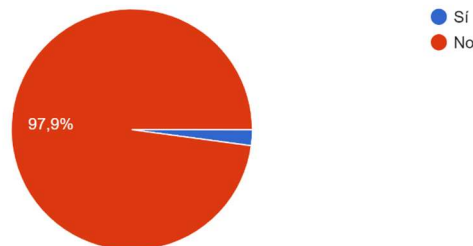
22- ¿Por qué no vende sus productos en Internet?  
251 respuestas



44

La principal razón para no usar este recurso es que el producto o servicio no puede venderse de manera on online (49,8%) mientras que el resto divide su razón en cuanto a la falta de conocimientos para hacerlo (23,1%), la necesidad de una inversión económica elevada (20,7%), mientras que un pequeño porcentaje afirma que se debe a la falta de tiempo.

23- ¿Es Internet su único canal de ventas?  
47 respuestas

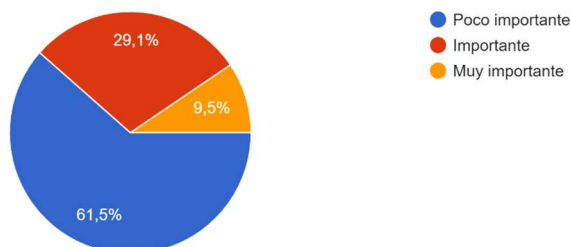


Sólo para 2,10% del porcentaje de personas encuestadas que realiza ventas on line (casi el 16%), internet es su único canal de ventas. La inmensa mayoría de este 16% combina la venta on line con otros canales, especialmente la venta presencial.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

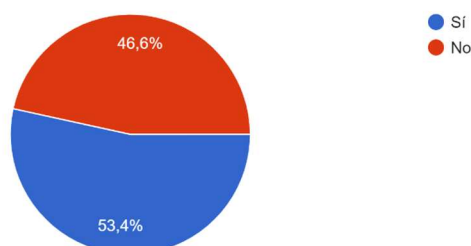
24- ¿Qué importancia le da a la venta on line de sus productos o servicios por Internet?  
296 respuestas

45



A diferencia de la presencia en Internet o de la inversión en publicidad, donde se da una importancia alta por parte de la mayoría de las personas encuestadas, en el caso de la venta on line, algo más de la mitad (61,5%) considera que no es importante para sus negocios frente a casi el 40% que lo considera importante o muy importante.

25- Si pudiera acceder a un marketplace de forma sencilla y asequible, ¿lo utilizaría?  
292 respuestas

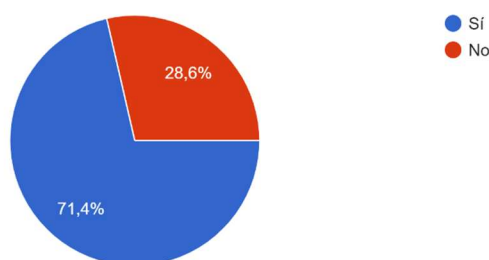


De hecho, destaca que el 53,4% de las personas encuestadas afirma que si el acceso a Marketplace fuese más sencillo y asequible lo utilizarían para su negocio.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

26- Considera necesario que las administraciones públicas posibilitaran medios para organizar, formar y facilitar las ventas on line de manera segura para comerciantes y clientes?

297 respuestas

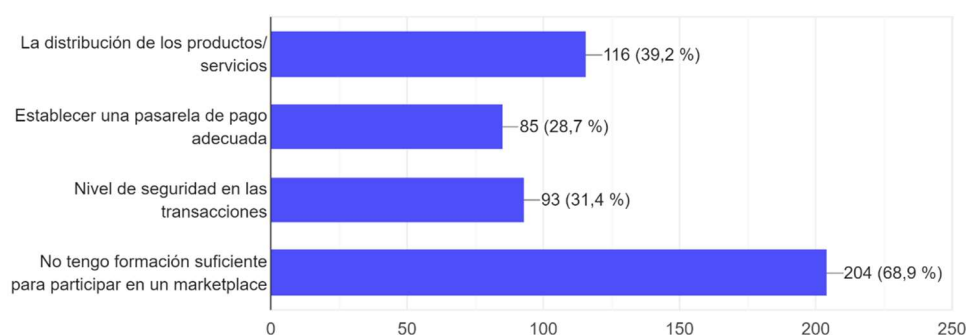


46

El 71,4% consideran que existe una necesidad mayor de organización, formación y vías de acceso fáciles a estas herramientas de venta online para que comerciantes y clientes puedan hacerlo de manera segura y que esta debería partir de mano de las administraciones públicas.

27- ¿Cuáles son las principales barreras para participar en un marketplace?

296 respuestas



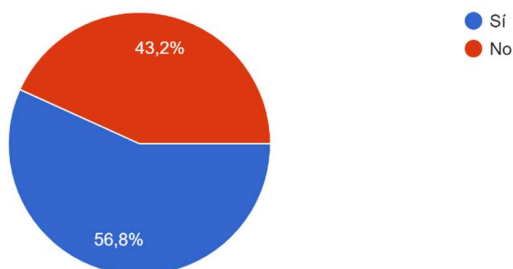
La falta de formación destaca una vez más como uno de los grandes hándicaps de los trabajadores y trabajadoras autónomos en cuanto a la digitalización. El 68,9% considera que es una de las principales barreras para participar en un Marketplace, seguido de la distribución de los productos y servicios (39,2%), el nivel de seguridad en las transacciones (31,4%) y la necesidad de una pasarela de pago adecuada (28,7%).

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

28- ¿Si hubiera un mecanismo accesible para la distribución de sus ventas on line a través de un marketplace lo utilizaría?

296 respuestas

47



En esta misma línea para más de la mitad de los trabajadores y trabajadoras autónomos sevillanos una mayor sencillez y seguridad en el acceso conllevaría un mayor uso de este recurso. Concretamente, y de forma similar a los resultados de la pregunta 26, el 56,8% afirma que si tuviesen a su alcance un mecanismo accesible llevarían a cabo un servicio de venta on line.



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

48

# 6.

## *Conclusiones y Recomendaciones*





## ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA

La mayoría de los trabajadores y trabajadoras autónomos y profesionales sevillanos de municipios de menos de 20.000 habitantes que están informatizados se encuentran aún en un **nivel de tecnificación bajo**, y queda mucho por hacer en el camino de la innovación y la transformación digital, sobre todo en la pequeña empresa.

No obstante, no se puede generalizar dada la heterogeneidad de este proceso en los diferentes sectores y perfiles.

La **rapidez y adaptación en el uso de las nuevas tecnologías se está produciendo de manera desigual** debido a diversos factores, entre los que hay que destacar: el tamaño de las empresas, la edad de los trabajadores y trabajadoras autónomos, las actividades de negocio o las expectativas de estos.

Tampoco se debe obviar la **ruralidad** en el acceso a las nuevas tecnologías, en un lugar como la provincia de Sevilla que, aunque se encuentra en parámetros europeos de accesibilidad, todavía presenta áreas de mejora, sobre todo en las zonas más alejadas del área central. Según el diagnóstico digital que se presenta en el Plan Estratégico Provincial de Innovación y Territorio Inteligente de la Diputación de Sevilla se observa que los municipios de tamaño superior a 10.000 habitantes están servidos de manera prácticamente completa. Es a partir de este umbral de población cuando se advierte una menor cobertura en todos los servicios. En los tramos inferiores este descenso es aún más acusado y afecta a redes consideradas básicas como el 3G.

Se detecta un **importante déficit, en cuanto a los conocimientos y manejo de las nuevas tecnologías**. En este sentido hay que tener en cuenta que el perfil mayoritario de la muestra supera los 45 años edad y tiene una amplia antigüedad en los negocios que regentan, lo cual dificulta las relaciones con las tecnologías (analfabetos digitales) y siguen existiendo actividades, que con poca digitalización pueden sobrevivir, sobre todo al tratarse en su mayoría de actividades tradicionales

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

realizadas en entornos muy localizados pero también existen otras que la única forma de afrontar el presente y el futuro es incorporándose al mundo digital.

Hay una gran coincidencia en que el uso e implementación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) pasa por ser conscientes de sus beneficios para el negocio en cuanto a productividad y aumento de la visibilidad, si bien en términos generales ya que ***cuando se especifican herramientas o soluciones digitales concretas y aplicables a sus negocios en particular, ya no lo perciben como tan importante.***

Por tanto, son dos líneas de trabajo para los servicios públicos de apoyo al trabajo autónomo: ***la concienciación y la formación***; no podemos reducir la brecha digital sin ofrecer, dar e implementar formación a los autónomos.

Esta concienciación, va supeditada a los costes que les supongan y los beneficios que ellos crean que puedan obtener. Saben de su importancia pero ***no tienen competencias y habilidades digitales*** para implantarlas en sus negocios y consideran que por su localización sus productos o servicios no son susceptibles de prestarse on line.

Sin embargo, la mayoría son favorables a incorporarse a plataformas conjuntas de vena (Marketplace) en caso de que se garantice su ***accesibilidad y seguridad.***

***En definitiva el origen de esta percepción parece residir en el planteamiento de la digitalización de forma global y abstracta lo que dificulta la toma de decisiones para implantar estrategias tecnológicas en los negocios de reducida dimensión muy localizados. Esto está directamente relacionado con la edad media que presenta el colectivo, la cual se encuentra por encima de los 45 años, y la trayectoria de sus negocios, muy por encima de los 5 años y en su mayor parte, conformados por actividades tradicionales. Estas condiciones dificultan la incorporación de soluciones y procesos innovadores con carácter general y tecnológicos con carácter particular.***

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

En atención a las diferentes áreas temáticas estudiadas, las principales

**conclusiones** objetivas son:

51



El 70% de las personas encuestadas conoce los beneficios de la **digitalización** para mejorar sus negocios pero no las aplican, principalmente por falta de conocimientos y por considerar que sus productos o servicios no son susceptibles de comercializarse de forma on line, que roza la casi la mitad de la muestra encuestada. Ocurre igual en el caso del posicionamiento SEO, que alcanza el 47,3% de la muestra, el uso de redes sociales que supera el 52% o la publicidad digital de pago que llega al 47,2%.

El **posicionamiento** del producto y/o servicio e internet supone una de las asignaturas pendientes de los autónomos y empresas, ya que más de la mitad (62%) afirma que no está realizando acciones que lleven a posicionar su producto y/o servicio en internet, mientras que un 38% sí que realiza acciones para ello, siendo las técnicas más utilizadas con diferencia el posicionamiento SEO en los buscadores más habituales de Internet (palabra clave, tiempos de carga rápidos, buena experiencia de usuario de web, blog...), frente a los anuncios pagados en buscadores: SEM en web, blog, publicaciones... que son utilizados solamente por un 4% de las personas encuestadas.



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

52



Si bien casi el 70% de la muestra manifiesta utilizar redes sociales en sus negocios, no perciben que sea para un uso comercial propiamente dicho, sino más bien como un simple canal de comunicación o como escaparate, de hecho las redes sociales más utilizadas son Facebook e Instagram. Incluso el alto porcentaje de uso de WhatsApp que en el caso de estos negocios tiene un fin puramente transaccional, tampoco llegan a percibirlo como una herramienta digital de **marketing** ni como canal de ventas.

El colectivo estudiado no realiza inversiones en **publicidad digital** ya que casi el 78% indica que no ha contratado en ninguna ocasión servicios digitales publicitarios de pago incidiendo en este sentido que no es necesario para su negocio y que no pueden afrontar una inversión para este fin ya que la consideran “muy grande”.



Sin embargo son proclives a incorporar canales de venta on line de forma conjunta, lo conocidos como **Marketplace**. De hecho el 53,4% accedería a ellos si su acceso fuese sencillo y asequible reconociendo como principal barrera la falta de formación suficiente para participar en ellos así como la distribución de sus productos o servicios.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

## Recomendaciones

- Impulsar políticas de **fomento y promoción del autoempleo y el trabajo**



**autónomo en el ámbito local** que favorezcan el **relevo generacional** en el colectivo y lo rejuvenezca a través de la **incorporación de nuevas personas emprendedoras**, especialmente entre el colectivo de personas **jóvenes**.

- Para paliar las principales barreras que manifiestan encontrar es

necesario **impulsar programas formativos y de concienciación**, destinados a desarrollar las habilidades digitales necesarias para acometer los nuevos procesos, programas que deben adaptarse a las limitaciones temporales y espaciales de los autónomos y autónomas



sevillanos. Se debe incidir en **formatos dinámicos, adaptados a sus negocios y muy especializados** sobre todo para las personas de entornos locales.

Asimismo se debe hacer un esfuerzo para acercar las acciones de formación y apoyo a la digitalización lo más posible al lugar del desarrollo de la actividad y adaptar a las necesidades del sector concreto si se pretenden obtener resultados efectivos,



máxime cuando se observa una expectativa positiva generalizada a la necesidad de digitalización. El coste de oportunidad de “quitar tiempo” a su actividad debe resultar atractivo, y generar expectativas y retorno en el corto plazo, para que puedan ser de interés.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

54



- Un uso correcto de las nuevas tecnologías puede ayudar a las empresas a **potenciar el desarrollo sostenible** reduciendo los desplazamientos de empleados, fomentando la flexibilidad y conciliación laboral o impulsando una gestión más sostenible de la cadena de suministro.

- Las personas trabajadoras autónomas dan mucha importancia a la autogestión de su actividad, por lo que cobra especial relevancia el dotar de los recursos (herramientas y conocimiento) básicos para **reforzar su perspectiva empresarial** y sus



conocimientos en **gestión, comercialización y marketing**. Es recomendable empezar con pequeños procesos, para ajustar objetivos y planificar una estrategia a medio y largo plazo.



- En cuanto a la incorporación a los conocidos como **Marketplace**, la principal barrera la falta de formación suficiente para participar en ellos así como la **distribución de sus productos o servicios entre sus clientes**. Por ello, sería recomendable que en las iniciativas de promocionar Marketplace a nivel local se desarrollen **mecanismos de distribución de última milla viables**. Esto podría hacerse incorporando a personas asentadas en el territorio pertenecientes a colectivos vulnerables o en dificultades de inserción laboral favoreciendo así su incorporación y/o mantenimiento en el mercado de trabajo y en el territorio.

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

55

# 7.

## *Referencias y Bibliografía*



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

Análisis del grado de madurez digital de las personas trabajadoras autónomas de España.  
UPTA España.

Competencias digitales, las herramientas clave para tu pyme. Noviembre 2022.  
AceleraPyme.

Digitalización de emprendedores, autónomos y pymes. Estudio de situación. Diciembre  
2020. Andalucía Emprende.

"Distrito Arte" El sector cultural andaluz y las TICs como herramienta de competitividad y  
desarrollo. UPTA Andalucía. 2014

El trabajo autónomo: la solución para la despoblación. UPTA España.

Encuesta sobre el uso de Tecnologías 2021-2022. Instituto Nacional de Estadística.

Estrategia para la Transformación Económica de Andalucía. Horizonte 2027. Junta de  
Andalucía.

Estudio sobre el nivel de digitalización de autónomos y autónomas de la Región de Murcia.  
UPTA España.

Estudio sobre la digitalización como herramienta para la transformación del colectivo  
autónomo femenino en Cantabria. UPTA España

Estudio sobre la madurez digital de las microempresas en España y Europa. Observatorio  
sobre digitalización de GoDaddy 2021.

Estudio sociológico sobre emprendimiento en Andalucía. Andalucía Emprende.

IV Estudio sobre el Estado de la Digitalización de las Empresas y Administraciones Públicas  
Españolas. El Observatorio Vodafone de la Empresa 2020. Vodafone Business.

Las TIC en las empresas con menos de 10 empleados (primer trimestre de 2023). Instituto  
Nacional de Estadística.

Nuevas oportunidades de negocio para emprender basadas en big data. Andalucía  
Emprende.

Plan de Digitalización de Pymes 2021-2025. España Digital 2025. Ministerio de Asuntos  
Económicos y Transformación Digital.

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Gobierno de España.

Plan Estratégico Provincial de Innovación y Territorio Inteligente. Diputación de Sevilla.



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

▪ **Fuentes estadísticas**

Cifras oficiales de población de los municipios españoles: Revisión del Padrón Municipal. Padrón 2022. Instituto Nacional de Estadística.

Contabilidad nacional trimestral de España: principales agregados CNTR (Avance). Tercer trimestre 2023. Instituto Nacional de Estadística.

Directorio Central de Empresas. DIRCE 2022. Instituto Nacional de Estadística.

Estadística de la Seguridad Social. Afiliación y alta de trabajadores. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.

▪ **Páginas web**

Business LinkedIn (<https://business.linkedin.com/>)

Diputación de Sevilla (<https://www.dipusevilla.es/>)

ESIC Business & Marketing School (<https://www.esic.edu/>)

Facebook. Meta Ads Manager. (<https://business.facebook.com/>)

INPRO- Diputación de Sevilla (<https://inpro.dipusevilla.es/>)

Ipyme (<https://ipyme.org/>)

Junta de Andalucía (<https://www.juntadeandalucia.es/>)

Red. es (<https://www.red.es/es>)

TikTok Creator (<https://www.tiktok.com/creators>)

Twitter Ads. X Corp. (<https://ads.twitter.com/>)

WhatsApp Business (<https://business.whatsapp.com/>)

YouTube Ads (<https://www.youtube.com/ads/>)

*ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA*

# Anexos

58



**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
 COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

**CUESTIONARIO SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO**

**COLECTIVO: AUTÓNOM@S DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

59

Esta encuesta es anónima y pretende conocer el nivel de digitalización en materia de comercio electrónico del colectivo de autónom@s de la provincia de Sevilla.

**PERFIL**

<b>Municipio</b>					
<b>Sexo</b>	Hombre	<input type="checkbox"/>	Mujer	<input type="checkbox"/>	
<b>Edad</b>	Menos de 30 años	<input type="checkbox"/>	Entre 30 y 45 años	<input type="checkbox"/>	Más de 45 años <input type="checkbox"/>
<b>Antigüedad autónom@</b>	Menos de 1 año	<input type="checkbox"/>	Entre 1 y 3 años	<input type="checkbox"/>	
	Entre 3 y 5 años	<input type="checkbox"/>	Más de 5 años	<input type="checkbox"/>	
<b>Número de personas asalariadas</b>	Sin personas asalariadas				<input type="checkbox"/>
	1 persona asalariada				<input type="checkbox"/>
	Entre 2 y 4 personas asalariadas				<input type="checkbox"/>
	5 o más personas asalariadas				<input type="checkbox"/>
<b>Sector actividad de negocio</b>	Industria	<input type="checkbox"/>	Servicios	<input type="checkbox"/>	
	Agricultura, ganadería y pesca			<input type="checkbox"/>	

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

**DIGITALIZACION DE SU NEGOCIO**

60

<b>1. ¿Realiza los pedidos o envíos con sus proveedores/clientes de forma on line?</b>	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

<b>2. ¿Usa alguna aplicación para reservas en su establecimiento o pedidos/ compras a domicilio? Por ejemplo: Booking, Glovo...</b>	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

<b>3. ¿Usa alguna aplicación donde sus clientes puedan dejar valoraciones del servicio recibido? Por ejemplo: TripAdvisor, ...</b>	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

<b>4. ¿Conoce el funcionamiento del código QR para su negocio?</b>	
<input type="checkbox"/>	Si, lo conozco y funciona muy bien
<input type="checkbox"/>	Si, lo conozco, pero no me gusta su funcionamiento
<input type="checkbox"/>	No lo conozco
<input type="checkbox"/>	El código QR no es de mi interés en mi negocio

<b>5. ¿Considera la digitalización un impulso para su negocio?</b>	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

<b>6. ¿Considera que tiene digitalizada la gestión de su negocio?</b>	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

<b>7. ¿Tiene la información necesaria para la gestión de los clientes y sistematizada para utilizarla fácilmente para las personas trabajadoras del negocio?</b>	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

<b>8. ¿Cómo considera de importante la digitalización en el sector de actividad al que se dedica?</b>	
<input type="checkbox"/>	Poco importante
<input type="checkbox"/>	Importante
<input type="checkbox"/>	Muy importante

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

9. Con respecto a la digitalización de su negocio...	
<input type="checkbox"/>	Prefiero formarme y ocuparme de desarrollar la parte online de mi negocio
<input type="checkbox"/>	Prefiero contratar a un profesional externo que me ayude
<input type="checkbox"/>	No lo considero necesario

61

**POSICIONAMIENTO EN INTERNET**

10. ¿Qué herramientas usa para posicionar su producto y/o servicio en Internet? <i>Elija tantas opciones como desee</i>	
<input type="checkbox"/>	Posicionamiento SEO en los buscadores más habituales de internet (palabras clave, tiempos de carga rápidos, buena experiencia de usuario) de web, blog...
<input type="checkbox"/>	Anuncios pagados en buscadores: SEM en web, blog, publicaciones...
<input type="checkbox"/>	No estoy haciendo nada para posicionar mi producto en Internet

11. ¿Por qué no está utilizando herramientas de posicionamiento en Internet para su negocio? <i>(Responder solo si ha contestado NO en la pregunta 10)</i>	
<input type="checkbox"/>	Mi negocio no lo necesita
<input type="checkbox"/>	No tengo el conocimiento necesario
<input type="checkbox"/>	Es una inversión económica muy grande
<input type="checkbox"/>	Me llevaría mucho tiempo

12. ¿Qué importancia le da al posicionamiento de su negocio en Internet?	
<input type="checkbox"/>	Poco importante
<input type="checkbox"/>	Importante
<input type="checkbox"/>	Muy importante

**MARKETING DIGITAL**

13. ¿Qué utilidad cree que tienen para su negocio las redes sociales?	
<input type="checkbox"/>	Poca
<input type="checkbox"/>	Bastante
<input type="checkbox"/>	Mucha

14. ¿Utiliza Redes Sociales para su negocio?	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

*(Si ha contestado NO, pase a la pregunta 16 directamente, sin responder la 15)*

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

62

**15. ¿Qué Redes Sociales utiliza?**

*Elija tantas opciones como desee*

<input type="checkbox"/>	Facebook
<input type="checkbox"/>	Twitter
<input type="checkbox"/>	Instagram
<input type="checkbox"/>	LinkedIn
<input type="checkbox"/>	Youtube
<input type="checkbox"/>	Whatsapp
<input type="checkbox"/>	Tik Tok
<input type="checkbox"/>	Otras Redes Sociales

*(Si ha respondido esta pregunta, vaya directamente a la pregunta 17, sin responder la 16)*

**16. ¿Por qué no utiliza Redes Sociales para su negocio?**

<input type="checkbox"/>	Mi producto o servicio no se adecuan al uso de Redes Sociales
<input type="checkbox"/>	Por desconocimiento y falta de recursos económicos
<input type="checkbox"/>	No entiendo los beneficios de las Redes Sociales
<input type="checkbox"/>	No dispongo de tiempo para gestionarlas
<input type="checkbox"/>	No tengo conocimientos para gestionarlas

**PUBLICIDAD DIGITAL**

**17. ¿Ha contratado publicidad para dar a conocer su negocio en Internet?**

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

*(si responde no, vaya a la pregunta 19 sin contestar la 18)*

**18. ¿Qué tipo de publicidad ha contratado para promocionar su negocio en Internet**

*Elija tantas opciones como desee*

<input type="checkbox"/>	Enlaces patrocinados en buscadores
<input type="checkbox"/>	Banners en web (publicidad display)
<input type="checkbox"/>	Envíos de emails masivos (email marketing)
<input type="checkbox"/>	En base a los click recibidos en banners en web (coste por Lead)
<input type="checkbox"/>	Mediante influencers, en blog, webs (afiliados)

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

63

19. ¿Por qué no ha hecho publicidad pagada de su negocio en Internet?	
<input type="checkbox"/>	Mi negocio no lo necesita
<input type="checkbox"/>	No tengo el conocimiento necesario
<input type="checkbox"/>	Es una inversión económica muy grande
<input type="checkbox"/>	Me llevaría mucho tiempo

20. ¿Qué utilidad cree que tiene la publicidad online en su negocio?	
<input type="checkbox"/>	Poca
<input type="checkbox"/>	Bastante
<input type="checkbox"/>	Mucha

**INTERNET, COMERCIO ON LINE Y CLIENTES**

21. ¿Tiene tienda online/web o vende sus productos a través de un Marketplace?	
<input type="checkbox"/>	Si, dispongo de tienda online o website
<input type="checkbox"/>	Si, vendo a través de Marketplace
<input type="checkbox"/>	No vendo online

*(Si ha respondido SI, ir directamente a la pregunta 23, sin responder a la 22)*

22. ¿Por qué no vende sus productos en Internet?	
<input type="checkbox"/>	Mi producto/servicio no puede venderse de forma online
<input type="checkbox"/>	No tengo los conocimientos necesarios
<input type="checkbox"/>	Es una inversión económica muy grande
<input type="checkbox"/>	No tengo tiempo

23. ¿Es Internet su único canal de ventas?	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

24. ¿Qué importancia le da a la venta online de sus productos o servicios por Internet?	
<input type="checkbox"/>	Poco importante
<input type="checkbox"/>	Importante
<input type="checkbox"/>	Muy importante

**ESTUDIO SOBRE EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL  
COLECTIVO DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS AUTÓNOMOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA**

<b>25. ¿Si pudiera acceder a un Marketplace de forma sencilla y asequible lo utilizaría?</b>	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

64

<b>26. ¿Considera necesario que las administraciones públicas posibilitaran medios para organizar, formar y facilitar las ventas online de manera segura para comerciantes y clientes?</b>	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

<b>27. ¿Cuáles son las principales barreras para participar en un Marketplace?</b> <i>Elija tantas opciones como desee</i>	
<input type="checkbox"/>	La distribución de los productos/servicios
<input type="checkbox"/>	Establecer una pasarela de pago adecuada
<input type="checkbox"/>	Nivel de seguridad en las transacciones
<input type="checkbox"/>	No tengo formación suficiente para participar en un Marketplace

<b>28. ¿Si hubiera un mecanismo accesible para la distribución de sus ventas online a través de un Marketplace lo utilizaría? <i>Distribución última milla, logística...</i></b>	
<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

**Muchas gracias por su colaboración**