



Observatorio Balear de la Sociedad de la Información: Indicadores 2005

e-Hogares y e-Empresas en Baleares estratificado por zonas

Fundació IBIT
Departamento de Estudios, Asesoría y Formación
Observatori Balear de la Societat de la Informació
Agosto de 2005

© **OBSI (Observatorio Balear de la Sociedad de la Información)**

Fundació IBIT

C/ Reverend Francesc Sitjar, 1,1º, 07010 Palma

Islas Baleares

<http://www.ibit.org>

Tel 971 177270 Fax 971 177279

Editor:Fundació IBIT

OBSI

Fecha de edición:Agosto de 2005

Coordinador del proyecto:Pedro Soler Rosselló

Autor:Pedro Soler Rosselló

Responsable Área de Estudios, Asesoría y Formación

Responsable OBSI

psoler@ibit.org

Queda prohibida la reproducción parcial por cualquier medio de esta obra y de los datos que en ella aparecen, siempre que no se cite la fuente original.

Índice

Indicadores TIC 2005	4
e-Ciudadanos	6
Tipología de conexión en el hogar	6
Tipología de usuarios de Internet	11
Usos de Internet	13
Usos comerciales	13
Interacción con AAPP	15
Interacción con la e-salud	18
e-Empresas	20
Tipología de conexión en la empresa	20
E-negocios	28
e-Administración	42
Formación TIC	44
Anexo - Índice de gráficas	46
Anexo II- Hogares	48
Anexo III- Empresas	54

Indicadores TIC 2005

El presente documento expone los resultados del estudio sobre penetración y uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones realizado en Baleares estratificado a su vez por zonas. Los datos corresponden a diciembre de 2004 y enero de 2005.

Asimismo, para cada una de las zonas se ha estudiado de forma separada las empresas y los ciudadanos, para tener de esta forma una visión general, así como un punto de partida para poder hacer un seguimiento de los indicadores estudiados durante el transcurso del tiempo.

Con el fin de poder comparar las zonas con el resto de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares, se ha estudiado igualmente para todos los indicadores la media regional, información muy útil para poder realizar, en próximas rondas, un buen ejercicio de benchmarking, tanto entre las tres zonas como cada una de ellas con el resto de Baleares.

Aún teniendo en cuenta que la Población de cada una de las zonas es diferente (tanto en habitantes como en empresas), podemos definir una misma muestra en cada una de las zonas.

Y tanto es así, entre la zona de Formentera y el general de Baleares (cuyas poblaciones son aproximadamente, de unos 8.000 habitantes para Formentera y unos 850.000 para el total de Baleares), y suponiendo la misma muestra y nivel de confianza, el grado de error difiere sólo un 0,1%, pudiéndolo interpretar como no significativo.

De esta forma, los datos metodológicos para cada una de las zonas son los que se detallan en las siguientes tablas. En la primera aparecen las zonas con el total de entrevistas por zona. Con un grado de confianza del 95%, se consigue un margen de error del 6% en cada zona y un 2% para el general de Baleares

ZONA	HOGARES
	ENTREVISTAS
Calvià	162
Llevant	192
Migjorn	172
Nord	184
Palma	173
Pla	202
Raiguer	173
Tramuntana	189
Menorca	216
Ibiza	197
Formentera	165
TOTAL	2025

En esta segunda aparece la relación del número de empresas, tanto por cada zona como en general para Baleares. Con un grado de confianza del 95%, se consigue un margen de error aproximado del 7% en cada zona, llegando solo al 1,5% para el general de Baleares.

ZONA	TURISMO	SERVICIOS	INDUSTRIA	TOTAL
	ENTREVISTAS	ENTREVISTAS	ENTREVISTAS	
Calvià	121	32	65	218
Llevant	117	40	110	267
Migjorn	82	40	46	168
Nord	111	17	56	184
Palma	256	127	85	468
Pla	38	2	27	67
Raiguer	81	29	148	258
Tramuntana	63	3	29	95
Menorca	95	52	35	182
Ibiza	102	41	19	162
Formentera	45	8	15	68
TOTAL	1111	391	635	2137

Las entrevistas se han realizado a través de teléfono (metodología CATI), siendo la base de datos de referencia la guía telefónica para hogares y la base de datos de las Cámaras de Comercio para empresas (Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Mallorca, Ibiza y Formentera y Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Menorca).

Se ha utilizado la metodología creada dentro del proyecto europeo Understand, en el que la Fundación IBIT es socio activo.

Dicho proyecto, financiado por Interreg IIIC y avalado por asociaciones europeas de prestigio tales como Erisa, y participado por 11 regiones europeas, tiene como finalidad el crear un sistema de indicadores y la consiguiente metodología para su recopilación, de manera que las diferentes regiones europeas dispongan de unos datos compatibles y comparables.

e-Ciudadanos

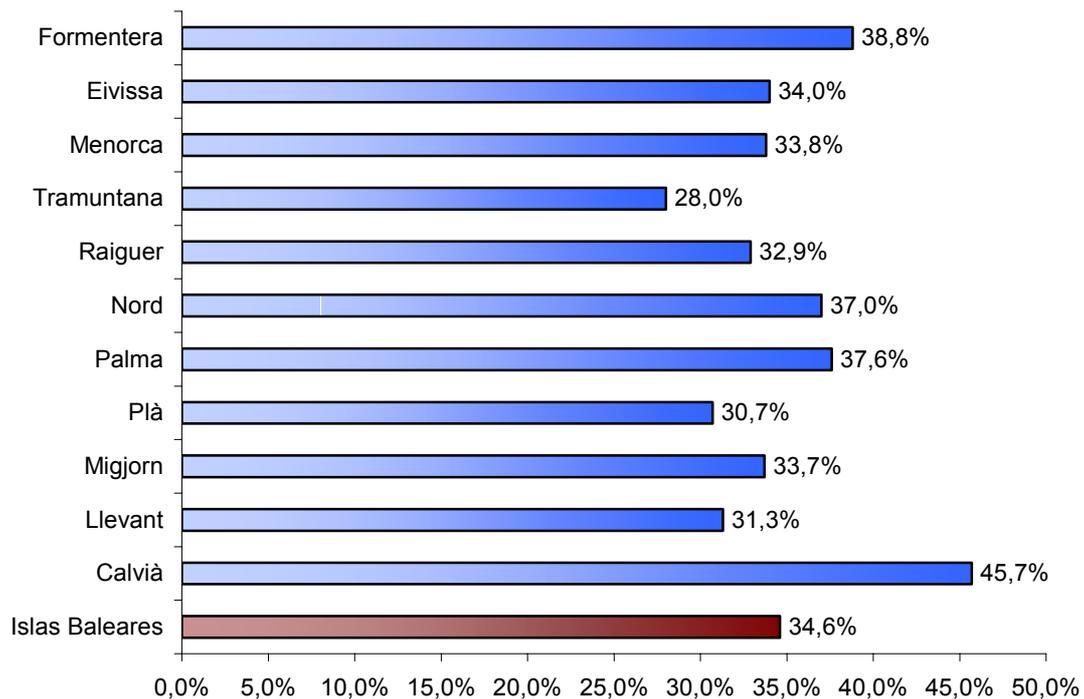
Tipología de conexión en el hogar

Uno de los primeros aspectos que se deben estudiar en el apartado de ciudadanos es precisamente la conectividad de éstos con Internet desde sus casas. Pero no sólo la conectividad en términos absolutos, sino también la calidad de ésta, representada básicamente por el ancho de banda disponible.

Asimismo, es también importante disponer de las expectativas a corto y medio plazo de aquellos hogares que o bien no están conectados o, si lo están, es mediante una conexión de poca calidad.

En la **Gráfica 1** se presenta los individuos que disponen de acceso a Internet desde el hogar. Aunque la media esté en el 34,6%, hay notables diferencias entre zonas, siendo los dos extremos más pronunciados Calvià y Tramuntana, con una diferencia entre ambos de 17,7%.

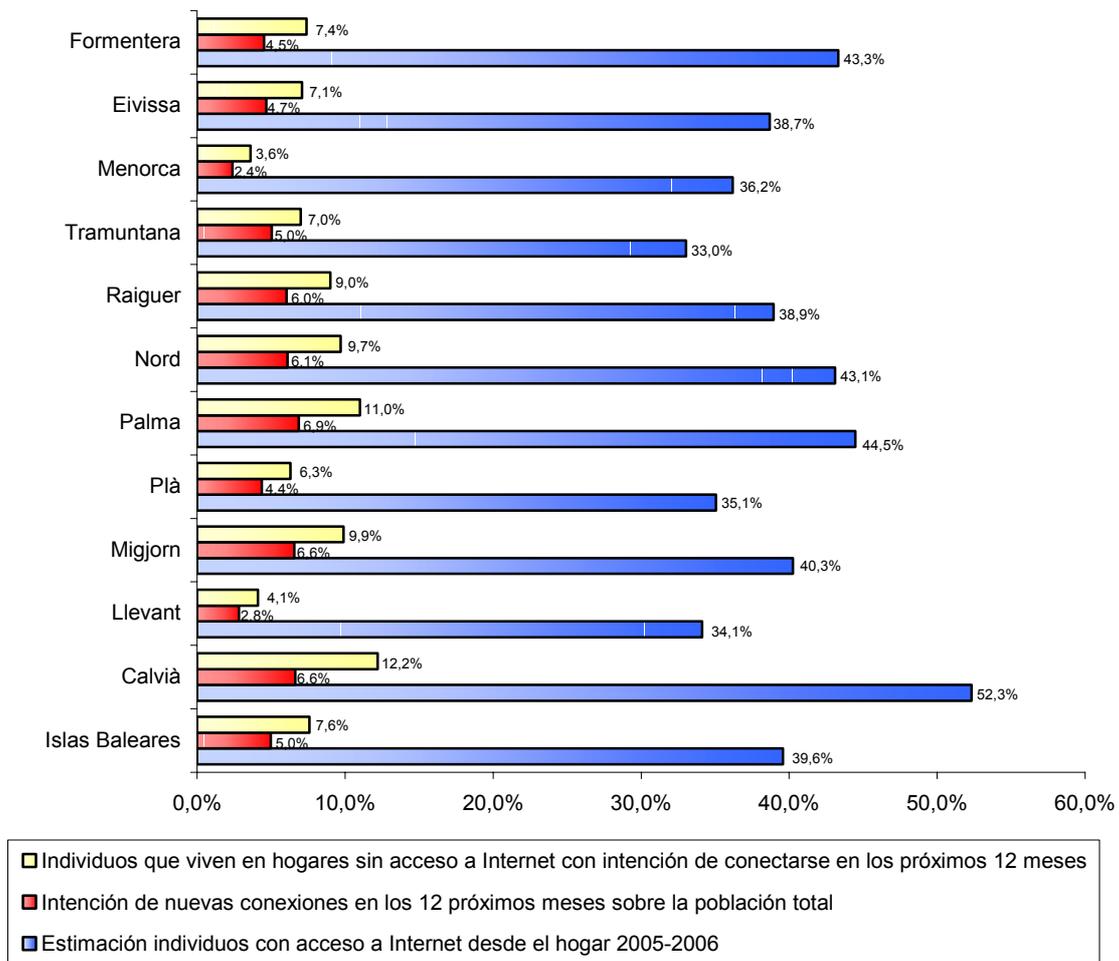
Gráfica 1: Individuos con acceso a Internet desde el hogar



Es interesante estudiar también la tendencia de este parámetro durante el tiempo. Al ser este el primer estudio que realiza la Fundación IBIT, no es posible realizar la comparación con los datos de años pasados, pero sí con las estimaciones o intenciones de los usuarios y no usuarios durante el próximo año.

En la Gráfica-2 se presenta la intención de conectividad durante los próximos 12 meses de los individuos sin acceso a Internet desde su hogar. El primer dato de cada zona representa el porcentaje de los individuos sin conexión desde su casa que pretenden conectarse durante los próximos 12 meses, mientras que el segundo representa la misma información, aunque calculada sobre el total de individuos: representa pues el incremento estimado durante los 12 próximos meses. En el tercer dato se suma este incremento al porcentaje actual de conectividad, representado así la estimación de los individuos que en diciembre-05/enero-06 dispondrán de acceso a Internet desde su casa.

Gráfica 2: Estimación de individuos con acceso a Internet desde el hogar 2005-2006

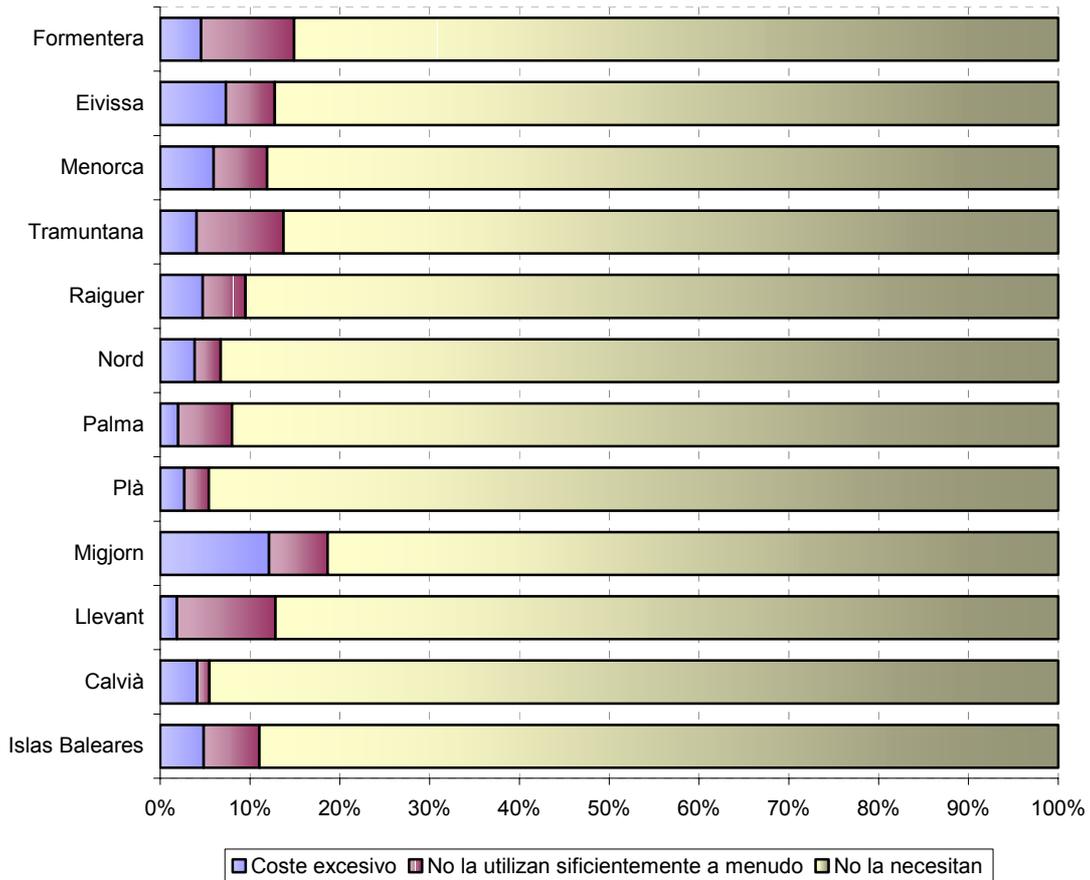


A raíz de estos datos se puede detectar la tendencia que la brecha digital anteriormente mencionada entre la zona con más individuos conectados y la que menos, en vez de disminuir se incrementa, pasando la diferencia entre Calvià y Formentera del 17,7% al 19,3%.

Esta característica se repite con la mayoría de zonas con menos penetración de Internet en el hogar, tales como Menorca, Pla o Llevant, donde los incrementos esperados son también menores a la media. Solo Tramuntana espera un incremento idéntico a la media, aunque su situación final sigue siendo muy baja.

Al centrarse en los motivos por los que los individuos que no disponen de acceso desde el hogar (Gráfica 3), éstos son muy similares en todas las zonas, predominando en todas la no-necesidad de estar conectado (con un 84,7% de media), mientras que el no utilizarla suficientemente a menudo y el coste son menores y similares (un 5,9% y un 4,6%).

Gráfica 3: Motivos de no-conexión en el hogar



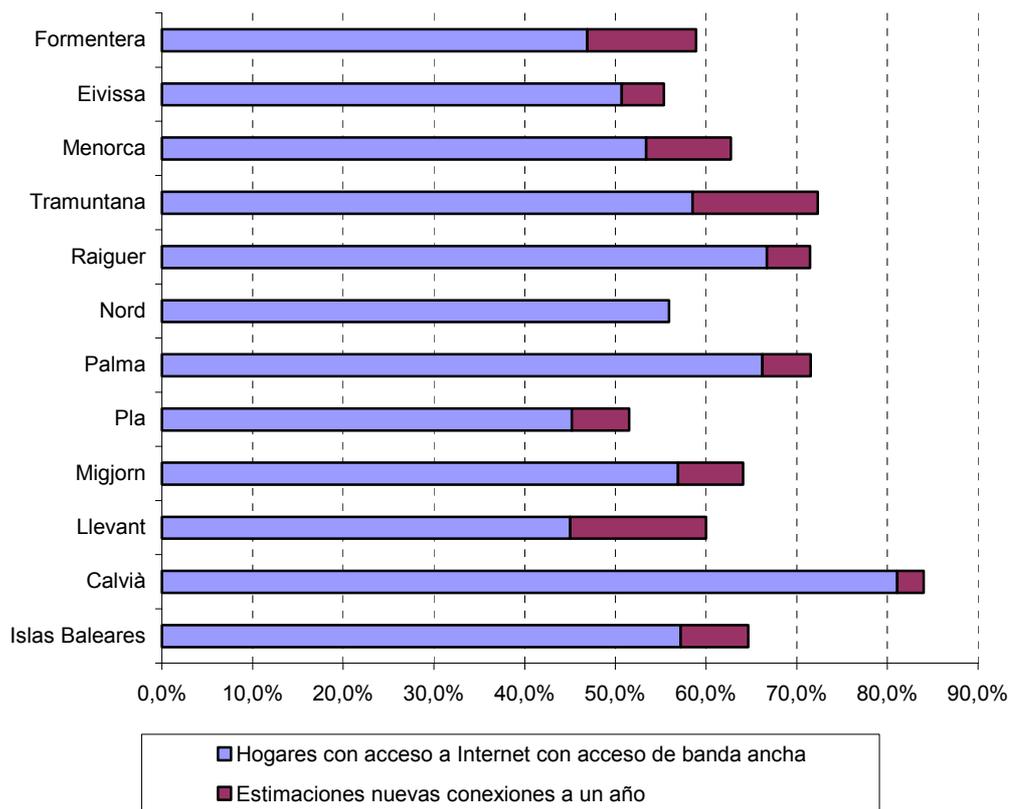
Respecto a los hogares en los que sí se dispone de conexión, el 57,2% de ellos se conecta mediante banda ancha (ADSL o cable). Y las estimaciones indican que en el próximo año el 17,4% de los hogares que disponen de conexión de banda estrecha tiene intención de contratar un acceso de banda ancha.

En la gráfica 4 se comparan los hogares con conexión a Internet que lo hacen por banda ancha, así como la estimación de nuevos usuarios de este tipo de conexión. En esta estimación sólo se han contemplado los hogares que disponen actualmente de conexión de banda estrecha, por lo que la estimación puede ser a la baja.

Destaca sobre los demás el caso de Calvià, donde el 81,1% de los hogares con conexión disponen de banda ancha, con una estimación para el próximo año de un incremento del 2,9% de hogares que cambiarán de banda estrecha a ancha.

Teniendo en cuenta que además es la zona de Calvià la que dispone de mayor porcentaje de hogares conectados, con el 45,7% como ya se ha indicado anteriormente, resulta que más de 1/3 de los hogares están conectados mediante banda ancha (concretamente el 37%). Las zonas con menos penetración de la banda ancha es por el contrario la zona del Pla y Llevant, con solo el 13,9% y 14,1% respectivamente.

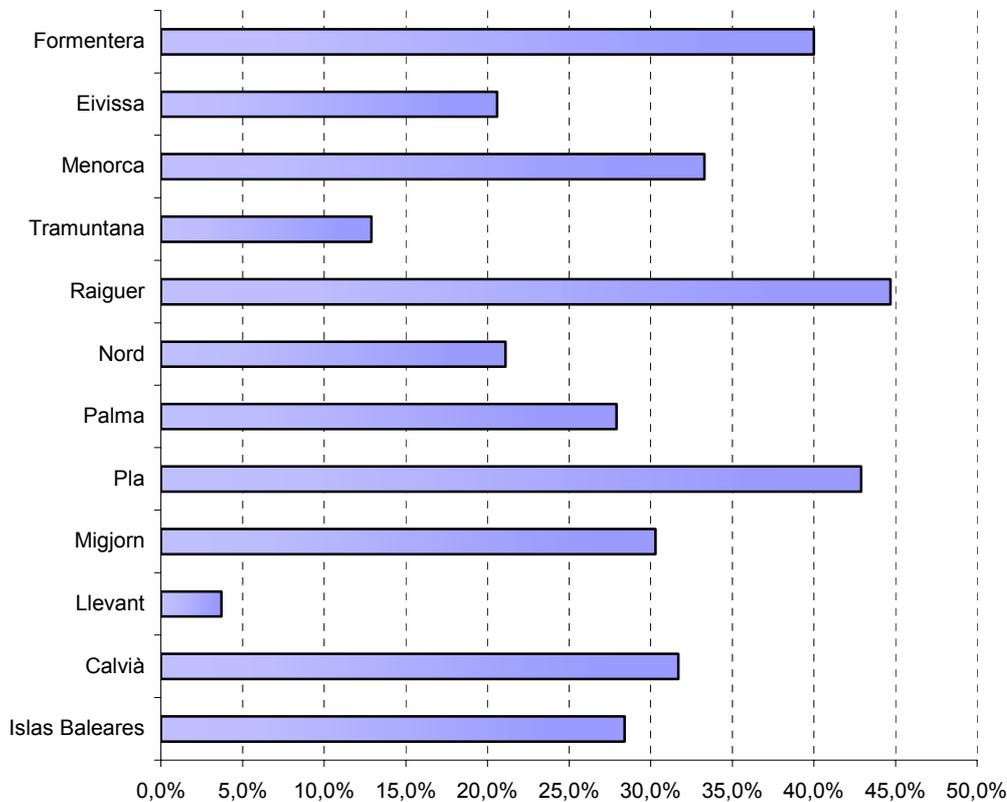
Gráfica 4: Hogares con banda ancha y estimación a un año



De los hogares que disponen de Internet mediante un acceso de banda ancha es interesante revisar que porcentaje dispone de un ancho de banda mayor o igual a 2 Mbps y los que no. Este límite es importante ya que son muchos los organismos europeos que defienden que la banda ancha actual se debe considerar a partir de esta velocidad (2 Mbps), sobre todo procedentes de países nórdicos, donde el acceso es más económico y con mayores prestaciones de velocidad.

A escala regional, el 28,4% de los hogares con conexión a Internet por banda ancha disponen de un caudal mayor o igual a 2Mbps, destacando Raiguer con el 44,7%, Pla con el 42,9% o Formentera con el 40,0%, mientras que Tramuntana dispone del 12,9% y Llevant solo del 3,7%. En la Gráfica 5 se presenta la comparativa de todos los porcentajes.

Gráfica 5: Hogares con conexión por banda ancha que disponen de 2 Mbps o más



Tipología de usuarios de Internet

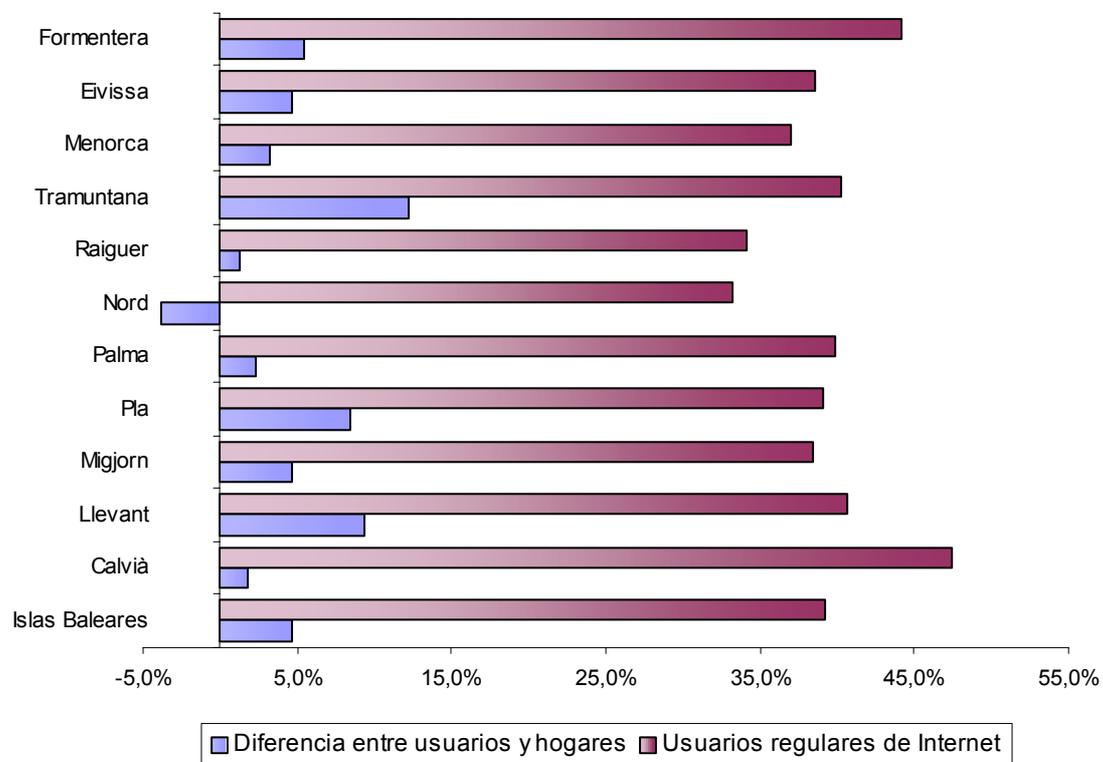
En el apartado anterior se ha estudiado el acceso a Internet desde el hogar. Pero debe realizarse también el enfoque desde el usuario, ya que éste puede ser usuario de Internet y no tener conexión en el hogar (p.e. porque tiene conexión en el trabajo, lugar de estudios, cibercafé, etc).

Se pasa primero a estudiar los usuarios reales de Internet, comparándolo con los hogares con acceso a Internet, para poder así comentar algunas particularidades.

En la Gráfica 6 aparecen los usuarios reales de Internet. Las diferencias (tanto positivas como negativas) entre los usuarios y los hogares con conexión se deben a dos factores: por un lado, el entrevistado no dispone de conexión a Internet en el hogar, pero sí es usuario de Internet (fuera del hogar). Por el contrario, el entrevistado puede vivir en un hogar con conexión, pero no ser usuario, sino que lo es otro miembro de la familia. Por lo tanto, son dos datos completamente diferentes, y la diferencia nos da una idea de la utilización de Internet fuera de casa.

Se puede extrapolar a favor de la diferencia entre usuarios y hogares conectados con la dificultad o facilidad de conectarse a Internet. De esta forma, en zonas como Tramuntana, con mayores dificultades para instalar cables telefónicos, son muchos los usuarios que no disponen de acceso desde su casa, cosa que no sucede en zonas tales como Palma o Calvià, donde la contratación del acceso es más fácil.

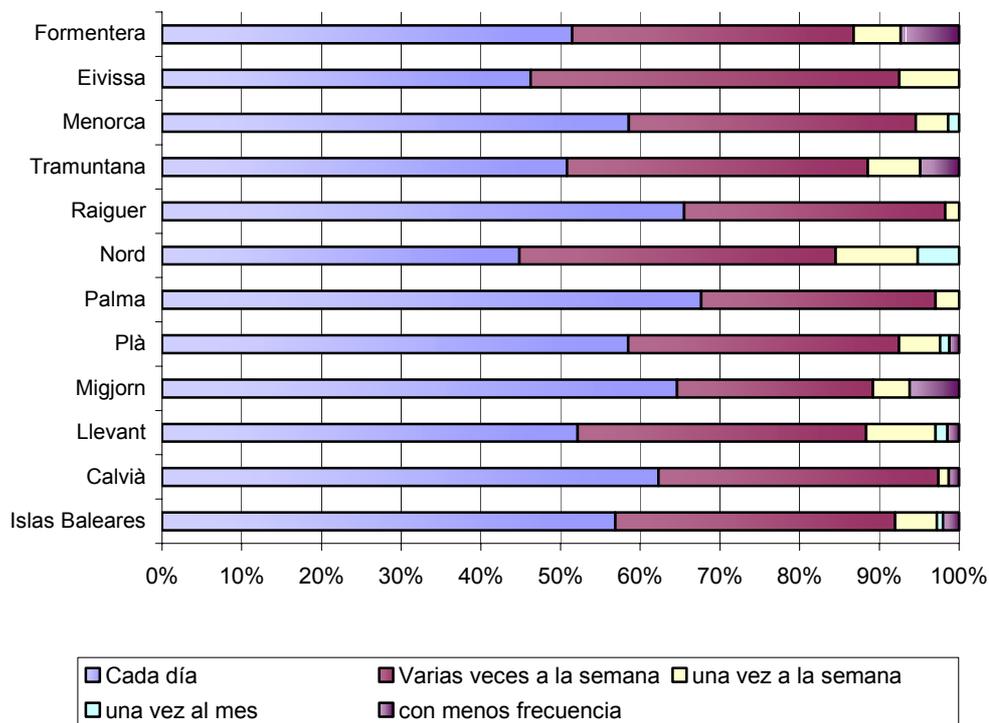
Gráfica 6: Usuarios de Internet y diferencia entre usuarios y hogares con conexión



Por otro lado, la diferencia negativa que se da en la Mancomunitat del Nord es debida a que las personas entrevistadas disponen de acceso a Internet desde su hogar, pero ellas no son usuarias (lo es por tanto, otro miembro de la familia).

Respecto a la frecuencia de conexión, se observa de forma global una utilización diaria de más del 50%. En la Gráfica 7 se presenta una estratificación por zonas, donde se puede apreciar, que en todas las zonas, más del 90% de los usuarios se conectan al menos una vez por semana.

Gráfica 7: Utilización semanal de Internet



Por lo que se refiere al lugar de conexión en el que los usuarios se conectan a la red, destaca la utilización desde casa con un 85,3% de media regional, seguido el 36,5% en el puesto de trabajo, 9,2% en el centro de estudios, 3,4% en casa de algún amigo o familiar y solo un 2,8% en cibercafés y similares.

Usos de Internet

Otro aspecto importante es el uso que hacen los usuarios de Internet. Separamos los usos en varios apartados: comerciales, relaciones con Administración Pública, relativa a la salud y por último a la búsqueda de trabajo y formación NTIC.

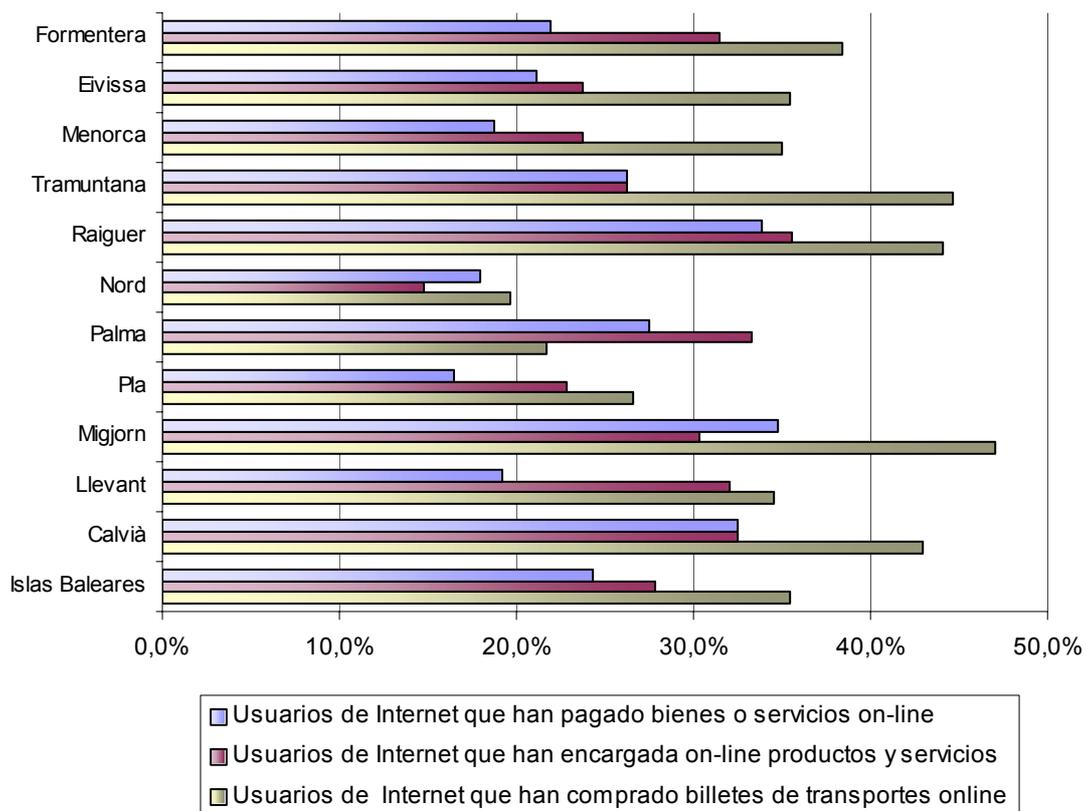
Usos comerciales

En los usos comerciales que el usuario hace como ciudadano vamos a comentar, por una parte, los pagos que se realizan on-line, el encargo de bienes o servicios y, al ser este un servicio muy importante, separamos de los demás la compra de billetes de forma on-line.

En la gráfica 8 se presentan estos tres indicadores, destacando en casi todas las regiones la compra de billetes on-line, sobre todo en aquellas donde la oferta de agencias de viaje no es tan asequible. De esta forma, es reducido el porcentaje de usuarios que compran billetes on-line en Palma, pero más elevado en Tramuntana, Raiguer, Migjorn o Formentera.

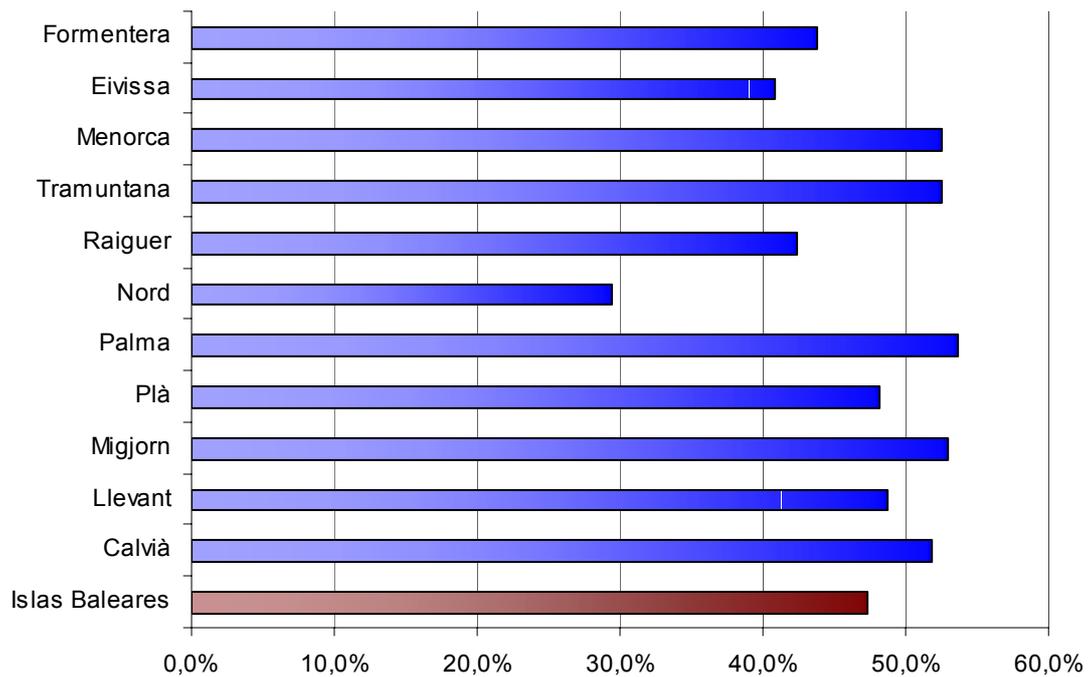
Por lo que se refiere al encargo y pago de forma on-line, en la mayoría de zonas es mayor el número de pedidos on-line que el número de pagos, realizando muchos a través de transferencia bancaria o contra reembolso.

Gráfica 8: Usos comerciales de Internet en el último año



Otro uso importante de Internet es precisamente la banca electrónica on-line, permitiendo al usuario realizar consultas y operaciones sin la necesidad de desplazamiento y a cualquier hora y día de la semana. En la Gráfica 9 se presenta el porcentaje de usuarios que utilizan esta herramienta, llegando a casi el 50% de media regional (47,3% exactamente).

Gráfica 9: Usuarios de Internet que utilizan banca electrónica

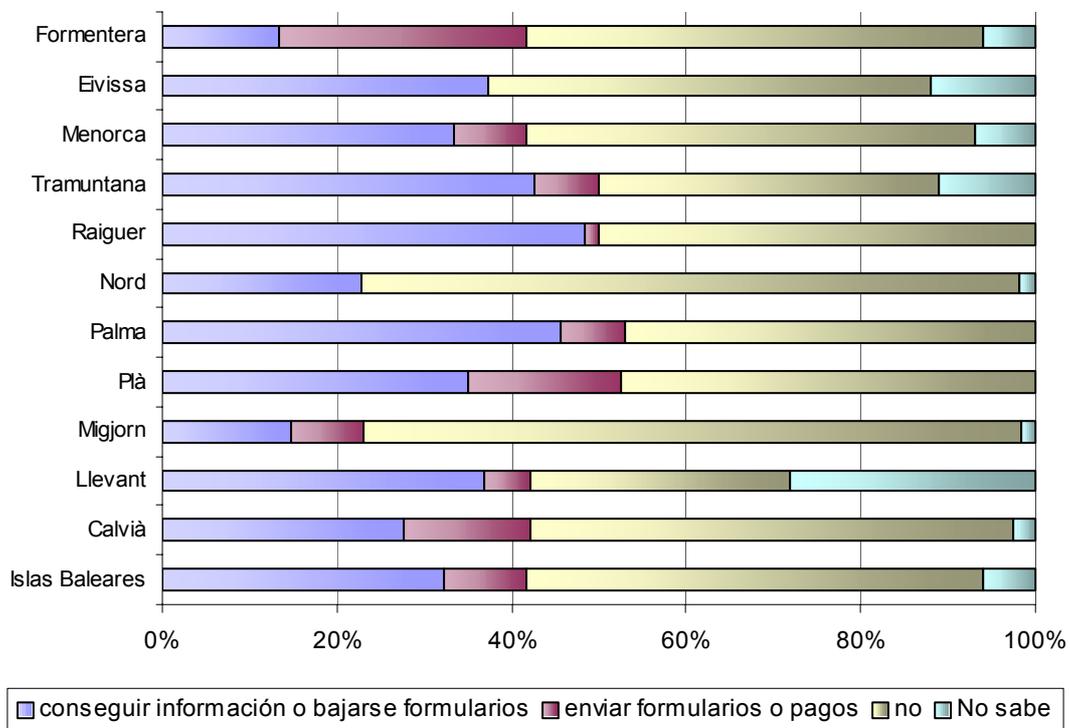


Interacción con AAPP

Otro uso importante de Internet es interactuar con la Administración Pública Local, así como los motivos por lo que interactúa.

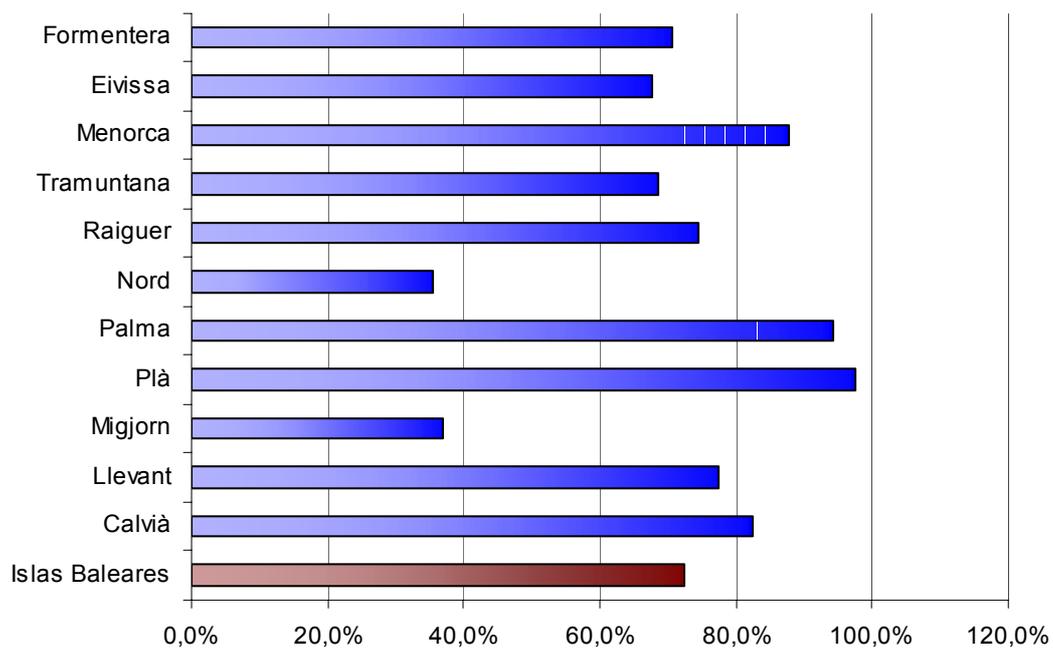
En la Gráfica 10 se observa que más del 40% de los usuarios interactúan de alguna forma con la Administración, siendo la acción más común el conseguir información o bajarse formularios. El envío de formularios o pagos es, aunque mucho menor, también significativo, con un 9,5% de media. Aún así, las diferencias entre zonas son pronunciadas.

Gráfica 10: Usuarios que han tenido contacto on-line con AAPP clasificados por tipo de contacto



Se pasa ahora en la satisfacción de los usuarios de la Administración Pública Local. En la Gráfica 11 se presenta el porcentaje de usuarios que se conectan a la AAPP y que están satisfechos con el servicio. Notar que las zonas con menos grado de satisfacción (o usuarios satisfechos) son precisamente las que disponen de pocos usuarios que utilicen estos servicios, quizás porque no se potencian por las autoridades pertinentes.

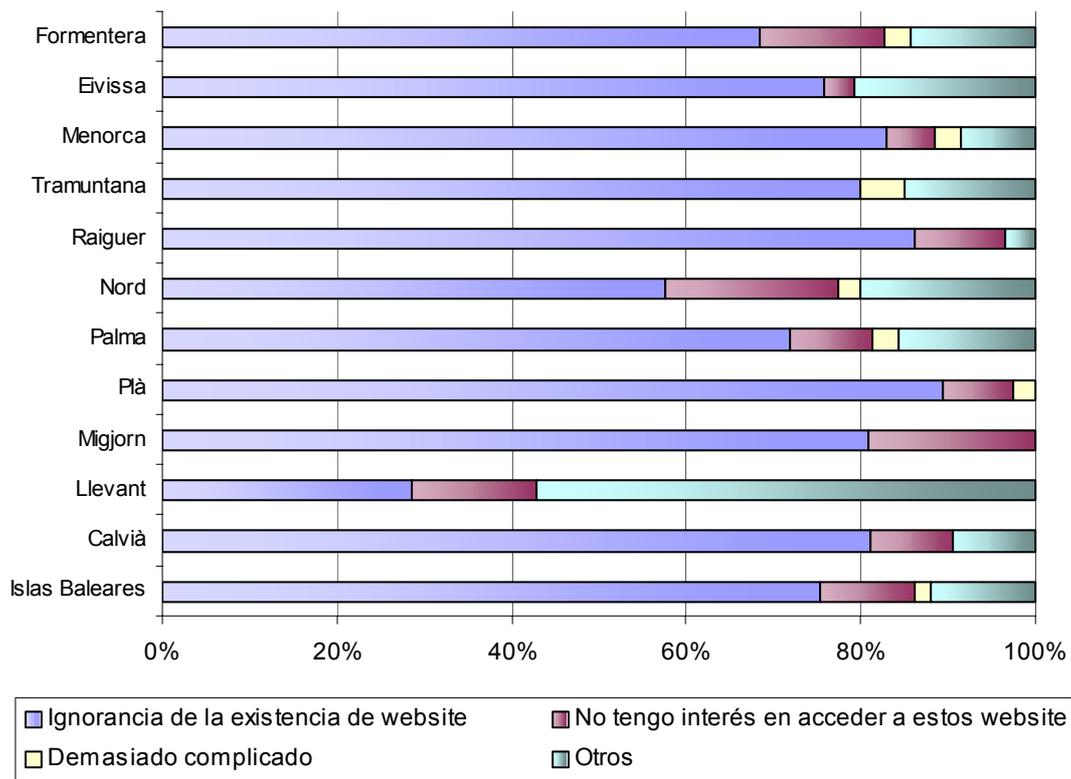
Gráfica 11: Usuarios de e-Gobierno satisfechos del e-Gobierno local



Se debe también tratar los temas por los que un gran porcentaje de usuarios no hace uso de estos servicios públicos. En la Gráfica 12 se describen los motivos argumentados por los usuarios que no los utilizan.

Notar que en casi todas las zonas, es el hecho de desconocer que hay webs institucionales que ofrecen servicios al ciudadano por él que no se utilizan éstos y no precisamente por ser éstos demasiado complicados.

Gráfica 12: Razones por no utilizar la e-AAPP



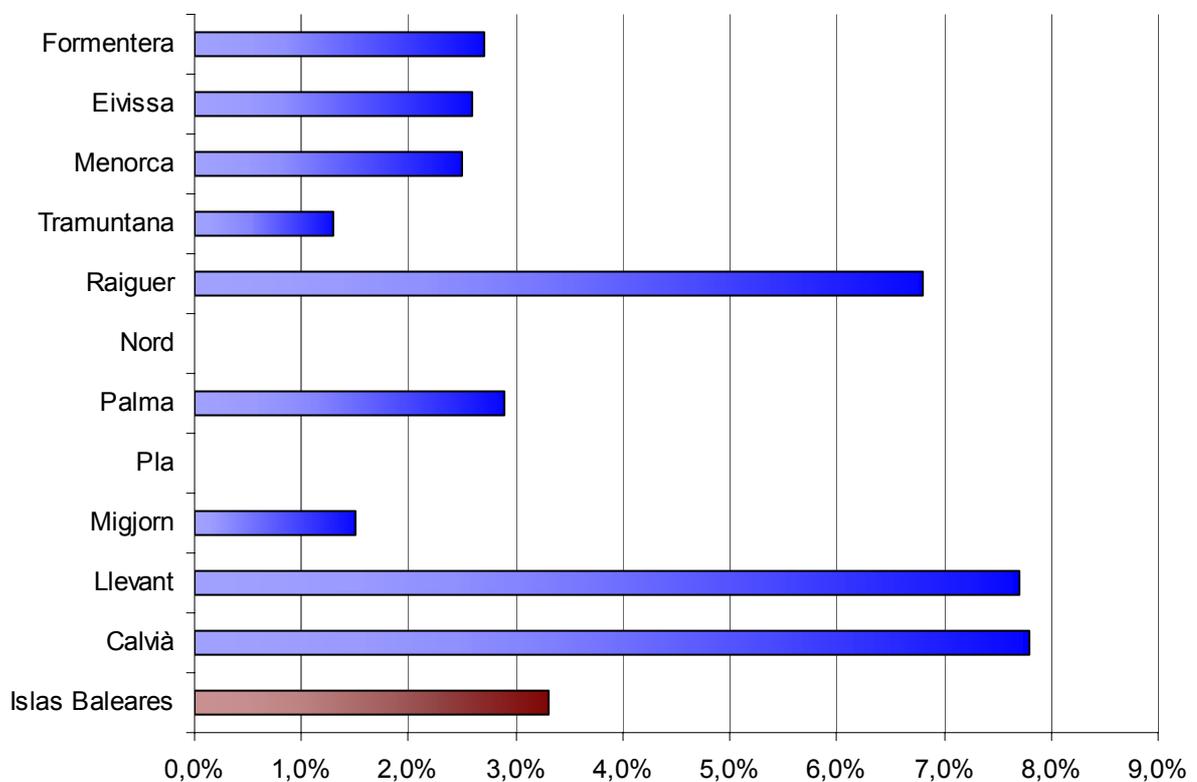
Interacción con la e-salud

Un tercer uso importante que el usuario puede hacer de Internet es referente a temas de salud: comunicación con su médico y/o clínica y búsqueda de información relativa. Veámoslos con más detalle.

La Gráfica 13 se presenta el porcentaje de usuarios que han utilizado Internet en los últimos 12 meses para comunicarse con su médico y/o clínica.

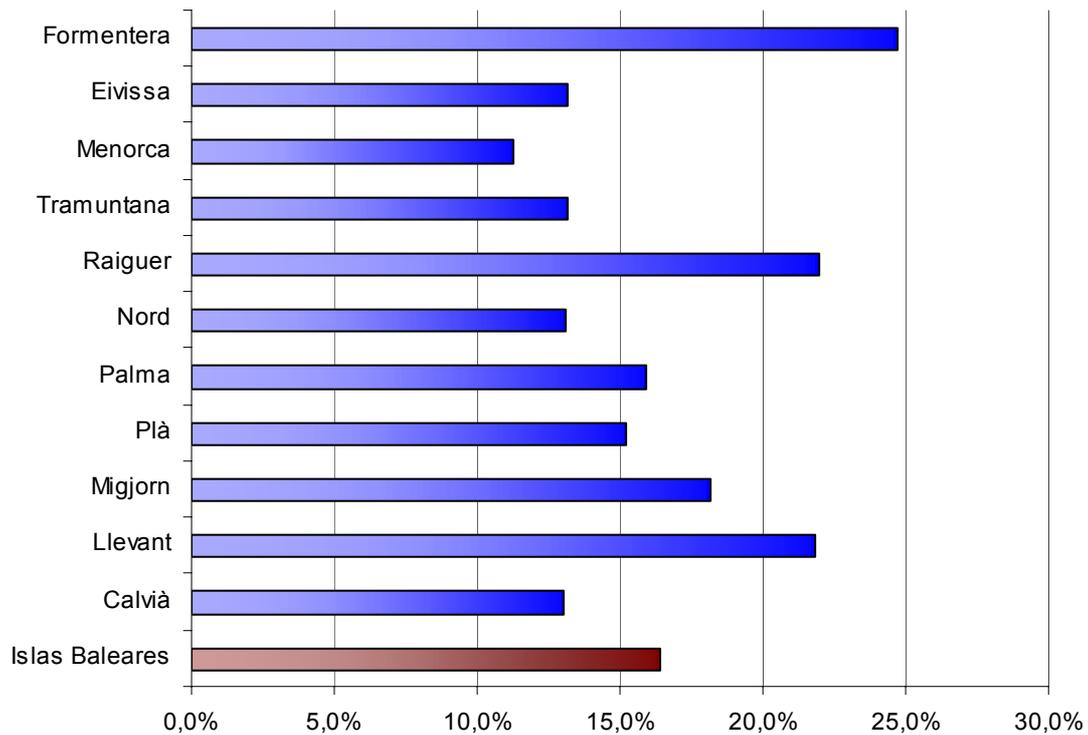
Aunque el porcentaje de usuarios sea muy bajo en todas las zonas, y nulo en alguna de ellas como Nord y Pla, destaca el relativamente alto porcentaje de usuarios que interactúan en las zonas de Raiguer, Llevant y Pla.

Gráfica 13: Usuarios que contactan por Internet con su médico/clínica



Un poco más difundido está la simple búsqueda de información de temas concernientes a la salud, que aparece en la Gráfica 14. Siguen destacando las zonas del Raiguer y Llevant, aunque superadas por Formentera.

Gráfica 14: Usuarios que buscan información relativa a la salud en Internet



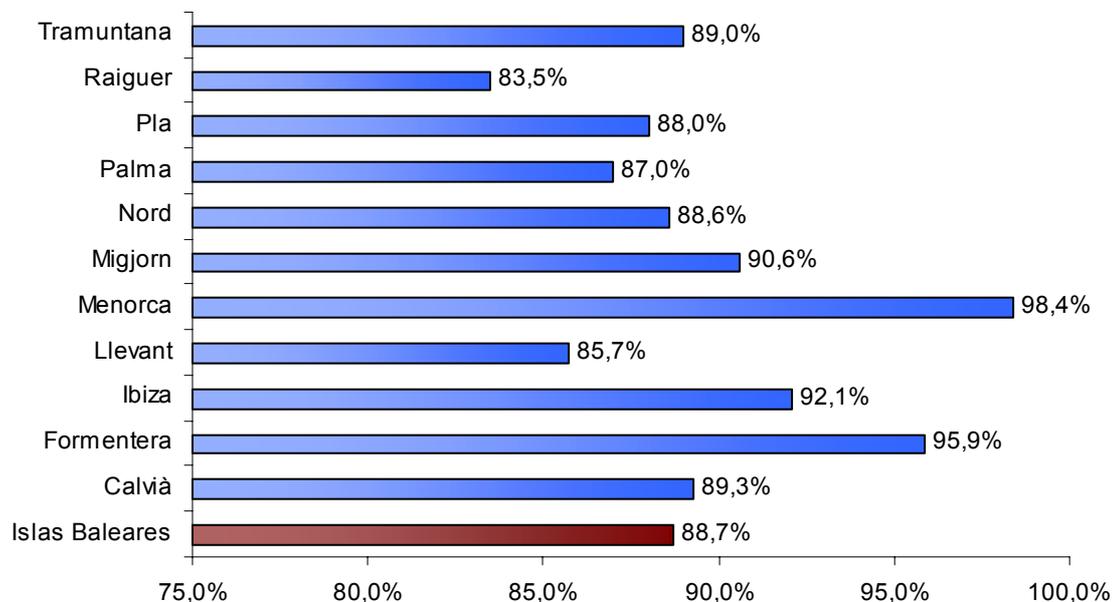
e-Empresas

Tipología de conexión en la empresa

El primer dato que se debe tener en cuenta es precisamente el número de empresas que disponen de ordenador. No está ya claro que el ordenador por sí mismo puede tratarse como uso de NTIC, ya que es simplemente una herramienta, pero la no utilización de éste de bien seguro implica la no utilización de las NTIC en las empresas.

En la Gráfica 15 aparece el porcentaje de empresas con ordenador. Son precisamente Menorca y sobre todo Formentera las zonas que más destacan, si bien entre todas ellas las diferencias no son muy pronunciadas.

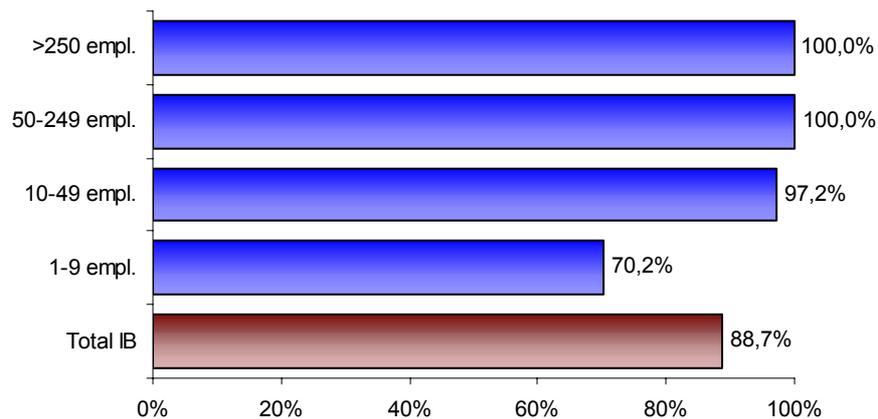
Gráfica 15: Empresas con ordenador



Si son más acuciadas las diferencias entre empresas de menos de 10 trabajadores y de 10 o más, pudiendo afirmar que las empresas de 10 o más trabajadores disponen casi en su totalidad de ordenador, y son precisamente las pequeñas las que no. Y en la mayoría de encuestas (p.e. INE), estas pequeñas empresas no aparecen, representando más del 90% de las empresas de Baleares.

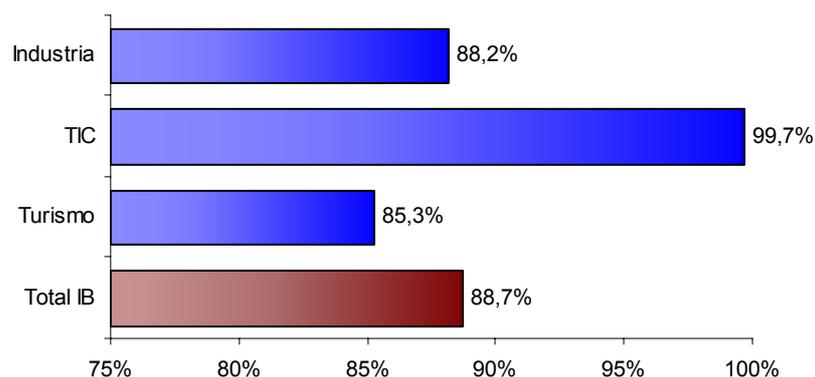
Si se realiza la clasificación detallada de empresas con ordenador tabuladas por número de trabajadores, se observa en la Gráfica 16 donde solo en las empresas de menos de 50 empleados es donde no tenemos un 100% de empresas con ordenador. Más aún, este pequeño porcentaje se corresponde por lo general a empresas que, aun teniendo más de 10 empleados, rondan esta cifra.

Gráfica 16: Empresas con ordenador clasificadas por tamaño



Más diferencias aparecen si se realiza la clasificación por actividad económica. En la Gráfica 17 se observa como es precisamente el sector turístico el que menos informatizado está, seguida a poca distancia por el industrial. Por la contra, el sector TIC está informatizado prácticamente en su totalidad.

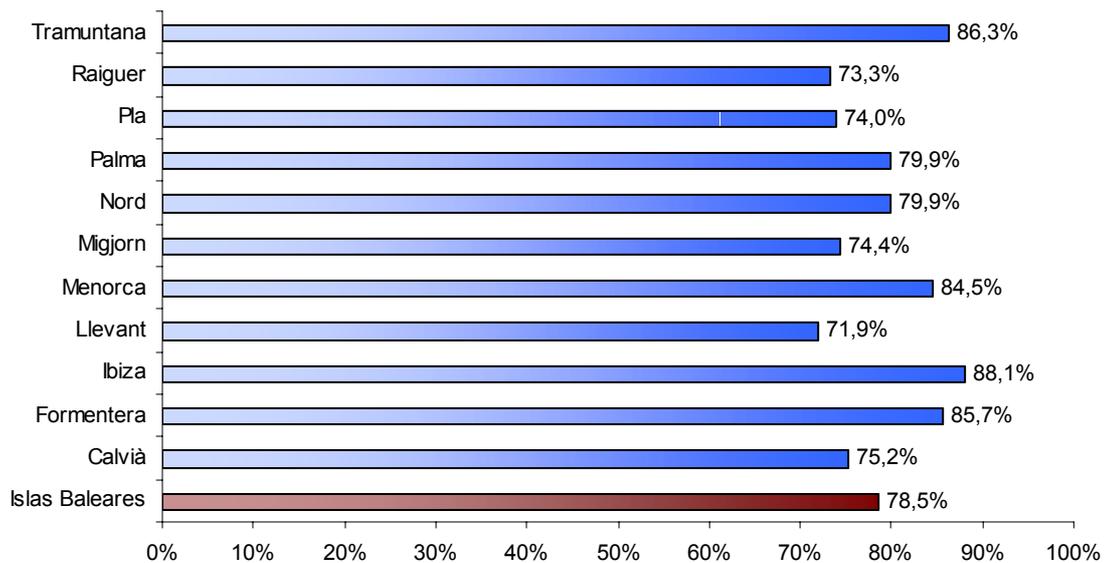
Gráfica 17: Empresas con ordenador clasificadas por actividad económica



Otro parámetro ya representativo del uso de las NTIC en la empresa es el uso de Internet. Para medir éste es necesario saber las empresas que disponen de conexión a la red.

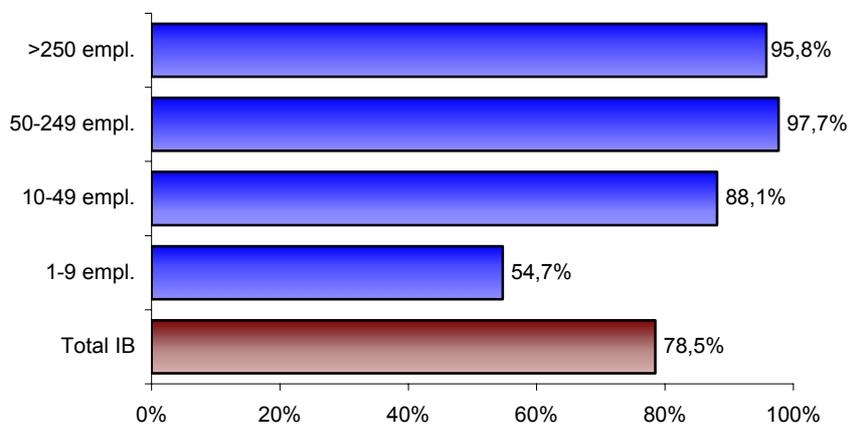
En la Gráfica 18 se presenta este nuevo indicador. En este caso las diferencias son todavía más pronunciadas que en el simple uso (o disponibilidad) de ordenador.

Gráfica 18: Empresas con acceso a Internet



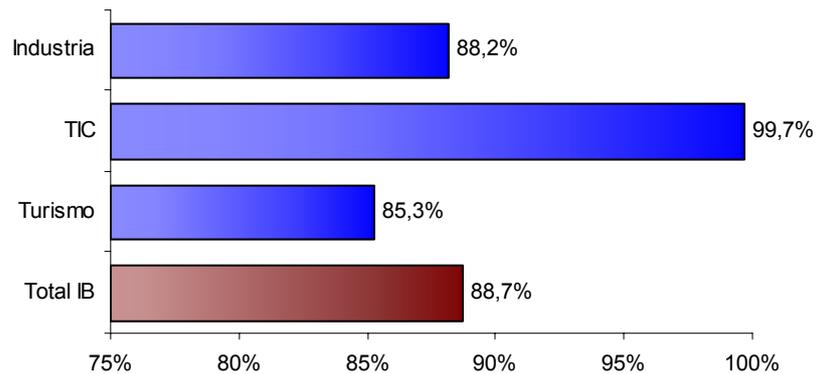
Las diferencias son de nuevo poco acuciadas, y aparecen igual que en el indicador anterior, al estudiar la estratificación por número de empleados. De esta forma, solo el 54,7% de las empresas de menos de 10 trabajadores dispone de acceso a Internet, mientras que este porcentaje se incrementa al 88,1% en empresas de 10 o más trabajadores

Gráfica 19: Empresas con acceso a Internet clasificadas por tamaño de empresa



Por lo que se refiere al uso o disponibilidad de Internet dentro de la empresa, al centrarse en la clasificación realizada por actividad económica (Gráfica 20), es precisamente el sector turístico el que menos conectividad presenta, con solo el 85,3%, frente a casi el 100% de la industria TIC.

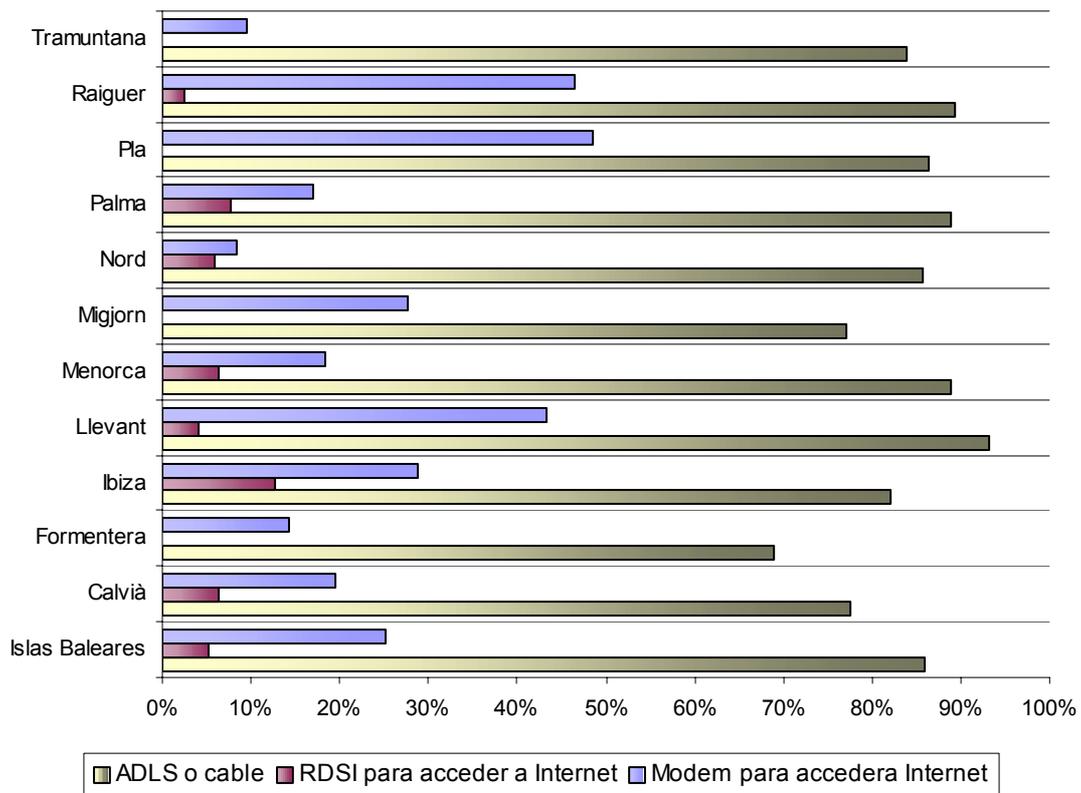
Gráfica 20: Empresas con acceso a Internet clasificadas por actividad económica



En cuanto al tipo de conexión que disponen las empresas, destaca sobre medida la conexión por ADSL. En la Gráfica 21 se presenta la distribución de conexión separado por Módem (banda estrecha), RDSI y ADSL o cable (Banda ancha).

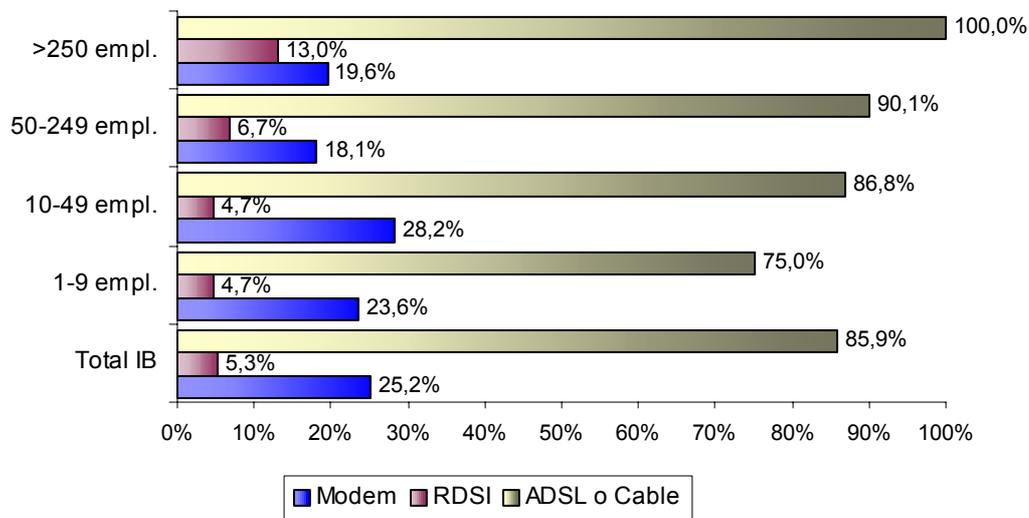
Comentar también que muchas empresas (en este caso las de más trabajadores en mayor medida), disponen de varios tipos de conexión, siendo normal disponer de banda estrecha y banda ancha, cosa que puede distorsionar un poco las diferencias, ya que la microempresa dispone por lo general de un solo tipo de conexión.

Gráfica 21: Tipo de conexión a Internet en la empresa



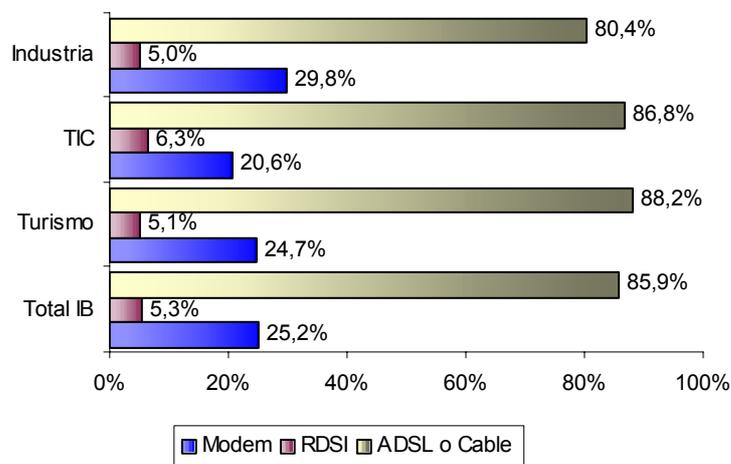
Al contrario que en el caso anterior, en éste las diferencias entre empresas por su número de trabajadores no son tan significativas en la media regional, si bien todavía se puede observar que en la pequeña empresa la implantación de la banda ancha se sitúa en el 75% de las empresas que disponen de conexión, por lo que el acceso a través de módem es todavía importante. Cabe remarcar de nuevo que algunas empresas, sobre todo las de más número de empleados, dispone de varios tipos de conexión. En la Gráfica 22 se puede observar como, por ejemplo, las grandes empresas disponen en su totalidad de acceso por banda ancha, aunque también algunas disponen de alguna conexión por RDSI o módem.

Gráfica 22: Tipo de conexión a Internet en la empresa clasificado por tamaño de empresa



Entrando en la clasificación por actividad empresarial, la proporción de cada tipo de conexión en los sectores estudiados es muy similar, solo algo inferior al acceso por banda ancha en la industria, lo que se corresponde con una mayor implantación del acceso por módem. En la Gráfica 23 se presenta esta información.

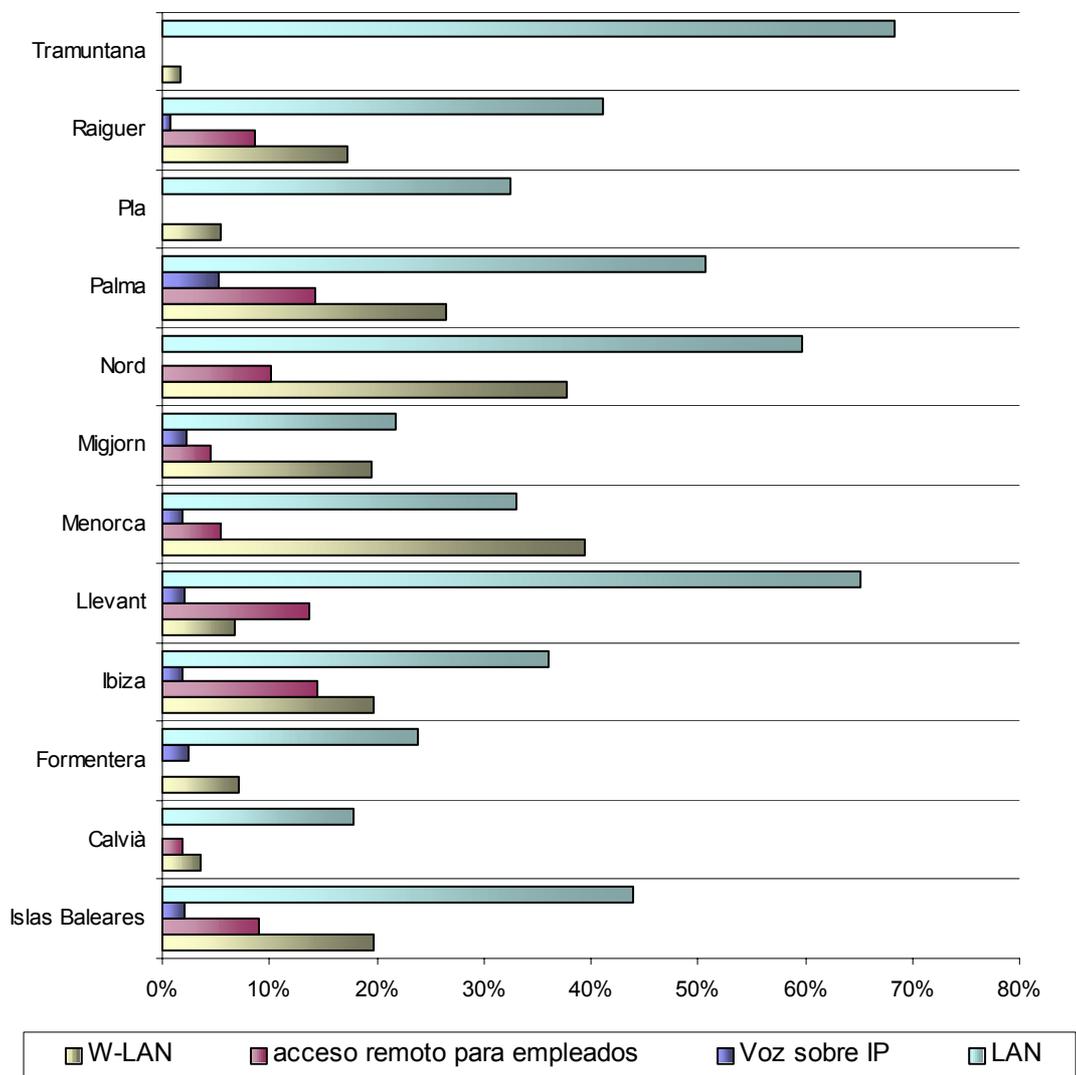
Gráfica 23: Tipo de conexión a Internet en la empresa por sector empresarial



Ya por último dentro de este apartado se debe estudiar la utilización de una LAN dentro de la empresa. Este es un parámetro importante, ya que nos indica si la empresa dispone de un único ordenador (o varios separados) o de más de uno intercomunicado, con acceso a Internet todos ellos.

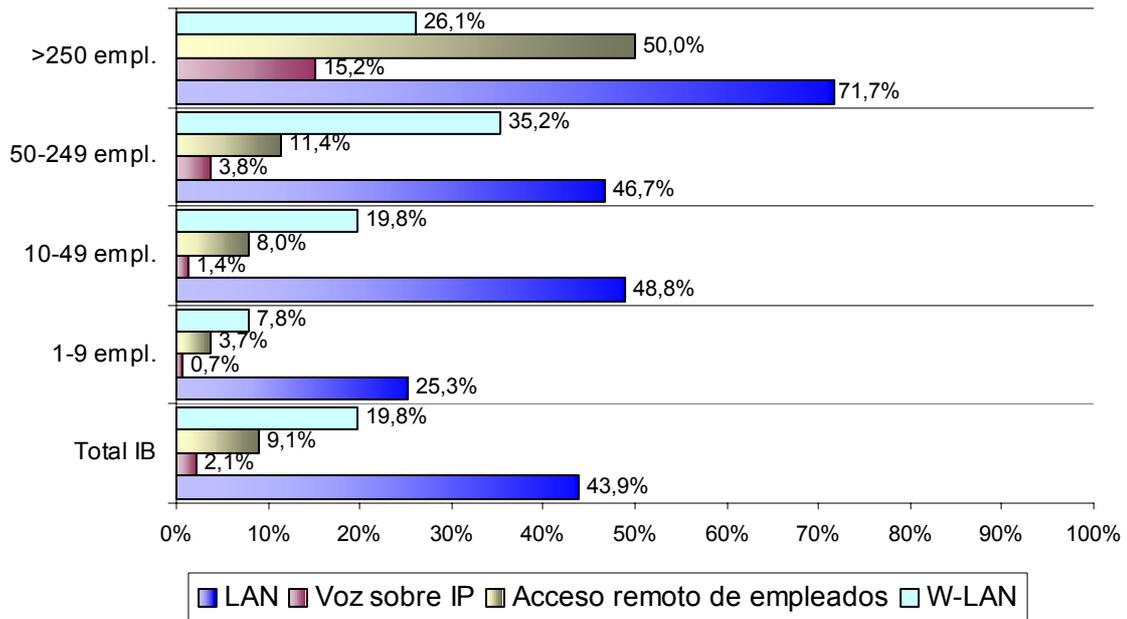
En la Gráfica 24 se puede observar la alta disponibilidad de la red de área local (LAN), aunque también está presente la W-LAN (red inalámbrica), seguramente potenciada por las ofertas de empresas que ofrecen acceso a Internet con Router preparados para ofrecer este servicio. Se toma como base solo las empresas que disponen de conexión a Internet.

Gráfica 24: Conectividad dentro de las empresas



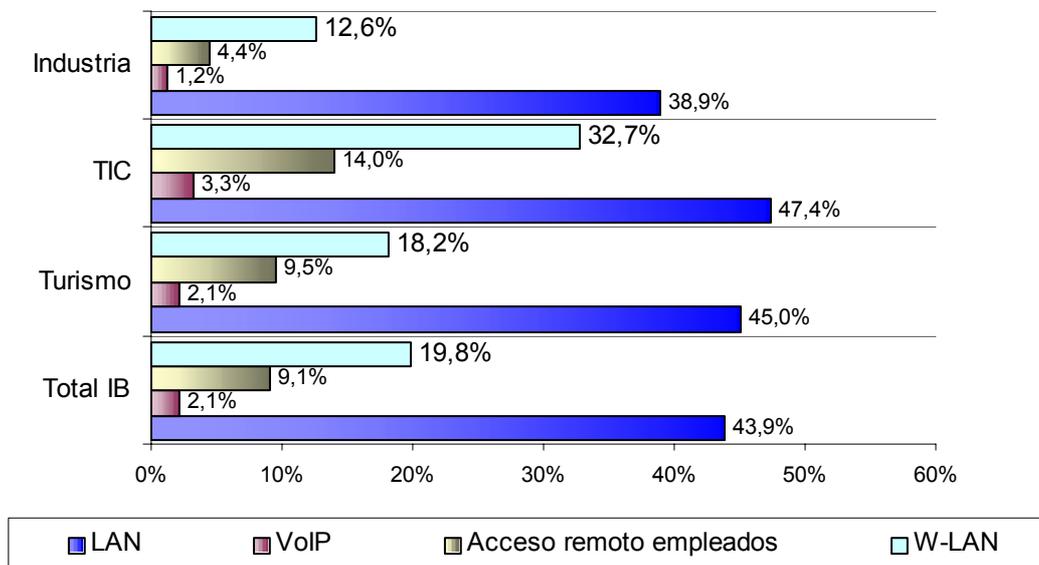
Centrándose en la conectividad dentro de la empresa, pero clasificada por tamaño de empresa, destaca la baja penetración de conectividad en la pequeña empresa y, sobre todo, la implantación de redes inalámbricas en las grandes empresas, donde la mitad de ellas disponen ya de acceso a través de W-LAN. En la Gráfica 25 se presenta así la conectividad dentro de la empresa clasificado por tamaño de ésta.

Gráfica 25: Conectividad dentro de las empresas clasificado por tamaño de empresa



Por lo que se refiere a la clasificación por actividad empresarial, la distribución de tecnologías de acceso son similares, salvo en el sector industrial, donde por lo general son algo menores. En la Gráfica 26 se observa esta distribución:

Gráfica 26: Conectividad dentro de las empresas clasificado por actividad empresarial



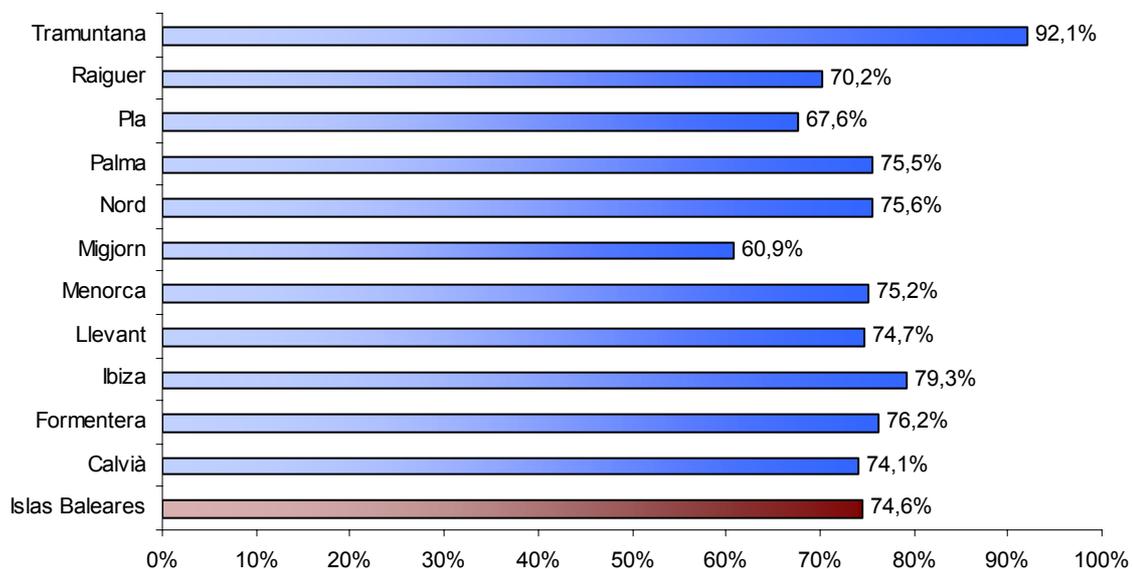
E-negocios

Una vez estudiada la conectividad de las empresas, cabe centrarse ahora en el uso que las empresas hacen de Internet.

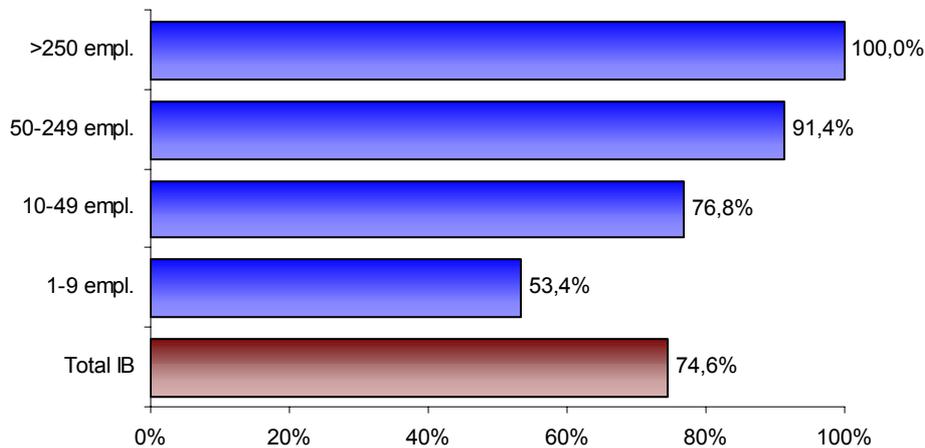
Un primer indicador importante es el porcentaje de empresas que disponen de página web. Se parte como base del número de empresas que disponen de acceso a Internet, ya que se entiende que es primordial disponer de acceso para poder tener un website, aunque sea solo para comprobar si tenemos correo. Por lo tanto, los datos están calculados no sobre el total de empresas sino sobre el total de empresas con conexión a Internet.

En la Gráfica 27 se observan las pequeñas diferencias, salvo quizás las zonas de Tramuntana y Migjorn, al ser los extremos de mayor y menor penetración de websites.

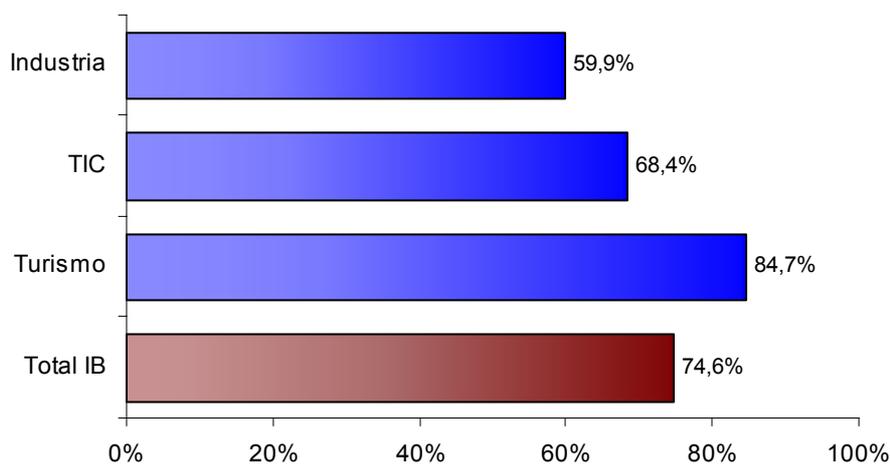
Gráfica 27: Empresas con conexión que disponen de website



Como en casos anteriores, las diferencias sí son acusadas si nos centramos en el tamaño de la empresa, ya que la microempresa representa solo el 53,4%, mientras que las de 10 o más empleados van del 76,8% al 100%. En la Gráfica 28 aparecen estos porcentajes clasificados por el tamaño de empresa.

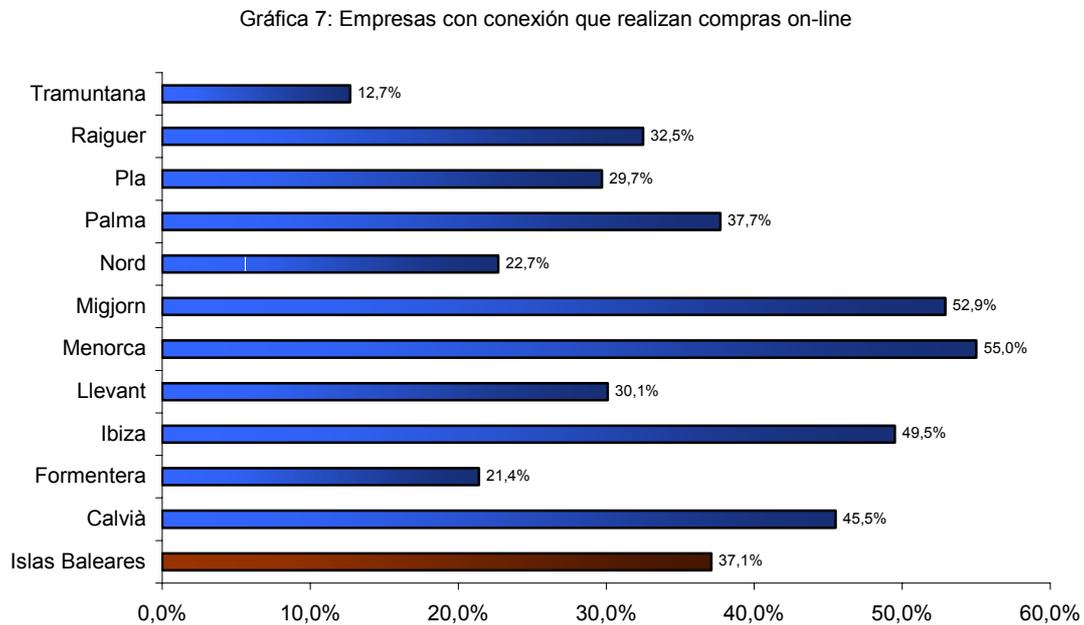
Gráfica 28: Empresas con conexión a Internet que disponen de website clasificadas por tamaño

Por lo que respecta a la distribución de empresas con acceso a Internet que disponen de website clasificadas por sector empresarial, en la Gráfica 29 se observa como es precisamente el sector turístico el que destaca sobre los demás, dada la alta repercusión de la distribución por Internet del producto turístico.

Gráfica 29: Empresas con conexión a Internet que disponen de website clasificadas por sector

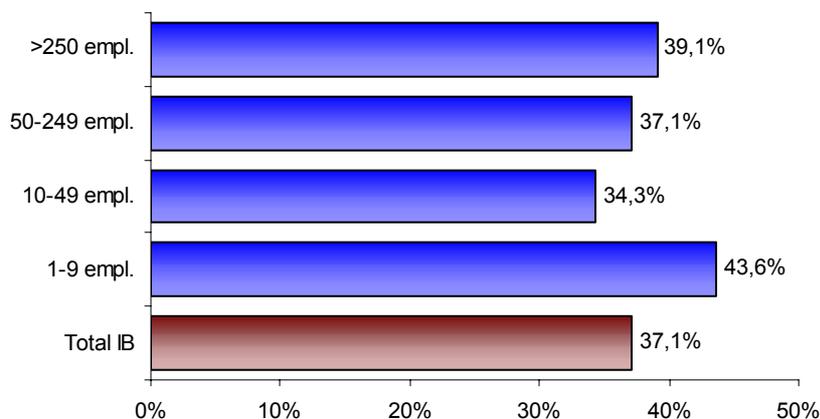
Otro aspecto interesante es el número de empresas que compran on-line. En la Gráfica 30 se presenta el porcentaje de empresas con acceso a Internet que realizan compras de forma on-line. En este caso si hay una gran disparidad entre las zonas, destacando Migjorn y Menorca como las que más compras utilizan este nuevo canal de compra, mientras que Tramuntana la que menos.

Gráfica 30: Empresas con conexión a Internet que realizan compras on-line



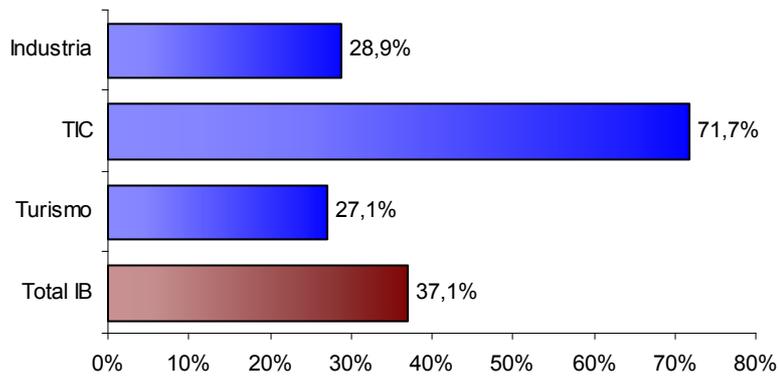
Las diferencias son en este caso también marcadas si separamos por tamaño de empresa (Gráfica 31), ya que el 43,6% de las microempresas con conexión a Internet realizan compras on-line, pero este porcentaje se ve reducido al 34,3%-39,1% en la empresa de 10 o más empleados. Aunque a primera vista estos datos pueden parecer ilógicos, la gran empresa no suele realizar las compras de forma on-line, sino a través de representante, pedido, etc, haciendo el pago a través de transferencia bancaria. En cambio la microempresa tiene tendencia a comprar de forma más parecida a un ciudadano, ya que su volumen de compra es menor.

Gráfica 31: Empresas con conexión que realizan compras on-line clasificadas por tamaño



Respecto a la clasificación por actividad económica de las empresas con acceso a Internet que compran on-line, destaca sobremanera el alto porcentaje (71,7%) de las empresas TIC, comparado con porcentajes que rondan el 28% en los restantes dos sectores.

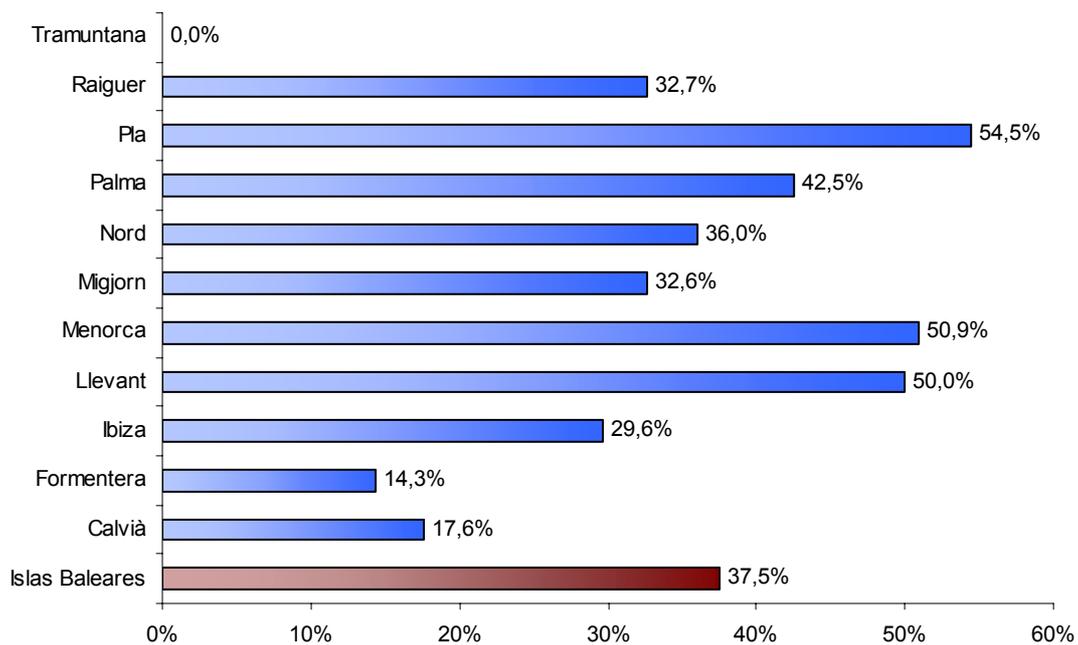
Gráfica 32: Empresas con conexión que realizan compras on-line clasificadas por sector



Pero es también importante indicar si estas empresas compran significativamente o solo algún producto esporádico. Para ello, en la Gráfica 33 se presenta el porcentaje de empresas que realizan compran on-line donde el porcentaje de compras por este canal representa más del 5% del total de su volumen de compra. Siguen siendo acusadas las diferencias, siendo de nuevo Formentera donde, además de ser la zona donde menos empresas compran on-line, las que compran lo hacen por lo general de forma esporádica.

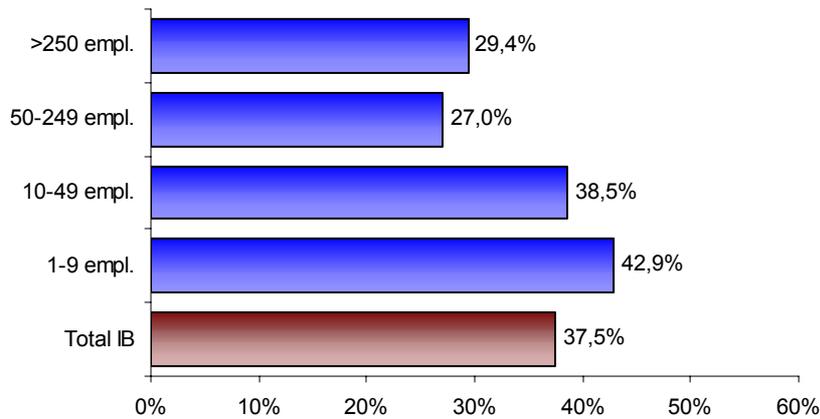
Remarcar que la base de partida son sólo las empresas que realizan compras on-line.

Gráfica 33: Empresas que compran on-line más del 5% del total de compras (Base: Empresas que compran on-line)



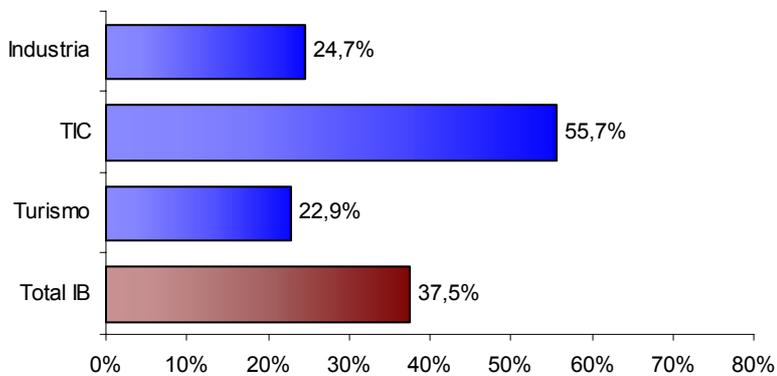
Y de nuevo también es en la microempresa donde las compras son más significativas, donde el 42,9% de las empresas que compran on-line superan por este medio el 5% del total de facturación. Para las empresas de 10 o más este porcentaje se reduce del 38,5% al 27%.

Gráfica 34: Empresas que compran on-line más del 5% del total de compras clasificadas por tamaño (Base: Empresas que compran on-line)



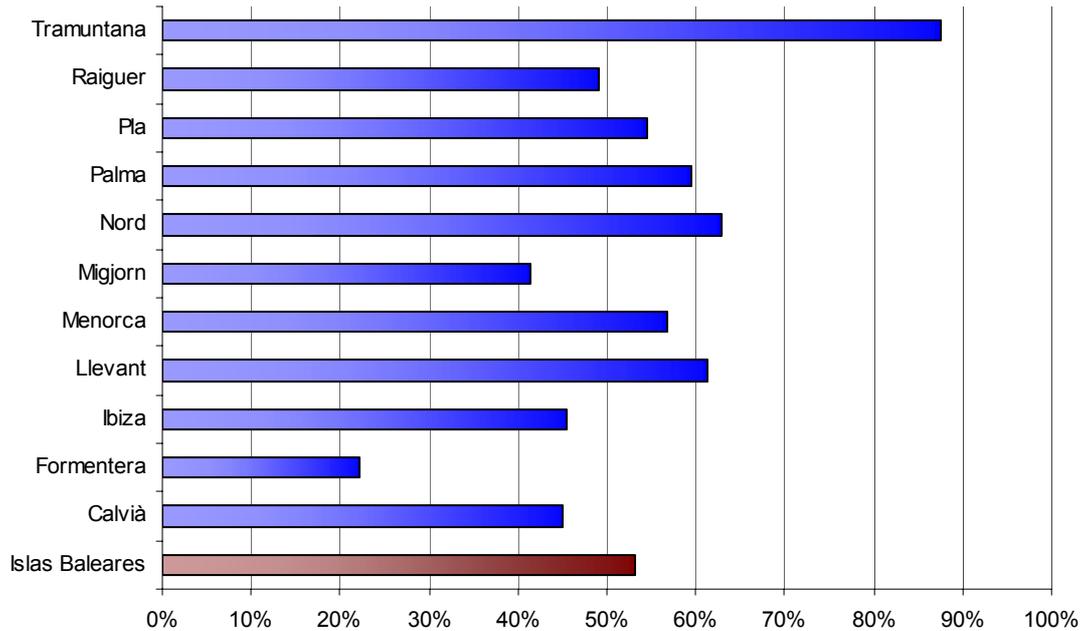
Respecto a la clasificación por sectores, es lógico que sea también en el sector TIC donde más empresas de las que compran de forma on-line superen el 5% de sus compras totales mediante compra on-line. También los dos restantes sectores tienen en este caso una proporción de empresas muy parecidas, rondando el 23%. En la Gráfica 35 aparecen estos datos comparados con la media regional.

Gráfica 35: Empresas que compran on-line más del 5% del total de compras clasificadas por sector (Base: Empresas que compran on-line)



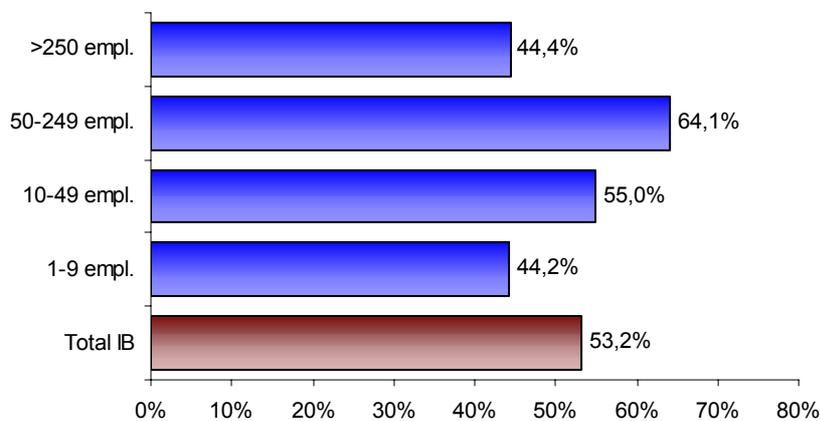
Es importante saber también el número de empresas que han realizado pagos mediante un sistema de pago seguro on-line. Este parámetro aparece en la Gráfica 36, donde se presentan concretamente las empresas que, habiendo comprado on-line, han pagado también mediante un sistema de pago seguro.

Gráfica 36: Empresas que han comprado on-line y pagaron mediante pago seguro on-line



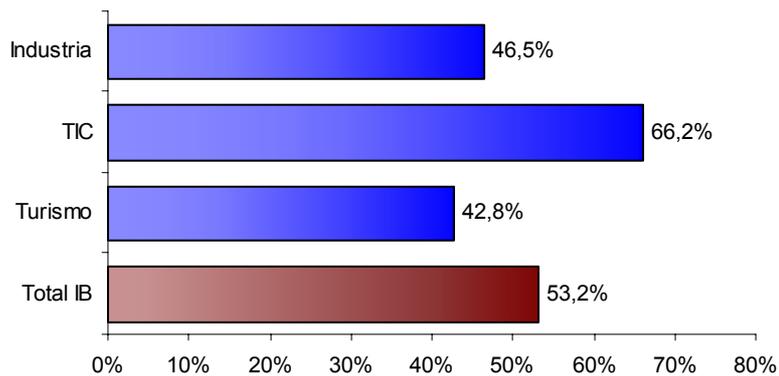
Pero en el caso de pagar de forma on-line, la microempresa es más reacia a utilizar este sistema, ya que solo el 44,2% de las empresas que compran on-line pagan por este sistema, siendo este porcentaje algo inferior a la gran empresa. La mediana empresa es, en este caso, la que más utiliza este sistema de pago, como se puede observar en la Gráfica 37.

Gráfica 37: Empresas que han comprado on-line y pagaron mediante pago seguro on-line clasificadas por tamaño



Al centrarse en la clasificación de los sectores, son de nuevo las empresas TIC las que más pagos mediante sistemas de pago seguro on-line realizan, con un 66,2% de las empresas que han comprado de forma on-line, tal como se puede apreciar en la Gráfica 38.

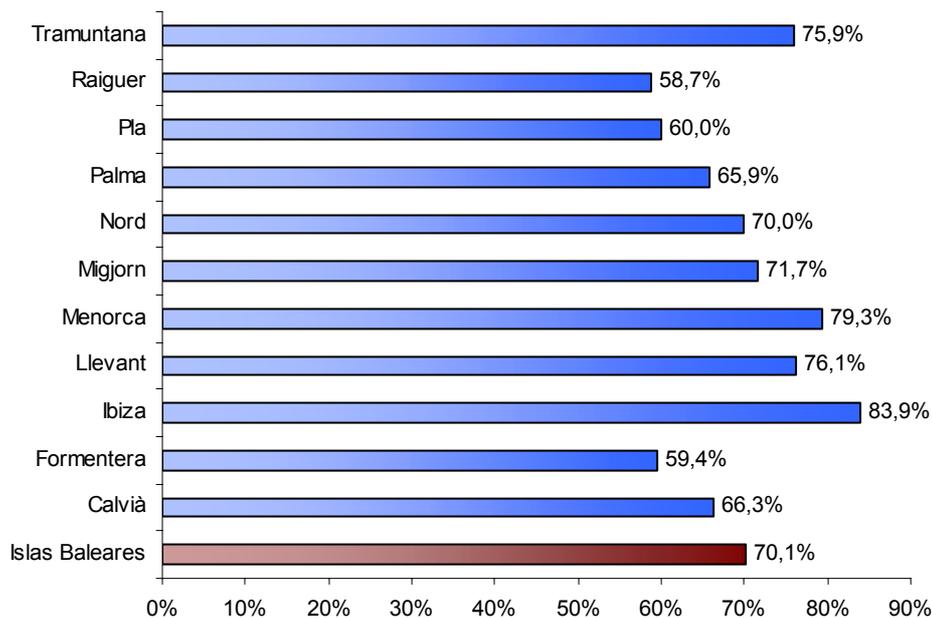
Gráfica 38: Empresas que han comprado on-line y pagaron mediante pago seguro on-line clasificadas por sector



Si hasta ahora se ha estudiado a la empresa como compradora, debemos ahora hacerlo como vendedora de producto o servicio.

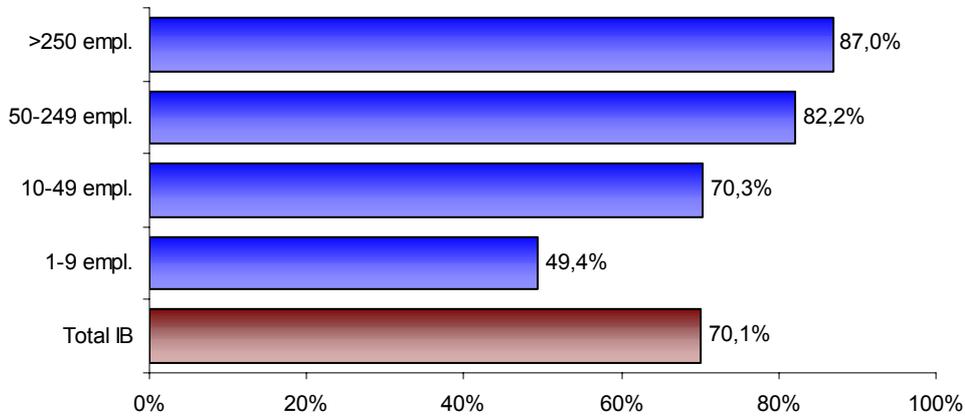
En la Gráfica 39 aparece el porcentaje de empresas con página Web que reciben pedidos por Internet. Es significativo el caso de Tramuntana, donde las empresas no compran por Internet, pero si venden sus productos (y además, adelantando datos del próximo grupo de gráficos, venden no solo de forma esporádica).

Gráfica 39: Empresas con website que venden por Internet



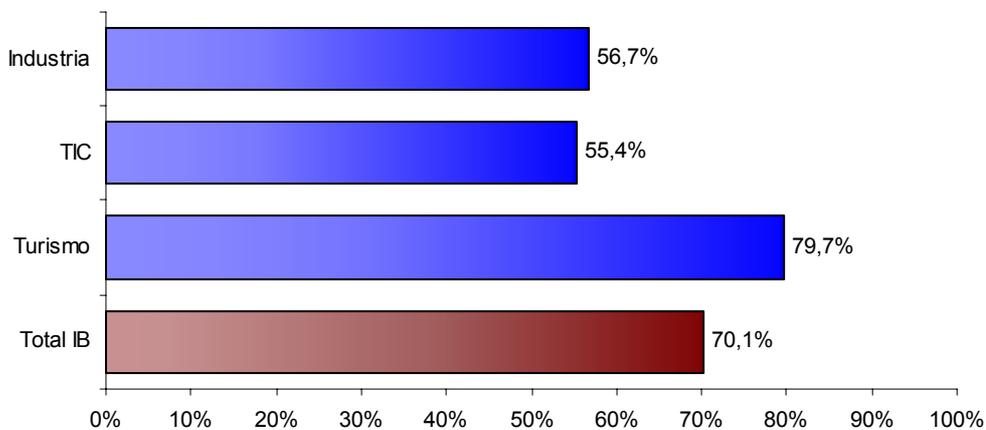
Por lo que concierne a la clasificación por tamaño de empresa, el porcentaje de empresas con website que vende por Internet depende ya mucho de este factor. De esta forma, solo menos del 50% de las empresas con website de menos de 10 empleados venden por Internet, mientras que este porcentaje se va incrementando proporcionalmente al número de empleados, hasta llegar al 87% en las grandes empresas, como se puede observar en la Gráfica 40.

Gráfica 40: Empresas con website que venden por Internet clasificadas por tamaño



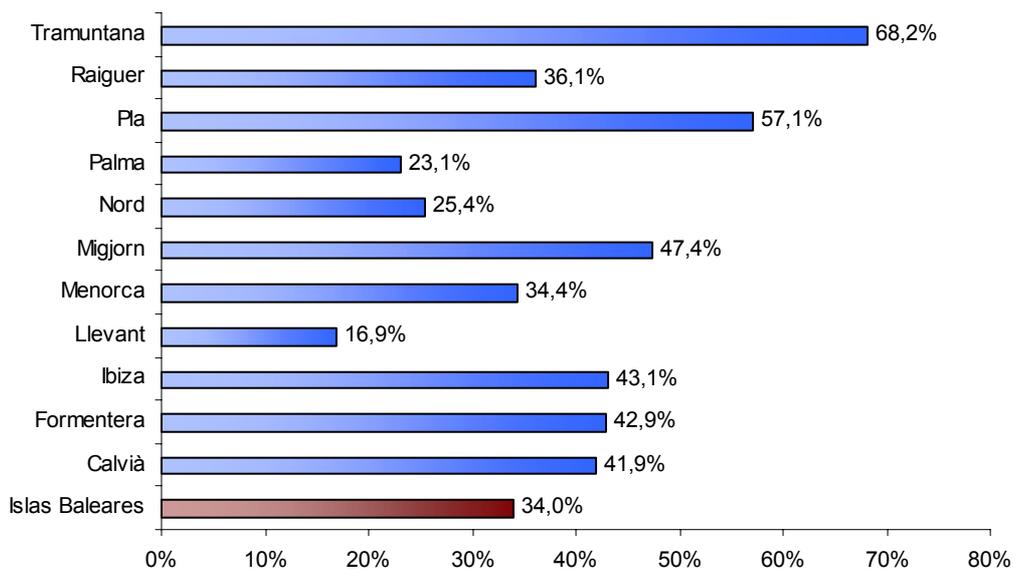
Y es como no el sector turístico el que con mucha diferencia más utiliza la página web para efectuar venta de sus productos, con casi el 80% del total de empresas que disponen de website, en comparación con aproximadamente el 56% de las empresas de los otros sectores bajo estudio.

Gráfica 41: Empresas con website que venden por Internet clasificadas por sector



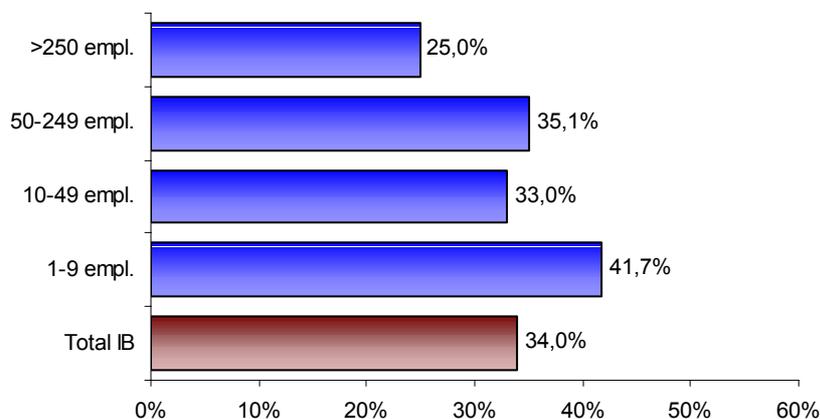
Como en el caso de las compras, es interesante discernir entre las empresas que venden de forma esporádica y las que ello representa un canal importante en su estrategia de ventas. En la Gráfica 42 se representan las empresas que venden on-line, donde el volumen de venta por este canal supera el 5% del total de ventas.

Gráfica 42: Empresas que venden on-line con un volumen de ventas superior al 5% del total (Base: Empresas que venden on-line)



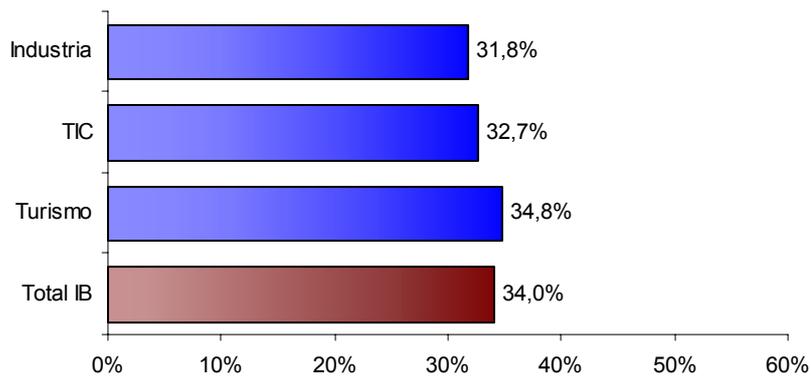
Aunque el número de microempresas que venden on-line es inferior al de las empresas mayores, no lo es el porcentaje de estas microempresas donde sus ventas on-line representan más del 5% del volumen total de ventas, siendo del 41,7% frente una media del 34% para todas las empresas.

Gráfica 43: Empresas que venden on-line con un volumen de ventas superior al 5% del total clasificadas por tamaño (Base: Empresas que venden on-line)



Al centrarse en la clasificación por sectores, resulta sorprendente que el sector turístico no sobresalga significativamente con respecto a los demás sectores. De esta forma se puede observar en la Gráfica 44 como solo hay una diferencia porcentual de un 3% entre todos los sectores bajo estudio.

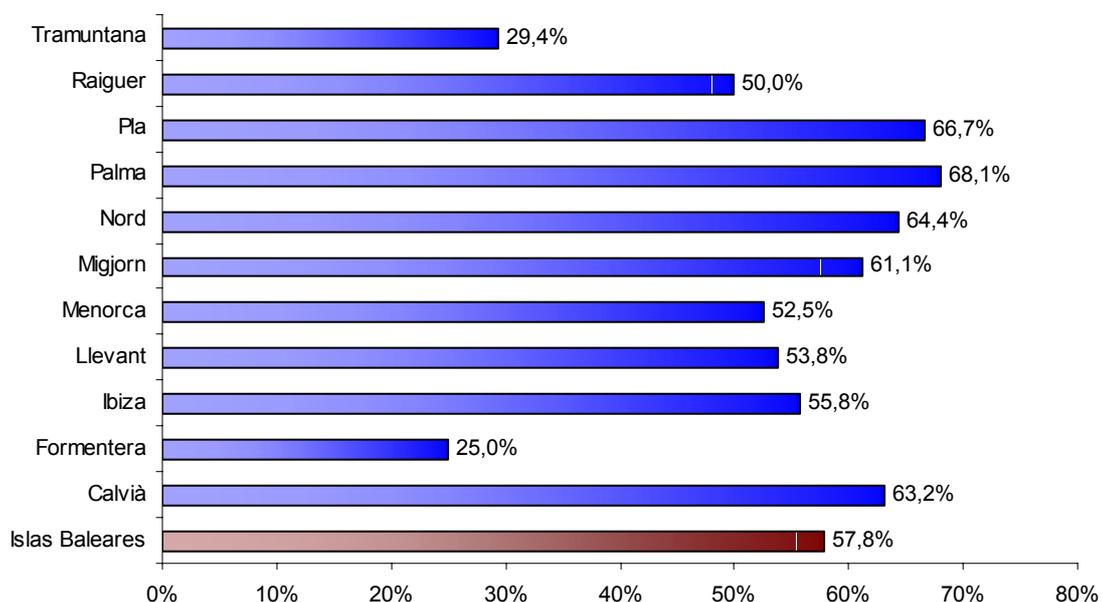
Gráfica 44: Empresas que venden on-line con un volumen de ventas superior al 5% del total clasificadas por sector (Base: Empresas que venden on-line)



Es también importante el número de empresas que disponen de sistemas para recibir pagos on-line y reciben pagos por este medio. En la Gráfica 45 aparece este indicador reflejado.

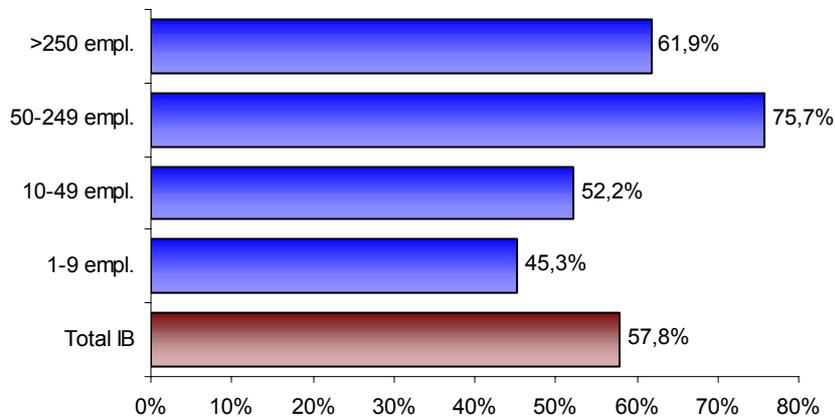
Se parte como base de las empresas que reciben pedidos on-line. Por lo tanto, de los datos obtenidos se desprende que más del 42% de las empresas que realizan comercio electrónico no disponen de un sistema de pago seguro on-line, aunque ello no implica que no garanticen la seguridad de la transferencia del importe del producto/servicio comprado, ya que éste se puede realizar por medios no clasificados on-line (contra reembolso, transferencia bancaria, pago en mano en caso del producto turístico...) pero identificados como seguros.

Gráfica 45: Empresas que reciben pedidos on-line y disponen de sistema de pago seguro on-line



Si se estudia la clasificación de este indicador respecto al tamaño de la empresa, son de nuevo las pequeñas empresas las que menos sistemas de pago seguro on-line tienen implementados, aunque se puede observar en la Gráfica 46 un punto de inflexión en las empresas de 50 a 249 trabajadores, al ser éstas las que más sistemas implementados disponen.

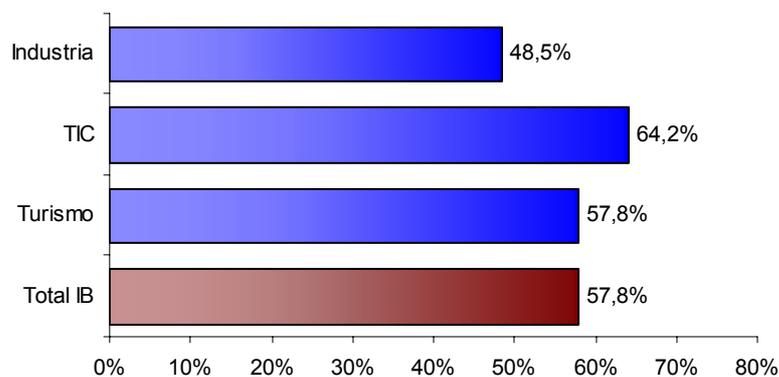
Gráfica 46: Empresas que reciben pedidos on-line y disponen de sistema de pago seguro on-line clasificadas por tamaño



Estudiando ahora estas empresas clasificadas por el sector empresarial, se observa en la Gráfica 47 que son las empresas TIC las que más implementado tienen este pago seguro on-line, por encima del sector turístico y el industrial.

Cabe remarcar que el producto turístico es el único donde el cliente/comprador de producto se desplaza, pudiendo este realizar el pago de forma personal, mientras que en los demás es el producto el que se desplaza, siendo entonces más importante un sistema de pago seguro on-line.

Gráfica 47: Empresas que reciben pedidos on-line y disponen de sistema de pago seguro on-line clasificadas por sector

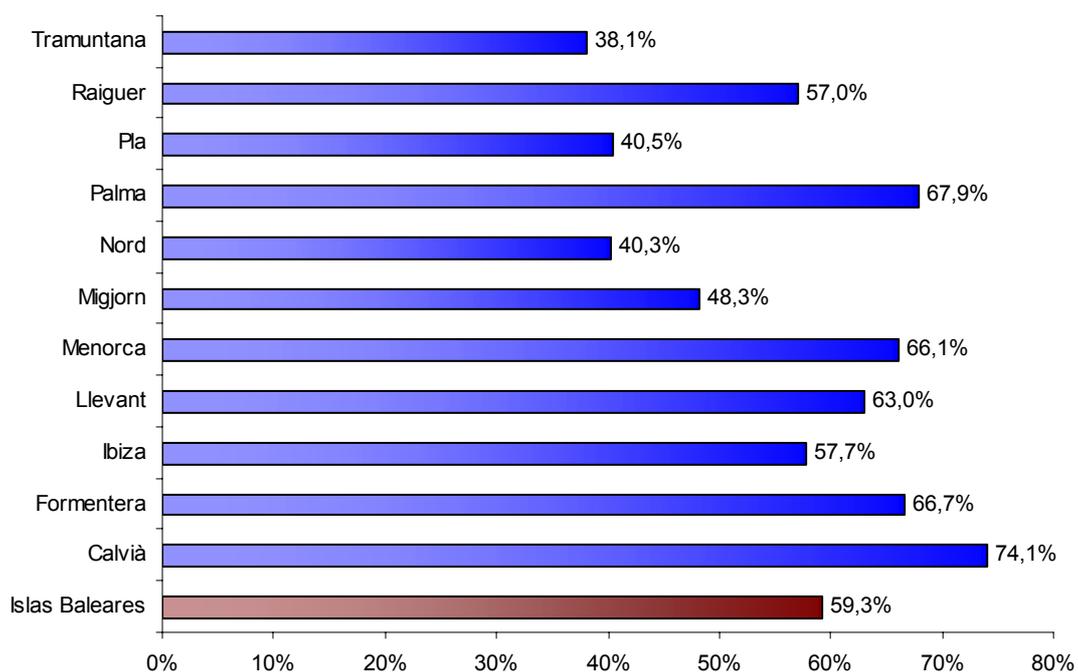


e-Administración

Referente a las relaciones electrónicas de las empresas con la Administración Pública, se presenta en la Gráfica 48 el porcentaje de empresas con conexión a Internet que hacen algún tipo de interacción con las AAPP.

Las diferencias que se pueden apreciar son muy considerables, llegando al 36% entre la zonas con más interacción y la que menos (Calvià y Tramuntana respectivamente).

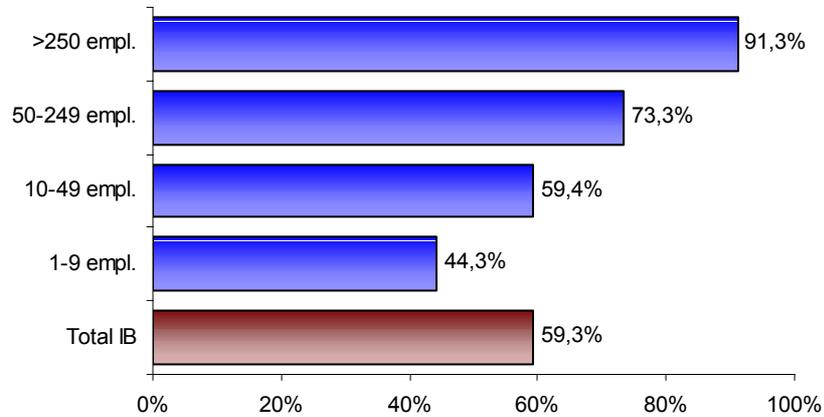
Gráfica 48: Empresas con Internet que se comunican por este medio con las AAPP



Clasificadas por tamaño de empresa, la interacción electrónica de éstas con las AAPP está directamente ligada al tamaño de éstas, tal y como se puede observar en la Gráfica 49.

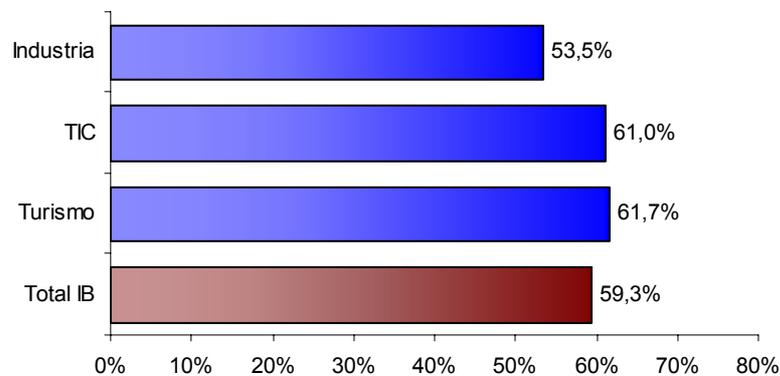
Estas diferencias son lógicas y explicables tanto por la carga de gestión de cada empresa, que es proporcional al tamaño de ésta, así como a la externalización o no de la gestión con las AAPP, más usual en la pequeña empresa.

Gráfica 49: Empresas con Internet que se comunican por este medio con las AAPP clasificadas por tamaño



Por lo que se refiera a la clasificación por sectores, las diferencias no son muy grandes (8,2%), destacando el sector turístico y el TIC sobre el industrial.

Gráfica 50: Empresas con Internet que se comunican por este medio con las AAPP clasificadas por sector

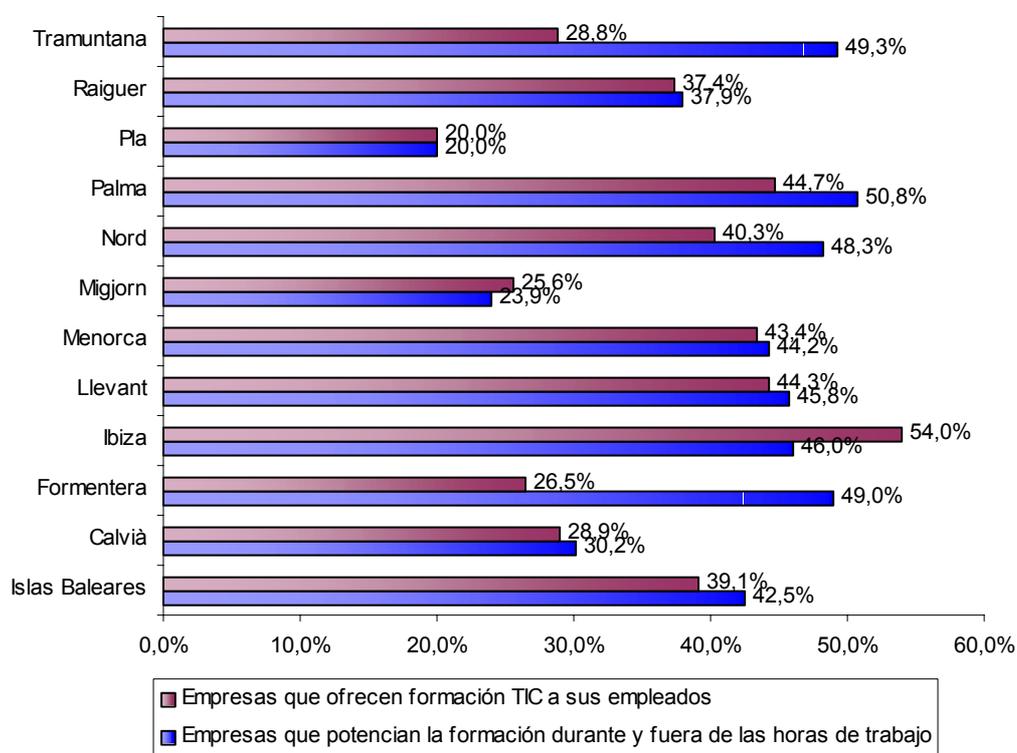


Formación TIC

El último punto importante a destacar es el que hace referencia a la formación dentro de la empresa y, en especial, la formación TIC.

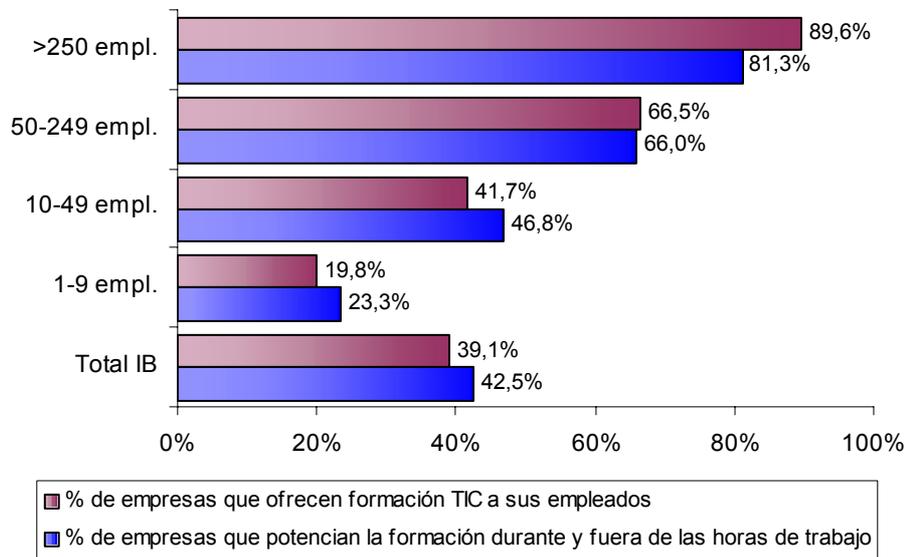
En la Gráfica 51 se presentan tanto las empresas que ofrecen formación TIC a sus empleados como las que potencian la formación tanto durante como fuera de las horas de trabajo. El universo de empresas es todas las empresas entrevistadas.

Gráfica 51: Formación dentro de la empresa



Como es de suponer, es la empresa de 10 o más empleados la que ofrece mayor posibilidad de formación en la empresa. Por lo contrario, las pequeñas empresas rondan solo porcentajes del 20% aproximadamente en ambos casos. En la Gráfica 52 se observa que en todos los casos, la formación en la empresa es siempre proporcional al tamaño de ésta.

Gráfica 52: Formación dentro de la empresa clasificada por tamaño

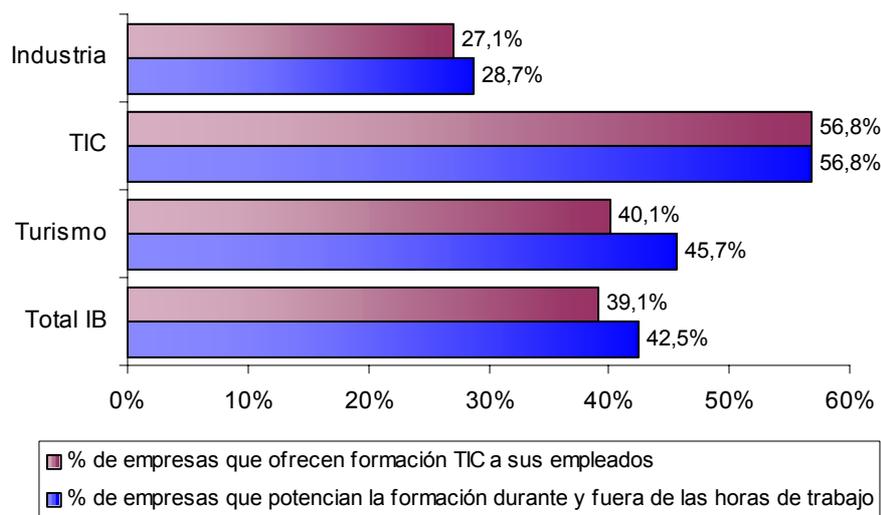


Por lo que respecta a la clasificación por sector empresarial, es el sector TIC el que más potencia la formación de sus trabajadores, motivado seguramente por la extremada rapidez de cambios de tecnologías en este sector.

En el caso opuesto, el sector industrial, donde no llegan al 30% las empresas que potencian la formación, cosa que a la larga puede verse reflejado en la competitividad de este sector.

En la Gráfica 53 se observan con más detalle todos estos aspectos.

Gráfica 53: Formación dentro de la empresa clasificada por sector



Anexo - Índice de gráficas

En el presente anexo se listan las gráficas que aparecen en este documento, así como el número de página correspondiente:

Gráfica 1:	<i>Individuos con acceso a Internet desde el hogar</i>	6
Gráfica 2:	<i>Estimación de individuos con acceso a Internet desde el hogar 2005-2006</i>	7
Gráfica 3:	<i>Motivos de no-conexión en el hogar</i>	8
Gráfica 4:	<i>Hogares con banda ancha y estimación a un año</i>	9
Gráfica 5:	<i>Hogares con conexión por banda ancha que disponen de 2 Mbps o más</i>	10
Gráfica 6:	<i>Usuarios de Internet y diferencia entre usuarios y hogares con conexión</i>	11
Gráfica 7:	<i>Utilización semanal de Internet</i>	12
Gráfica 8:	<i>Usos comerciales de Internet en el último año</i>	13
Gráfica 9:	<i>Usuarios de Internet que utilizan banca electrónica</i>	14
Gráfica 10:	<i>Usuarios que han tenido contacto on-line con AAPP clasificados por tipo de contacto</i>	15
Gráfica 11:	<i>Usuarios de e-Gobierno satisfechos del e-Gobierno local</i>	16
Gráfica 12:	<i>Razones por no utilizar la e-AAPP</i>	17
Gráfica 13:	<i>Usuarios que contactan por Internet con su médico/clínica</i>	18
Gráfica 14:	<i>Usuarios que buscan información relativa a la salud en Internet</i>	19
Gráfica 15:	<i>Empresas con ordenador</i>	20
Gráfica 16:	<i>Empresas con ordenador clasificadas por tamaño</i>	21
Gráfica 17:	<i>Empresas con ordenador clasificadas por actividad económica</i>	21
Gráfica 18:	<i>Empresas con acceso a Internet</i>	22
Gráfica 19:	<i>Empresas con acceso a Internet clasificadas por tamaño de empresa</i>	22
Gráfica 20:	<i>Empresas con acceso a Internet clasificadas por actividad económica</i>	23
Gráfica 21:	<i>Tipo de conexión a Internet en la empresa</i>	24
Gráfica 22:	<i>Tipo de conexión a Internet en la empresa clasificado por tamaño de empresa</i>	25
Gráfica 23:	<i>Tipo de conexión a Internet en la empresa por sector empresarial</i>	25
Gráfica 24:	<i>Conectividad dentro de las empresas</i>	26
Gráfica 25:	<i>Conectividad dentro de las empresas clasificado por tamaño de empresa</i>	27
Gráfica 26:	<i>Conectividad dentro de las empresas clasificado por actividad empresarial</i>	27
Gráfica 27:	<i>Empresas con conexión que disponen de website</i>	28
Gráfica 28:	<i>Empresas con conexión a Internet que disponen de website clasificadas por tamaño</i>	29
Gráfica 29:	<i>Empresas con conexión a Internet que disponen de website clasificadas por sector</i>	29
Gráfica 30:	<i>Empresas con conexión a Internet que realizan compras on-line</i>	30
Gráfica 31:	<i>Empresas con conexión que realizan compras on-line clasificadas por tamaño</i>	30
Gráfica 32:	<i>Empresas con conexión que realizan compras on-line clasificadas por sector</i>	31
Gráfica 33:	<i>Empresas que compran on-line más del 5% del total de compras</i>	32
Gráfica 34:	<i>Empresas que compran on-line más del 5% del total de compras por tamaño</i>	32
Gráfica 35:	<i>Empresas que compran on-line más del 5% del total de compras por sector</i>	33
Gráfica 36:	<i>Empresas que han comprado on-line y pagaron mediante pago seguro on-line</i>	34
Gráfica 37:	<i>Empresas que han comprado on-line y pagaron con pago seguro on-line por tamaño</i>	34
Gráfica 38:	<i>Empresas que han comprado on-line y pagaron con pago seguro on-line por sector</i>	35
Gráfica 39:	<i>Empresas con website que venden por Internet</i>	36
Gráfica 40:	<i>Empresas con website que venden por Internet clasificadas por tamaño</i>	37
Gráfica 41:	<i>Empresas con website que venden por Internet clasificadas por sector</i>	37
Gráfica 42:	<i>Empresas que venden on-line con un volumen de ventas >5% del total</i>	38
Gráfica 43:	<i>Empresas que venden on-line con un volumen de ventas >5% del total por tamaño</i>	38
Gráfica 44:	<i>Empresas que venden on-line con un volumen de ventas >5% del total por sector</i>	39
Gráfica 45:	<i>Empresas que reciben pedidos on-line y disponen de sistema de pago seguro on-line</i>	40
Gráfica 46:	<i>Empresas con pedidos on-line y sistema de pago seguro on-line por tamaño</i>	41
Gráfica 47:	<i>Empresas con pedidos on-line y sistema de pago seguro on-line por sector</i>	41
Gráfica 48:	<i>Empresas con Internet que se comunican por este medio con las AAPP</i>	42

Gráfica 49:	<i>Empresas con Internet que se comunican por este medio con las AAPP por tamaño</i>	43
Gráfica 50:	<i>Empresas con Internet que se comunican por este medio con las AAPP por sector</i>	43
Gráfica 51:	<i>Formación dentro de la empresa</i>	44
Gráfica 52:	<i>Formación dentro de la empresa clasificada por tamaño</i>	45
Gráfica 53:	<i>Formación dentro de la empresa clasificada por sector</i>	45

Anexo II- Hogares

Para realizar este estudio se obtuvo una muestra de 2860 Hogares con una confianza del 95% y una precisión del 2% del universo bajo estudio (850.000 habitantes).

Asimismo, se han entrevistado únicamente a personas entre 16 y 64 años (inclusive).

Nota: Para la correcta interpretación de los datos es muy importante comprobar el Universo de cada indicador. Algunos de ellos son la población, otros los usuarios de Internet, otros los usuarios de Internet con acceso por banda ancha, etc.

Seguidamente se detallan los resultados obtenidos para todos los indicadores y diferentes zonas:

e-Ciudadanos	Islas Baleares	CALVIÀ	LLEIVANT	MIGJORN	PLÀ	PALMA	NORD	RAIGUER	TRAMUNTANA	MENORCA	EIVISSA	FORMENTERA	Base de referencia
1. % de individuos con acceso a Internet desde cada	34,6%	45,7%	31,3%	33,7%	30,7%	37,6%	37,0%	32,9%	28,0%	33,8%	34,0%	38,8%	total de hogares
2. % de hogares con acceso a Internet con acceso de banda ancha	57,2%	81,1%	45,0%	56,9%	45,2%	66,2%	55,9%	66,7%	58,5%	53,4%	50,7%	46,9%	total de hogares con acceso a Internet
3. % de hogares con Internet conectados mediante banda ancha >2Mbps	28,4%	31,7%	3,7%	30,3%	42,9%	27,9%	21,1%	44,7%	12,9%	33,3%	20,6%	40,0%	total de hogares con acceso a Internet banda ancha
4. % de individuos usuarios regulares de Internet (clasificados por frecuencia de uso)	39,2%	47,5%	40,6%	38,4%	39,1%	39,9%	33,2%	34,1%	40,2%	37,0%	38,6%	44,2%	total de hogares
Cada día	53,4%	62,3%	46,2%	63,6%	59,5%	66,7%	42,6%	64,4%	40,8%	55,0%	40,8%	47,9%	total usuarios de Internet
Varias veces a la semana	33,0%	35,1%	32,1%	24,2%	34,2%	29,0%	37,7%	32,2%	30,3%	33,8%	40,8%	32,9%	total usuarios de Internet
aproximadamente una vez a la semana	4,9%	1,3%	7,7%	4,5%	5,1%	2,9%	9,8%	1,7%	5,3%	3,8%	6,6%	5,5%	total usuarios de Internet
aproximadamente una vez al mes	0,7%	0,0%	1,3%	0,0%	1,3%	0,0%	4,9%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	total usuarios de Internet
con menos frecuencia	1,9%	1,3%	1,3%	6,1%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	3,9%	0,0%	0,0%	6,8%	total usuarios de Internet
menos de una hora	5,0%	3,9%	2,6%	6,1%	6,3%	17,4%	8,2%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	11,0%	total usuarios de Internet
entre 1 y 5 horas	23,2%	22,1%	24,4%	27,3%	29,1%	31,9%	24,6%	22,0%	10,5%	28,8%	25,0%	9,6%	total usuarios de Internet
entre 6 y 10 horas	32,5%	37,7%	41,0%	25,8%	29,1%	21,7%	29,5%	32,2%	30,3%	28,8%	42,1%	37,0%	total usuarios de Internet
entre 11 y 20 horas	18,8%	26,0%	6,4%	13,6%	26,6%	15,9%	18,0%	25,4%	23,7%	18,8%	10,5%	21,9%	total usuarios de Internet
más de 20 horas	9,4%	9,1%	1,3%	21,2%	6,3%	11,6%	9,8%	15,3%	2,6%	11,3%	7,9%	11,0%	total usuarios de Internet

e-Ciudadanos	Islas Baleares	CALVIÀ	LLEUVANT	MIGJORN	PLA	PALMA	NORD	RAIGUER	TRAMUNTANA	MENORCA	EIVISSA	FORMENTERA	Base de referencia
5. % de usuarios de Internet que hacen uso de Internet en													total usuarios de Internet
casa	85,3%	94,8%	80,8%	84,8%	78,5%	89,9%	90,2%	91,5%	69,7%	88,8%	86,8%	84,9%	total usuarios de Internet
lugar de trabajo	36,5%	33,8%	46,2%	33,3%	45,6%	44,9%	27,9%	33,9%	36,8%	31,3%	27,6%	38,4%	total usuarios de Internet
centro de estudios	9,2%	9,1%	5,1%	12,1%	12,7%	5,8%	9,8%	11,9%	3,9%	8,8%	13,2%	9,6%	total usuarios de Internet
casa de amigos	3,4%	0,0%	6,4%	12,1%	2,5%	0,0%	4,9%	1,7%	2,6%	2,5%	1,3%	4,1%	total usuarios de Internet
En movimiento													total usuarios de Internet
Cibercafé	2,8%	0,0%	6,4%	7,6%	0,0%	1,4%	3,3%	1,7%	7,9%	0,0%	1,3%	1,4%	total usuarios de Internet
6. % de usuarios de Internet que han utilizado un PIAP (Punto Público de Acceso a Internet)	3,0%	1,3%	9,0%	0,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%	1,3%	0,0%	4,1%	total usuarios de Internet
7. % de usuarios de Internet que han pagado bienes o servicios on-line en los últimos 12 meses	24,3%	32,5%	19,2%	34,8%	16,5%	27,5%	18,0%	33,9%	26,3%	18,8%	21,1%	21,9%	total usuarios de Internet
8. % de usuarios de Internet que han utilizado encargar productos y servicios en los últimos 12 meses/last 12 months	27,8%	32,5%	32,1%	30,3%	22,8%	33,3%	14,8%	35,6%	26,3%	23,8%	23,7%	31,5%	total usuarios de Internet
9. % de usuarios de Internet que han comprado billetes de transportes online en los últimos 12 meses	35,5%	42,9%	34,6%	47,0%	26,6%	21,7%	19,7%	44,1%	44,7%	35,0%	35,5%	38,4%	total usuarios de Internet
10. % de usuarios de Internet que han usado Internet para realizar banca electrónica	47,3%	51,9%	48,7%	53,0%	48,1%	53,6%	29,5%	42,4%	52,6%	52,5%	40,8%	43,8%	total usuarios de Internet

e-Ciudadanos	Islas Baleares	CALVIÀ	LLEIVANT	MIGJORN	PLÀ	PALMA	NORD	RAIGUER	TRAMUNTANA	MENORCA	EIVISSA	FORMENTERA	Base de referencia
11. % de usuarios de Internet que han tenido algún contrato con la Administración Pública mediante Internet													total usuarios de Internet
conseguir información o bajarse formularios	32,3%	27,6%	36,8%	14,8%	35,0%	45,6%	22,8%	48,3%	42,6%	33,3%	37,3%	13,4%	total usuarios de Internet
enviar formularios o pagos	9,5%	14,5%	5,3%	8,2%	17,5%	7,4%	0,0%	1,7%	7,4%	8,3%	0,0%	28,4%	total usuarios de Internet
no	52,2%	55,3%	29,8%	75,4%	47,5%	47,1%	75,4%	50,0%	38,9%	51,4%	50,7%	52,2%	total usuarios de Internet
No sabe	6,0%	2,6%	28,1%	1,6%	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%	11,1%	6,9%	11,9%	6,0%	total usuarios de Internet
12. % de usuarios satisfechos del eGobierno local	72,4%	82,4%	77,3%	36,8%	97,6%	94,4%	35,5%	74,4%	68,6%	87,9%	67,6%	70,6%	total usuarios que contactan con Ad.Pública
13. % de población que ha enviado SMS	12,8%	19,8%	17,7%	12,8%	11,4%	10,4%	4,9%	2,3%	19,0%	12,0%	14,2%	16,4%	total de hogares
i. % de usuarios de Internet que utilizan reguralmente el correo electrónico	85,4%	96,1%	71,8%	89,4%	91,1%	92,8%	85,2%	94,9%	71,1%	85,0%	85,5%	79,5%	total usuarios de Internet
14. % de la población con teléfono móvil	86,3%	85,2%	83,9%	86,0%	78,7%	79,2%	90,2%	90,8%	78,3%	94,0%	93,9%	88,5%	total de hogares
i. % de población con móvil que pueden acceder a Internet utilizando sus teléfonos móviles	24,4%	28,3%	25,5%	26,4%	33,3%	21,2%	17,5%	21,0%	31,1%	16,7%	23,2%	27,4%	total de hogares con móvil
15. % de usuarios de Internet que han utilizado Internet en los últimos 12 meses con fines privados para comunicarse con su médico/clínica	3,3%	7,8%	7,7%	1,5%	0,0%	2,9%	0,0%	6,8%	1,3%	2,5%	2,6%	2,7%	total usuarios de Internet

e-Ciudadanos	Islas Baleares	CALVIÀ	LLEUVANT	MIGJORN	PLÀ	PALMA	NORD	RAIGUER	TRAMUNTANA	MENORCA	EIVISSA	FORMENTERA	Base de referencia
16. % usuarios de Internet que acceden mediante Internet a información relativa a la salud	16,4%	13,0%	21,8%	18,2%	15,2%	15,9%	13,1%	22,0%	13,2%	11,3%	13,2%	24,7%	total usuarios de Internet
17. % de usuarios de Internet que tienen/consiguen noticias acerca de una región mediante Internet para:													
i. Consulta de horarios de apertura, direcciones, u otra información práctica referente a una región	50,4%	62,3%	44,9%	47,0%	68,4%	55,1%	29,5%	57,6%	57,9%	36,3%	47,4%	45,2%	total usuarios de Internet
18. % de usuarios de Internet que han accedido a información online referente al tráfico en los últimos 12 meses.	22,5%	23,4%	9,0%	31,8%	8,9%	30,4%	29,5%	45,8%	11,8%	20,0%	21,1%	26,0%	total usuarios de Internet
19. % de usuarios de Internet que han buscado trabajo online	17,7%	27,3%	21,8%	6,1%	13,9%	10,1%	21,3%	5,1%	28,9%	20,0%	18,4%	17,8%	total usuarios de Internet
20. % de la población que ha realizado algún curso de NTIC	12,7%	10,5%	20,8%	10,5%	10,9%	13,3%	12,5%	6,9%	18,5%	9,3%	14,2%	12,1%	total de hogares
21. % desglose por dispositivo de acceso													
PC	99,7%	100%	98,3%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	98,5%	100%	total usuarios de Internet
Teléfono móvil	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	total usuarios de Internet
Ordenador Portátil	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	total usuarios de Internet
Televisión digital	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%	total usuarios de Internet
PDA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	total usuarios de Internet

e-Ciudadanos	Islas Baleares	CALVIÀ	LLEVANT	MIGJORN	PLA	PALMA	NORD	RAIGUER	TRAMUNTANA	MENORCA	EVISSA	FORMENTERA	Base de referencia
22. % de individuos que viven en hogares sin conexión porque...													
coste	4,6%	3,9%	1,6%	11,9%	2,7%	2,0%	3,7%	4,7%	3,9%	5,7%	6,6%	4,3%	total de hogares sin acceso a Internet
No la utilizan suficientemente a menudo	5,9%	1,3%	9,4%	6,4%	2,7%	5,9%	2,8%	4,7%	9,3%	5,7%	4,9%	9,8%	total de hogares sin acceso a Internet
No la necesitan	84,7%	89,5%	74,8%	79,8%	94,6%	91,1%	89,9%	89,7%	82,9%	84,3%	78,7%	80,4%	total de hogares sin acceso a Internet
Otros	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	total de hogares sin acceso a Internet
23. % Razones para no visitar las webs de las instituciones municipales													
Ignorancia de la existencia de website	73,0%	81,0%	25,0%	79,1%	89,5%	71,9%	53,5%	86,2%	80,0%	80,6%	66,7%	68,6%	total usuarios que no contactan con la Ad.Pública
No tengo interés en acceder a estos website	10,6%	9,5%	12,5%	18,6%	7,9%	9,4%	18,6%	10,3%	0,0%	5,6%	3,0%	14,3%	total usuarios que no contactan con la Ad.Pública
Demasiado complicado	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	3,1%	2,3%	0,0%	5,0%	2,8%	0,0%	2,9%	total usuarios que no contactan con la Ad.Pública
Falta de confianza													
Otros	11,7%	9,5%	50,0%	0,0%	0,0%	15,6%	18,6%	3,4%	15,0%	8,3%	18,2%	14,3%	total usuarios que no contactan con la Ad.Pública
24. % de individuos que viven en hogares sin acceso a Internet que tienen la intención de conectarse en los próximos 12 meses	7,6%	12,2%	4,1%	9,9%	6,3%	11,0%	9,7%	9,0%	7,0%	3,6%	7,1%	7,4%	total de hogares sin acceso a Internet
25. % de individuos que viven en hogares sin Internet o con banda estrecha que tienen la intención de adquirir una conexión de banda ancha en los próximos 12 meses	17,4%	15,4%	27,3%	16,7%	11,5%	15,8%	0,0%	14,3%	33,3%	20,0%	9,4%	22,6%	total de hogares con Internet no banda ancha

Anexo III- Empresas

Por lo que se refiere a empresas, se han estudiado los tres sectores de: Turismo, servicios TIC e Industria.

Se obtuvo una muestra de 2860 Empresas con una confianza del 95% y una precisión del 1,5%, entrevistándose al 75% de la muestra (2137 empresas) por falta de respuesta principalmente ocasionado por baja temporada.

El número de empresas entrevistas, así como el número de rechazos, se indica en la siguiente tabla:

ZONA	TURISMO			SERVICIOS			INDUSTRIA			TOTAL
	ENTREVISTAS	RECHAZOS	TOTAL	ENTREVISTAS	RECHAZOS	TOTAL	ENTREVISTAS	RECHAZOS	TOTAL	
Calvià	82	39	121	25	7	32	43	22	65	218
Llevant	93	24	117	30	10	40	80	30	110	267
Migjorn	61	21	82	24	16	40	32	14	46	168
Nord	90	21	111	13	4	17	46	10	56	184
Palma	208	48	256	103	24	127	68	17	85	468
Pla	26	12	38	0	2	2	24	3	27	67
Raiguer	67	14	81	19	10	29	120	28	148	258
Tramuntana	46	17	63	1	2	3	26	3	29	95
Menorca	66	29	95	35	17	52	28	7	35	182
Ibiza	82	20	102	30	11	41	14	5	19	162
Formentera	31	14	45	7	1	8	11	4	15	68
TOTAL	852	259	1111	287	104	391	492	143	635	2137

Asimismo, la distribución por sector y número de empleados es:

Distribución por Actividad Económica y tamaño de las empresas entrevistadas.		
Actividad	Empleados	Nº Empresas
Turismo	menos de 10 empleados	238
	entre 10 y 49 empleados	404
	entre 50 y 249 empleados	167
	más de 250 empleados	43
TOTAL TURISMO		852
Servicios	menos de 10 empleados	120
	entre 10 y 49 empleados	159
	entre 50 y 249 empleados	8
	más de 250 empleados	0
TOTAL SERVICIOS TIC		287
Industria	menos de 10 empleados	185
	entre 10 y 49 empleados	262
	entre 50 y 249 empleados	40
	más de 250 empleados	5
TOTAL INDUSTRIA		492
TOTAL		1631

Nota: Para la correcta interpretación de los datos es muy importante comprobar el Universo de cada indicador. Algunos de ellos son la población, otros los usuarios de Internet, otros los usuarios de Internet con acceso por banda ancha, etc.

Nota 2: Se presenta solo una pequeña representación de los datos. Actualmente disponemos de la clasificación dentro de cada sector por tamaño de empresa y por zona, así como el desglose por empleados dentro de cada zona. Para su consulta, remitimos a la hoja Excel con la información completa.

e-business Zonas estratificado por Empleados	ISLAS BALEARES			CALVIÀ	FORMENTERA	IBIZA	LLEVANT	MENORCA	MIGJORN	NORD	PALMA	PLA	RAIGUER	TRAMUNTANA	
	total	hasta 10 empl.	más de 10 empl.	total	total	total	total	total	total	total	total	total	total	total	
1 % de empresas que utilizan ordenador	88,7%	76,5%	98,8%	89,3%	95,9%	92,1%	85,7%	98,4%	90,6%	88,6%	87,0%	88,0%	83,5%	89,0%	total empresas entrevistadas
2 % empresas que estan conectadas a Internet	78,5%	61,3%	92,7%	75,2%	85,7%	88,1%	71,9%	84,5%	74,4%	79,9%	79,9%	74,0%	73,3%	86,3%	total empresas entrevistadas
3 % de empresas que usan															
Modem para acceder a Internet	25,2%	25,7%	24,9%	19,6%	14,3%	28,8%	43,2%	18,3%	27,6%	8,4%	16,9%	48,6%	46,4%	9,5%	total de empresas con conexión a Internet
RDSI para acceder a Internet	5,3%	4,7%	5,7%	6,3%	0,0%	12,6%	4,1%	6,4%	0,0%	5,9%	7,6%	0,0%	2,6%	0,0%	total de empresas con conexión a Internet
DSL (xDSL, ADSL, SDSL) <2 Mbit/s para acceder a Internet	27,6%	27,9%	27,4%	32,1%	11,9%	15,3%	31,5%	38,5%	24,1%	40,3%	15,9%	48,6%	34,4%	31,7%	total de empresas con conexión a Internet
DSL (xDSL, ADSL, SDSL) >2 Mbit/s para acceder a Internet	56,1%	50,3%	59,2%	45,5%	57,1%	66,7%	56,2%	48,6%	48,3%	45,4%	70,5%	37,8%	53,6%	46,0%	total de empresas con conexión a Internet
otro acceso de banda ancha >2 Mbit/s para acceder a Internet	2,2%	1,8%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	5,5%	1,8%	4,6%	0,0%	2,6%	0,0%	1,3%	6,3%	total de empresas con conexión a Internet
conexiones inalámbricas (p.e. satélite) para acceder a Internet	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	total de empresas con conexión a Internet
4 % de empresas que hacen uso de															
una red de área local (LAN)	43,9%	34,4%	49,0%	17,9%	23,8%	36,0%	65,1%	33,0%	21,8%	59,7%	50,7%	32,4%	41,1%	68,3%	total de empresas con conexión a Internet
Voz sobre IP IP (VoIP)	2,1%	0,7%	2,9%	0,0%	2,4%	1,8%	2,1%	1,8%	2,3%	0,0%	5,3%	0,0%	0,7%	0,0%	total de empresas con conexión a Internet
acceso remoto para empleados	9,1%	4,9%	11,4%	1,8%	0,0%	14,4%	13,7%	5,5%	4,6%	10,1%	14,2%	0,0%	8,6%	0,0%	total de empresas con conexión a Internet
red de área local inalámbrica (W-LAN)	19,8%	12,4%	23,8%	3,6%	7,1%	19,8%	6,8%	39,4%	19,5%	37,8%	26,5%	5,4%	17,2%	1,6%	total de empresas con conexión a Internet

e-business Zonas estratificado por Empleados	ISLAS BALEARES			CALVIÀ	FORMENTERA	IBIZA	LLEVANT	MENORCA	MIGJORN	NORD	PALMA	PLA	RAIGUER	TRAMUNTANA	
	total	hasta 10 empl.	más de 10 empl.												
5 % de empresas que compran on-line	37,1%	44,8%	32,9%	45,5%	21,4%	49,5%	30,1%	55,0%	52,9%	22,7%	37,7%	29,7%	32,5%	12,7%	total de empresas con conexión a Internet
6 % de empresas en las que su volúmen de ordenes de compra exceda el 5% del total del volumen de ordenes de compra	37,5%	41,7%	34,1%	17,6%	14,3%	29,6%	50,0%	50,9%	32,6%	36,0%	42,5%	54,5%	32,7%	0,0%	total de empresas que compran online
7 % de empresas que utilizan un SCM (supply chain management o manejo de la cadena de abastecimiento)	4,6%	2,2%	5,9%	1,8%	0,0%	5,4%	8,9%	0,9%	2,3%	1,7%	8,3%	0,0%	5,3%	0,0%	total de empresas con conexión a Internet
8 % de empresas que utilizan															
Una Intranet	41,6%	25,9%	50,1%	32,1%	42,9%	39,6%	38,4%	53,2%	32,2%	58,8%	55,0%	10,8%	29,8%	11,1%	total de empresas con conexión a Internet
una Extranet	45,2%	45,9%	44,8%	16,1%	31,0%	42,3%	63,7%	26,6%	20,7%	47,1%	59,9%	43,2%	64,2%	15,9%	total de empresas con conexión a Internet
ERP (Enterprise Resource Planning o sistema de planificación de recursos)	2,7%	0,9%	3,7%	1,8%	0,0%	5,4%	2,7%	2,8%	2,3%	1,7%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	total de empresas con conexión a Internet
9 % de empresas que realizan banca on-line	61,3%	58,1%	63,0%	61,6%	19,0%	64,9%	70,5%	78,0%	55,2%	50,4%	67,5%	48,6%	61,6%	38,1%	total de empresas con conexión a Internet
10 % de empresas que utilizan un CRM para organizar la información de sus clientes (customer relationship management o administración de relaciones con los clientes)	3,3%	1,3%	4,3%	1,8%	0,0%	1,8%	2,7%	4,6%	2,3%	0,0%	7,9%	0,0%	2,0%	0,0%	total de empresas con conexión a Internet
11 % de empresas que disponen de página web	74,6%	58,3%	83,5%	74,1%	76,2%	79,3%	74,7%	75,2%	60,9%	75,6%	75,5%	67,6%	70,2%	92,1%	total de empresas con conexión a Internet
12 % de empresas que reciben pedidos vía Internet (otras que por correo electrónico)	70,1%	54,4%	76,0%	66,3%	59,4%	83,9%	76,1%	79,3%	71,7%	70,0%	65,9%	60,0%	58,7%	75,9%	total de empresas con sitio web
13 % de empresas en las que el volumen de facturación on-line excede el 5% del total	34,0%	35,1%	33,7%	41,9%	42,9%	43,1%	16,9%	34,4%	47,4%	25,4%	23,1%	57,1%	36,1%	68,2%	total de empresas que reciben pedidos por Internet

e-business Zonas estratificado por Empleados	ISLAS BALEARES			CALVIÀ	FORMENTERA	IBIZA	LLEVANT	MENORCA	MIGJORN	NORD	PALMA	PLA	RAIGUER	TRAMUNTANA	
	total	hasta 10 empl.	más de 10 empl.												
14 % de empresas que han realizado pago seguro on-line	53,2%	46,5%	58,1%	45,1%	22,2%	45,5%	61,4%	56,7%	41,3%	63,0%	59,6%	54,5%	49,0%	87,5%	total de empresas que hacen pedidos por Internet
15 % de empresas que han recibido pagos seguros on-line	57,8%	45,8%	61,6%	63,2%	25,0%	55,8%	53,8%	52,5%	61,1%	64,4%	68,1%	66,7%	50,0%	29,4%	total de empresas que reciben pedidos por Internet
16 % de empresas que han protegido sus sistemas corporativos mediante															
Un cortafuegos	33,1%	32,6%	33,3%	18,8%	33,3%	26,1%	34,2%	37,6%	13,8%	43,7%	54,0%	10,8%	22,5%	4,8%	total de empresas con conexión a Internet
software antivirus	96,7%	96,5%	96,9%	91,1%	83,3%	93,7%	97,9%	98,2%	98,9%	98,3%	97,4%	94,6%	100,0%	98,4%	total de empresas con conexión a Internet
software de detección de intrusos	34,1%	29,5%	36,6%	16,1%	21,4%	50,5%	41,1%	33,0%	33,3%	40,3%	39,7%	13,5%	34,4%	4,8%	total de empresas con conexión a Internet
acceso basado en tarjetas magnéticas	1,3%	1,6%	1,1%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	1,8%	2,3%	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	total de empresas con conexión a Internet
passwords de un solo uso	3,3%	2,7%	3,6%	1,8%	19,0%	1,8%	4,8%	1,8%	2,3%	6,7%	3,6%	0,0%	0,0%	0,0%	total de empresas con conexión a Internet
acceso biométrico	1,2%	0,9%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	2,3%	5,0%	1,0%	0,0%	1,3%	0,0%	total de empresas con conexión a Internet
17 % de empresas que han actualizado dos herramientas de seguridad en los últimos tres meses	48,7%	50,8%	47,6%	49,1%	57,1%	54,1%	47,3%	44,0%	31,0%	39,5%	59,6%	16,2%	33,8%	88,9%	total de empresas con conexión a Internet
18 % de empresas que utilizan Interent para comunicarse con la Administración Pública	59,3%	47,0%	66,1%	74,1%	66,7%	57,7%	63,0%	66,1%	48,3%	40,3%	67,9%	40,5%	57,0%	38,1%	total de empresas con conexión a Internet
19 % de empresas que tienen más socios regionales que nacionales	32,5%	24,9%	38,7%	18,1%	30,6%	33,3%	36,0%	55,8%	26,5%	36,2%	30,4%	42,0%	32,5%	16,4%	total empresas entrevistadas

e-business Zonas estratificado por Empleados	ISLAS BALEARES			CALVIÀ	FORMENTERA	IBIZA	LLEVANT	MENORCA	MIGJORN	NORD	PALMA	PLÀ	RAIGUER	TRAMUNTANA	
	total	hasta 10 empl.	más de 10 empl.												
20 % de empresas que tienen más socios nacionales que internacionales	12,0%	6,4%	16,6%	4,7%	4,1%	24,6%	13,8%	7,0%	6,8%	16,8%	14,8%	0,0%	10,2%	1,0%	total empresas entrevistadas
21 % de empresas que desarrollan un nuevo producto o mejoras de existentes conjuntamente con otros socios	4,9%	2,0%	7,3%	2,0%	4,1%	10,3%	2,5%	4,7%	1,7%	8,1%	7,7%	4,0%	1,9%	2,7%	total empresas entrevistadas
22 % de empresas que desarrollan un nuevo producto o mejoras de existentes conjuntamente con otros socios vía Internet	1,9%	0,7%	2,9%	0,0%	0,0%	2,4%	1,0%	0,0%	0,0%	5,4%	4,2%	0,0%	1,0%	0,0%	total empresas entrevistadas
23 % de empresas que potencian la formación durante y fuera de las horas de trabajo	42,5%	28,0%	54,5%	30,2%	49,0%	46,0%	45,8%	44,2%	23,9%	48,3%	50,8%	20,0%	37,9%	49,3%	total empresas entrevistadas
24 % de empresas que ofrecen formación TIC a sus empleados	39,1%	23,9%	51,6%	28,9%	26,5%	54,0%	44,3%	43,4%	25,6%	40,3%	44,7%	20,0%	37,4%	28,8%	total empresas entrevistadas
25 % de empresas que disponen de conferencia telefónica como una herramienta estándar de reuniones	12,3%	9,2%	14,9%	6,0%	12,2%	15,1%	12,3%	22,5%	9,4%	6,7%	15,3%	12,0%	12,6%	2,7%	total empresas entrevistadas
26 % de empresas que disponen de videoconferencia como una herramienta estándar de reuniones	6,5%	3,7%	8,8%	0,7%	2,0%	11,1%	8,4%	10,1%	5,1%	5,4%	8,7%	4,0%	3,4%	5,5%	total empresas entrevistadas
27 % de empresas que disponen de															
whiteboarding como herramienta estándar de trabajo (compartición de documentos por videoconferencia)	0,5%	1,0%	0,1%	0,7%	2,0%	0,0%	0,0%	1,6%	1,7%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	total empresas entrevistadas
Foros de discusión como herramienta de reunión estándar	1,2%	0,8%	1,6%	0,7%	2,0%	1,6%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%	0,5%	0,0%	total empresas entrevistadas
chat como herramienta de reunión estándar	6,4%	5,4%	7,2%	3,4%	2,0%	7,1%	6,9%	10,1%	3,4%	4,0%	10,3%	4,0%	1,9%	9,6%	total empresas entrevistadas