



# INFORME DE LA ENCUESTA SOBRE IMPLANTACIÓN Y USO TIC EN EL COMERCIO MINORISTA DE CANARIAS 2007

OBSERVATORIO CANARIO DE  
LAS TELECOMUNICACIONES  
Y DE LA SOCIEDAD DE LA  
INFORMACIÓN



Agencia Canaria  
de Investigación, Innovación  
y Sociedad de la Información  
Gobierno de Canarias



# INFORME DE LA ENCUESTA SOBRE IMPLANTACIÓN Y USO TIC EN EL COMERCIO MINORISTA DE CANARIAS 2007



plan  
AVANZA >>>



**Edita:**

OBSERVATORIO CANARIO DE LAS TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN  
AGENCIA CANARIA DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN  
Plaza de Sixto Machado, 3  
38009 Santa Cruz de Tenerife  
C/ Cebrián, nº 3  
35003 Las Palmas de Gran Canaria  
Diciembre de 2008.

Esta obra está distribuida bajo una Licencia Reconocimiento - No comercial – Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons, disponible en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/> (resumen) y <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.es> (texto completo).

Se permite la copia, distribución y comunicación pública de la obra siempre que se reconozca a sus autores, se realice sin fines comerciales o lucrativos, y no se altere, transforme o genere una obra derivada a partir de ella.

**Depósito Legal:**

G.C. 123-2009

**Diseño y maquetación:**

DAUTE DISEÑO, S.L.

# ÍNDICE

I. PRESENTACIÓN	7
II. RESUMEN EJECUTIVO	8
III. OBJETIVOS	10
IV. METODOLOGÍA	14
1. Ficha Técnica	16
2. Descripción de la muestra	16
V. RESULTADOS	19
1. Infraestructura TIC	19
1.1 Razones para la no incorporación de Recursos TIC	24
1.2 Antigüedad Equipamiento Informático	24
1.3 Mantenimiento Hardware y Software	25
2. Infraestructuras Comunicaciones	26
3. Acceso a Internet	28
3.1. Tipo de Conexión a Internet	29
3.2. Frecuencia de Conexión a Internet	31
3.3. Razones para no disponer de conexión a Internet	31
3.4. Antigüedad de la Conexión a Internet	32
4. Usos y Herramientas de Internet	33
4.1. Herramientas de Internet	33
4.2. Usos del Correo Electrónico	36
4.3. Contenidos del Sitio Web	36
4.4. Frecuencia en la Actualización del Sitio Web	37
4.5. Intención Implementación Sitio Web	38

4.6. Razones para no Disponer de Sitio Web	38
4.7. Usos de Internet	39
5. Aplicaciones y Herramientas Tecnológicas	41
5.1. Implantación de la LOPD	42
6. Comercio Electrónico	44
6.1. Compras vía Internet	44
6.2. Ventas vía Internet	45
6.3. Importancia de la Venta vía Internet	47
6.4. Desarrollo Acciones Publicitarias vía Internet o SMS	49
7. Beneficios percibidos y valoración de las TIC	49
7.1. Beneficios del uso de nuevas tecnologías	49
7.2. Valoración general uso de las TIC	50
7.3. Valoración TIC percibida en Clientes	51
<b>VI. RESUMEN</b>	<b>52</b>
1. Tabla Resumen Principales Indicadores TIC	52
2. Gráfico Comparativo Principales Indicadores TIC	54



## PRESENTACIÓN

El presente informe responde a la necesidad de profundizar en el estudio de la implantación y uso de las tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en un sector concreto como es el del comercio al por menor en Canarias.

Los efectos potenciadores observados sobre la competitividad y la mejora de los procesos de las pequeñas y medianas empresas una vez estas tecnologías han sido implantadas aconseja la idoneidad de un estudio detallado centrado en un sector relevante de la economía canaria como es el sector del comercio al por menor.

Consciente de la necesidad de profundizar en la situación de las TIC en los

comercios al por menor en Canarias, la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información, a través del Observatorio Canario de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, ha realizado una investigación por muestreo centrada en este sector concreto de la economía canaria.

El informe que se presenta describe los principales resultados en el ámbito del comercio al por menor en Canarias para el año 2007, tomando como referencia un conjunto de indicadores estandarizados en torno a la penetración y uso de las TIC, de tal forma que se puedan establecer comparaciones con los resultados obtenidos tanto a nivel estatal como en otras Comunidades Autónomas.

## II. RESUMEN EJECUTIVO



El sector del comercio al menor en Canarias presenta aún margen de crecimiento en sus infraestructuras TIC según se observa a partir de los valores de indicadores de equipamiento tales como disponibilidad de ordenador, telefonía móvil o acceso a Internet.

El uso que se hace de tales recursos se encuentra limitado debido a la escasa implementación y profundidad en el desarrollo de sitios Web, o a la utilización de funciones básicas de Internet frente a las propias de la estrategia del negocio (análisis de la competencia, acciones de marketing...). Por otra parte, el uso que se hace del equipamiento atendiendo a las actividades operativas del comercio mejora ligeramente considerando los índices de penetración de herramientas tecnológicas tales como la gestión de caja, facturación o gestión de stock. Asimismo, el

comercio electrónico en el sector minorista se encuentra en niveles aún incipientes de adopción.

La valoración del comercio minorista hacia las TIC es en general positiva, resulta para la mayoría muy útil o imprescindible y sus beneficios son reconocidos principalmente en la mejora de la organización interna y en las gestiones operativas de la empresa.

A nivel descriptivo y en cuanto a infraestructuras TIC, el 62% de los comercios al menor en Canarias cuenta con ordenador de sobremesa y el 11% con ordenador portátil. Un 45% de los comercios al menor con algún tipo de ordenador cuenta con al menos 2 PC, sobremesa o portátil.

El 52% de los comercios al menor consultados dispone de impresora y el 32%



de scanner. La penetración del terminal de punto de venta fijo (TPV fijo) alcanzó al 53% de las empresas consultadas, mientras que la del lector de código de barras fue del 42%.

La principal razón aludida por las empresas del sector comercial minorista para no incorporar recursos informáticos como el ordenador son el desconocimiento de los beneficios y la dificultad para la adaptación y uso, con porcentajes del 32% y 31% respectivamente.

En cuanto al acceso a Internet el 50% de las empresas consultadas del comercio minorista manifestó disponer de conexión a Internet y el 16% de conexión Wifi. De entre las que disponen de conexión a Internet el 84% afirmó disponer de conexión ADSL, el 93% de correo electrónico y el 33% de sitio

Web. Por otra parte, un 27% de empresas tiene intención de implementar un sitio Web en el futuro.

El 67% de las empresas conectadas del sector minorista afirma hacer uso de la Red diariamente. El 87% de las empresas conectadas del sector realizan búsquedas por Internet y el 69% hacen uso de la banca electrónica. Usos más específicos de Internet relativos a estrategias de negocio tales como análisis de la competencia, acciones de marketing y oportunidades de negocio se encuentran en torno al 25%.

En cuanto al comercio electrónico, son más los comercios minoristas que compraron a proveedores vía Internet que aquellos que realizaron ventas a clientes mediante esta plataforma, un 26% frente al 15%.



### III. OBJETIVOS

El objetivo de esta operación es la obtención de un conjunto de indicadores que aporten información rigurosa y fiable sobre la implantación y el uso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el sector del comercio minorista en Canarias.

De manera general, los principales indicadores a estimar agrupados en sus correspondientes apartados son los siguientes:

#### INFRAESTRUCTURA TIC

a) Equipamiento de que dispone el establecimiento/empresa:

- Ordenador/es
- Ordenador/es portátil/es
- TPV
- Lector código barras

- Impresora/s
- Red wifi
- PDA
- Etc.

b) Barreras detectadas para la incorporación a la empresa de recursos TIC

c) Sistemas de comunicación contratados para la actividad comercial

- Teléfono fijo
- Teléfono móvil empresarial
- Fax
- Datáfono
- Antigüedad de los equipos informáticos
- En el caso de disponer de más de un ordenador, disponibilidad de red.
- Forma de mantenimiento de los equipos informáticos.

## ACCESO A INTERNET, USOS Y HERRAMIENTAS

- Tasa de conexión a Internet y razones para no disponer de conexión entre las empresas sin acceso.
- Para las empresas conectadas, conocer la antigüedad de conexión, frecuencia, y utilización de Internet.
- Uso del correo electrónico
- Disposición de página Web y en caso negativo si tiene intención de desarrollarla o frenos / barreras para su incorporación.
- En caso de disponer de web, contenidos, frecuencia de actualización, posesión de dominio registrado.

## APLICACIONES Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

- Tipo de programas (software) instalado: Gestión de caja y punto de venta TPV, ofimática general (procesador, hoja de cálculo,..), bases de datos, programa diseño, contabilidad y facturación, etc.
- Adopción de medidas para cumplir la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) en su comercio.

## COMERCIO ELECTRÓNICO

- Compra a través de Internet a proveedores.
- Vende a través de su página Web
- En caso de realizar ventas, importancia atribuida a vender por Internet.
- Realización de campañas o acciones publicitarias a través de Internet o mediante mensajería SMS.
- En caso de no vender a través de Internet, indicar las razones principales.

## ACTITUDES HACIAS LAS TIC

- Beneficios del uso de las TIC en el negocio.
- Valoración general del uso de las TIC en la actividad diaria.

La relación completa de variables contempladas en esta operación es la siguiente:

- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de PC de sobremesa.
- Nº de Ordenadores de Sobremesa.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de PC Portátil.

- N° de Ordenadores Portátiles
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de PDA.
- N° de PDA.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de TPV.
- N° de TPV.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de TPV móvil por GPRS.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Lector de Código de Barras.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Red Wifi.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Impresora.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Impresora Térmica.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Scanner.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Sistemas de Copia de Seguridad.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Videovigilancia.
- Antigüedad de Equipos Informáticos.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Ordenadores Conectados en Red.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Mantenimiento HW y SW.
- Razones no Incorporación TIC's
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Teléfono Fijo.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Teléfono Móvil Empresarial.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Centralita.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Fax.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Datáfono.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Internet.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de TDT.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Sistemas Domóticos.
- Razones No Conexión Internet
- Proporción de comercios de venta al menor según Tipo de Conexión a Internet.
- Antigüedad Conexión Internet
- Proporción de comercios de venta al menor según Frecuencia de Conexión a Internet.
- Proporción de comercios de venta al menor según usos de Internet.

- Proporción de comercios de venta al menor según empleo del Correo Electrónico.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Sitio Web.
- Proporción de comercios de venta al menor según Intención de implementar Sitio Web.
- Razones para No Implementar Sitio Web.
- Contenidos Sitio Web.
- Frecuencia Actualización Sitio Web.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Dominio en Internet.
- Tipo de Dominio en Internet.
- Proporción de comercios de venta al menor que disponen de Aplicaciones y Herramientas Tecnológicas.
- Proporción de comercios de venta al menor que se han adaptado a la LOPD.
- Proporción de comercios de venta al menor que han realizado Compras por Internet a Proveedores.
- % Compras a Proveedores sobre Compras Totales.
- Proporción de comercios de venta al menor que han realizado Ventas por la Web a Clientes.
- % Ventas a Clientes sobre Ventas Totales.
- Importancia Venta a través de Internet.
- Proporción de comercios de venta al menor que han realizado acciones publicitarias en Internet, por SMS o similar.
- Razones de la No Venta por Internet.
- Beneficios TIC.
- Valoración General TIC.
- Valoración de las TIC percibida en clientes.



## IV. METODOLOGÍA

Este estudio se ha planificado para una representación de 400 empresas, muestra que tras los trabajos de campo, validación y depuración ha ascendido hasta 407 empresas, que desarrollan su actividad principal de comercio al por menor en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, bajo los epígrafes del CNAE-93 521, 522, 523 y 524.

La delimitación del universo objeto de estudio ha requerido la utilización de las fuentes de información que a continuación se describen:

- Instituto Nacional de Estadística; DIRCE (Directorio Central de Empresas)
- Consejería de Empleo, Industria y Comercio
- Observatorio Canario del Empleo y de la Formación Profesional de Canarias

- Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información. Entidad Pública Empresarial Red.es

En cuanto al diseño de la muestra se ha considerado la estratificación en base a tres variables:

- Subsectores económicos según CNAE
- Tamaño de la empresa según número de empleados
- Isla de ubicación de la empresa

Los Subsectores Económicos se corresponden con los epígrafes recogidos en el CNAE-93 que comprenden las actividades de comercio al por menor excluyendo la venta y reparación de vehículos y motocicletas. La descripción de los subsectores objeto de estudio es la siguiente:

- 521 Comercio al por menor en establecimientos no especializados
- 522 Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados
- 523 Comercio al por menor de productos farmacéuticos, artículos médicos, belleza e higiene
- 524 Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados

La muestra ha sido diseñada para ofrecer resultados significativos a nivel global de la región siendo meramente exploratorios de ser considerados estratificadamente.

Los resultados se presentan en base a las frecuencias globales obtenidas para cada una de las variables objeto de estudio, pudiéndose aportar cruces en base a las variables de segmentación con el fin de explicar tendencias observadas y bajo la consideración del carácter meramente exploratorio que se deriva

de la limitación del tamaño muestral correspondiente. Los datos por lo tanto resultan significativos cuando atendemos al conjunto de la muestra.

La recogida de información ha sido mediante entrevista telefónica, a partir de un cuestionario estructurado diseñado al efecto. El cuestionario ha sido diseñado con el objeto de satisfacer las demandas de información recibidas y de que pueda ser comparable con otras operaciones estadísticas realizadas en el contexto regional y nacional.

El cuestionario está estructurado, en base a los objetivos planteados, en bloques de información:

- A. Identificación del Comercio
- B. Infraestructura TIC en el establecimiento/empresa
- C. Soluciones Implantadas en el establecimiento/empresa
- D. Comercio Electrónico en el establecimiento/empresa
- E. Actitudes hacia las TIC

## 1. FICHA TÉCNICA

Ficha técnica	Encuesta
Procedimiento	Entrevista telefónica, mediante cuestionario estructurado
Ámbito Territorial	Comunidad Autónoma de Canarias
Ámbito Poblacional	Empresas/establecimientos comerciales minoristas (excepto venta y reparación de vehículos y motocicletas)
Ámbito Temporal	6 Semanas
Trabajos de campo	Del 18 de Abril al 13 de Mayo de 2008
Tamaño de la muestra	407 comercios
Sistema de Muestreo	Aleatorio estratificado por subsector comercial y tamaño (número de empleados) con afijación no proporcional por isla y selección de las unidades informantes de forma aleatoria sistemática, mediante fracción constante de las empresas seleccionadas en la primera etapa.
Margen de Error	Error máximo de muestreo para datos globales +/- 5% para el conjunto de la muestra, en el supuesto de muestras aleatorias al nivel de confianza del 95,5%.

## 2. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

### 1. Estructura de la Muestra: Actividad Principal

Actividad principal	Frecuencia	Porcentaje
Subgrupo 521	99	24
Subgrupo 522	50	12
Subgrupo 523	29	7
Subgrupo 524	229	56
<b>Total</b>	<b>407</b>	<b>100</b>



## 2. Estructura de la Muestra: Número de Empleados

Número de empleados	Frecuencia	Porcentaje
0 Empleados*	112	28
De 1 a 2 Empleados	182	45
De 3 a 9 Empleados	98	24
Más de 9 Empleados	15	4
<b>Total</b>	<b>407</b>	<b>100</b>

\* La proporción de empresas de 0 empleados obtiene una participación del 28% debido a la dificultad para contactar con los autónomos sin empleados a cargo

## 3. Estructura de la Muestra: Antigüedad del Negocio

Antigüedad del Negocio	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	15	4
1-3 Años	22	5
3-6 Años	50	12
Más de 6 Años	292	72
NS/NC*	28	7
<b>Total</b>	<b>407</b>	<b>100</b>

\* La proporción de respuestas NS/NC obedece al desconocimiento del interlocutor en caso de que éste haya sido distinto al dueño o su incorporación a la empresa haya sido posterior a la apertura del negocio.

## 4. Estructura de la Muestra: Zona

Zona	Frecuencia	Porcentaje
Metropolitana	64	16
Residencial	21	5
Urbano	209	51
Turístico	85	21
Rural	28	7
<b>Total</b>	<b>407</b>	<b>100</b>

## 5. Estructura de la Muestra: Isla

Isla	Frecuencia	Porcentaje
Lanzarote	36	9
Fuerteventura	36	9
Gran Canaria	128	31
Tenerife	151	37
La Gomera	15	4
La Palma	30	7
El Hierro	11	3
<b>Total</b>	<b>407</b>	<b>100</b>



## V. RESULTADOS

El presente capítulo está estructurado en los siguientes subapartados:

1. Infraestructuras TIC
2. Infraestructuras Comunicaciones
3. Acceso a Internet
4. Usos y Herramientas de Internet
5. Aplicaciones y Herramientas Tecnológicas
6. Comercio Electrónico
7. Actitudes hacia las TIC

Una vez descritos los resultados de esta investigación, se presenta un resumen para facilitar una visión conjunta de los indicadores de la implantación y uso

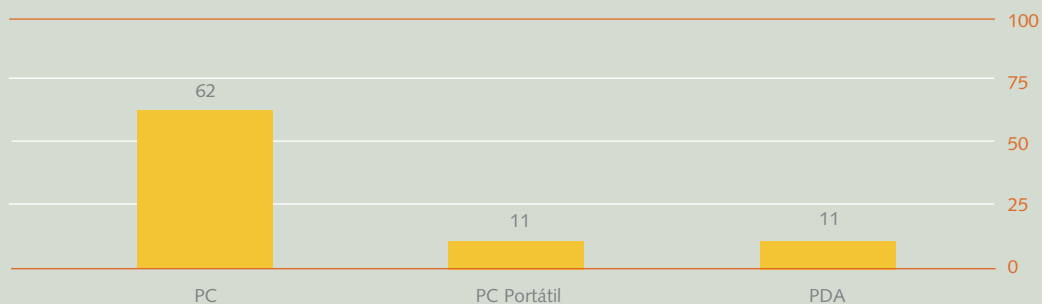
actual de las TIC en los comercios al menor de Canarias, además de establecer una comparación con los valores a nivel nacional.

---

### 1. INFRAESTRUCTURA TIC

**El 62% de las empresas consultadas en el sector comercio minorista manifiestan contar con ordenador de sobremesa (PC). Por contra, tan sólo el 11% de las empresas consultadas cuentan con ordenador portátil, la misma proporción de empresas que se proveen del recurso tecnológico de las PDA.**

## Infraestructura TIC I (% empresas)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Tabla 1. Infraestructuras TIC según número de empleados y actividad principal (% empresas)

		Disponen de ordenador personal	Disponen de ordenador portátil	Disponen de PDA
Número de empleados	0 Empleados	43	8	4
	De 1 a 2 Empleados	61	10	15
	De 3 a 9 Empleados	82	12	10
	Más de 9 Empleados	93	27	27
Actividad principal	Subgrupo 521	57	7	8
	Subgrupo 522	36	2	16
	Subgrupo 523	76	14	7
	Subgrupo 524	69	14	12
	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>11</b>	<b>11</b>

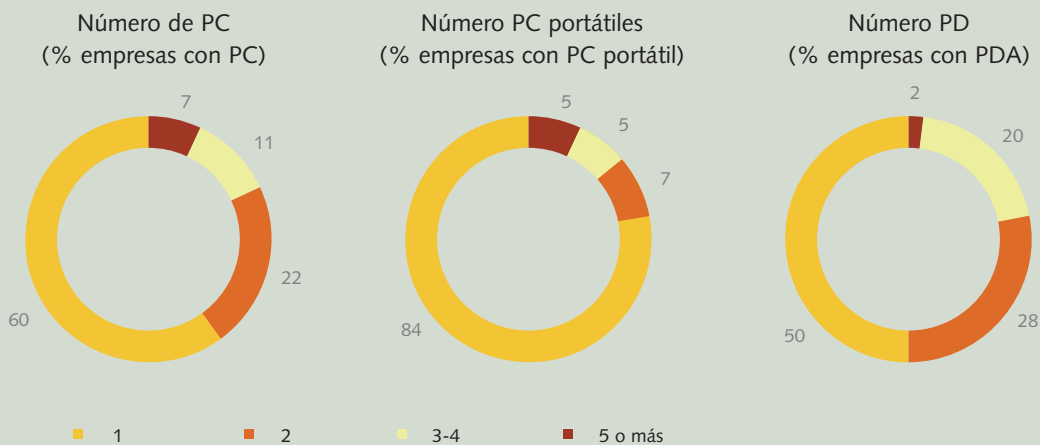
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

De entre las empresas consultadas que disponen de PC, la modalidad más extendida es que dispongan de 1 sola unidad, esto es así en el 60% de los casos. Tan sólo el 22% de las empresas con PC manifiestan poseer 2 unidades y el 11% entre 3 y 4 unidades.

Para las empresas con ordenadores portátiles (PC portátiles) la modalidad de un sólo portátil es mayoritaria y lo es de forma más acentuada que para los ordenadores de sobremesa. Un 84% de

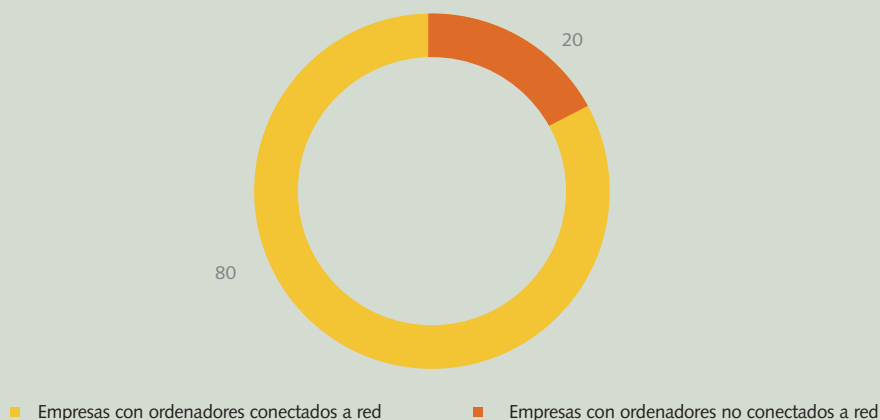
las empresas con este recurso tecnológico afirma disponer de tan sólo 1 unidad, el 7% de 2 unidades y el 5% de 3 o más unidades.

Entre las empresas del comercio minorista que disponen de PDA, la mitad manifiesta estar provista de 1 sola unidad, el 28% de 2 unidades y el 20% de 3 ó 4 unidades. En este apartado dedicado al recurso tecnológico de las PDA resulta igual de frecuente disponer de 1 unidad que de 2 o más.



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Empresas venta al menor con ordenadores conectados en red  
(% empresas con al menos 2 PC sobremesa o portátil indistintamente)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

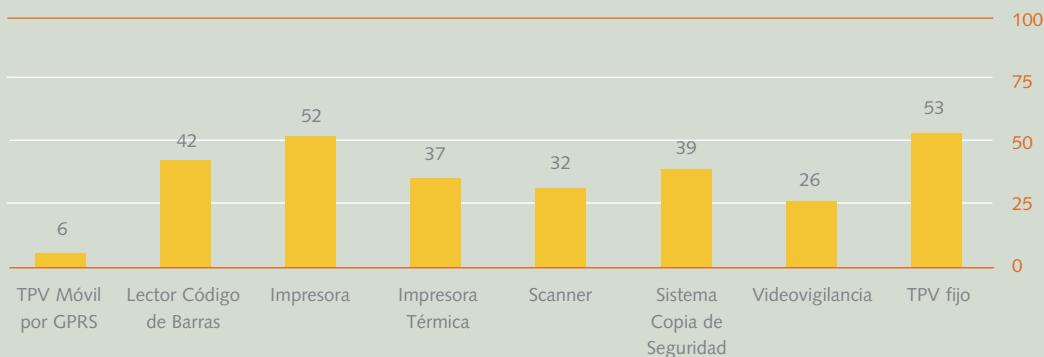
Un 45% de las empresas del sector comercio minorista que en su momento manifestaron poseer un PC y/o PC Portátil afirmaron además disponer al menos de 2 PC de cualquier tipo y que, por lo tanto, son susceptibles de ser conectados en red. De entre las empresas que manifestaron disponer al menos de 2 ordenadores bien de sobremesa o portátil indistintamente, el 80% afirmó tenerlos conectados en Red y un 20% no haber establecido dicha conexión.

El 52% de las empresas consultadas en el sector comercio minorista disponen de impresora, un porcentaje acorde al número de ordenadores de sobremesa aun sien-

do 10 p.p. inferior. Por su parte, el 32% de las empresas consultadas manifiestan disponer de scanner, esto es, aproximadamente la mitad de aquellas que poseen ordenador de sobremesa; y un 39% dice tener sistemas para copias de seguridad (memoria USB, disco portátil...).

La penetración del terminal de punto de venta fijo (TPV fijo) alcanza al 53% de las empresas consultadas, proporción muy superior a la del TPV móvil por GPRS que tan sólo fue adoptado por el 6% de las mismas. La proporción de empresas con lector de código de barras e impresora térmica fue del 42% y 37% respectivamente.

Infraestructura TIC II (% empresas)

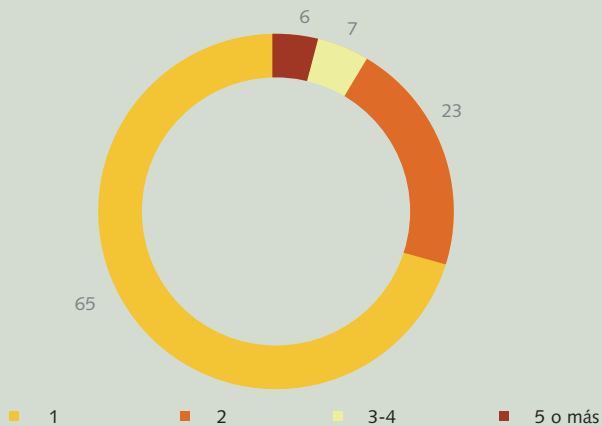


Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

De entre las empresas que manifiestan disponer de TPV fijo, la modalidad más común es la de poseer 1 sola unidad, esto es así en el 65% de los casos. El 23% de

las empresas consultadas están provistas de 2 unidades de este recurso tecnológico. Tan sólo el 13% de las empresas con TPV fijo lo poseen en más de 2 unidades.

Número TPV fijo (% empresas con TPV fijo)



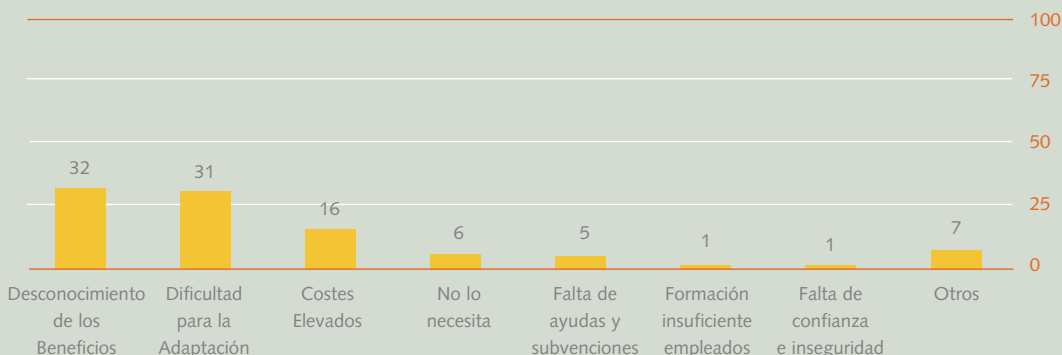
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 1.1. Razones para la no incorporación de Recursos TIC

Las principales razones aludidas por las empresas del sector comercial minorista para no incorporar recursos informáticos como el ordenador son el desconocimiento de los beneficios y la dificultad

para la adaptación y uso, con porcentajes del 32% y 31%. El tercer motivo esgrimido son costes elevados, 16%, lo cual pudiera alcanzar el 21% de tenerse en cuenta el motivo paralelo de la falta de ayudas y subvenciones 5%. Un 6% de las empresas consultadas dicen no necesitar este tipo de tecnologías.

Razones no incorporación TIC's (% empresas con PC y/o PC portátil)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

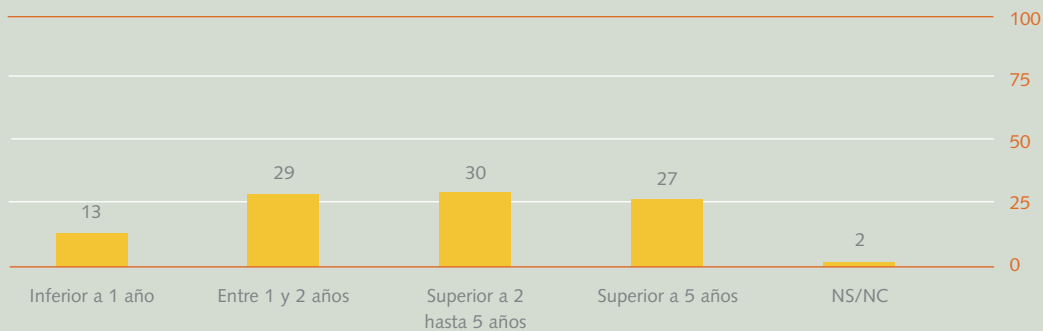
## 1.2. Antigüedad Equipamiento Informático

El 57% de las empresas consultadas afirma contar con equipamiento informático de antigüedad superior a 2 años; de entre las cuales, el 30% dispone de equipamiento informático con antigüedad

no superior a los 5 años. Por contra, menos de la mitad de las empresas del sector comercio minorista dispone de equipamiento informático reciente, esto es de 2 o menos años de antigüedad; tan sólo el 13% manifiestan contar con equipos informáticos con menos de 1 año de antigüedad.



Antigüedad equipos informáticos (% empresas con PC y/o PC Portátil)



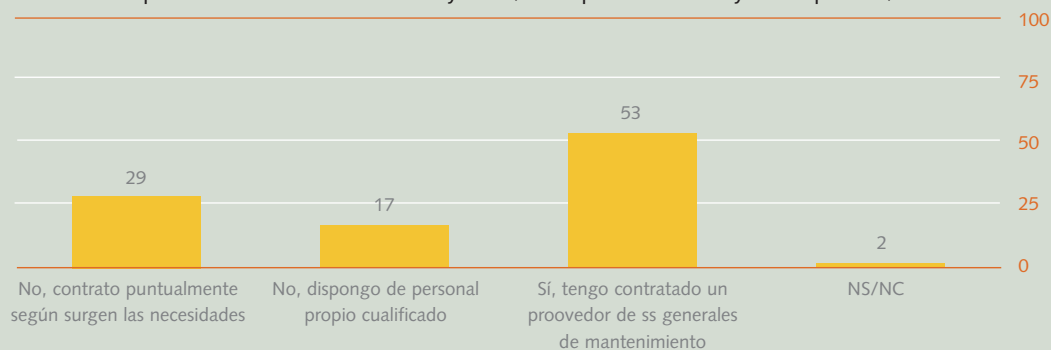
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

### 1.3. Mantenimiento Hardware y Software

La modalidad más común a la hora del mantenimiento de equipos informáticos y hardware es la de tener contratado un proveedor de servicios generales de

mantenimiento, el 53% de los casos, seguido de la modalidad consistente en contratar puntualmente según necesidades, 29% de los casos. Tan sólo el 17% de las empresas consultadas afirman disponer de personal propio cualificado.

Dispone de mantenimiento HW y SW (% empresas con PC y/o PC portátil)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Tabla 2. Mantenimiento de HW y SW según número de empleados  
(% empresas con PC y/o PC portátil)

	0 Empleados	De 1 a 2 empleados	De 3 a 9 empleados	Más de 9 empleados	Total
No, contrato puntualmente según surgen las necesidades	40	33	20	0	<b>29</b>
No, dispongo de personal propio cualificado	14	18	19	14	<b>17</b>
Sí, tengo contratado un proveedor de ss generales mantenimiento	44	47	60	86	<b>53</b>
NS/NC	2	2	1	0	<b>2</b>
Total	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

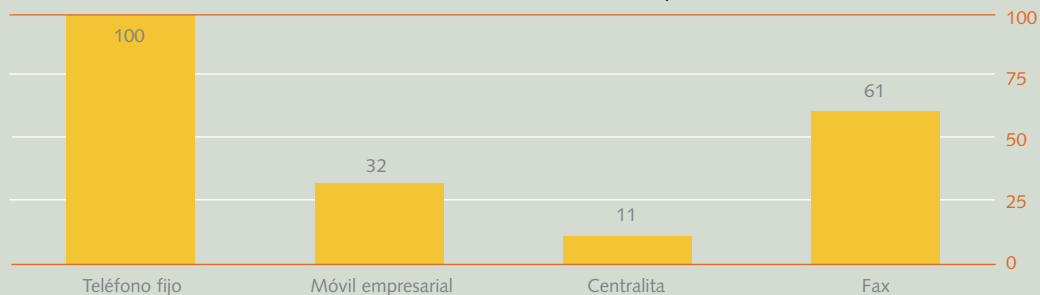
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 2. INFRAESTRUCTURAS COMUNICACIONES

El teléfono fijo está presente en la totalidad de los establecimientos consultados,

por contra, tan sólo el 32% de los mismos declaran disponer de teléfono móvil empresarial. El 61% de las empresas disponen de Fax y el 11% de centralita telefónica.

Infraestructura Comunicaciones I (% empresas)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Tabla 3. Infraestructuras Comunicaciones según número de empleados (% empresas)

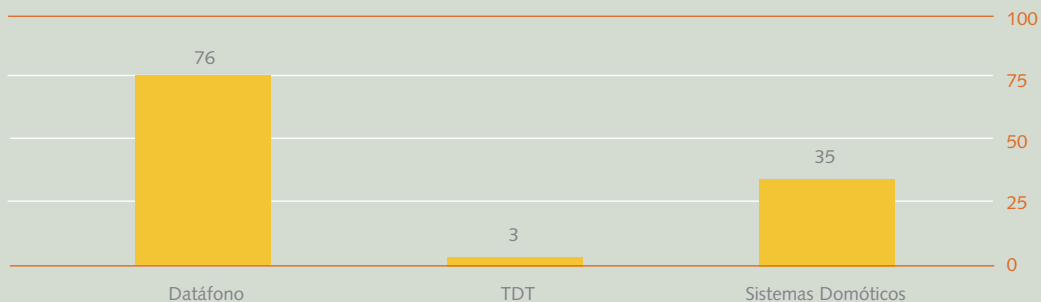
	0 Empleados	De 1 a 2 empleados	De 3 a 9 empleados	Más de 9 empleados
Teléfono fijo	100	100	100	100
Móvil empresarial	26	30	40	67
Centralita	4	6	20	67
Fax	53	55	77	93

Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

El 76% de las empresas consultadas disponen de datáfono, 35% de sistemas domó-

ticos (alarma, control de accesos, sistemas de emergencia, control de artículos, etc.).

### Infraestructura Comunicaciones II (% empresas)



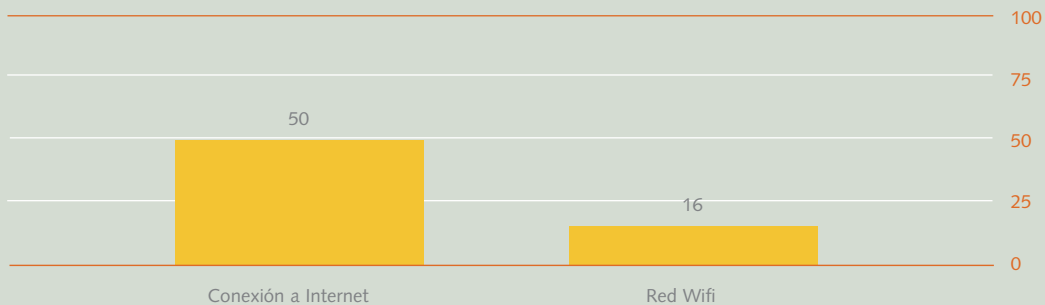
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 3. ACCESO A INTERNET

Del total de empresas consultadas en el sector comercio minorista la mitad afir-

ma disponer de conexión a Internet y el 16% dispone de red inalámbrica, conexión Wifi.

### Equipamiento Telefonía Móvil (% empresas)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Tabla 4. Conexión a Internet y Red inalámbrica según número de empleados y actividad principal (% empresas)

		Conexión a Internet	Red Wifi
Número de empleados	0 Empleados	31	8
	De 1 a 2 Empleados	49	18
	De 3 a 9 Empleados	66	19
	Más de 9 Empleados	93	27
Actividad principal	Subgrupo 521	36	12
	Subgrupo 522	32	8
	Subgrupo 523	55	17
	Subgrupo 524	59	19
	<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>16</b>

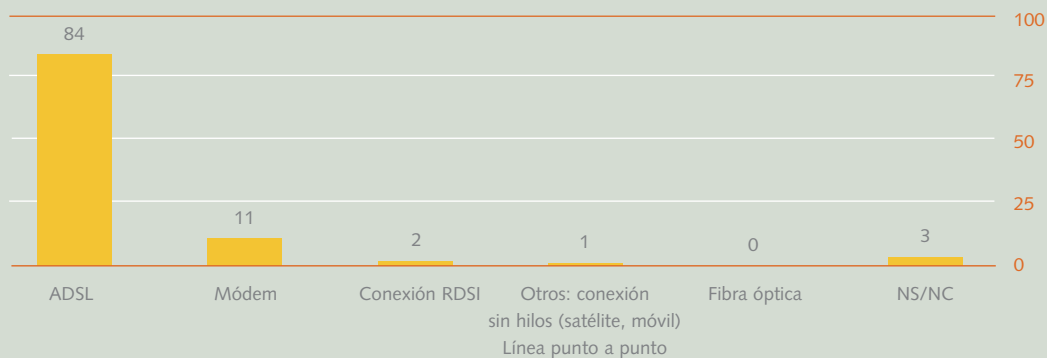
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

### 3.1. Tipo de conexión a Internet

**La conexión ADSL es la modalidad de acceso mayoritario entre aquellas empresas “conectadas”, el 84% de las mismas afirma estar provistas de esta**

**tecnología.** El acceso a Internet vía módem alcanza al 11% de las empresas con Internet. Otras tecnologías de acceso a Internet minoritarias son la conexión RDSI, 2%, y la conexión sin hilos, 1%.

## Infraestructura Comunicaciones III (% empresas)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Tabla 5. Infraestructuras Comunicaciones según número de empleados (% empresas)

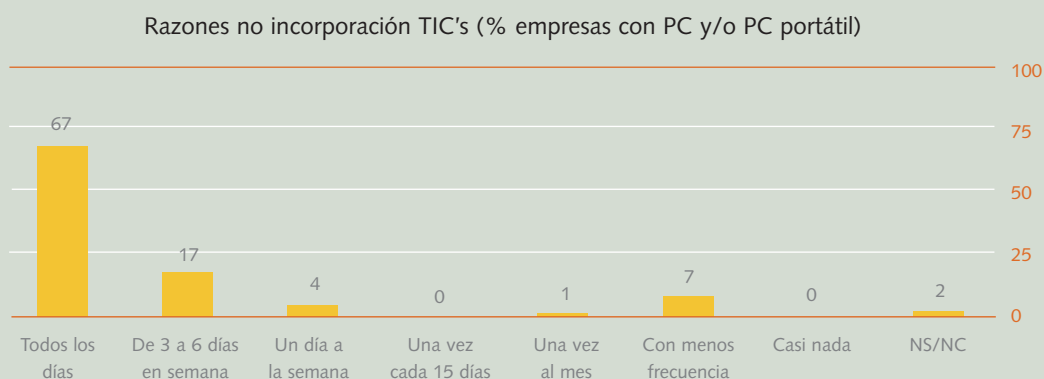
	0 Empleados	De 1 a 2 empleados	De 3 a 9 empleados	Más de 9 empleados	Total
ADSL	94	85	78	79	84
Módem	3	12	14	14	11
Conexión RDSI	0	0	6	0	2
Otros: Conexión sin Hilos (satélite, móvil) Línea punto a punto	3	1	0	0	1
Cable Fibra Óptica	0	1	0	0	0
NS/NC	0	1	8	7	3
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

### 3.2. Frecuencia de conexión a Internet

El 67% de las empresas conectadas afirman hacer uso de Internet diariamente,

el 17% de 3 a 6 días en semana y el 4% tan sólo un día por semana. Las empresas cuya frecuencia de conexión resulta inferior a una vez por semana suponen el 8% de las empresas conectadas.



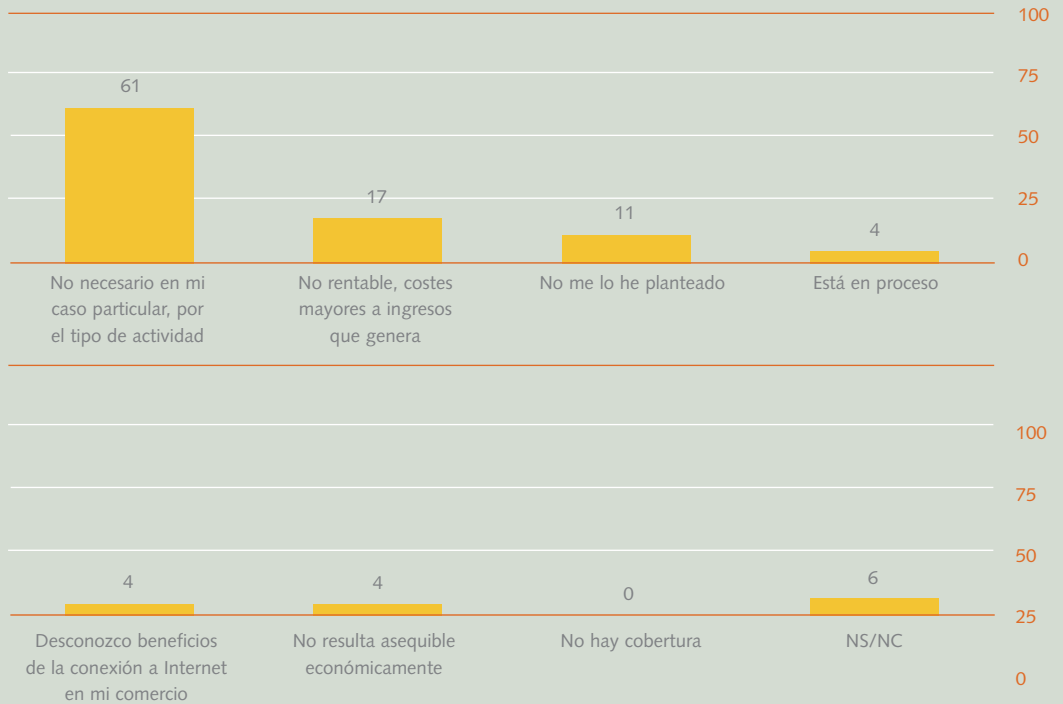
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

### 3.3. Razones para no disponer de conexión a Internet

El 61% de las empresas que aun disponiendo de ordenador no están conectadas a la red de redes, afirma no conectarse por motivos propios a particularidades

de su actividad; el 17% aluden el motivo de la no rentabilidad y el 11% simplemente no se lo han planteado. Igual proporción de empresas, el 4%, afirma estar en proceso de conexión, desconocer sus beneficios y no resultarles asequible económicamente.

## Razones no conexión a Internet (% empresas con PC/PC portátil sin conexión a Internet)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

### 3.4. Antigüedad de la conexión a Internet

Más de la mitad de las empresas consultadas con conexión a Internet afirma

haber establecido la conexión hace más de 3 años, el 59%. El 17% la establecieron en el 2006 y el 12% en el 2007. El 5% de las empresas con conexión la establecieron durante el año en curso, 2008.



Antigüedad conexión a Internet (% empresas con conexión a Internet)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

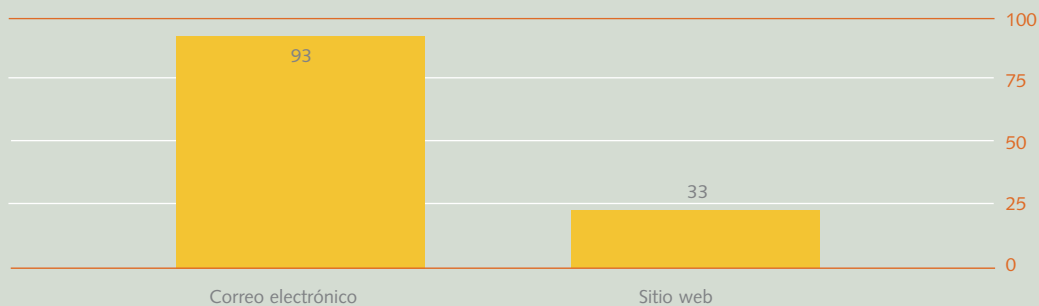
## 4. USOS Y HERRAMIENTAS DE INTERNET

### 4.1. Herramientas de Internet

El 93% de las empresas consultadas que disponen de conexión a Internet manifiesta además disponer de correo electrónico. Por otra parte, del 50% de empresas conectadas tan sólo el 33% dispone de página Web.



## Herramientas de Internet (% empresas con Internet)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

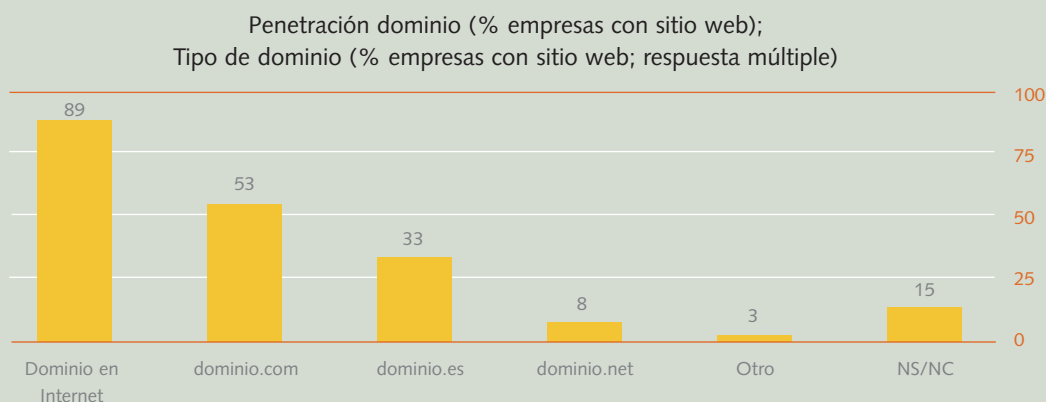
Tabla 6. Penetración de sitio web y correo electrónico según número de empleados y actividad principal (% empresas con conexión a Internet)

		Dispone de sitio web	Dispone de correo electrónico
Número de empleados	0 Empleados	20	91
	De 1 a 2 Empleados	29	94
	De 3 a 9 Empleados	40	91
	Más de 9 Empleados	50	100
Actividad principal	Subgrupo 521	22	86
	Subgrupo 522	31	88
	Subgrupo 523	31	94
	Subgrupo 524	36	96
	<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>93</b>

Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

El 89% de las empresas que disponen de página Web posee además dominio propio. El peso de cada una de las tipologías de dominio marca que, un

53% de las empresas con sitio Web dispone de dominio “.com”, un 33% de dominio “.es” y un 8% de dominio “.net”.



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Tabla 7. Penetración dominio en Internet según antigüedad del negocio (% empresas con sitio web)

	Dispone de dominio de Internet
Menos de 1 año	50
1-3 Años	80
3-6 Años	92
Más de 6 Años	93
NS/NC	50
Total	89

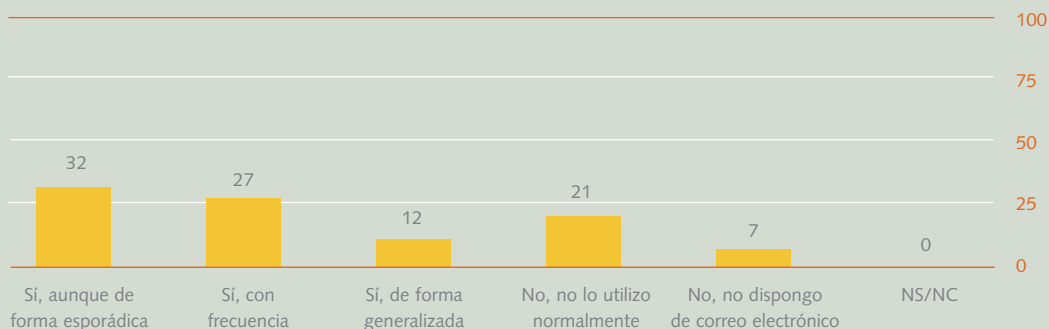
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 4.2. Usos del correo electrónico

El correo electrónico es utilizado principalmente de forma esporádica, esto es así en un 32% de empresas conectadas, o bien no lo utilizan normal-

mente en un 21%; en suma un 53% de las empresas conectadas no lo utilizan de forma frecuente o generalizada. El 7% de las empresas conectadas afirman no disponer de este recurso tecnológico.

Uso del correo electrónico (% empresas con conexión a Internet)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 4.3. Contenidos del sitio web

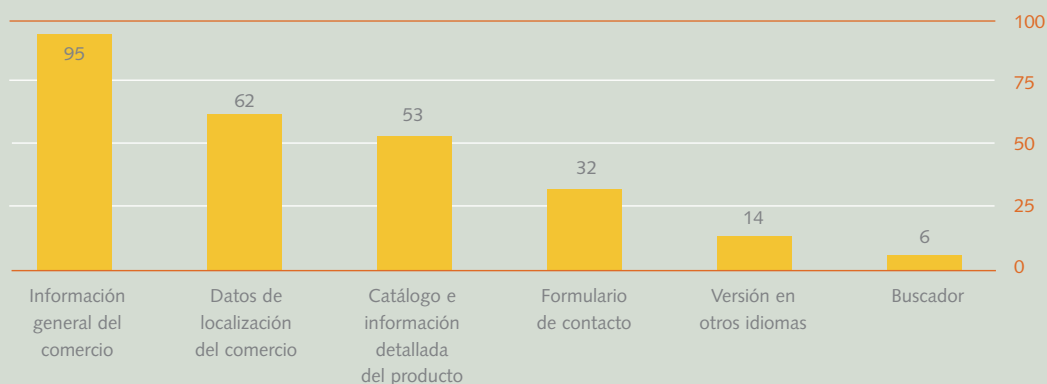
El 95% de las empresas del sector comercio minorista con sitio Web incorporan información general del comercio y un 62% datos de localización del comercio.

El 53% de las empresas del sector objeto de estudio que afirmaron disponer de sitio Web, establecen la posibilidad de

interacción en cuanto disponen el catálogo y la información detallada del producto y el 32% de las empresas con sitio Web incorporan además la posibilidad de cumplimentar un formulario de contacto.

Tan sólo el 14% de las empresas disponen los contenidos de la página Web en más de un idioma y un 6% incorporan buscador.

Contenidos sitio web (% empresas con sitio web)



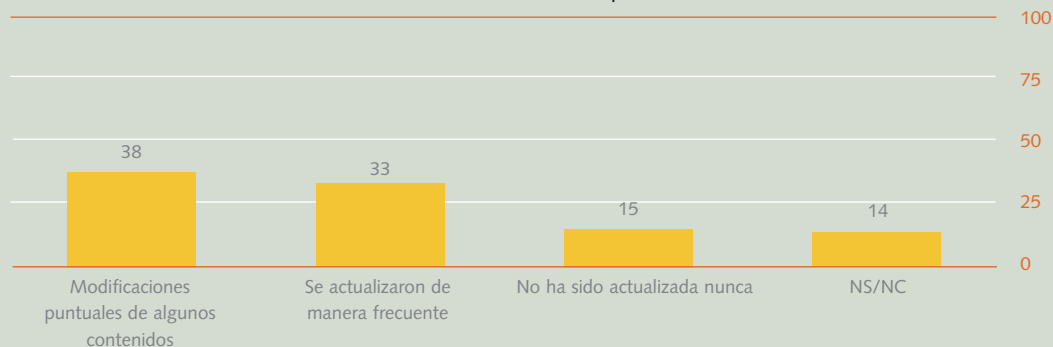
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

#### 4.4. Frecuencia en la actualización del sitio web

El 38% de empresas que disponen de sitio Web la actualizaron en base a modi-

ficciones puntuales de algunos de sus contenidos. El 33% declaró actualizar su sitio Web de manera frecuente y un 15% manifestó no haber actualizado su sitio Web después de su implantación inicial.

Frecuencia actualización sitio web (% empresas con sitio web)

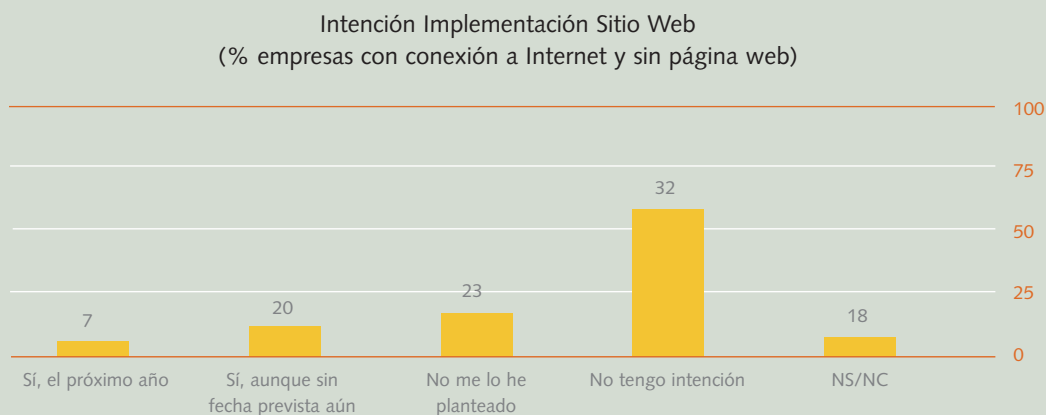


Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 4.5. Intención Implementación Sitio Web

**El 32% de las empresas conectadas sin sitio Web confirman no tener intención de desarrollarlo, por contra**

un 27% indica tener intención de llevarlo a cabo bien el próximo año, el 7%, o en una fecha por determinar el 20%. El 23% de las empresas sin sitio Web no se han planteado su implantación.



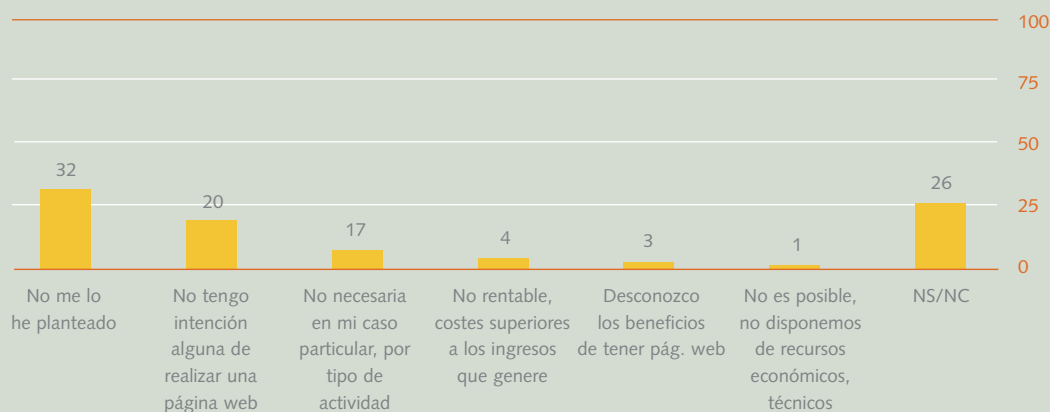
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 4.6. Razones para no disponer de Sitio Web

El 52% de las empresas del sector comercio minorista sin intención alguna de implementar sitio Web alegan como motivo no habérselo planteado, 32%, o

no tener intención de realizarla 20%. Razones más consistentes en cuanto a su argumentación resultan "no es necesario en mi caso particular, por el tipo de actividad", 17%, o bien no es rentable, 4%, o desconocimiento de sus beneficios, 3%.

## Razones para no disponer de sitio web (% empresas sin intención implementación de sitio web)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 4.7. Usos de Internet

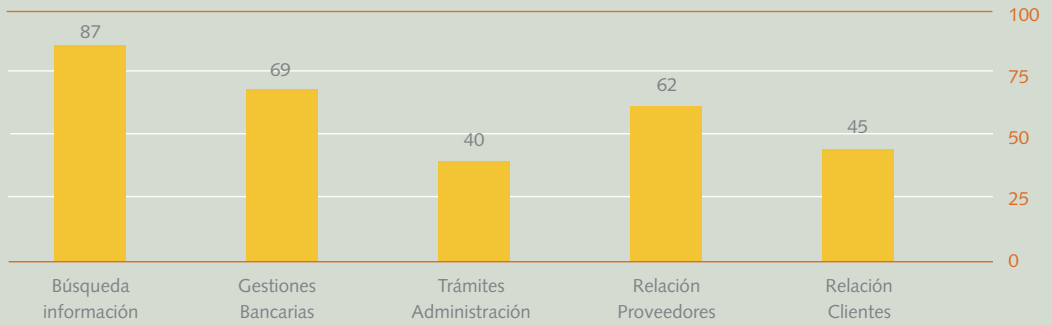
Para el 87% de las empresas del sector comercio minorista con conexión la búsqueda por Internet supone el principal uso de la Red.

El 69% de las empresas conectadas hacen uso de la banca electrónica de forma que hacen efectivas sus operaciones bancarias mediante la red.

Para el 62% de las empresas conectadas, Internet es además una herramienta para la comunicación con sus proveedores y en menor medida, un 45%, para la comunicación con sus clientes.

En el 40% de los casos, Internet se presenta como medio de interacción con las Administraciones Públicas.

### Uso de Internet I (% empresas con conexión a Internet; respuesta múltiple)

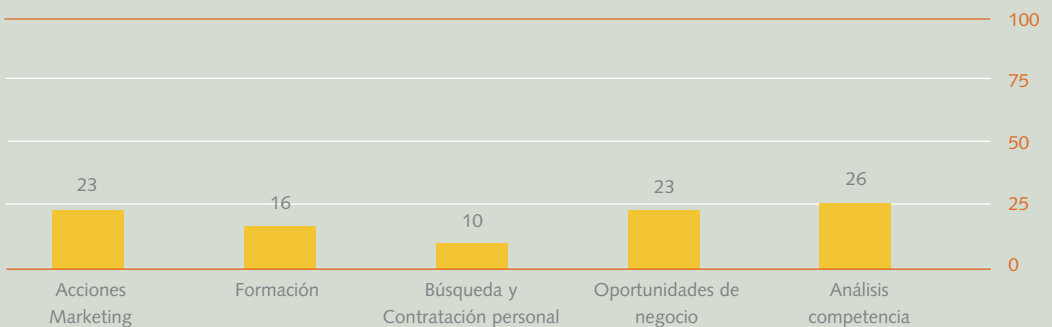


Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Un 23% de las empresas conectadas realiza acciones de marketing o analiza oportunidades de negocio mediante la Web y un 26% realiza acciones de análisis de la competencia.

Por último, Internet es utilizado por las empresas de comercio minorista con acceso a la red para la formación en un 16%, y para la búsqueda y contratación de personal en un 10%.

### Uso de Internet II (% empresas con conexión a Internet; respuesta múltiple)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información



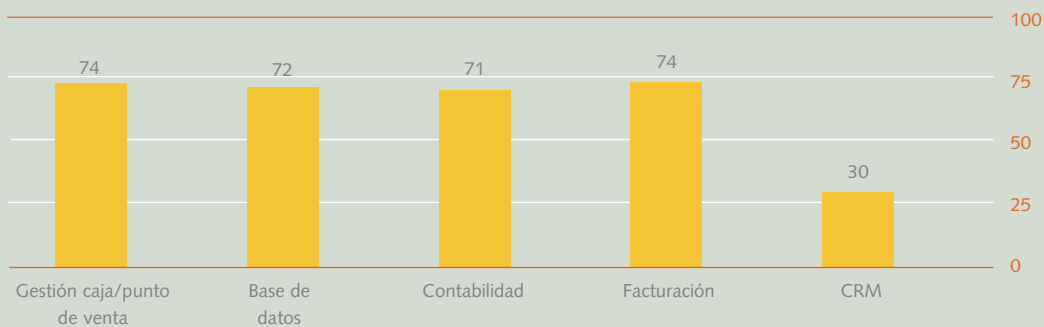
## 5. APLICACIONES Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

Las principales aplicaciones que incorporan los PC de las empresas de comercio minorista están presentes en más de un 70% de las mismas y son por este orden procesadores de texto-hojas de cálculo, 78%, facturación, 74%, gestión caja/punto de venta, 74%, base de datos, 72%, y contabilidad, 71%.

En segundo orden de implementación se encuentran las aplicaciones de gestión de stock, 47%, aplicaciones para la gestión de compras, 37%, aplicaciones CRM (Customer Relationship Management), 30%, programas de diseño, 29% y de gestión integral, 27%.

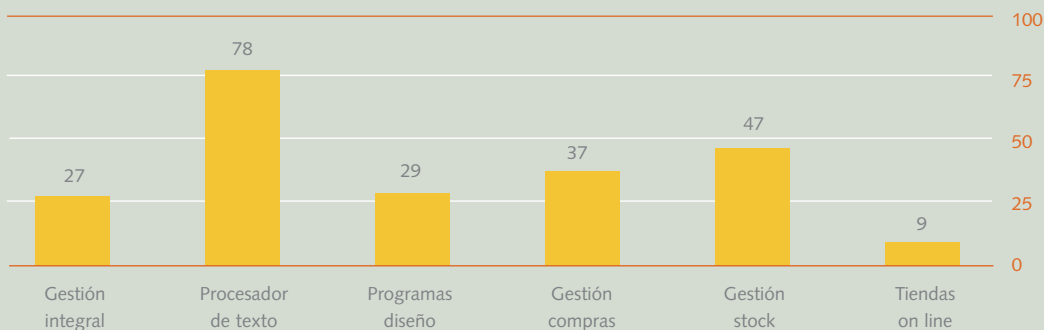
De forma minoritaria, un 9% de los comercios minoristas con cualquier tipo de PC están provistos de la aplicación de tienda on-line.

Aplicaciones y herramientas tecnológicas I (% empresas con PC y/o PC portátil)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

### Aplicaciones y herramientas tecnológicas II (% empresas con PC y/o portátil)



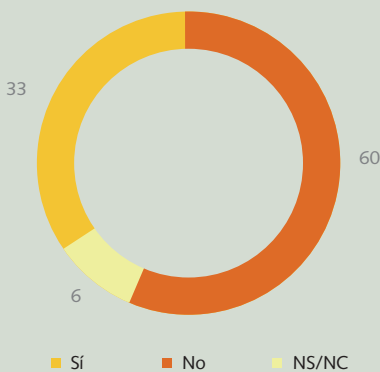
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 5.1. Implantación de la LOPD

Un 33% de las empresas del sector comercio minorista declararon haber

implantado la LOPD mientras que un 60% afirmó no haberlo hecho. Un 6% de las empresas consultadas desconocía la situación de su empresa a este respecto.

### Implantación LOPD (% empresas)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Tabla 8. LOPD implantada según antigüedad del comercio (% empresas)

	Antigüedad del negocio					Total
	Menos de 1 año	1-3 años	3-6 años	Más de 6 años	NS/NC	
LOPD implantada	27	27	46	32	29	<b>33</b>

Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Tabla 9. LOPD implantada según número de empleados y actividad principal (% empresas)

		LOPD implantada
Número de empleados	0 Empleados	26
	De 1 a 2 Empleados	29
	De 3 a 9 Empleados	44
	Más de 9 Empleados	73
Actividad principal	Subgrupo 521	19
	Subgrupo 522	26
	Subgrupo 523	55
	Subgrupo 524	38
	<b>Total</b>	<b>33</b>

Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

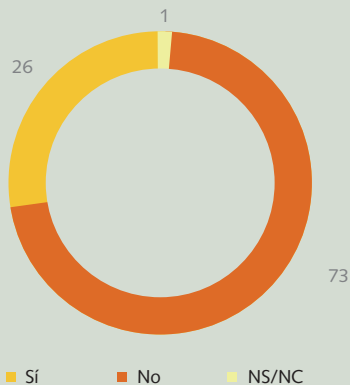
## 6. COMERCIO ELECTRÓNICO

### 6.1. Compras vía Internet

**El 26% de las empresas del comercio minorista con conexión a Internet lle-**

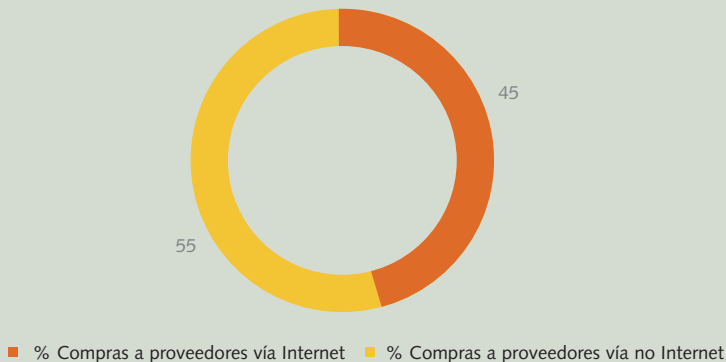
**varon a cabo compras a sus Proveedores vía Internet**, de entre las empresas que hacen uso de esta vía un 45% de sus compras totales las realizaron a través de la red.

Compras vía Internet a proveedores (% empresas con conexión a Internet)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Proporción de compras vía Internet (compras totales de empresas que compran vía Internet)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Tabla 10. Compras vía Internet (% empresas con conexión a Internet) y % compras según número de empleados y actividad principal (compras totales de empresas que compran vía Internet)

		Compras por Internet a proveedores	% Compras vía Internet sobre compras totales
Número de empleados	0 Empleados	23	30
	De 1 a 2 Empleados	26	49
	De 3 a 9 Empleados	26	48
	Más de 9 Empleados	36	40
Actividad principal	Subgrupo 521	25	26
	Subgrupo 522	6	99
	Subgrupo 523	31	61
	Subgrupo 524	28	46
	<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>45</b>

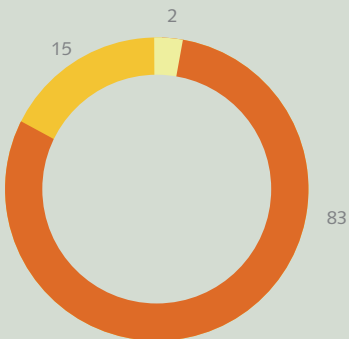
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 6.2. Ventas vía Internet

Tan sólo un 15% de las empresas con sitio Web utilizó esta plataforma para realizar

ventas a clientes, y de entre aquellas empresas que accedieron a esta vía de ventas tan sólo un 7% de sus ventas totales se llevaron a cabo a través de sus Web.

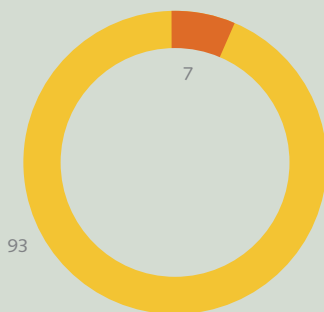
### Ventas vía web (% empresas con sitio web)



■ Sí    ■ No    ■ NS/NC

Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

### Proporción de compras vía Internet (compras totales de empresas que compran vía Internet)



■ % Ventas por la web    ■ % No venta por la web

Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Tabla 11. Ventas vía Internet (% empresas con sitio web) y % ventas según número de empleados y actividad principal (ventas totales de empresas que venden vía web)

		Vende por Internet a clientes	% Ventas vía Internet sobre ventas totales
Número de empleados	0 Empleados	43	6
	De 1 a 2 Empleados	12	3
	De 3 a 9 Empleados	12	12
	Más de 9 Empleados	14	3
Actividad principal	Subgrupo 521	13	10
	Subgrupo 522	0	-
	Subgrupo 523	20	3
	Subgrupo 524	17	7
	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>7</b>

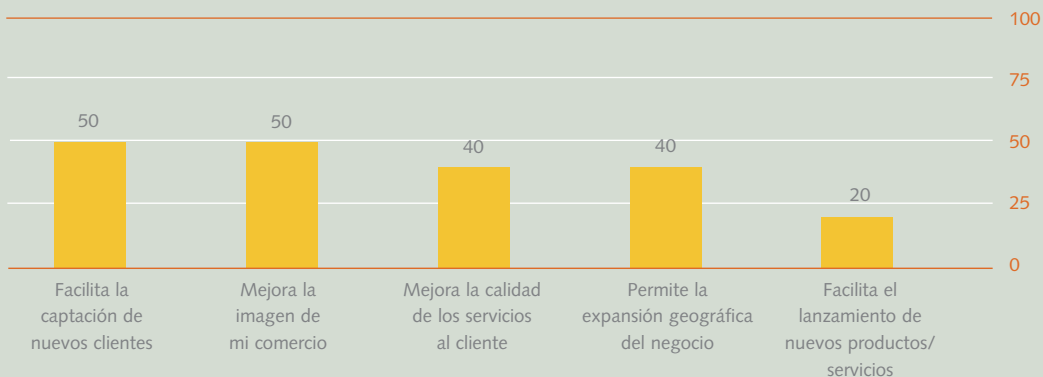
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

### 6.3. Importancia de la venta vía Internet

**El 50% de las empresas que realizaron ventas a través de su sitio Web declararon que esta modalidad de ventas les facilita la captación de nuevos clientes y mejora la imagen del negocio;** en

menor medida, para un 40% de las empresas con sitio Web, la venta mediante este sistema les supone la expansión geográfica del negocio y la mejora de la calidad del servicio al cliente. Un 20% de las empresas coinciden en que la venta vía Web facilita el lanzamiento de nuevos productos.

### Importancia venta por Internet I (% empresas que venden por Internet; respuesta múltiple)

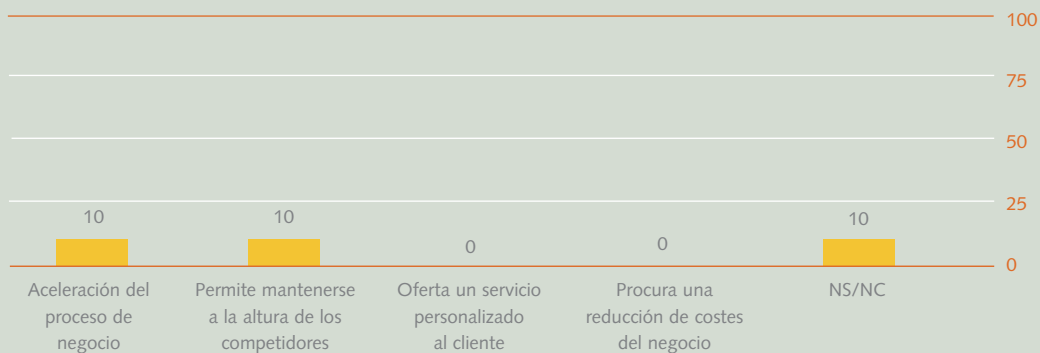


Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Por su parte, tan sólo un 10% de las empresas que llevan a cabo ventas a través de la Web afirma que este siste-

ma les ha posibilitado la aceleración del proceso de negocio o el mantenerse a la altura de sus competidores.

### Importancia venta por Internet II (% empresas que venden por Internet; respuesta múltiple)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

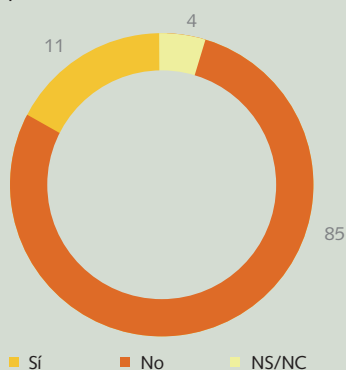


## 6.4. Desarrollo Acciones Publicitarias vía Internet o SMS

La proporción de empresas que manifestaron haber llevado a cabo acción

publicitaria a través de Internet o SMS fue del 11% de los comercios minoristas consultados, el 85% afirmó no haberlas realizado nunca mediante estas tecnologías.

Desarrollo acción publicitaria vía Internet o SMS (% empresas)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

## 7. BENEFICIOS PERCIBIDOS Y VALORACIÓN DE LAS TIC

### 7.1. Beneficios del uso de nuevas tecnologías

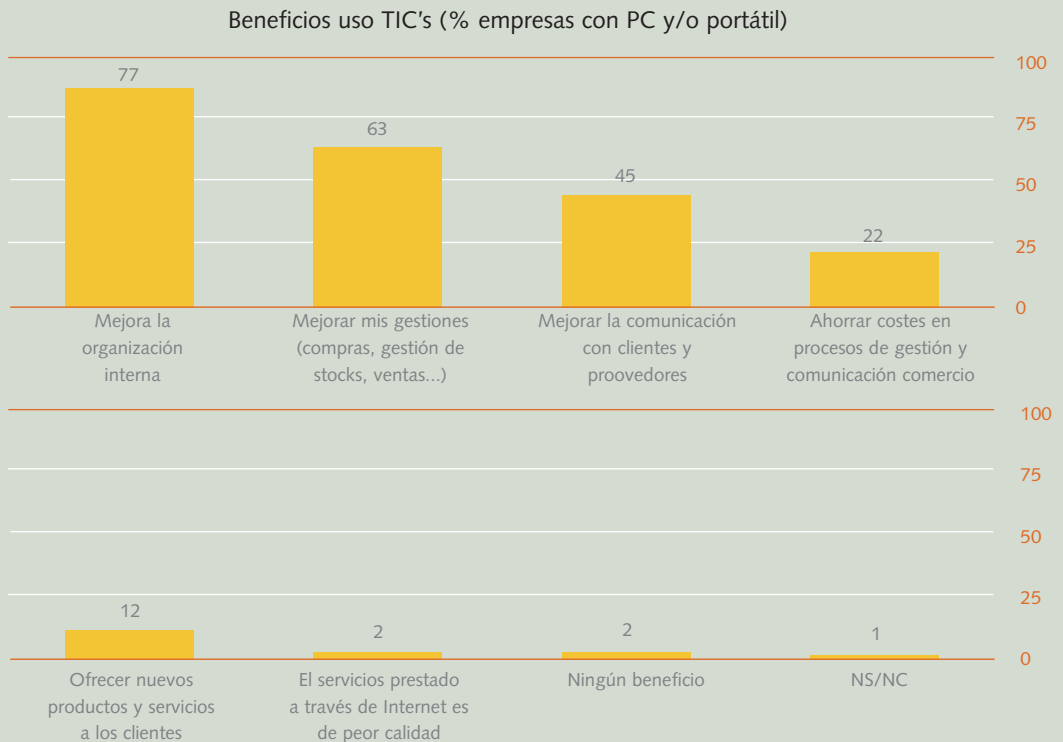
El 77% de las empresas que disponen de PC y/o PC Portátil declara que la incorporación de las nuevas tecnologías a su comercio les reporta una mejora en la organización Interna, y un 63%

afirma que mejora sus gestiones de compra, gestión de stock, etc.

Para el 45% de las empresas del comercio minorista con PC y/o PC Portátil las TIC mejoran la comunicación con clientes y proveedores, para el 22% redundan en un ahorro de costes en procesos de gestión y en el 12% de los casos son un medio para ofrecer productos y servicios nuevos a sus clientes.

Sólo el 2% de los casos declararon no aportarles ningún beneficio o que el

servicio prestado por Internet fuera de peor calidad.



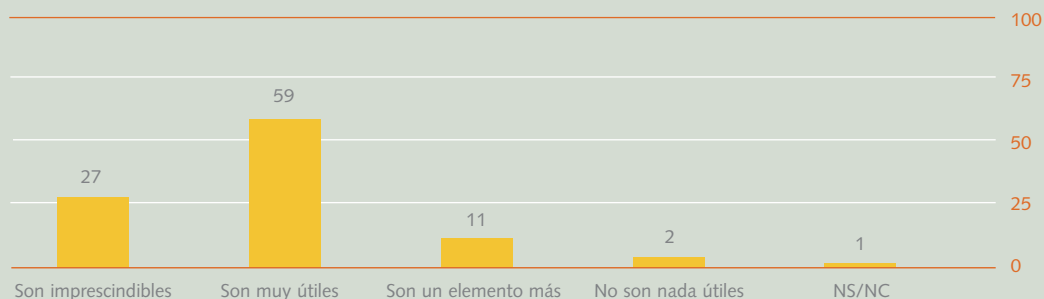
*Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información*

## 7.2. Valoración general uso de las TIC

Tan sólo el 2% de las empresas con PC y/o PC Portátil valoraron las TIC como

un elemento nada útil. Por contra, el 59% las definen como muy útiles y el 27% como imprescindibles. El 11% de las empresas conciben las TIC como un elemento más, cotidiano a su actividad.

### Valoración general uso TIC's (% empresas con PC y/o PC portátil)



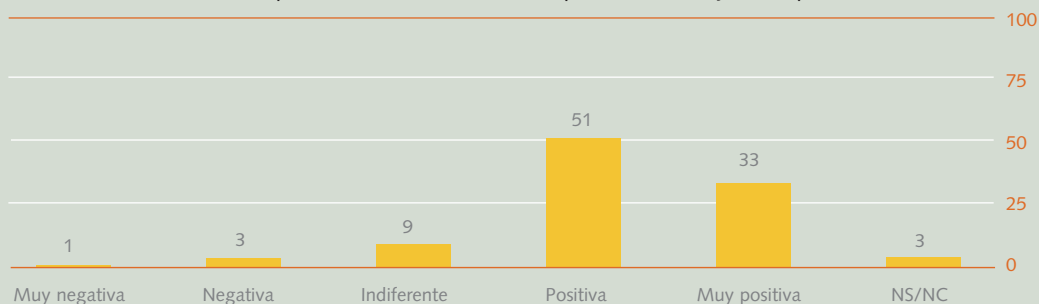
Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

### 7.3. Valoración TIC percibida en clientes

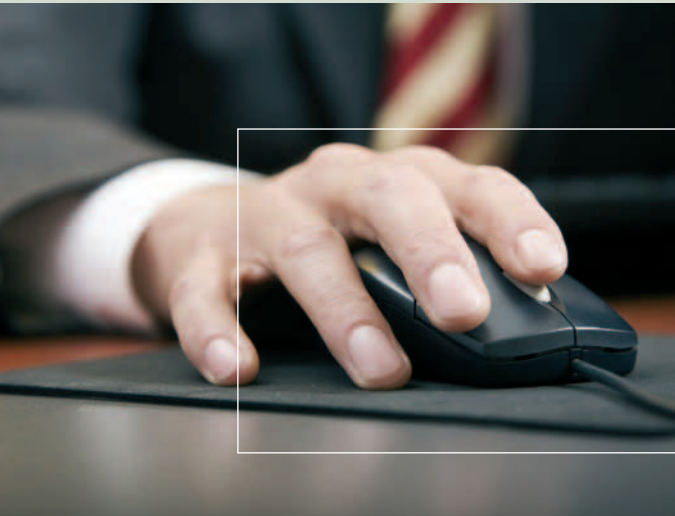
El 51% de las empresas con PC y/o PC Portátil perciben en sus clientes una valoración positiva de las TIC y muy

positiva en el 31% de los casos, de esta manera el 84% percibe en su clientela una valoración al menos positiva. Para el 9% la percepción de valoración de sus clientes es indiferente y para el 4% resulta negativa o muy negativa.

### Valoración TIC percibida en clientes (% empresas con PC y/o PC portátil)



Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información



## VI. RESUMEN

### 1. TABLA RESUMEN PRINCIPALES INDICADORES TIC

Implantación	% Afirmativo	Base
Ordenador Sobremesa	62	100
Ordenador Portatil	11	100
PDA	11	100
TPV	53	100
TPV Móvil por GPRS	6	100
Lector Código Barras	42	100
Red Wifi	16	100
Impresora	52	100
Impresora Térmica	37	100
Scanner	32	100
Sistema Copia Seguridad	39	100
Videovigilancia	26	100
Ordenadores en Red	80	100
Teléfono Fijo	100	100
Móvil Empresarial	32	100
Centralita	11	100
Fax	61	100

Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

Implantación	% Afirmativo	Base
Datáfono	76	100
Conexión Internet	50	100
TDT	3	100
Sistemas Domóticos	35	100
Conexión ADSL	84	50 <sup>1</sup>
Conexión Módem	11	50
Correo Electrónico	93	50
Web	33	50
Dominio en Internet	89	33 <sup>2</sup>
Dominio.com	53	33
Dominio.es	33	33
Dominio.net	8	33
Implantación LOPD	33	100
Compras por Internet	26	50
%Compras por Internet sobre Compras Totales	45	26 <sup>3</sup>
Ventas por Web	15	33
%Ventas por Web sobre Ventas Totales	7	15 <sup>4</sup>

Fuente: Observatorio Canario de Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información

- 1 En base a las empresas del sector comercio minorista con conexión a Internet
- 2 En base a las empresas del sector comercio minorista con conexión a Internet y Sitio Web
- 3 En base a las empresas del sector comercio minorista con conexión a Internet que realizan compras por Internet
- 4 En base a las empresas del sector comercio minorista con conexión a Internet, sitio Web y que realizan ventas a través de la Web

## 2. GRÁFICO COMPARATIVO PRINCIPALES INDICADORES TIC

Mediante la comparación de los principales indicadores de la Implantación y Uso de las TIC en el comercio al menor en Canarias frente a los obtenidos para la media nacional de la encuesta "Diagnóstico Tecnológico del sector de Comercio Minorista", Noviembre 2006, elaborada por el Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, Entidad Pública Empresarial Red.es, bajo consideración de la diferencia temporal entre ambas encuestas y habiendo procedido a unificar las bases para posibilitar la relación, se desprenden los siguientes resultados:

En cuanto a infraestructura TIC **los comercios al menor en Canarias incorporan el ordenador de sobremesa en mayor medida que la media nacional, un 62% frente al 57%**, sin embargo ofrecen porcentajes de penetración inferiores en cuanto a ordenadores portátiles y PDA.

Considerando la infraestructura de comunicaciones tan sólo **el 32% de los comercios al por menor en Canarias dispone de telefonía móvil, 10 p.p. por**

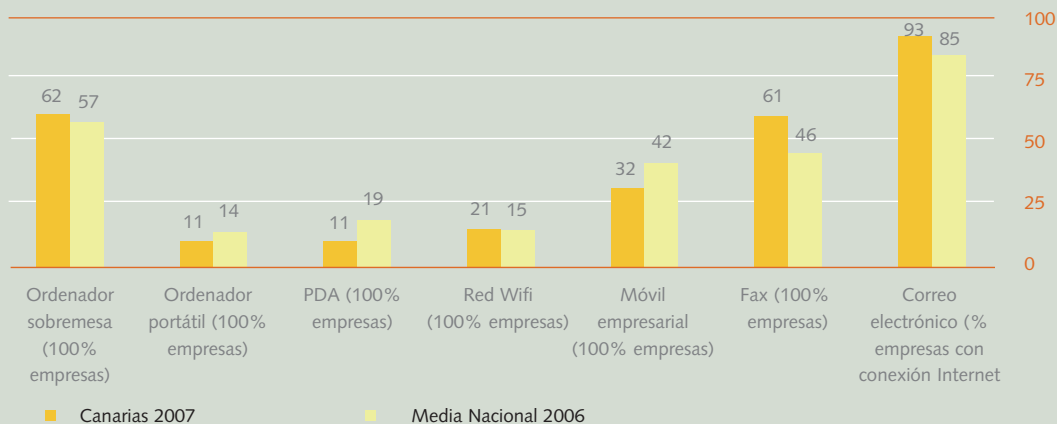
**debajo de la media nacional;** sin embargo, el 61% dispone de Fax, proporción superior en 15 p.p. a la media nacional.

En cuanto a la conectividad y acceso a Internet, no existen diferencias significativas en cuanto a las redes inalámbricas Wifi. **La mitad de los comercios al por menor en Canarias se conectan a Internet mientras que la media nacional lo hace en el 45%.**

De entre aquellos comercios conectados a Internet, **el 84% de los comercios canarios se conectan mediante tecnología ADSL, 5 p.p. inferior a la media nacional. El 93% de los comercios al menor conectados en Canarias dispone de correo electrónico superando en 8 p.p. a la media nacional, el 33% posee sitio Web, 11 p.p. inferior a la media nacional y el 29% dominio propio, 5 p.p. inferior a la media nacional.**

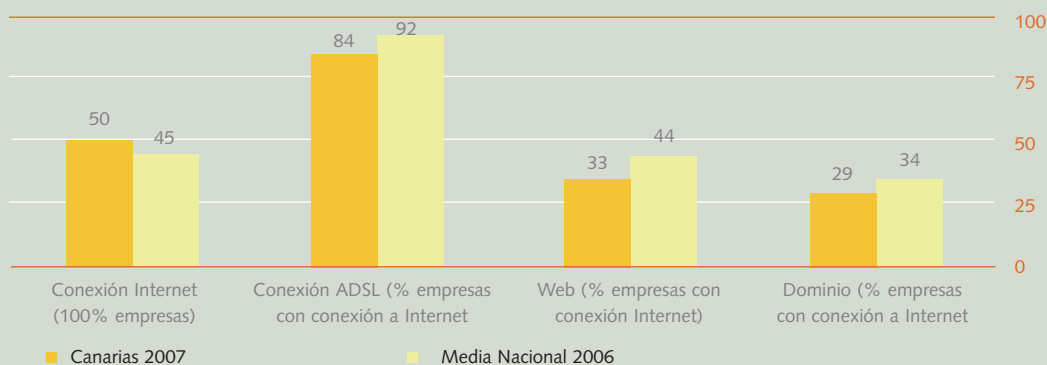
En cuanto al comercio electrónico, **el 13% del comercio al menor en Canarias realiza compras a proveedores a través de Internet mientras que para la media nacional este indicador alcanza el 20%.** El 3% de los comercios al por menor en Canarias lleva a cabo ventas a clientes a través de Internet, 4 p.p. inferior a la media nacional.

## Comparativa principales indicadores equipamientos TIC comercio minorista



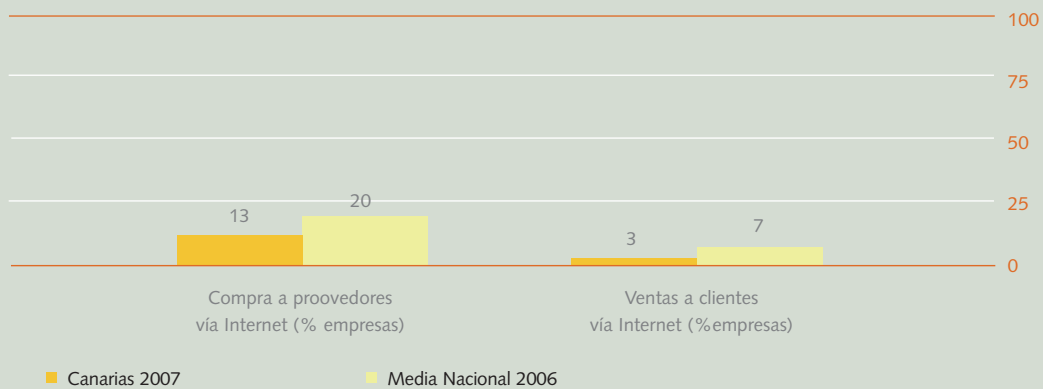
Fuente: Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información; Entidad Pública Empresarial Red.es; Elaboración propia

## Comparativa principales indicadores uso TIC comercio minorista



Fuente: Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información; Entidad Pública Empresarial Red.es; Elaboración propia

### Comparativa principales indicadores impacto TIC comercio minorista



Fuente: Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información; Entidad Pública Empresarial Red.es; Elaboración propia





PLAN  
AVANZA. >>>

