

RESUMEN EJECUTIVO

DIAGNÓSTICO TECNOLÓGICO DEL SECTOR DE COMERCIO MINORISTA

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



Noviembre 2006

1. INTRODUCCION

El Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información de la Entidad Pública Empresarial Red.es ha elaborado, en colaboración con la fundación Fundetec (de la que forma parte Red.es, junto con algunas de las principales empresas del sector TIC en España), y con la participación de la Fundación CTIC (participada por el Gobierno del Principado de Asturias) y la colaboración de Asociaciones sectoriales del comercio minorista, el presente informe de **Diagnóstico Tecnológico del Sector de Comercio minorista**, utilizando como principal fuente de información los resultados de una Encuesta dirigida a empresas del sector de comercio minorista, a través de un trabajo de campo utilizando dos vía de recogida de datos:

- o Encuesta online incluida en la página web de la Fundación CTIC y Fundetec
- o Encuesta directa presencial realizada por las asociaciones sectoriales del comercio minorista a empresas del sector

En total se ha realizado la encuesta a 632 empresas, 66 de ellas por vía online y 566 por teléfono, fax o correo postal.

2. SECTOR MINORISTA EN ESPAÑA

Datos y magnitudes económicas del sector minorista

El sector de comercio, según la Encuesta Anual de Comercio 2004 del INE, generó más de 635.789.986 miles de euros, de los que corresponden al comercio minorista algo más de 183.400.000 miles de euros (28,8%).

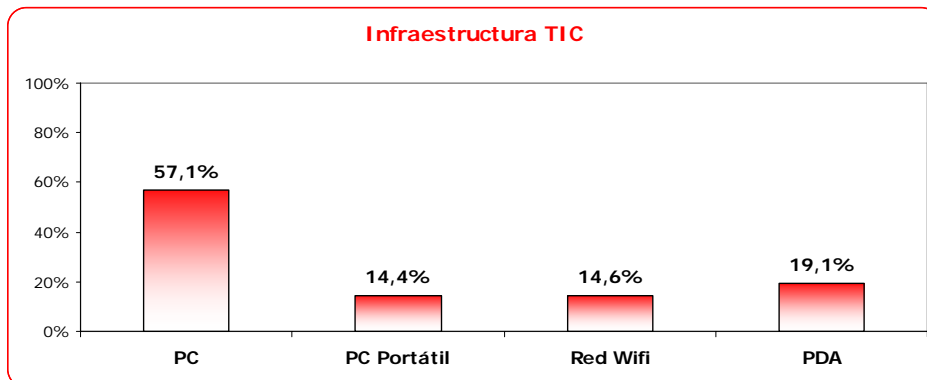
El personal ocupado del sector minorista -referido en los datos de la Encuesta de Población Activa- para el año 2004 (datos a septiembre 2004) era de 1.737.941 personas, lo que supone el 53,4% de los trabajadores del sector comercio y un 9,6% de la cifra total de ocupados, que en septiembre del 2004 era de 18,13 millones de trabajadores.

Estructura del sector minorista

Según los datos del INE, el sector minorista lo conforman un total de 550.379 empresas, correspondientes a empresas del sector CNAE 52 "Comercio al por menor excluidas las empresas de venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas".

Esta cifra supone el 17,96% del total de empresas en España, que según los datos del DIRCE está fijada en 3.064.129 empresas. Si revisamos los datos por CCAA, el sector minorista de las comunidades de Andalucía y Extremadura supera el 22% del número total de empresas de esas comunidades.

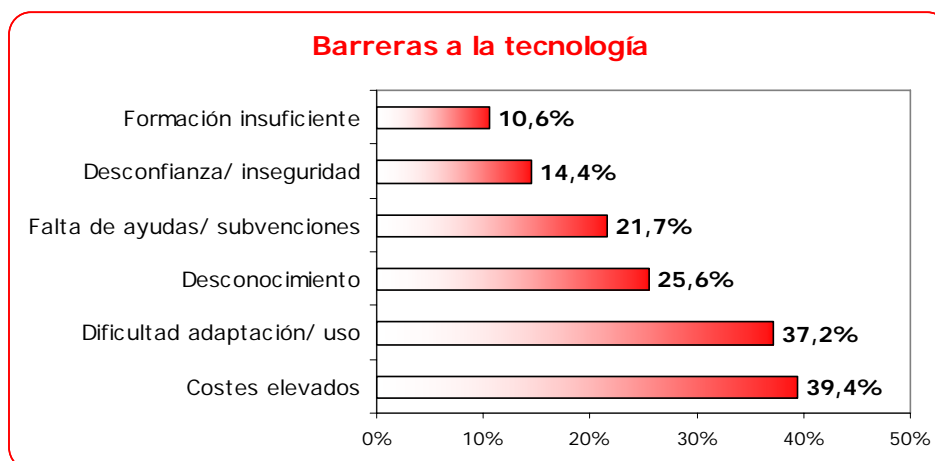
3. INFRAESTRUCTURA Y CONECTIVIDAD TIC



Encuesta diagnóstico Comercio minorista Red.es. Total empresas

Teniendo en cuenta que más del 85% de las empresas del sector son autónomos o tienen menos de 3 empleados, podemos estimar, según los datos recogidos, que **7 de cada diez empresas disponen de ordenador, ya sea ordenador de sobremesa o portátil.**

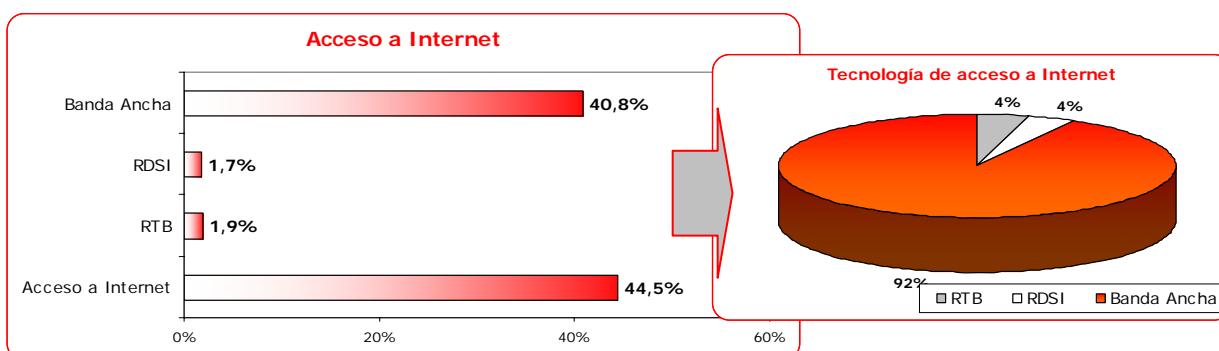
La disponibilidad de ordenador se convertiría en un elemento básico para la implantación posterior de otras tecnologías (como el acceso a Internet o la puesta en marcha de páginas web) que mejorarían, sin duda, la gestión y rentabilidad del negocio minorista.



Encuesta diagnóstico Comercio minorista Red.es. Total empresas que no disponen de PC

Tres de cada diez empresas encuestadas no disponen de PC.

- Para estas empresas la principal razón de no disponer de PC es el **coste de la tecnología**. Casi un 40% de las empresas así lo han expresado.
- A esta primera razón le siguen otras dos, que podrían ser asociadas al desconocimiento de las tecnologías (25,6%) y de lo que éstas podrían ayudar al negocio minorista, y que en consecuencia, lleva a manifestar una falta de interés en las tecnologías, señalando la idea de que las TIC no se adaptan a las necesidades del negocio minorista (37,2%).



Datos encuesta diagnóstico Comercio minorista. Red.es. Total empresas.

Internet está disponible en el 44,5% de las empresas del sector minorista.

Este dato trasladado a las empresas que disponen de PC, tomando como base estimada un 70% de las empresas del sector según el dato anteriormente expuesto, llevaría a que, dos de cada tres empresas del sector que disponen de ordenador, acceden igualmente a Internet.

Más del 90% de las empresas que disponen de acceso a Internet lo hacen a través de tecnologías de banda ancha (ADSL, Cable).

El acceso a través de otras tecnologías de menor velocidad y prestaciones como la red telefónica básica o RDSI la podemos considerar como testimonial.

Usos de Internet

Búsqueda de información	88,6 %
Gestiones bancarias	61,2 %
Relación con clientes y/o proveedores	56,6 %
Trámites con la Administración	28,5 %
Acciones de marketing	17,1 %
Análisis oportunidades de negocio	15,7 %
Análisis competencia	14,6 %
Formación	14,6 %
Búsqueda y contratación de personal	6,4 %

Encuesta diagnóstico Comercio minorista Red.es. Empresas con acceso a Internet

- Las **gestiones bancarias** se han convertido en un elemento impulsor importantísimo del uso de la Red. El uso de la banca electrónica está significativamente implantado entre las empresas, ya que más del 60% utilizan Internet para realizar sus operaciones bancarias.
- Internet se convierte en una **herramienta básica para la comunicación** con clientes o proveedores ya que el 56% la utiliza para estos fines. Aquí hacemos hincapié en el grado de implantación de la página web antes reseñado y su posible valor como herramienta de contacto empresarial tanto con proveedores como con clientes.

- El tercer elemento destacable es el uso de Internet como **canal de comunicación con las Administraciones Públicas**. El 28% de las empresas realizan operaciones con la Administración, lo que conlleva necesariamente la mejora de la implantación de la firma electrónica en sus organizaciones.

Las distintas AAPP han ido incorporando a la red distintos servicios con el objetivo de facilitar la relación de los administrados (ciudadanos y empresas) con las entidades públicas y este hecho puede convertir esta relación a través de la Red, en un elemento impulsor de la adopción de tecnologías en las empresas y el uso de nuevos servicios desde Internet como la facturación electrónica.

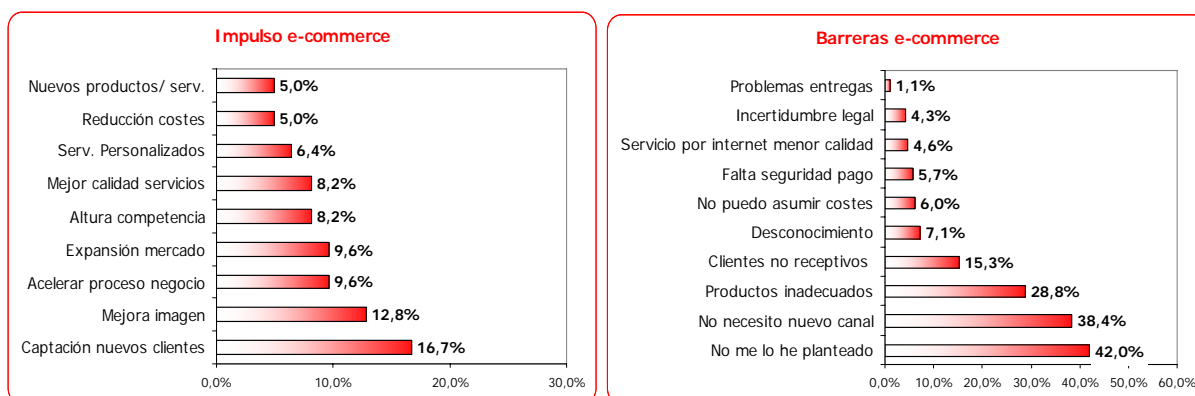
- Por último también podemos señalar que el 15% de las empresas minoristas que acceden a Internet utilizan la red como vía para la **formación** propia y de sus empleados, y un 7% la utilizan como vía para la gestión de sus **ofertas de empleo** y búsqueda de candidatos a los puestos de trabajo que desean cubrir en sus empresas.

4. NEGOCIO ELECTRÓNICO Y SECTOR MINORISTA

Compras y ventas a través de Internet

Según los datos de la encuesta, el **19,6% de las empresas del comercio minorista realizan compras a través de la Internet y solamente el 6,5% venden a través de este canal**. La Tarjeta de crédito es el medio de pago utilizado por el 49% de las empresas, seguido del contrareembolso y la transferencia bancaria utilizado, en ambos casos, aproximadamente por el 20% de las empresas.

Palancas de impulso y barreras al desarrollo del comercio electrónico en el sector minorista

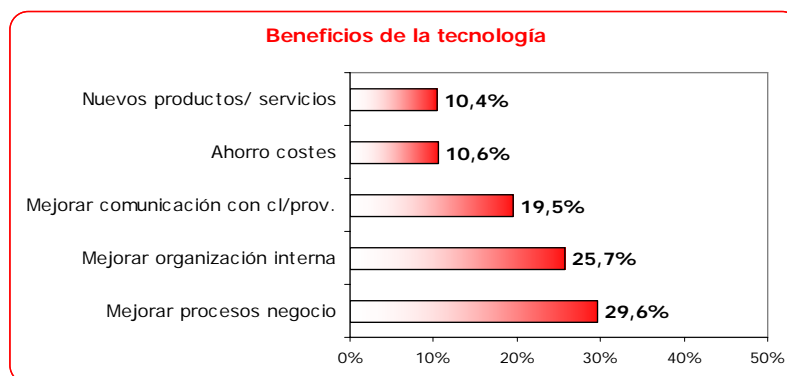
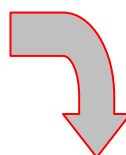
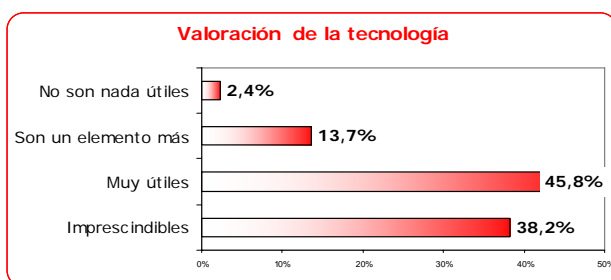


Encuesta diagnóstico Comercio minorista Red.es. Empresas con acceso a Internet.

- El desarrollo del comercio electrónico favorece la **captación de nuevos clientes** (16,7%), y **mejora la imagen de la empresa** (12,8%), así como permite mejorar las prestaciones de su negocio, ya que por un lado acelera y mejora el uso de los recursos (9,6%) y ayuda a expandir su mercado incrementando el público objetivo de su negocio (9,6%).

- En sentido contrario, las principales razones para no desarrollarlo pasan por un lado por la **falta de utilidad para el negocio minorista**: el 38,4% de las empresas entienden que no necesitan la red como canal de ventas, o sencillamente, nunca se han planteado su posible implantación en su negocio (42%).

5. EL FUTURO DE LAS TECNOLOGÍAS Y SU USO



Encuesta diagnóstico Comercio minorista Red.es. Empresas con acceso a Internet.

Resulta muy significativo y alentador para el futuro de las TIC dentro del negocio minorista que **más del 80% de las empresas encuestadas valoran las tecnologías como imprescindibles o muy útiles para su empresa.**

Aún cuando hemos visto anteriormente que el 75% no encuentran necesarias las tecnologías o no se habían planteado su incorporación, la visión general de las tecnologías es muy positiva.

A continuación, y para reforzar esta percepción se les ha preguntado sobre qué aspectos de su negocio el impacto de las tecnologías pudiera ser mucho más beneficioso o efectivo:

- En este caso, son la propia **mejora de sus procesos de negocio y la organización de su empresa** los aspectos que mejorarían con la implantación de nuevas tecnologías (la suma de ambas valoraciones suponen más del 55% de las empresas).
- En **menor medida** se marca el hecho de que las TIC ayuden a sus **relaciones con clientes o proveedores o se puedan producir ahorro en costes**, aunque en este último caso podríamos concluir que la mejora de los procesos y organización interna seguramente redundaría a medio plazo en una mejora en los resultados de la empresa originados por un ahorro en los costes.

6. CONCLUSIONES

La implantación de las nuevas tecnologías en el sector de comercio minorista es cada vez más importante pero aún así todavía se encuentra lejos de la media de la empresa española. Será necesario por lo tanto hacer un esfuerzo superior para tratar de acercar las TIC al sector minorista.

El uso de las TIC está fundamentado en aplicaciones sencillas relacionadas con operaciones de gestión de cobro y facturación y poco en procesos de gestión de su negocio.

Aún con esta situación, *existen ciertos servicios que podrían impulsar el desarrollo de nuevas soluciones para la gestión del negocio:*

- El uso de Internet como fuente de información sobre su sector, la competencia y las posibilidades de nuevos negocios.
- La implantación de la banca electrónica.
- El desarrollo de la comunicación con las administraciones públicas.

Partiendo de este panorama, un aspecto que debemos destacar es que el sector está abierto a la incorporación de las tecnologías en su negocio:

Más del 80% de las empresas consideran las tecnologías como imprescindibles o muy útiles, con lo que, al menos y en principio, las TIC son bien recibidas y admitidas como herramientas que ayuden a su actividad empresarial. Lo importante será explicar y extender como las TIC pueden mejorar la productividad y los resultados de la empresa.