



La adopción de las tecnologías de gestión en el sector comercial minorista

Propuesta de una segmentación en función de la predisposición del comercio hacia las TIC

ÁNGEL HERRERO, HÉCTOR SAN MARTÍN, MARÍA DEL MAR GARCÍA DE LOS SALMONES Y JESÚS COLLADO. Universidad de Cantabria

RESUMEN

RESUMEN. La implantación de tecnologías de la información y comunicación (TIC) constituye una fuente de ventajas competitivas para el comercio, si bien su adopción viene muchas veces condicionada por las características de sus gestores. Teniendo en cuenta este hecho, el presente trabajo examina la influencia de la actitud del gestor hacia las TIC y las barreras percibidas para su implantación en la adopción de tecnologías dentro del sector comercial minorista. Sobre la base de la información suministrada por una muestra de 440 establecimientos,

se identifican tres grupos de comercios en función de sus actitudes hacia las TIC: “innovadores”, “abiertos” y “refractarios”. La pertenencia a cada cluster, que varía significativamente en función del sector de actividad y número de empleados, explica diferencias en la disponibilidad de infraestructura tecnológica y de conectividad, aplicaciones y sistemas de gestión del negocio y uso de Internet en el comercio.

PALABRAS CLAVE: Comercio minorista, TIC, actitudes, barreras percibidas.