

**TABLA 2**  
**PROPORCIÓN DE EMPRESAS SOBRE EL TOTAL QUE SE HAN ENCUESTADO EN CADA BARRIO**

Sección Censal a la que pertenecen	%
Carretas	4'6
Centro	39'7
Centro comercial Calle Ancha	4'6
Centro comercial Imaginalia	0'4
Estación	0'7
Fátima	6'4
Feria	7'1
Franciscanos	10'6
Hospital	1'8
Industria	6
Pajarita	0'4
Parque Sur	1'8
Pilar	1'8
San Pablo	3'5
Villacerrada	10'6

### 3.2. Resultados del estudio

El presente apartado recoge los resultados de esta investigación realizada en colaboración con el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de Albacete de la UCLM. Tal como se apunta en epígrafes anteriores, el objetivo fundamental del estudio es conocer cual es la situación del pequeño comercio de la ciudad de Albacete en relación a las tecnologías de la información y la comunicación, cuyos resultados los presentamos a partir de dos tipos de análisis. En primer lugar se realiza una descripción detallada de las variables más relevantes empleadas en la investigación. Este análisis descriptivo nos permite una aproximación al conocimiento de la situación actual de la adopción de las nuevas tecnologías en el pequeño comercio albaceteño. En segundo lugar se ofrece un análisis más detallado sobre el impacto de las NTIC a partir de una serie de variables definitorias de las empresas del sector (nivel de facturación, edad del empresario, formación, antigüedad, sector de actividad, pertenencia a alguna asociación y propiedad) con el fin de averiguar en qué medida dichas características son determinantes en la adopción o no de nuevas tecnologías por parte