

IMPACTO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Investigadores USAL:

Director Mazza, Néstor (nestor.mazza@usal.edu.ar); Bender, Adrián; Nicolet, Santiago

Resumen

El objetivo del proyecto es determinar, en forma sistemática y metodológica, el nivel de adopción de las principales TIC, (Tecnologías de la Información y Comunicación) en las organizaciones argentinas, monitoreando sus tendencias y ayudando a difundir su importancia en la competitividad de las organizaciones.

Se han identificado, seleccionado y analizado 27 nuevas TIC: NFC (*Near Field Communication*), Control por gestos, BYOD (*Bring your own device*), Comunicaciones, RDID (*Radio Frequency Identification*), m2m, entre otras, y se han definido los indicadores para su evaluación. Mediante 150 encuestas se ha determinado el nivel de adopción de cada una de dichas tecnologías con algún nivel de segmentación, por ejemplo: tipo de organización, tamaño, ubicación, etc.

El tamaño y la composición de la muestra utilizada no nos permite extrapolar los resultados a nivel país, pero sí tener una idea clara del nivel de adopción de las NTIC seleccionadas en las organizaciones que participaron del estudio, como así también de las percepciones de destacados actores relacionados a las tecnologías de información y comunicación.

El nivel medio de familiaridad de las veintisiete NTIC bajo estudio (53%) cuantifica el grado de conocimiento de aquellos involucrados en incursionar en nuevas tecnologías, mientras que el índice de adopción (31%) nos señala que no son pocas las organizaciones que están adoptando soluciones y/o productos innovadores basados en NTIC. Tecnologías/paradigmas tecnológicos como *smartphones* (usados en el ámbito empresarial), *cloud computing*, Enterprise IM y HTML5 ya han entrado en la fase de adopción mayoritaria. El resto aún se encuentra en las primeras fases del proceso de adopción.

Posiblemente la escasa percepción sobre el valor de las NTIC como fuente de diferenciación, la falta de soluciones informáticas a problemas más elementales (informatización de la gestión administrativo-financiera, del relacionamiento con clientes, de la integración de la cadena de valor, etc.), el riesgo percibido y la falta/desconocimiento de mecanismos articulados de difusión expliquen al menos en parte la brecha observada entre familiarización y adopción. Los segmentos industriales con mayor índice de adopción fueron: IT & Telecomunicaciones; Banca y Seguros; Servicios Profesionales; Laboratorios y Farmacias; y Manufactura y Proceso.

Palabras clave: tecnología; información; comunicación.

Abstract

The aim of the project is to determine in a systematic and methodological level of adoption of the main TIC (Information Technology and Communication), in the Argentine organizations, monitoring

trends and helping to spread the importance of them in the competitiveness of organizations.

They have been identified, selected and analyzed 27 new TIC: NFC (Near Field Communication), Gesture Control, BYOD (Bring your own device), Communications, RDID (Radio Frequency Identification), m2m, among others, and defined indicators for evaluation. By 150 surveys it has determined the level of adoption of each of these technologies with some level of segmentation such as: type of organization, size, location, etc.

The size and composition of the sample does not allow us to extrapolate the results at country level, but have a clear idea of the level of adoption of nTIC selected the organizations that participated in the study, as well as perceptions of prominent actors related to information and communication technologies.

The average level of familiarity of the 27 NTIC under study (53%) quantifies the degree of knowledge of those involved in entering into new technologies, while the adoption rate (31%) tells us that there are few organizations that are adopting solutions and / or innovative products based on NTIC. Technologies / technological paradigms as Smart Phones (used in business), Cloud Computing, Enterprise IM and HTML5 have already entered the phase of mainstream adoption. The rest is still in the early stages of the adoption process.

Possibly the low perception of the value of nTIC as a source of differentiation, lack of software solutions to more fundamental problems (computerization of administrative and financial management of customer relations, the integration of the value chain, etc.), perceived risk and the absence / lack of articulated mechanisms of diffusion, explain, at least in part, the gap observed between familiarization and adoption. Industrial segments with the highest rate of adoption were: IT & Telecommunications, Banking and Insurance, Professional Services, laboratories and pharmacies, and Manufacturing Process.

Keywords: information; technology; communication.