



UBA FCE
Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas



cesot | fce
centro de estudios de
sociología del trabajo



Red Latinoamericana
de Investigadores
en Cooperativismo

ADOPCIÓN DE INNOVACIONES TECNOLÓGICAS EN EL SECTOR COOPERATIVO

Alicia Inés Zanfrillo; María Antonia Artola - Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina.

email: alicia@mdp.edu.ar; martola@mdp.edu.ar

Resumen

A principios del nuevo siglo la incorporación de equipamiento informático y acceso a internet auguraba un futuro promisorio al sector cooperativo argentino pues la brecha digital en términos de acceso era reducida ofreciendo un perfil óptimo para la optimización de los procesos productivos, la visualización de su quehacer y el desarrollo de nuevos modelos de negocios.

Diez años después las cooperativas presentan un mínimo nivel en la adopción de tecnologías ofreciendo un escaso número de entidades con nuevos canales para la comunicación en el ámbito digital y un asentamiento en la primera generación del desarrollo de comercio electrónico. Esta situación reduce las posibilidades de generar ventajas competitivas en la nueva cadena de valor virtual a través de la gestión de información y la aplicación de tecnologías para la creación de nuevos productos y servicios.

Reconocida la falta de integración como una problemática extendida a nivel horizontal y vertical, la escasa aplicación de las nuevas tecnologías obra en detrimento de la incorporación del sector cooperativo a la nueva economía, la economía del conocimiento, alejando así no solo las posibilidades formativas y de acceso a la información sino además, conformando un espacio de aislamiento respecto de otros agentes y organizaciones del medio. Esta situación dificulta el reconocimiento de su accionar, la consolidación de su imagen y la adhesión de una masa crítica de usuarios.

El propósito de la investigación es determinar los grupos de primeros adoptantes según la teoría de la difusión de innovaciones de Rogers (1995) para la adopción de aplicaciones de comercio electrónico basados en las características de la incorporación del website en el sector cooperativo del Partido de General Pueyrredón. Se aborda una investigación de tipo cuantitativa sobre los registros de dominio de las entidades desde el año 1995 hasta 2016 y se realiza la comparación de la curva de adopción del website corporativo con respecto a las aplicaciones de comercio electrónico a fin de establecer políticas que faciliten la incorporación de ésta tecnología sobre aquellos grupos que se encuentran más próximos a la innovación. Para el análisis se emplea la herramienta matemática provista por Bass (1968). Los resultados muestran un grupo de primeros adoptantes muy reducido situación que refleja la debilidad en la adopción de la cadena de valor virtual y el escaso volumen de éstos grupos para consolidar futuras estrategias de incorporación de tecnologías.

Palabras clave: cooperativas, internet, difusión de innovaciones.