



infatig

Informe sobre el uso de los recursos de internet
en el sector servicios de la ciudad de Mar del Plata



Informe sobre el uso de los recursos de internet en el sector servicios de la ciudad de Mar del Plata

Realizado por:

Grupo de Investigación Tercer Sector
Centro de Investigaciones Económicas y Sociales
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata

Dirección del proyecto:
Dra. Alicia Inés Zanfrillo

Colaboraron en este número:

Dra. Alicia Inés Zanfrillo
Mg. María Antonia Artola
Mg. Raúl de Vega
C.P. Ezequiel Marisquerena

Deán Funes 3250
(7600) Mar del Plata
República Argentina
Teléfono: +54 223 474-9696
E-mail: infotic@mdp.edu.ar

Imágenes propias
y libres de www.freejpg.com.ar



contenido

Presentación
Página 1



Presentation
Página 2



Presentação
Página 3



Introducción
Página 4



Servicios de hospedaje
Página 5



Servicios de salud
Página 8



PRESENTACIÓN

En el año 2014 se aprobó en la Universidad Nacional de Mar del Plata el primer proyecto de investigación en el marco del Grupo Tercer Sector orientado a brindar información sobre el acceso y uso de las TIC –tecnologías de la información y de la comunicación– en el Partido de General Pueyrredon. Del trabajo desarrollado en este proyecto y en el siguiente aprobado en el año 2016 surge la propuesta de elaborar una publicación con periodicidad anual para facilitar la toma de decisiones sobre el empleo de tecnologías para la comunicación con los públicos de interés bajo el nombre **Informe sobre el uso de los recursos de internet en el sector servicios de la ciudad de Mar del Plata**.

El equipo de trabajo se constituye por investigadores formados en diferentes disciplinas (Administración, Contable, Estadística y Tecnologías) favoreciendo así un abordaje plural para el análisis de la brecha digital y su relevancia ya sea como ventaja competitiva para las organizaciones o como factor diferencial en el empoderamiento de los usuarios. Esta situación ha permitido además estudiar la comunicación a través de internet desde diferentes teorías extendiendo en la actualidad la propuesta de investigación hacia la responsabilidad social y el desarrollo sustentable. En el relevamiento de datos colaboraron los estudiantes avanzados de la carrera de Contador Público en el cumplimiento del requisito curricular Horas de Investigación.

Esta publicación tiene como propósito ofrecer a la comunidad información estadística que permita conocer los diferentes grados de avance logrados en el empleo de las TIC, es decir sobre quiénes usan las herramientas así como cuáles se emplean. Si bien los estudios han tenido en sus inicios a las organizaciones asociativas como principales destinatarias, en la actualidad se ofrece una visión abarcativa del sector de actividad económica en el que se encuentran insertas a fin de aportar información de contexto necesaria para establecer las distancias y desigualdades entre ellas.

Información sobre el grupo de investigación TercerSector:

<https://eco.mdp.edu.ar/cieys/643-tercer-sector>

Producción del grupo de investigación Tercer Sector:

<http://nulan.mdp.edu.ar/view/divisions/g=5Fter=5Fsect.html>

Dirección de contacto: infotic@mdp.edu.ar

Nº 1

Septiembre 2017

ISSN: 2591-3549

PRESENTATION

In 2014, the first research project was approved at the *Universidad Nacional de Mar del Plata* in the framework of the Third Sector Group aimed at providing information on the access and use of ICTs –information and communication technologies– in *General Pueyrredon district*. From the work developed in this project and the next one approved in 2016, the proposal to produce a publication with annual periodicity to facilitate the decision making on the use of technologies for communication with the public of interest under the name Report about the use of internet resources in the services sector of the city of Mar del Plata.

The work team is made up of researchers trained in different disciplines (Administration, Accounting, Statistics and Technologies) thus favoring a plural approach for the analysis of the digital gap and its relevance either as a competitive advantage for organizations or as a differential factor in the Empowerment of users. This situation has also allowed us to study communication through the internet from different theories, extending the current research proposal towards social responsibility and sustainable development. In the data survey helped the advanced students of the career of Public Accountant in the fulfillment of the curricular requirement of Hours of Investigation.

The purpose of this publication is to provide the community with statistical information on the different degrees of progress made in the use of ICTs, in other words, on who uses the tools as well as which ones are used. Although the studies have had at the beginning the associative organizations like main receivers, at the moment it is offered an encompassing vision of the sector of economic activity in which they are inserted in order to provide information of context necessary to establish the distances and inequalities among them.

Information about the research Third Sector Group:

<https://eco.mdp.edu.ar/cieys/643-tercer-sector>

Production of research Third Sector Group:

<http://nulan.mdp.edu.ar/view/divisions/g=5Fter=5Fsect.html>

Contact address: infotc@mdp.edu.ar

No. 1

September 2017

ISSN: 2591-3549

PRESENTAÇÃO

No ano 2014 se aprovou na Universidad Nacional de Mar del Plata o primeiro projeto de pesquisa no marco do Grupo Terceiro Setor orientado a brindar informações sobre o acesso e uso das TIC –tecnologias da informação e da comunicação– no Partido de General Pueyrredon. Del trabalho desenvolvido em seu projeto e no próximo aprovado no ano 2016 surge a proposta de elaboração de uma publicação com periodicidade anual para facilitar a tomada de decisões sobre o emprego de tecnologias para a comunicação com os públicos de interesse sob o nome Relatório sobre o uso dos recursos de internet no setor de serviços da cidade de Mar del Plata.

O departamento de trabalho se constituiu por pesquisadores treinados em diferentes disciplinas (Administração, Contabilidade, Estatística e Tecnologias) favorecendo assim um abordagem plural para o análise da divisão digital e sua relevância como vantagem competitiva para as organizações ou como fator diferencial no Empoderamento dos usuários. Esta situação também permitiu estudar a comunicação através da internet a partir de diferentes teorias, estendendo na atualidade a proposta de pesquisa para a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável. os alunos avançados da carreira de contador público colaboraram na pesquisa de dados, cumprindo assim o requisito curricular de horas de investigação.

O objetivo desta publicação é fornecer à comunidade informações estatísticas sobre os diferentes graus de progresso alcançados no uso das TIC, ou seja, sobre quem usa as ferramentas e quais são usadas. Embora os estudos tiveram no início às organizações associativas como principais beneficiárias, na atualidade, oferece uma visão global do setor de atividade econômica em que são inseridos para fornecer informações de contexto necessárias para estabelecer as distâncias e desigualdades entre elas.

Informação sobre o grupo de pesquisa Tercer Setor:

<https://eco.mdp.edu.ar/cieys/643-tercer-sector>

Produção do grupo de pesquisa Tercer Setor:

<http://nulan.mdp.edu.ar/view/divisions/g=5Fter=5Fsect.html>

Endereço de contato: infotoc@mdp.edu.ar

Nº 1

Setembro 2017

ISSN: 2591-3549

INTRODUCCIÓN

Desde que en 1989 Tim Berners-Lee uniera el hipertexto con internet se han producido grandes transformaciones en las relaciones sociales y económicas en todo el mundo. En los primeros tiempos de la red el interés de las políticas públicas estaba en la disminución de la brecha digital basada en la distancia de diferentes grupos en el acceso a las tecnologías. En la actualidad y con profundas desigualdades, se ha superado en ciertos niveles las deficiencias en la adopción desplazándose el foco hacia la disparidad en conectividad. La evolución de las tecnologías de la información y de la comunicación –TIC–, en particular los recursos de internet, ha generado la distinción de períodos de uso y apropiación definidos por su funcionalidad. Se identifica así una primera etapa centrada en saberes técnicos restringidos a actividades académico-científicas para luego ser adoptados por las empresas a través de la presencia en la red y el comercio electrónico. Posteriormente con el rol protagónico de los usuarios como prosumidores a partir del advenimiento de los *social media* se inicia una nueva etapa con foco en la participación.

En estos avances tecnológicos se reconoce la definición de Tim O'Reilly sobre el paso de la web 1.0 a la web 2.0 que acuñó en el año 2004. Esta transición se realiza desde el acceso a la información en una red descentralizada a un espacio de gestión colectiva del conocimiento así como por el carácter creador y participativo de los usuarios. El pasaje hacia la web 3.0 se orienta en la interpretación de las necesidades y características de estos a fin de ofrecerle soluciones personalizadas con accesibilidad a los contenidos en diferentes formatos. Estos procesos no ocurren en forma lineal ni organizada sino que se ven influenciados por factores organizativos, del entorno y de los atributos de las tecnologías. Así el internet de las cosas¹, la interconexión de los objetos a la red, el almacenamiento en la nube y las aplicaciones marcan el rumbo hacia el nuevo período.

Una amplia literatura científica posiciona a las TIC como fuente de ventajas competitivas por lo cual su adopción ya no implica un interrogante sino que las decisiones se asientan en las nuevas prácticas que pueden desarrollarse a través de su empleo. Ya sea que se observen los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2016), el Pacto Mundial de Naciones Unidas (1999) o la Carta de Ottawa (1986) todos ofrecen puntos coincidentes respecto de la intención de llevar a cabo acciones en forma conjunta entre las organizaciones gubernamentales y las del medio socio-productivo que promuevan el empoderamiento de los usuarios a través del acceso a las tecnologías y a la información. Por ello, resulta de interés destacar el tipo de recursos de internet *website*, correo electrónico, listas de correo, foros, redes sociales, *blog*, *microblogging*, marcadores sociales, sindicación de contenidos y aplicaciones móviles entre otros– así como los propósitos de su uso a fin de reconocer el nivel de adopción y uso de las organizaciones para la interacción con sus usuarios y la optimización de sus actividades.

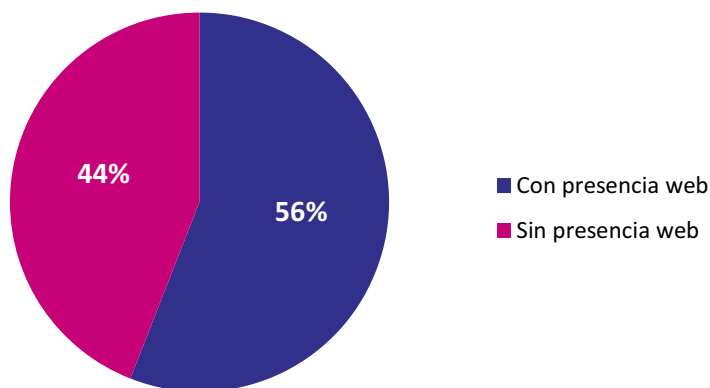
¹ Internet de las cosas (IoT) implica la interconexión digital de objetos de uso cotidiano a internet.

En este número abordaremos la adopción de los recursos de internet que realizan en la actualidad las organizaciones de servicios de hospedaje y de salud del Partido de General Pueyrredon con el propósito de determinar las herramientas disponibles para el desarrollo de competencias genéricas en sus usuarios así como la evolución en la adopción de tecnologías para la comunicación con sus públicos de interés. Este reconocimiento permite situar a las organizaciones de la ciudad enfocadas ya sea en estrategias de difusión y/o de interacción ofreciendo un diagnóstico para la definición de futuras estrategias que permitan superar las brechas de inclusión, igualdad de género y diversidad territorial en el marco de su Responsabilidad Social Corporativa.

SERVICIOS DE HOSPEDAJE

La plaza hotelera de la ciudad de Mar del Plata ofrece una diversidad de alojamientos categorizados por el Ente Municipal de Turismo (EMTUR) según las prestaciones que brindan a sus huéspedes. A fin de ofrecer información sobre el destino, como sobre los servicios que ofrecen, hasta la posibilidad de realizar una reserva en línea, las empresas del sector disponen de una presencia en la web, es decir de un espacio digital para su actividad comercial definido a través del registro de un dominio propio en la web. Mientras que para el año 2010 el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) determinaba en nuestro país una presencia web del 72% para el sector industrial, siete años después en 2017, el sector de hospedaje no alcanza aún este porcentaje, con un 56% de organizaciones que disponen de un espacio propio (Gráfico 1).

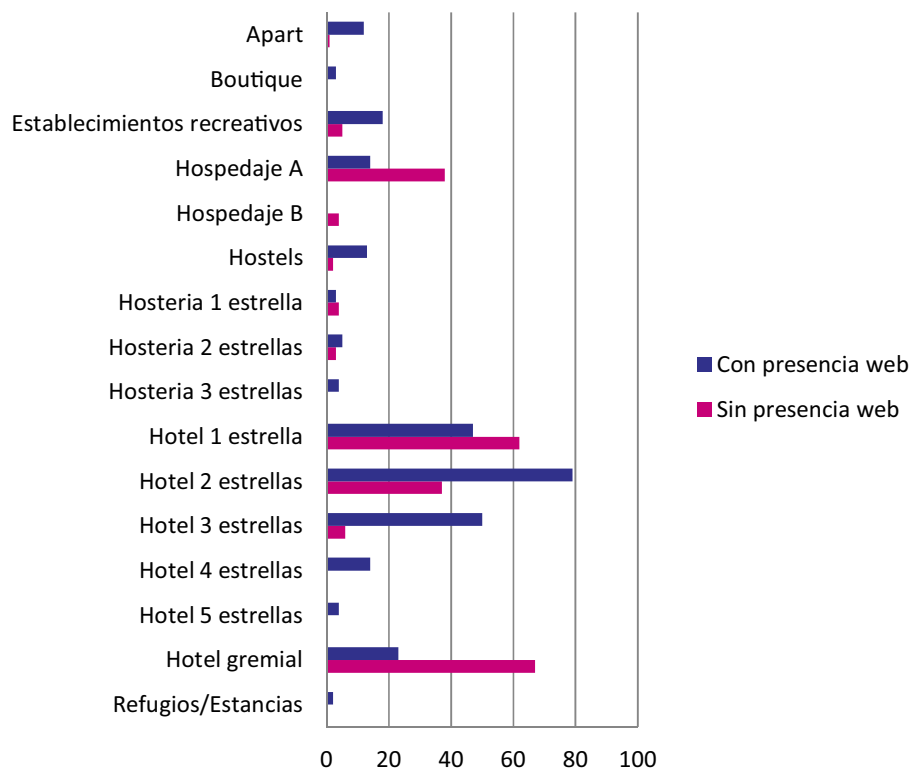
Gráfico 1. Distribución de la presencia web de la plaza hotelera. Mar del Plata - 2017.



La distancia entre las empresas de servicios de hospedaje y las del sector industrial refleja la escasa penetración del recurso de internet, considerando que aproximadamente cada dos establecimientos de hospedaje solo uno de ellos ofrece información en la red a través de una presencia que no se encuentre únicamente definida en plataformas de viaje o redes sociales. Esta observación adquiere mayor importancia si se considera que entre el 70% (Unión Internacional de Telecomunicaciones [ITU], 2016) y el 80% (*Internet World Stats*, 2016; *We Are Social*, 2016) de las mediciones sobre el número de usuarios de internet en el país para el año 2016, el 90% ya ha realizado una compra en línea (Cámara Argentina de Comercio Electrónico [CACE], 2016).

El extenso número de consumidores que habitualmente adquiere productos y servicios por el medio digital se enfrenta a un escenario restringido para acceder directamente a las empresas de hospedaje marplatenses puesto que en un número apenas mayor a la mitad el sector resulta visible a través de portales propios. Las mayores asimetrías respecto de la presencia web se encuentran en los hoteles gremiales, los hospedajes A y B, los hoteles de una y dos estrellas junto con los establecimientos recreativos². En menor medida, pero con un impacto mayor por la categoría de servicios se encuentran los hoteles de tres estrellas y *hostels* (Gráfico 2).

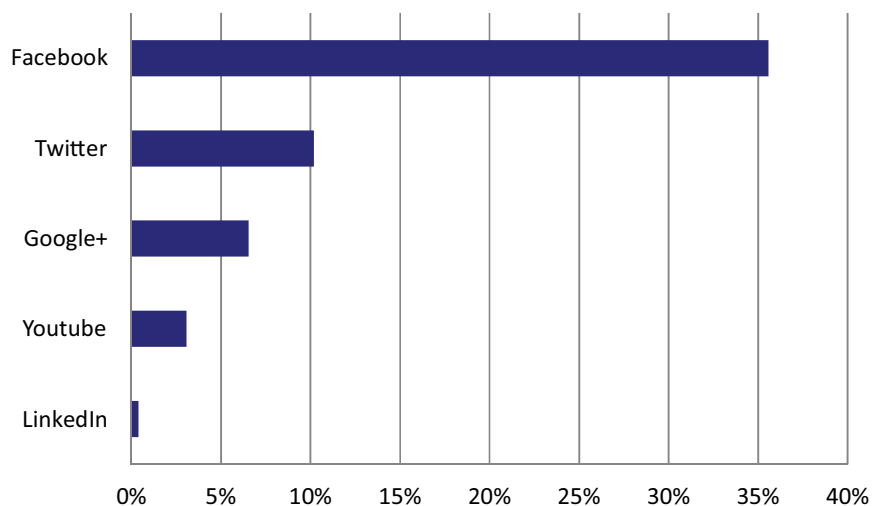
Gráfico 2. Distribución de la presencia web de la plaza hotelera según tipo de alojamiento.
Mar del Plata - 2017.



² La categoría incluye: *country*, colonia de vacaciones, club de playa, campamentos y cabañas.

Como medios complementarios para la difusión de su quehacer y facilitar a los clientes el conocimiento sobre la calidad de sus servicios se emplean recursos de la web social sin una mayor penetración de estas herramientas de amplia difusión en la actualidad. La red social *Facebook* registra como perfiles de las empresas poco más de la tercera parte del total del sector considerado en el análisis mientras que las proporciones en el uso de la red *microblogging –Twitter–* y otras redes sociales como *Google+* disminuyen considerablemente. La promoción del quehacer de estas organizaciones a través de canales de video *Youtube–* o perfiles definidos en redes profesionales *–LinkedIn–* constituye un espacio que se encuentra por desarrollar en el sector (Gráfico 3).

Gráfico 3. Distribución de perfiles en *social media* en la plaza hotelera. Mar del Plata - 2017.



Ficha metodológica

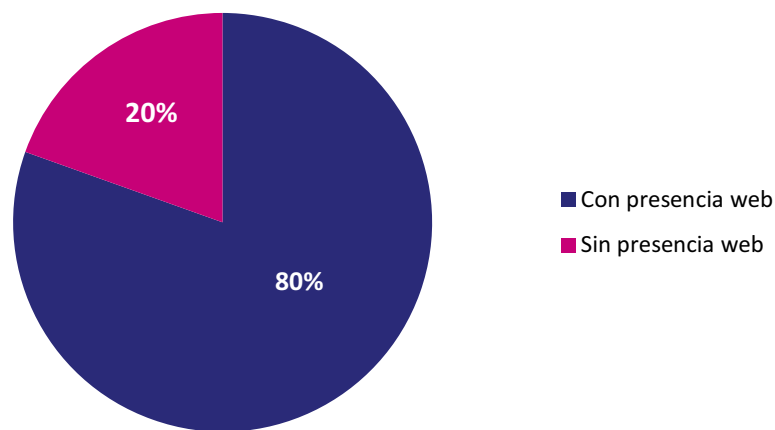
Cobertura geográfica	Local
Cobertura temática	Uso de los recursos de internet en los servicios de hospedaje
Población objetivo	Empresas formales que desarrollan su actividad pertenecientes al sector servicios de la ciudad de Mar del Plata
Tamaño población	520 empresas activas
Formato	No presencial. Reconocimiento del <i>website</i> en motores de búsqueda
Fecha del estudio	Mayo – Junio 2017

SERVICIOS DE SALUD

La ciudad de Mar del Plata dispone de un nutrido grupo de organizaciones dedicadas a financiar y/o a prestar servicios de salud de carácter público, privado, asociativo o mixto. El propósito de su presencia en la web consiste en ofrecer información específica sobre trámites y prestaciones para sus afiliados –planes de salud, cartilla de prestadores, prácticas liberadas y vademécum entre otras– así como la difusión de campañas tanto para la prevención de la salud como la mejora de la calidad de vida de la población.

Para el año 2010 según el INDEC las empresas del sector industrial disponían en un 97% de conexión a internet mientras que el sector cooperativo y mutual en el Censo Económico y Social Cooperativo y Mutual (2008) presentaba en la provincia de Buenos Aires un 83% de entidades con acceso a la red. Este potencial de las TIC se revela en un alto porcentaje de presencia web para las organizaciones asociativas que financian y/o prestan servicios de salud en la salud con el 82%. La situación se replica para las organizaciones del sector público con un 86% pero se advierte una menor adopción para el sector privado con el 40%. En forma general, el sector sanitario registra una mayor penetración del recurso de internet, puesto que cada cinco organizaciones cuatro de ellas ofrecen información en la red (Gráfico 4).

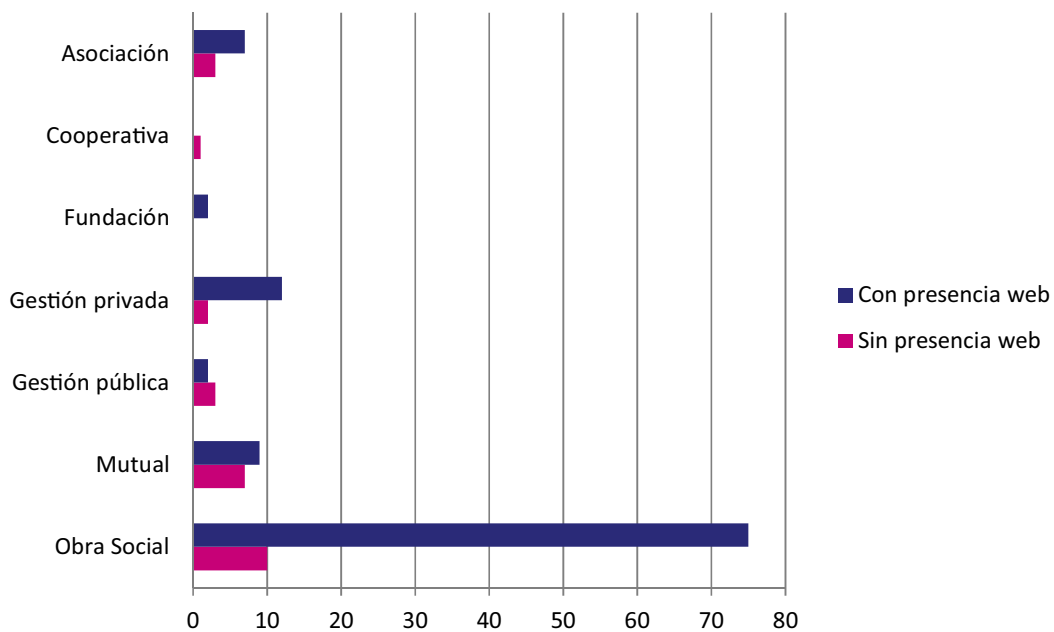
Gráfico 4. Distribución de presencia web en servicios de salud. Mar del Plata - 2017.



Con internet como la principal fuente para el acceso a la información sobre salud las organizaciones que financian o prestan este tipo de servicios disponen de una oportunidad para ofrecer a sus usuarios herramientas más sofisticadas para el desarrollo de competencias centradas en discernir sobre la confiabilidad de los cursos informativos así como en promover un uso avanzado de las herramientas de internet para la gestión administrativa. Sin

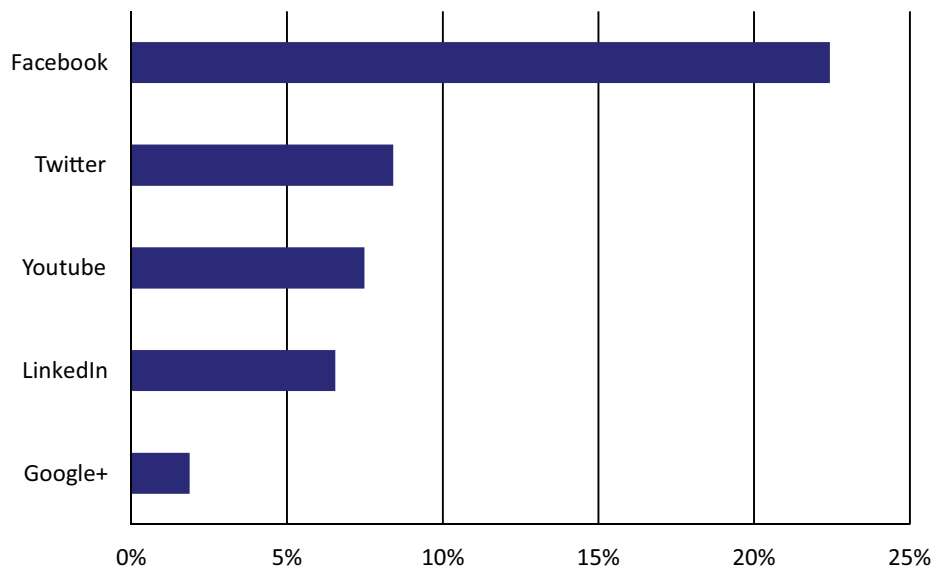
embargo, aún existe un porcentaje de entidades que componen el sector asociativo que no registra presencia en la web en un 18%. Las obras sociales y empresas privadas de salud son las que mayor representación ofrecen en la adopción del recurso web mientras que las organizaciones del sector público se encuentran en gran medida fuera del espacio digital (Gráfico 5).

Gráfico 5. Distribución de presencia web en servicios de salud según tipo de organización. Mar del Plata - 2017.



A efectos de promover la difusión de actividades y acercar a los afiliados las novedades del quehacer de las entidades de salud se observa que las organizaciones del sector no realizan un uso exhaustivo de estas herramientas. El aprovechamiento de los recursos de la web 2.0 se centra en la definición de un perfil en las redes sociales con el 22% del total de entidades con presencia en la red que adoptan a *Facebook* como canal de comunicación con sus usuarios mientras que la red de *microblogging* apenas alcanza el 8%. La incorporación de recursos como canales de video ú otras redes sociales o profesionales aún resulta incipiente (Gráfico 6). A pesar del amplio porcentaje de entidades incorporadas a la red a través de la presencia institucional ésta participación no se presenta con igual magnitud en la adopción de recursos de la web social limitando las estrategias de difusión y empoderamiento de sus usuarios a los canales ya tradicionales de la web 1.0.

Gráfico 6. Distribución de perfiles en *social media* en servicios de salud. Mar del Plata - 2017.



Ficha metodológica

Cobertura geográfica	Local
Cobertura temática	Uso de los recursos de internet en los servicios de salud
Población objetivo	Empresas y entidades asociativas que desarrollan su actividad pertenecientes al sector servicios de salud de la ciudad de Mar del Plata ya sea que presten o financien dichos servicios. Las organizaciones del sector público y privado se seleccionaron considerando aquellas que disponen del servicio de internación
Tamaño población	133 organizaciones: 114 pertenecientes al tercer sector, 14 al sector privado y 5 al sector público
Formato	No presencial. Reconocimiento del <i>website</i> en motores de búsqueda
Fecha del estudio	Mayo – Junio 2017

AGRADECIMIENTOS

Hacemos expreso nuestro agradecimiento por la colaboración en el diseño del Informe al Mg. Cristian Merlino y a la Bib. Patricia Santo Mauro del Centro de Documentación de la FCEyS - UNMDP así como al personal del Servicio Universitario Médico de Salud (SUMA) por la provisión de imágenes de las instalaciones de la obra social.



inf^oTIC

