

el dato ~

Luces y sombras del avance argentino en el mundo digital

El mundo digital argentino avanzó un 160% en la última década, especialmente por el uso de celulares, sobrepasando a la región cuyos índices llegaron a 120% entre 2004 y 2014, pero el punto débil está en los contenidos y es pobre el futuro si no se revierte ese déficit, señala un exhaustivo estudio realizado a nivel continental.



Pocas veces se asiste a reflexiones tan claras basadas en datos y expresada de forma amena, como la que realizó el doctor Raúl Katz, al mostrar un minucioso panorama del sistema digital argentino, y su comparación con el resto de América Latina y los países avanzados del mundo.

Raúl Katz, un experto argentino que se desempeña como profesor adjunto – Columbia Business School, donde es director de estudios de estrategia empresarial en el Columbia Institute for Tele-Information, además de presidente de la consultora Telecom Advisory Services LLC, con sede en Nueva York.

Este estudio fue patrocinado conjuntamente por CAF -banco de desarrollo de América Latina, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Centro de Estudios de Telecomunicaciones de América Latina (CET.LA) y Fundación Telefónica.

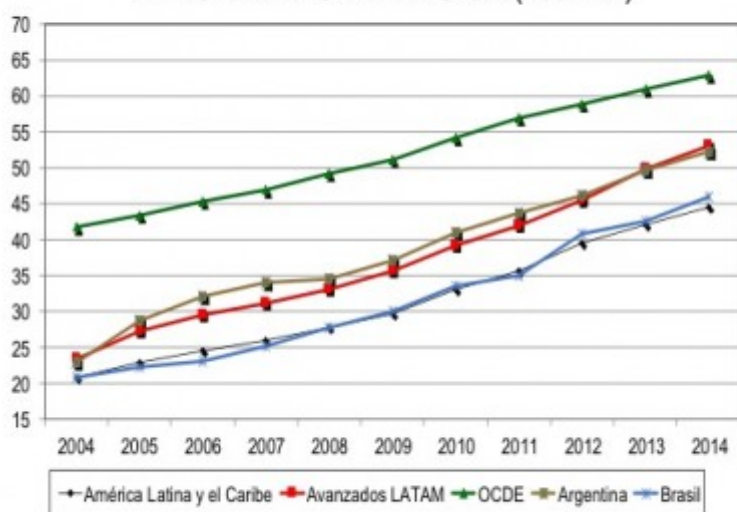
Fue presentado en el Espacio de la Fundación Telefónica, en la Ciudad de Buenos Aires, donde en su pausado modo de hablar Raúl Katz abordó cuatro ejes centrales sobre el estado de la digitalización y su impacto en la vida cotidiana y la producción.

Esos 4 ejes fueron las transformaciones de la demanda -lo que va de la conectividad a la digitalización-; el ecosistema digital -la estructura de mercado y factores determinantes de la dominancia-; la creación y transferencia de valor en el ecosistema digital y, 4to: el desafío de la innovación digital en América Latina.

El primero de esos ejes señala que el mayor uso de dispositivos móviles y smartphones revela que cinco países latinoamericano avanzan hacia índices de naciones industrializadas. Esos países, según un índice comparativo de digitalización, base 2014, ubica a Chile en el sitial más alto: 57,73; seguido por Panamá (54,66); Uruguay (53,05); luego Argentina (52,24); Colombia (52,07) y Costa Rica (49,43).

LA EVOLUCIÓN DE LA DIGITALIZACIÓN INDICA UNA CONVERGENCIA CON EL PROMEDIO DE LOS PAÍSES LÍDERES DE LA REGIÓN, MIENTRAS DISMINUYE LA BRECHA CON LOS PAÍSES DE LA OCDE

ÍNDICE DE DIGITALIZACIÓN (2004-14)



Fuente: Calculado basado en metodología de Katz, Koutroumpis, Callforda (2013)

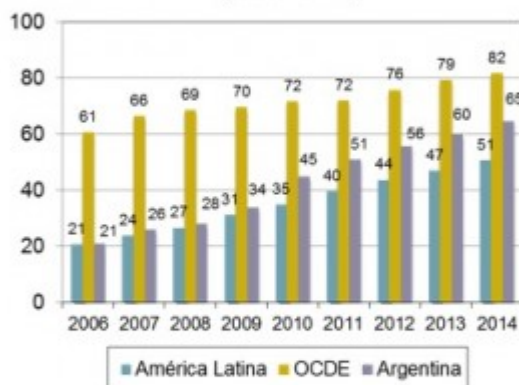
País	Índice (2014)
Argentina	52,24
Bolivia	31,25
Brasil	46,02
Chile	57,73
Colombia	52,07
Costa Rica	49,43
Cuba	18,76
Ecuador	46,54
El Salvador	38,52
Guatemala	29,39
Honduras	27,49
México	44,17
Nicaragua	24,71
Panamá	54,66
Paraguay	38,70
Perú	45,01
Dominicana	38,33
Uruguay	53,05
Venezuela	38,65

Redes sociales

Un índice que en Latinoamérica y especialmente en la Argentina es alto es el uso de redes sociales. Hay una correlación entre la actividad en redes sociales y la penetración de Internet, y dentro de ésta cuál es el ancho de banda que disponen los países. Pero el punto débil es que todas esas redes sociales -salvo Taringa!- son de origen externo o más precisamente de EEUU.

LA DIFUSIÓN DE INTERNET Y BANDA ANCHA MÓVIL EN AMÉRICA LATINA Y ARGENTINA HA VENIDO CRECIENDO, ACORTANDO LA DISTANCIA QUE LAS SEPARA DE LOS PAÍSES DE LA OCDE

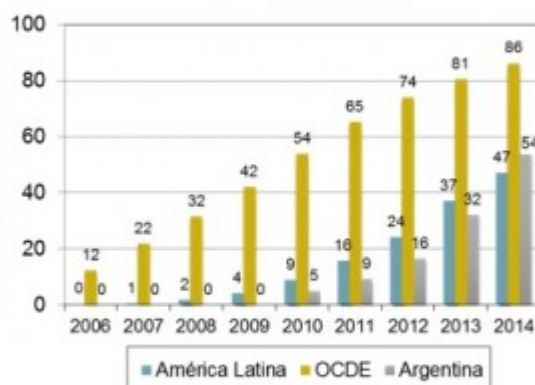
PENETRACIÓN DE INTERNET (2006-2014)



Nota: Los datos de la OCDE no incluyen a Chile y México

Fuente: CEPAL, con datos de UIT World Telecommunications Indicators Database, 2015

PENETRACIÓN DE BANDA ANCHA MÓVIL (2006-2014)



Nota: Los datos de la OCDE no incluyen a Chile y México

Fuente: GSMA Intelligence y Unión Internacional de Telecomunicaciones

5

En ese punto la Argentina revela un consumo mucho más intenso que en los países avanzados. Mientras que la media en LAR es 86.67% -de por sí la mayor del mundo-, la pasión argentina por las redes sociales llega al 96,13%.

AL MISMO TIEMPO, EL USUARIO DE INTERNET LATINOAMERICANO, Y EN IGUAL MEDIDA EL ARGENTINO, ES UN INTENSO UTILIZADOR DE REDES SOCIALES

USUARIOS MENSUALES DE REDES SOCIALES COMO PORCENTAJE DE USUARIOS DE INTERNET (2014)

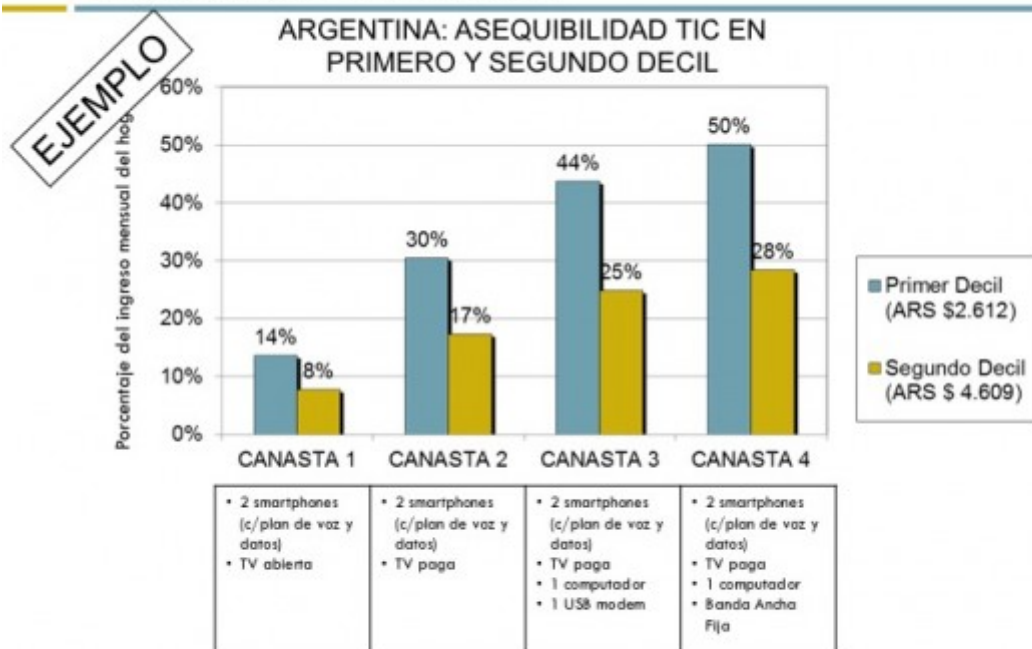
Región	Usuarios de Internet	Usuarios de Redes Sociales	Usuarios de Redes Sociales como % usuarios de Internet
Europa Occidental	339.126.103	191.141.200	56,36%
Europa Oriental	122.680.280	88.643.215	72,26%
América del Norte	312.821.027	203.834.000	65,16%
América Latina	310.654.234	266.127.837	85,67%
Argentina	27.046.622	26.000.000	96,13%
Asia - Pacífico	1.356.429.019	1.082.445.751	79,80%
CIS & Rusia	158.801.394	55.200.073	34,76%
África Sub-Sahariana	173.343.150	53.982.492	31,14%
Medio Oriente & África del Norte	164.073.517	77.850.144	47,45%
Mundial	2.937.928.723	2.019.224.713	68,73%

Fuentes: UIT; Internet World Stats; Owlloo; análisis Telecom Advisory Services

6

Pero mientras que la pasión social no tiene límites, sí hay una observación crucial a realizar acerca de cuán posible es el acceso general al mundo digital avanzado: es grande la dificultad de la gente desposeída para acceder a comprar tecnología. Cuatro canastas ilustran así:

POR OTRA PARTE, AMERICA LATINA TODAVIA ENFRENTA UNA BECHA DIGITAL CONCENTRADA EN LA BASE DE LA PIRAMIDE SOCIODEMOGRAFICA



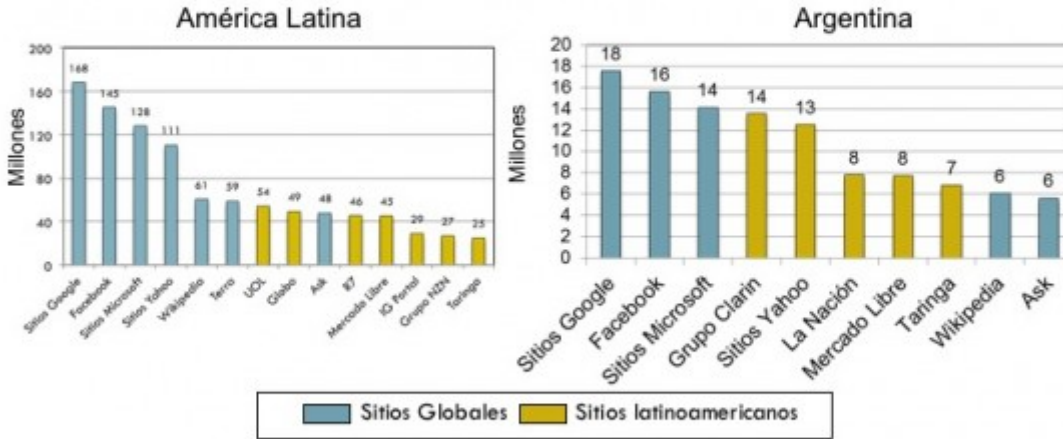
Fuentes: Análisis Telecom Advisory Services en base a datos de INDEC y precio de operadores de telecomunicaciones del país.

7

Y otro problema concurrente que retrasa el ingreso al ecosistema digital es la baja realización de contenidos según la lengua y cultura de la región. El oleaje externo reina por sobre las producciones nacionales, incluso son mayormente externos los sitios adonde acude la gente. Del total de sitios más visitados, apenas dos son argentinos -MercadoLibre y Taringa-.

ARGENTINA TIENE UNA SITUACIÓN SIMILAR QUE EL RESTO DE AMÉRICA LATINA EN TÉRMINOS DE DESARROLLO LIMITADO DE CONTENIDOS LOCALES

SITIOS DE INTERNET MÁS IMPORTANTES (2014)
(medidos por el número de visitantes únicos por mes)



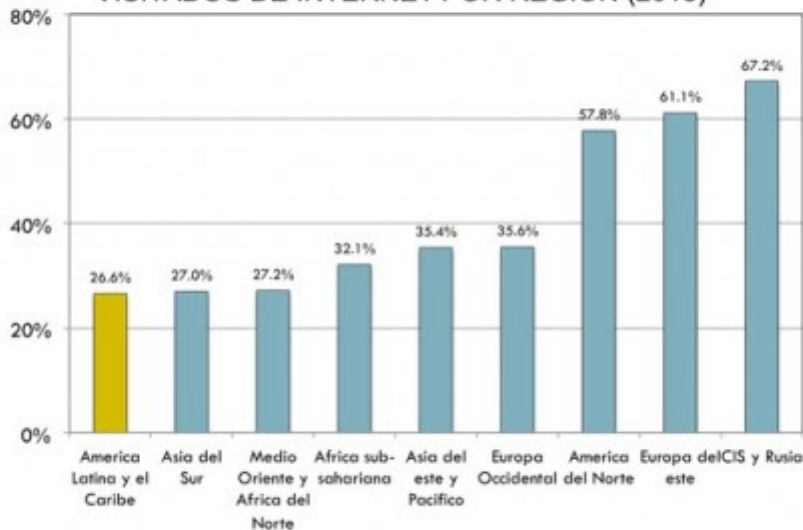
Fuente: Comscore; análisis Telecom Advisory Services

8

Y dentro de la Argentina los tres primeros sitios son externos: Google, Facebook y Microsoft. Recién en 3er lugar aparece Clarín; 4to Yahoo!; 5to La Nación; 6to MercadoLibre; 7mo Taringa y 8vo Wikipedia.

ESTO CONFIRMA UNA DE LAS LIMITACIONES LATINOAMERICANAS RESPECTO DE LA PRODUCCIÓN DE SITIOS LOCALES

PORCENTAJE DE SITIOS LOCALES DE LOS 100 SITIOS MÁS VISITADOS DE INTERNET POR REGIÓN (2013)



Nota: Un sitio local es considerado como aquel desarrollado dentro del país o región

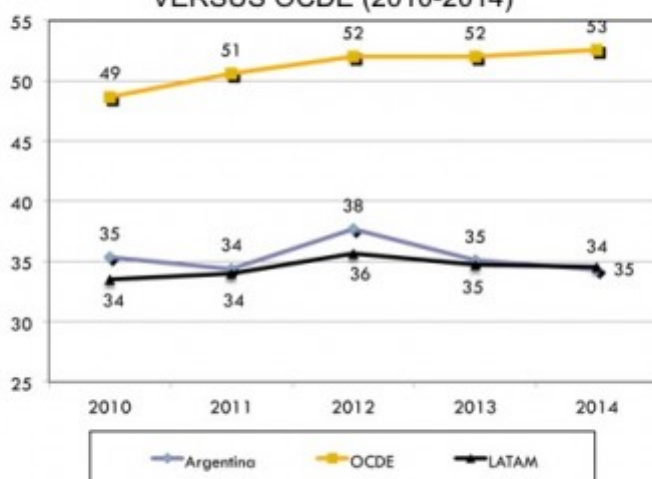
Fuente: Katz y Callorda (2014)

9

Un dato preocupante entre las conclusiones de Raúl Katz es que la Argentina cae en el Índice de Innovación, un terreno en el que suele haber siempre una elevada autoestima, pero que a la luz de los avances de otros países, se manifiesta en franco retroceso.

LA BRECHA EN CAPACIDAD INNOVADORA DE AMÉRICA LATINA Y ARGENTINA CON EL MUNDO INDUSTRIALIZADO CONTINUA CRECIENDO

ÍNDICE DE INNOVACION: ARGENTINA VERSUS AMÉRICA LATINA VERSUS OCDE (2010-2014)



Fuente: The Global Innovation Index; análisis del autor

Las conclusiones que se aprecian en el cuadro 11 son a tener en cuenta si se quiere avanzar.

AVANCES

- Avances significativos en la adopción de TIC (126% telefonía móvil; 52% Internet; 24% banda ancha móvil 23%; redes sociales 43%; 41% hogares banda ancha fija; 57% hogares TV paga)
- Patrones de consumo digital similar al de países industrializados (horas de consumo; 78% de usuarios de Internet también lo son de redes sociales)

DESAFIOS

- Los países de digitalización avanzada (Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panamá y Uruguay) se están despegando de la realidad latinoamericana, acentuando la dualidad regional
- Penetración Internet en medios urbanos (42%) vs. Rurales (9%)
- Barreras de asequibilidad en la base de la pirámide
- Los sitios de Internet más populares son aquellos desarrollados afuera de la región
- Solamente 26% de contenidos más populares desarrollados localmente (el más bajo del mundo)

11

Pero hay un dato aliciente y que debemos cuidar: es alta la producción de videos. En Argentina hay 140 productoras de video, lo cual es un buen punto para aspirar a tener contenidos locales. Ese es el punto donde el Estado, los privados y los emprendedores tienen el desafío de consolidar el desafío de extender el mundo digital a la producción industrial y el campo del entretenimiento, que goza de tan destacado lugar en el mundo.

(Nota en desarrollo –

Tags: [emprendedores](#), [Fundación Telefónica](#), [innovación](#), [pos_1](#), [Raúl Katz](#)

Epifanio Blanco

22 junio, 2016



NOTICIAS
~relacionadas

