

Safari Power Saver
Click to Start Flash Plug-in

Safari Power Saver
Click to Start Flash Plug-in
EL ECONOMISTA
Información inteligente

TIENDA

INICIAR SESIÓN

PUBLICIDAD

SUSCRIPCIONES

IMPRESO

EL ECONOMISTA

BUSCAR

Martes 3 de Noviembre de 2015 | **15:35**

DINERO

TUS FINANZAS

TERMÓMETRO

EMPRESAS

ESTADOS

TECNOLOGÍA

POLÍTICA

INTERNACIONAL

FONDOS

OPINIÓN

RIPE DEPORTES ARTE E IDEAS RANKINGS EL ECONOMISTA TV MULTIMEDIA



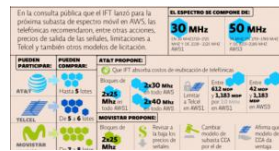
NOV 3, 2015 | 00:14
México, en el top 5 de ventas de autos global: IHS



NOV 2, 2015 | 08:12
Con C919, China competirá con Airbus y Boeing



NOV 2, 2015 | 13:34
Porsche se une a las víctimas de la mentira de Volkswagen



NOV 2, 2015 | 22:12
AT&T y Movistar piden limitar a Telcel en licitación de AWS



NOV 2, 2015 | 10:23
Google celebra el Día de Muertos a la mexicana

En América Latina falta dinero para desarrollo digital: Raúl Katz

Tres factores dañan la economía digital de la región, según el profesor Katz: escasez de capital de riesgo, inversión pública mal enfocada y una brecha de capital humano.

JOSÉ SOTO GALINDO

NOV 1, 2015 | 9:54

COMPARTIR [FACEBOOK](#) | [TWITTER](#) | [LINKEDIN](#) | [ENVIAR](#) | [IMPRIMIR](#)

Archivado en: [Tecnociencia](#) | [Alianza Del Pacifico](#) | [America Latina](#) | [Economía Digital](#) | [Futurecom](#)

[Empresas](#)

Safari Power Saver
Click to Start Flash Plug-in

ÚLTIMAS NOTICIAS

Robin Williams sufría demencia: Viuda 2:19 pm

Aviones rusos y de EU pueden comunicarse en Siria 2:07 pm

Para el 2017, México venderá 2 millones de autos: AMDA 2:04 pm

Deutsche Bank pagará 200 mdd por violar sanciones de EU 2:01 pm

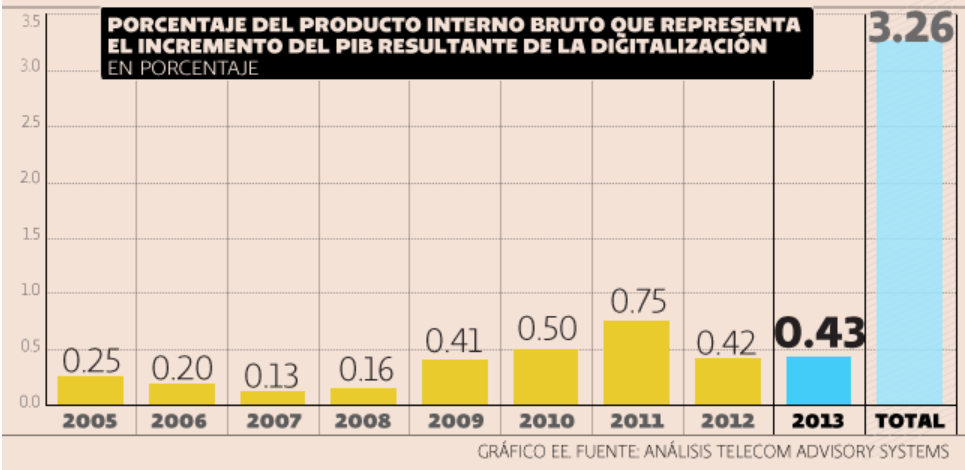
Niño anuncia mejoras en escuelas de Chihuahua 1:54 pm

+ LEÍDO

+ COMENTADO

MÉXICO, REZAGADO EN DIGITALIZACIÓN

La digitalización ha impulsado al PIB de México, aunque se ha rezagado en comparación con el resto de América Latina. México se ubica por arriba de Cuba, Haití y Nicaragua pero está lejos de los ritmos de Colombia, Honduras y Paraguay, los líderes de la región.



RELACIONADAS



Socios y competidores: los carriers exigen tajada a los OTT

Operadoras necesitan estrategia para Internet de las cosas: Ericsson

Faltan desarrollos digitales "made in México"

Hay inequidad fiscal entre OTT y TV de paga: Raúl Katz

São Paulo, Brasil.- El profesor Raúl Katz ha realizado la primera cartografía digital de América Latina y su respectiva repercusión económica. De acuerdo con su investigación, que analiza los estados del ecosistema y las verticales de negocio e innovación, una poca contribución del capital privado para el desarrollo de iniciativas puramente digitales; una inversión pública mal enfocada y que apuesta poco al desarrollo de nuevos negocios, y una brecha de capital humano es lo que caracteriza a la región.

“El problema fundamental que yo veo no es cultural ni de creatividad, es un tema de recursos”, afirmó Katz entrevistado durante [Futurecom](#), el encuentro de la industria de telecomunicaciones más importante de la región y que se realiza anualmente en São Paulo, Brasil. Según sus cálculos de este profesor de la Columbia Business School, el capital de riesgo per cápita en la región es de 1.67 dólares, frente a los 415.17 dólares en Estados Unidos o los 818.96 dólares en Israel. “El sector privado no está invirtiendo porque el capital de riesgo en América Latina se ubica en cementeras, en construcción, en negocios que tengan mucho menos riesgo, parte porque el capital de riesgo no entiende este negocio digital en la región”, dijo.

La digitalización representó 4.30% del PIB regional entre 2005 y 2013, sumó 195,000 millones de dólares y creó 900,000 empleos en el periodo. Contenido, comercio electrónico y video, en su

perspectiva, son las tres áreas más avanzadas; inversión privada y capital de riesgo, las más atrasadas.

Entre los países de la región con las economías más desarrolladas, la digitalización de México es la que contribuye con menos participación del PIB nacional: 3.26%, frente al 6.12% de Colombia, el 5.15% de Perú o el 4.74% de Brasil. En cualquier caso, entre el 2005 y el 2013 sumó 35,500 millones de dólares y creó 85,700 empleos en México, de acuerdo con los cálculos de Katz, un conocedor de la ecosistema digital latinoamericano, que lo mismo cita a la red

SFP presenta plataforma de transparencia ante la ONU

Haas, decidido a no desperdiciar dinero

Cofece multa a Alsea y Axo por 28.6 millones de pesos

Tan sólo en Michoacán, 28 órdenes en contra de maestros

México no crecerá más de 2.29% en 2015: analistas

PUBLICIDAD

hp

All in One
Intel Pentium RAM 4GB

DD 500 GB Windows 8.1

\$8,899
\$5,699

hp 18

Consultar términos y condiciones de la promoción:
<http://www.hp.com.mx/hp-promo-legales/>

COMPRA YA

COMPARTIR

Like

SÍGUENOS EN:



RECIBE GRATIS NUESTRO BOLETÍN

NUESTRAS APLICACIONES

IPHONE

BLACKBERRY

IPAD

KINDLE

social argentina Taringa! que a emprendimientos de comercio electrónico como Linio, de México, o la aplicación de movilidad Easy Taxi, de Brasil.

MÓVILES

WINDOWS 8

HORLOGER

DIGITALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA EN AMÉRICA LATINA

Se considera sólo a los países con las mayores economías de la región, ordenados a partir de la contribución de la digitalización en el PIB local (con datos de 2005 a 2013).

PAÍS	VOLUMEN EN DÓLARES**	% DEL PIB*	EMPLEOS CREADOS*
Colombia	15,976	6.12	153,490
Perú	7,309	5.15	34,200
Brasil	88,480	4.74	370,710
Argentina	12,781	3.76	63,850
Chile	7,726	3.72	25,650
Venezuela	9,327	3.38	41,080
México	35,540	3.26	85,790

* Datos entre 2005 y 2015. ** Dólar al tipo de cambio corriente en el periodo.

FUENTE: RAÚL KATZ Y ANÁLISIS TELECOM ADVISORY SERVICES

Para realizar su cartografía, publicada con el título *El ecosistema y la economía digital en América Latina*, este profesor de la Columbia Business School contó con el apoyo de Cepal (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), CAF (Banco de Desarrollo de América Latina), cet.la (Centro de Estudios de Telecomunicaciones de América Latina) y la Fundación Telefónica. Su libro de 400 páginas es el documento más completo y minucioso sobre el tema. Suena grandilocuente, porque lo es: la radiografía de la economía digital latinoamericana se ha escrito a cuentagotas en blogs y *papers* académicos y en estudios focalizados sobre determinados segmentos patrocinados por compañías privadas.

Según las conclusiones de Katz, una mayor digitalización de la región, con políticas públicas que aumenten la asequibilidad de los servicios, mejoren la penetración de terminales de acceso a Internet y estimulen la utilización de las tecnologías, llevaría a un mayor nivel de innovación y, en consecuencia, a mayor repercusión del ecosistema en la generación de riqueza y empleo. “Un aumento de 10 puntos en el índice de digitalización genera un incremento de 0.749% en el PIB. En segundo lugar, reconociendo que nos encontramos en los primeros pasos respecto de probar fehacientemente la causalidad, en la medida de que la digitalización está vinculada con el crecimiento económico, ésta contribuye al bienestar social. Finalmente, como correlato de la inclusión social, la digitalización también ejercería un impacto en varias dimensiones del sistema político”, escribió Katz en su libro.

Ésta es la entrevista que Raúl Katz ofreció a **El Economista** en São Paulo, en el contexto de la presentación de *El ecosistema y la economía digital en América Latina*.

—¿Qué distingue al ecosistema digital de América Latina?

—Primero hay que definir qué es lo que se consideran los ecosistemas digitales. En mi libro llamo ecosistema digital a todos los operadores que se articulan a una cadena de valor, que va desde la producción de contenidos hasta el desarrollo de terminales. En la producción de contenido usted puede tener un Televisa, un Globo, un Clarín; un desarrollador de aplicaciones de comunicación como Skype o WhatsApp; lo que yo denomino agregadores, como Facebook y Google, y así progresivamente en términos de operador de telefonías, los que proveen

conectividad y finalmente los proveedores de terminales.

En donde estamos más débiles es en las plataformas puramente digitales, a lo que yo denomino agregadores. El mercado de búsqueda hoy en América Latina está controlado 95% por Google y es equivalente en la publicidad digital; en el caso de redes sociales, obviamente Facebook, LinkedIn, Twitter son los dominantes y Facebook es cuatro veces la dimensión de LinkedIn y Twitter. En una posición un poco más secundaria tenemos al único operador regional latinoamericano que es Taringa!, un operador que está basado en Argentina.

Así que cuando usted me pregunta si existe un ecosistema digital en América Latina, yo le diría: depende del estado de la cadena de valor. En conectividad, definitivamente; en producción de contenidos, definitivamente, y en el caso de las plataformas digitales, comercio electrónico y video streaming.

—¿En qué segmentos encuentra mayor presencia local?

—Hay una actividad muy importante de los operadores locales en la provisión de videos, entre los que incluyo tanto a las telefónicas, como Personal en Argentina, y a medios de comunicación como Globo y Clarín, aparte de nuevos emprendedores que han entrado en ese terreno. Cuando uno mira el mercado de *video streaming* en América Latina, pese a que Netflix es el más relevante porque tiene alrededor de 7 millones de usuarios, la actividad de firmas latinoamericanas es muy importante.

El segundo mercado donde existe la presencia latinoamericana, donde es dominante, es el comercio electrónico, en el que operadores globales como Amazon, Walmart o eBay son minoritarios con respecto a la actividad de un MercadoLibre o de operadores brasileños como B2W. Hay una actividad muy intensa y muy importante de las firmas latinoamericanas, inclusive aquellas que tienen presencia física. México tiene Linio. Y fuera de eso, El Palacio de Hierro (México), Falabella (Chile), Frávega (Argentina) o todas las tiendas físicas que han generado canales digitales que son muy importantes.

—Más allá de contenido y comercio electrónico, no veo un gigante latinoamericano, por ejemplo, en *streaming* de video como Netflix.

—Lo que hay en América Latina es un mercado todavía muy fragmentado, muy embrionario, en donde lo que habría que hacer si yo fuera un inversor sería comenzar a consolidar un mercado. Yo pienso que hay una demanda reprimida para este tipo de servicios y hay una posibilidad importante de alguien que quiera invertir y que comience a consolidar a operadores nacionales o invertir más en un Netflix latinoamericano. Me parece que ahí hay una posibilidad para alguien que lo quiera hacer.

—Insisto en la pregunta: ¿a quién ve como los actores digitales más relevantes en la región?

—Cuando yo miro la cadena de valor en términos de movimiento no veo mucho más. Por ejemplo, en comunicaciones veo una dominancia muy importante de Skype y WhatsApp (Skype, propiedad de Microsoft y Whatsapp, propiedad de Facebook) y en el caso de aplicaciones de comunicaciones yo veo una oportunidad ahí interesante. Cuando analizo los costos que le tomó a WhatsApp desarrollar su plataforma, de alrededor de 110 millones de dólares, para nosotros como latinos esa cantidad podemos encontrarla como financiamiento y en la

medida en que una aplicación como esa tiene muy bajas barreras de entrada en la región, en el sentido de que no hay efectos de red como en el caso de Facebook, un operador o inversor latinoamericano podría entrar. No lo hemos hecho todavía pero parecería una oportunidad interesante.

—¿Es necesario el Facebook latinoamericano o la aparición de un Mark Zuckerberg en la región?

—No es necesario, a mí me parece que es imposible desde el punto de vista de dinámica competitiva, porque hay dos temas que considerar: por un lado los efectos de red, directos e indirectos en una red social como la de Facebook. Los efectos de red son las economías de escala por el lado de la demanda, que significan que con 1,400 millones de usuarios o 230 millones latinoamericanos es muy difícil desarrollar una alternativa a esa red social que determine que la gente comience a migrar.

El otro tema son las economías de escala por el lado de I+D, la posibilidad que ellos tienen para desarrollar o actualizar las plataformas. [Google destinó 7,713 de dólares a investigación y desarrollo en el 2013, 13% de su facturación; Facebook, 1,414 millones, 18%, y Amazon, 6,565 millones, 9%, según datos citados por Katz en su libro].

No trabajemos en contra de ellos, sino sobre complementos, aplicaciones que corran en las plataformas y que les agregan valor. Tenemos 22,000 puestos de trabajo en chicos que están desarrollando videojuegos o aplicaciones, o sea que la idea no es buscar el Facebook latinoamericano sino desarrollar complementos que aprovechen esas plataformas globales y a partir de eso empezar a desarrollar una industria.

—En materia de emprendimiento, ¿nuestra cultura impacta?

—No pienso que es el punto más importante. Acá hay mucha creatividad, hay muchos chicos que están trabajando en aplicaciones que están tomando riesgos, que en vez de ir a trabajar a una gran empresa tienden a salir de la universidad y crear pequeñas *startups*. El problema fundamental que yo veo no es cultural ni de creatividad, es un tema de recursos.

Cuando miro el riesgo del capital en América Latina, en el tema digital es de 450 millones de dólares a para toda la región... 450 millones de dólares para desarrollar un ecosistema digital, para desarrollar plataformas digitales, es una gota de agua.

Cuando lo normalizo por habitante, en América Latina significan 1.67 dólares por habitante, mientras que Israel, un país de 7 millones de habitantes, la inversión de capital de riesgo es de 818 dólares por habitante. El tema es cuánto hay de inversión y ni siquiera pienso en la inversión pública, porque pienso que el sector público está invirtiendo mucho, pero no lo está invirtiendo bien, no está asignando los montos de manera adecuada a las incubadoras al desarrollo de nuevos negocios. Hay mucho dinero que está en becas y yo no estoy en contra de las becas pero en última instancia hay muy poco que se va, en términos relativos, al desarrollo de nuevos negocios.

Mis cálculos me dicen que el sector público a nivel América Latina está invirtiendo alrededor de 20 mil millones de dólares por año en este sector, de los cuales solamente 12% están yendo al desarrollo de nuevos negocios, pero 12% es muy

poco. Entonces hay que ver qué se está haciendo para comenzar a cambiar y racionalizar la inversión pública, pero no hay una necesidad de aumentar.

—¿En dónde está el sector privado?

—El sector privado no está invirtiendo porque el capital de riesgo en América Latina se ubica en cementeras, en construcción, en negocios que tengan mucho menos riesgo, parte porque el capital de riesgo no entiende este negocio digital en la región. Para mí, le digo honestamente, el problema de la cultura no me parece el tema. A veces queremos culparnos de los problemas que podemos tener por diferencias culturales. El problema es que no hay recursos, el sector privado no quiere invertir.

El otro problema que tenemos es una brecha de capital humano. El sistema educativo todavía no está generando los recursos suficientes para alimentar lo que tiene que ser un sector multidinámico. Cuando hago los cálculos veo que, más allá de los ingenieros que se están recibiendo, tenemos una brecha por año de 50,000 ingenieros y tenemos una deserción del sistema educativo donde los chicos que van a estudiar ingeniería abandonan después de dos años, porque obviamente como hay una demanda tan importante de recursos prefieren abandonar porque así pueden aprovechar y sacar un buen salario.

—Usted habla de la creación de un mercado digital único, basado en características como el idioma, la creatividad y el emprendimiento. ¿Cómo funcionaría?

—Con el español tenemos la economía de escala. Cuanto más desarrollemos aplicaciones en español que satisfagan nuestras economías de escala, más posibilidad habrá de apalancar los efectos de la red indirectos que nos da el hecho de que tenemos un estado natural de 570 millones de personas, aunque en realidad sólo 50% de ellas acceden a Internet, pero de todas maneras es un mercado importante.

Lo que tenemos que tratar de hacer es, cuando pensamos en desarrollo del sector, comenzar a desarrollar ciertos centros de excelencia por país. Por ejemplo, Uruguay tiene una cierta excelencia en el desarrollo de aplicaciones o plataformas agropecuarios; Chile puede desarrollar algunas en el caso de industrias extractivas; los brasileños son muy buenos en comercio electrónico. Comencemos a desarrollar centros de excelencia basados en especialización, donde racionalizamos la inversión y en vez de competir entre nosotros lo que estamos haciendo es distribuir las tareas y operando más como una entidad regional única.

Este tipo de cosas no son nada sencillos de hacer porque la tradición que tenemos en América Latina de crear mercados únicos no es muy buena. En una de esas, la [Alianza del Pacífico](#) [que integran México, Colombia, Perú y Chile, con una población total superior a 219 millones de personas] podría ser un comienzo y después quizá con los acuerdos bilaterales de compartición, si se quiere por ejemplo que México trabaje con algunos países centroamericanos. Hay tradición en Centroamérica de crear mercados integrados y pensar si México puede apalancar la entrada en el mercado hispano de Estados Unidos. Hay oportunidad, pero esto hay que pensarlo mucho más. Hay que empezar de a poco.

* * *

Raúl Katz es profesor adjunto en la División de Finanzas y Economía de la

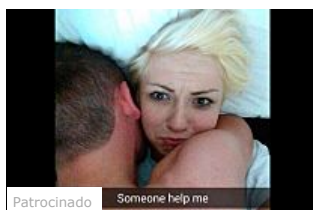
Columbia Business School y [presidente de Telecom Advisory Services](#), dedicada a la consultoría en temas de telecomunicaciones y tecnología. Su libro *El ecosistema y la economía digital en América Latina*, auspiciado por Cepal, CAF, cet.la y la Fundación Telefónica y publicado por la editorial Ariel, puede descargarse en PDF y de manera gratuita desde el sitio web de la Cepal: [link](#).

jose.soto@eleconomista.mx

COMPARTIR | FACEBOOK | TWITTER | LINKEDIN | ENVIAR | IMPRIMIR

0 COMENTARIOS

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR



18 fotos graciosísimas después de hacer el amor ¡OMG!
(Bocalista)



Bitrix24, una herramienta empresarial
(TecnoBitt. - Un bit de tecnología diaria)



5 Balnearios con aguas termales en México
(Yumbla)



Ejército sirio ya usa nuevas armas rusas



Jefa de la DEA renuncia tras escándalo de fiestas sexuales



India prohíbe producción y venta de sopas Maggi



El Rey de Arabia Saudita, molesto con Obama



Yahoo! se asocia con Google para subir ingresos

Producto	AMAZON	LINIO	LIVERPOOL
Cafetera Dolce Gusto (Circulo Automática)	\$1,715	\$2,450	\$2,...
Televisión Samsung Smart TV 40 pulgadas	\$7,788	\$10,056	\$11,...
Refrigerador Taurus Inreman	\$1,762	\$1,335	\$1,...
Perfume Dolce & Gabbana The One Gold Eau de Parfum Spray 100ml	\$1,071	\$1,319	\$1,...
Horno de Microondas	\$1,478	\$1,888	\$1,...

¿Quién es más barato: Amazon, Linio o Liverpool?

recomendado por

COMENTARIOS

COMENTAR EN FACEBOOK

COMENTAR EN EL SITIO

ENVIAR COMENTARIO

Periódico El Economista es una empresa de



Nuestros sitios:

[EL EMPRESARIO](#)

 [EL ECONOMISTA CLUB](#)

 [FOROS EL ECONOMISTA](#)

[MUNDO 52](#)



Portada

[Últimas Noticias](#)

Banca y Dinero

[Finanzas Públicas](#)

[Sistema Financiero](#)

[Economía Global](#)

Tus Finanzas

[Termómetro](#)

Empresas

[Industrias](#)

[Empresas Globales](#)

Sociedad

[Distrito Federal](#)

[Sociedad](#)

[Seguridad Pública](#)

Internacional

Tecnología

Deportes

Arte e ideas

Opinión

[Columnistas](#)

[Blogs](#)

[Cartones](#)

Fondos

Estados

Ripe

Multimedia

[El Economista TV](#)

[Infografías](#)

[Especiales](#)

[Podcast](#)

[Fotogalerías](#)

Rankings

[Guía de Apps](#)

[Impreso](#)

[Directorio](#)

[Quiénes Somos](#)

[Rss](#)

[Revistas](#)

[Tienda](#)

[POLÍTICAS DE PRIVACIDAD](#) | [PUBLICIDAD](#) | [¿QUIÉNES SOMOS?](#) | [BOLETÍN](#) | [CONTACTO](#)

Copyright © 1988-2015 Periódico El Economista S.A. de C.V. All Rights Reserved. Derechos Reservados. Número de Reserva al Título en Derechos de Autor 04-2010-062510353600-203
Al visitar esta página, usted está de acuerdo con los términos del servicio.