

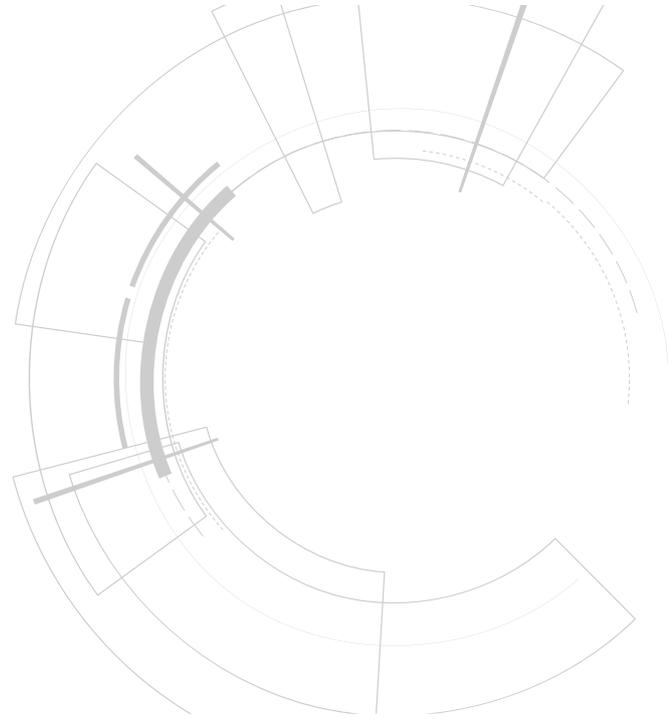
ITBA

ÍNDICE DE INNOVACIÓN REGIONAL EN TECNOLOGÍA



NOS APASIONA
SABER COMO
FUNCIONA
EL MUNDO Y
NOS INSPIRA
ENCONTRAR LA
MANERA DE QUE
FUNCIONE MEJOR

IN
NOVA
CIÓN



IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS

¿QUÉ ES EL ÍNDICE DE INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍA?

El Índice de Innovación en Tecnología, desarrollado por el Hub de Innovación del **ITBA**, es una investigación anual que se realiza para poder evaluar **el impacto de la tecnología en la calidad de vida de las personas**. Este Índice fue presentado en el 2023 con foco en Argentina, y en este 2024, se extendió a Brasil, México y Colombia con el objetivo de realizar una comparación entre países que permita **identificar la adopción de tecnología como también las tendencias y oportunidades que hay en la región**.

¿CUÁL ES SU OBJETIVO?

El Índice de Innovación tiene como objetivo medir, por un lado, la adopción de aplicaciones de tecnología, tanto en web y móvil en diversas actividades cotidianas, desde cómo se comunican los usuarios, cómo compran, cómo se educan, y cómo se en-

tretienen. Por otro lado, mide el impacto que dichas aplicaciones tienen en la calidad de vida de las personas.

La intención del Hub de Innovación del ITBA es proporcionar información valiosa para estudiantes, emprendedores, empresarios, académicos, y autoridades tanto para la formulación de políticas públicas como para detectar oportunidades para el desarrollo de aplicaciones y herramientas, **generando oportunidades de innovación**.

¿POR QUÉ UN ÍNDICE REGIONAL?

Luego de la realización del primer índice de Innovación en Argentina, surgieron interrogantes que motivaron a la **realización de un índice que sea capaz de comparar entre distintos países de la región**. Esto llevó a extender el estudio para comprender cómo se han adoptado y qué impacto ha tenido la tecnología en los países con mayor población. De esta manera, se podrán obtener resultados que permitan **conocer cuáles son las oportunidades y retos que cada país enfrenta**.



1.

ÍNDICE DE ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA



Como dato principal de este estudio, se obtuvo que **la región tiene un índice de innovación del 50%**. Un índice del **100%** significa que la población tiene acceso a herramientas de tecnología para todas sus actividades cotidianas y estas tienen un impacto positivo.

El resultado indica que, si bien existen algunos sectores en donde el Índice de Innovación es casi del **100%**, por ejemplo, comunicación, otros sectores como empleos, seguridad, y servicios financieros tienen menor adopción e impacto.

Si se plantea el **índice de innovación por país, Argentina es el país que lidera con un 53%**, seguido de Colombia con el **50%**, México con **49%** y Brasil con **48%**.

Al analizar los sectores de la vida cotidiana para los que la población encuestada utiliza la tecnología, po-



demos dividirlos entre sectores prioritarios y secundarios. Los de mayor relevancia son: **comunicación, acceso a la información, educación, servicios financieros, entretenimiento, salud, gobierno y transporte.**

En relación a las necesidades de comunicación, el acceso es casi total con un promedio regional de 99% (incluye a personas que usan herramientas de comunicación, así como a personas que deciden no usar estas tecnologías por falta de interés o por ya tener ese tema resuelto), siendo Argentina quien cuenta con mejor acceso y Brasil quien tiene menos acceso de la región llegando al 97%.

En entretenimiento, el 97% de la población encuestada en promedio afirma que tiene acceso a esta tecnología (o no le interesa), donde México y Colombia alcanzan el 98% y Brasil cierra con un 95%.





El 89% de la población indica que tiene acceso a la tecnología para sus necesidades de educación (o no le interesa por ya tener esa necesidad resuelta). El país que se posiciona con mayor adopción de tecnologías en educación es Colombia con un 92% mientras que Brasil llega al 87%.

Un 75% de la población en promedio considera que puede acceder -o no le interesa hacerlo- a herramientas o aplicaciones de acceso a la salud. En este caso es similar en toda la región, viéndose diferencias de solo el 1% entre los países.

En cuanto al sector de acceso a la información, el promedio regional es del 61%, liderado por Argentina con un 68% mientras Brasil se posiciona al final con un 54% de acceso a la información.



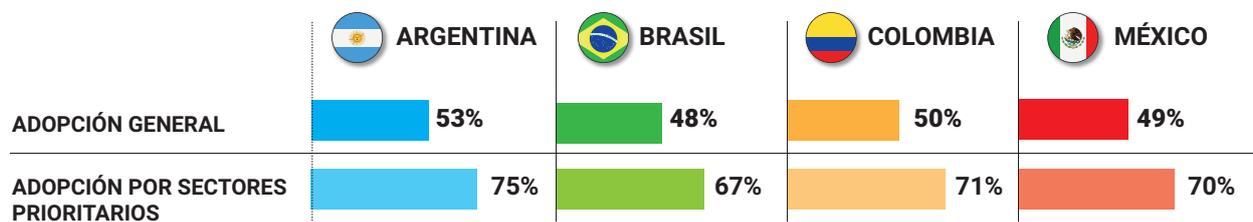
En el caso de servicios financieros, se presenta un 54% de acceso en promedio de la región, dándose una brecha interesante entre Argentina, quien se posiciona en primer lugar con un 65% de cobertura, mientras que en México se presentan las mayores oportunidades de crecimiento, ubicado en el último lugar con un 44%.

Un 51% de la población encuestada en promedio indica que accede (o no pretende hacerlo) a herramientas de movilidad y transporte. Argentina es el país mejor posicionado con un 54% mientras que en Brasil es de 48%.

Por último, en herramientas vinculadas a trámites de gobierno y gestiones similares, el promedio es del 42%, siendo Argentina quien supera el promedio con un 50% mientras que Brasil cae con un 31% de acceso a estas tecnologías.



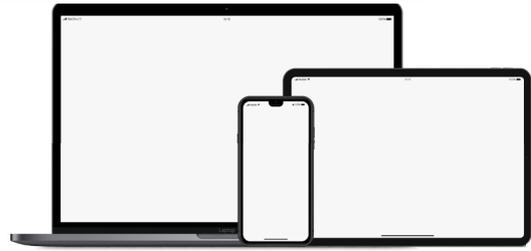
PAÍSES QUE CONFORMAN EL ÍNDICE



Índice de adopción por sector

Sector	ARGENTINA	BRASIL	COLOMBIA	MÉXICO
Comunicación	99%	97%	98%	99%
Entretenimiento	97%	95%	98%	98%
Educación	90%	87%	92%	88%
Salud	76%	75%	76%	75%
Acceso a la información	68%	54%	61%	61%
Servicios financieros	65%	52%	53%	44%
Transporte	54%	48%	52%	51%
Gobierno	50%	31%	38%	48%





2.

IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA CALIDAD DE VIDA DIFERENCIA DE SECTORES ENTRE LOS 4 PAÍSES



Más allá de la adopción de tecnología, el estudio busca entender el impacto que esta tiene en la calidad de vida de las personas. El **84%** de la población está de acuerdo en que la tecnología tiene un **impacto positivo** en su vida.

Sin embargo, al clasificar las aplicaciones por sectores se distingue una dispersión que invita a incrementar el desarrollo de ciertas herramientas.

En primer lugar, el sector que más se destaca es el de la **comunicación**, dominando el impacto positivo en la calidad de vida de los encuestados. El 65% de los encuestados de la región está de acuerdo en que usar tecnologías para este sector impactan positivamente su vida. En Argentina este número escala hasta el 73% mientras que en Brasil cae al 58%.

En segundo lugar, siguen las tecnologías para el **acceso a la información**, con un impacto positivo promedio en la región del 49%, siendo Argentina quien supera la media con un 55% de impacto y Brasil quien se queda al final con 44%.

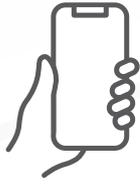
En el caso de las tecnologías para la **educación**, ocupan el tercer lugar en la medición con un 47% de respuestas favorables, donde Colombia sobresale con un 54% de impacto positivo en este país.

Las tecnologías para **servicios financieros** ocupan el cuarto lugar, con un promedio entre países de 45%, mientras en Argentina el impacto positivo de estas tecnologías asciende al 51% y en Colombia llega a su piso con un 41%.

En el sector de **entretenimiento**, el 40% de los encuestados está de acuerdo en que tiene un impacto positivo en su calidad de vida, con-

IN
NOVA
CIÓN





IMPACTO POSITIVO DE LAS APLICACIONES

Porcentaje de la población que indica un impacto positivo de la tecnología en su calidad de vida

	 ARGENTINA	 BRASIL	 COLOMBIA	 MÉXICO
Comunicación	73%	58%	64%	64%
Acceso a la Información	55%	44%	51%	46%
Educación	44%	39%	54%	51%
Servicios Financieros	51%	43%	41%	43%
Entretenimiento	49%	38%	45%	29%
Transporte	35%	34%	39%	37%
Compras (Bienes durables)	30%	36%	21%	40%
Gobierno	37%	22%	29%	33%
Salud	28%	29%	38%	25%
Comida	20%	31%	24%	26%
Seguridad	17%	25%	25%	31%
Productividad	19%	17%	22%	20%
Supermercado (Bienes precederos)	14%	20%	17%	18%
Empleos	11%	15%	18%	15%
Hogar (IoT)	8%	12%	16%	14%
Seguros	15%	8%	11%	15%
Citas	7%	7%	9%	6%

virtiendo a Argentina en el país con mayor porcentaje llegando al 49% y formando una brecha con Brasil quien figura con un 38% de impacto.

En cuanto a los sectores principales en las cuales la tecnología no ha

cumplido con un papel en mejorar la calidad de vida destacan las aplicaciones para encontrar **empleo**, para hacer **trámites gubernamentales y de seguridad**: ninguna de ellas supera el 30% en promedio regional de impacto positivo.



3.

APLICACIONES MÁS USADAS



Una vez analizado el impacto positivo que tiene la tecnología en los diferentes sectores y según cada país, en este apartado se profundizará sobre el uso de la tecnología y cuáles son las apps más utilizadas.

A modo de resumen, podemos concluir que Colombia es el país con mayor **uso de tecnologías en sectores de alta relevancia para la calidad de vida**, como es el caso de educación con un 89% de accesibilidad, y en sectores como **salud y productividad**, superando a los demás países de la región.

En lo que respecta a **servicios financieros**, México muestra una marcada falta de acceso a aplicaciones de dicho sector, mientras que, por el contrario, la mitad de la población en Argentina ya cuenta con ello.

En países como Brasil y Colombia se encuentra un porcentaje del 22 y 29%, respectivamente, para el uso de las aplicaciones de **trámites con el gobierno**, mientras que México está a la vanguardia en la región con un 40%, seguido por Argentina con el 37%.

Para aquellas aplicaciones de **comercio electrónico** como la **compra de bienes y servicios**, en México se denota una poca utilización, mientras que Brasil está a la vanguardia.

En cuanto a cada uno de los países encuestados y a cada sector en particular, los resultados más distinguidos son los siguientes:

Se destaca el dominio de Meta con WhatsApp para **comunicación**, con un promedio de uso del 98% y parejo en la región, seguido de YouTube, propiedad de Alphabet, la app más elegida tanto para actividades de **entretenimiento** y de **educación**, con un promedio de penetración del 96% y 80% respectivamente. En este sentido, Youtube se ha convertido en la nueva TV y en la escuela más grande del mundo.

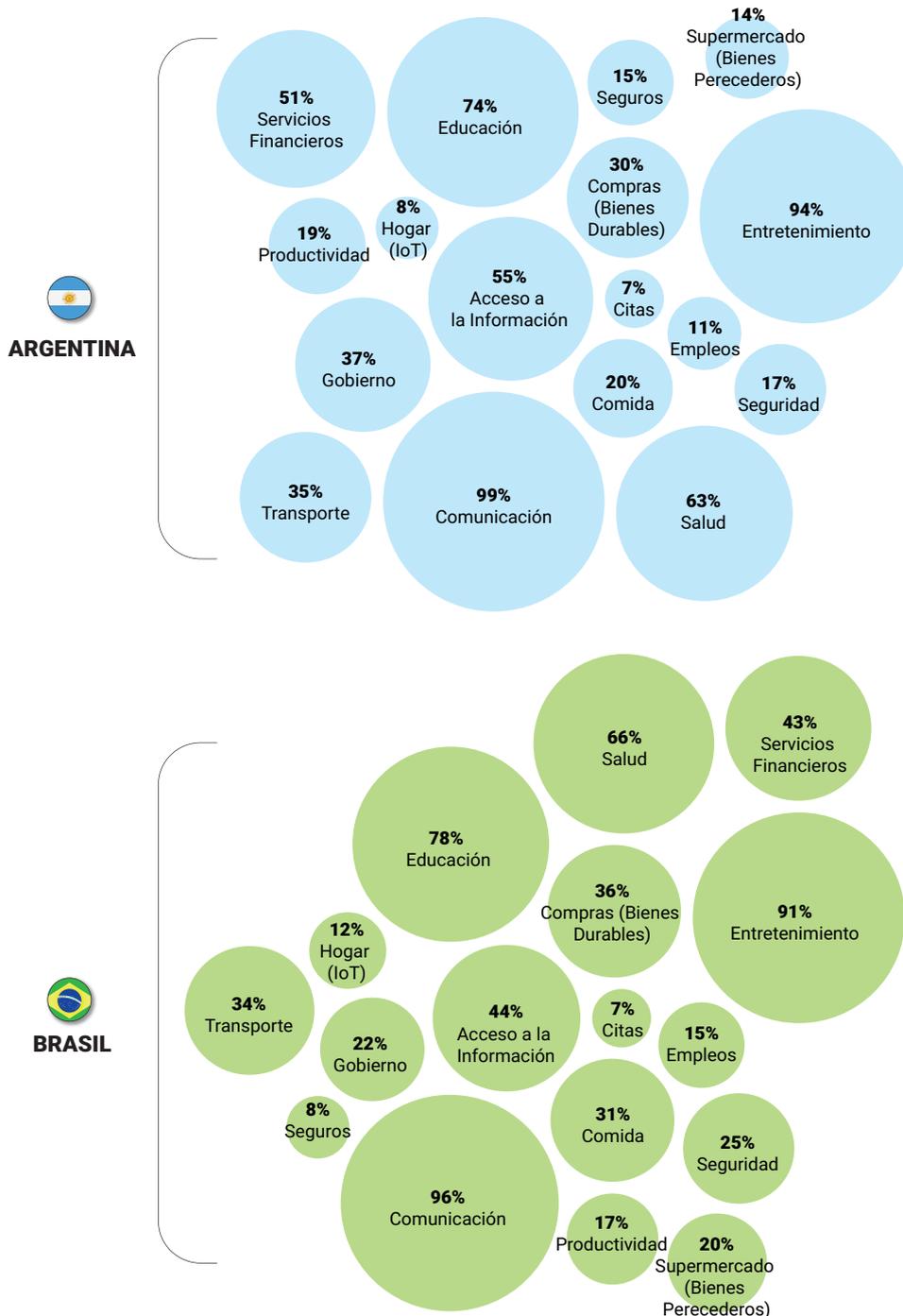
En el caso de **salud**, el uso que se le da a estas herramientas llega al 66% en promedio, dividiéndose entre las apps de las prepagas y otras de fitness o para hacer deportes. En el caso de Colombia este porcentaje llega al 70% de uso, en oposición con Argentina donde cae al 63% su adopción.

La penetración de Alphabet con Google (search) para **acceso a la información** es indudable, consolidándose como la app indiscutida en este sector que tiene un **50%** de uso.



COBERTURA POR SECTOR

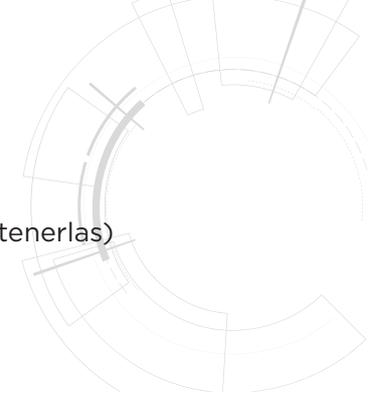
Porcentaje de la población que cuenta con apps (o no le interesa tenerlas)



Para los **servicios financieros**, que ocupan el sexto lugar, se contrastan diferencias importantes entre los países encuestados. Mercado Pago domina en Argentina, Pix en Brasil, mientras que en Colombia y México no existen aún tecnologías dominantes debido a la baja penetración de las mismas.

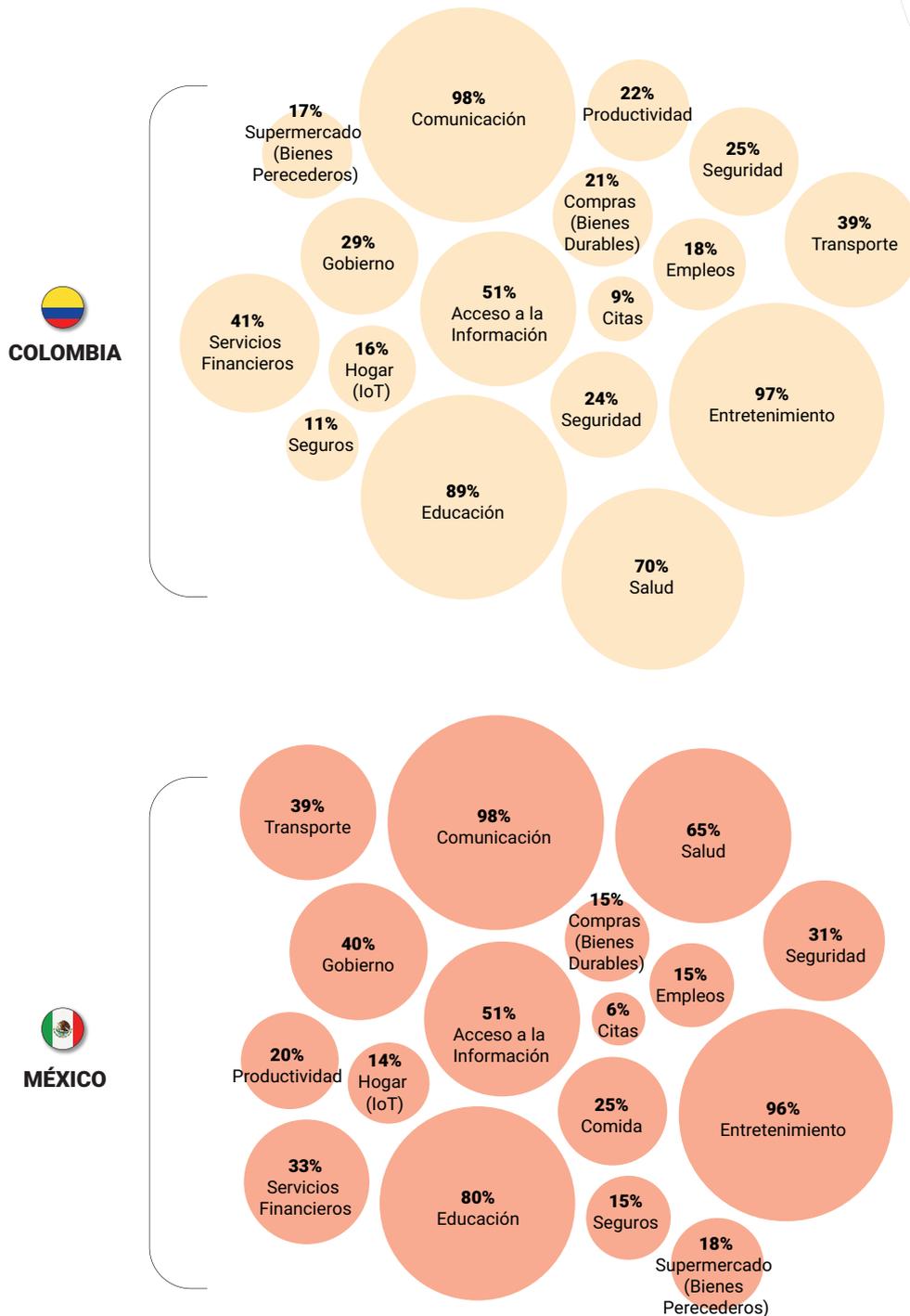
El sector que menos uso tiene al día de hoy en toda la región es para **citas románticas** y, dentro de los sectores con mayores oportunidades, se encuentra la de **seguros**, donde la región tiene una baja accesibilidad, lo que podría ser una oportunidad para las empresas de seguros de comenzar a trabajar en la utilización de tecnología, de forma que logre un crecimiento en la región en general.





COBERTURA POR SECTOR

Porcentaje de la población que cuenta con apps (o no le interesa tenerlas)



En el caso de Argentina, hay menor penetración de tecnologías en seguridad, compras en supermercado y tecnología para el hogar (IOT/Domótica), a diferencia de México que, como ya se mencionó, tiene su mayor oportunidad en servicios financieros.

Colombia es el país más parejo, no se encuentra en último lugar en ninguna categoría pero presenta oportunidades en compras de bienes durables, donde la app que consolida la región es Mercado Libre, mientras que Brasil puede innovar en apps para los sectores de seguros y productividad.

4.

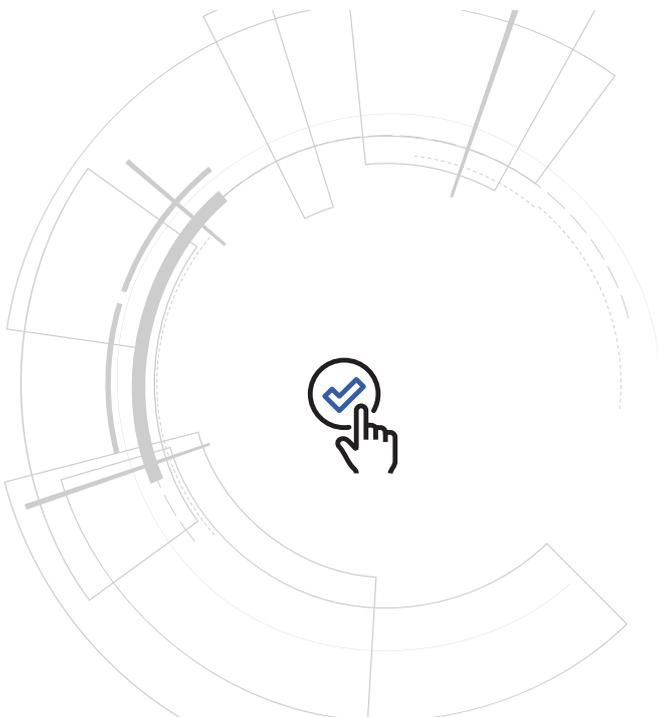
FALTA DE ACCESO Y OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN



La encuesta arroja resultados acerca de aquellas tecnologías que son inaccesibles¹ pero que los usuarios indican que están interesados en acceder. En promedio, más del **40% de los encuestados de la región indicaron interés y falta de acceso** a herramientas de las siguientes categorías: productividad, seguridad, trámites con el gobierno, en el hogar (IoT), seguros, y empleos.

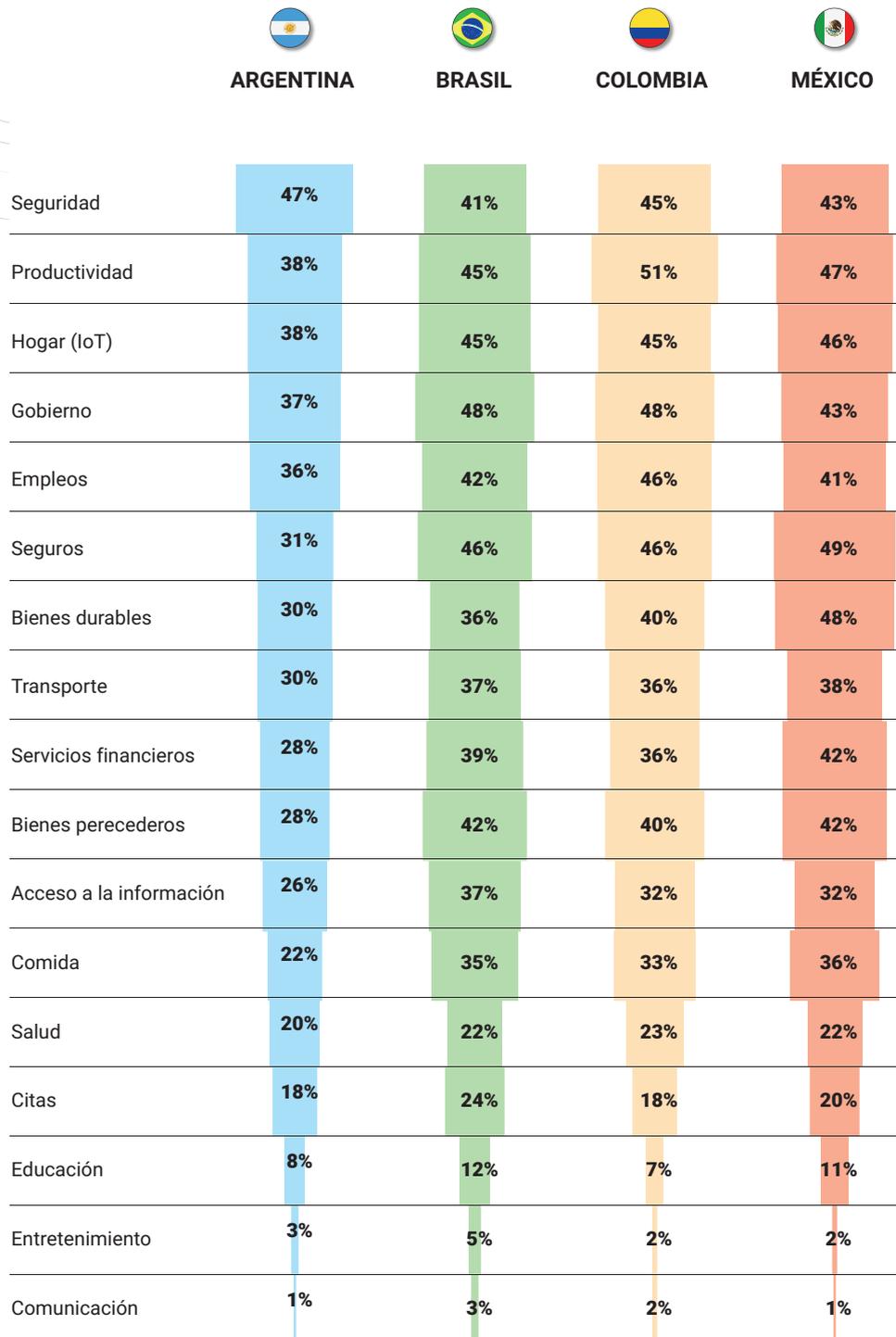
Argentina destaca con menores carencias que el resto de los países en general. En solo una categoría, la de Seguridad, más del 40% de la población indica no contar con acceso. Para el caso de México resalta como el país con mayores carencias en el uso de tecnologías, ya que en las 9 categorías consideradas prioritarias más del **40%** de la población indica **no contar con acceso**.

1. Falta de acceso por falta de información, conocimiento, precio, conectividad, etc.



FALTA DE ACCESIBILIDAD

Porcentaje de la población que quiere pero no tiene acceso a tecnologías



5.

METODOLOGÍA Y PERFIL DEL ENCUESTADO



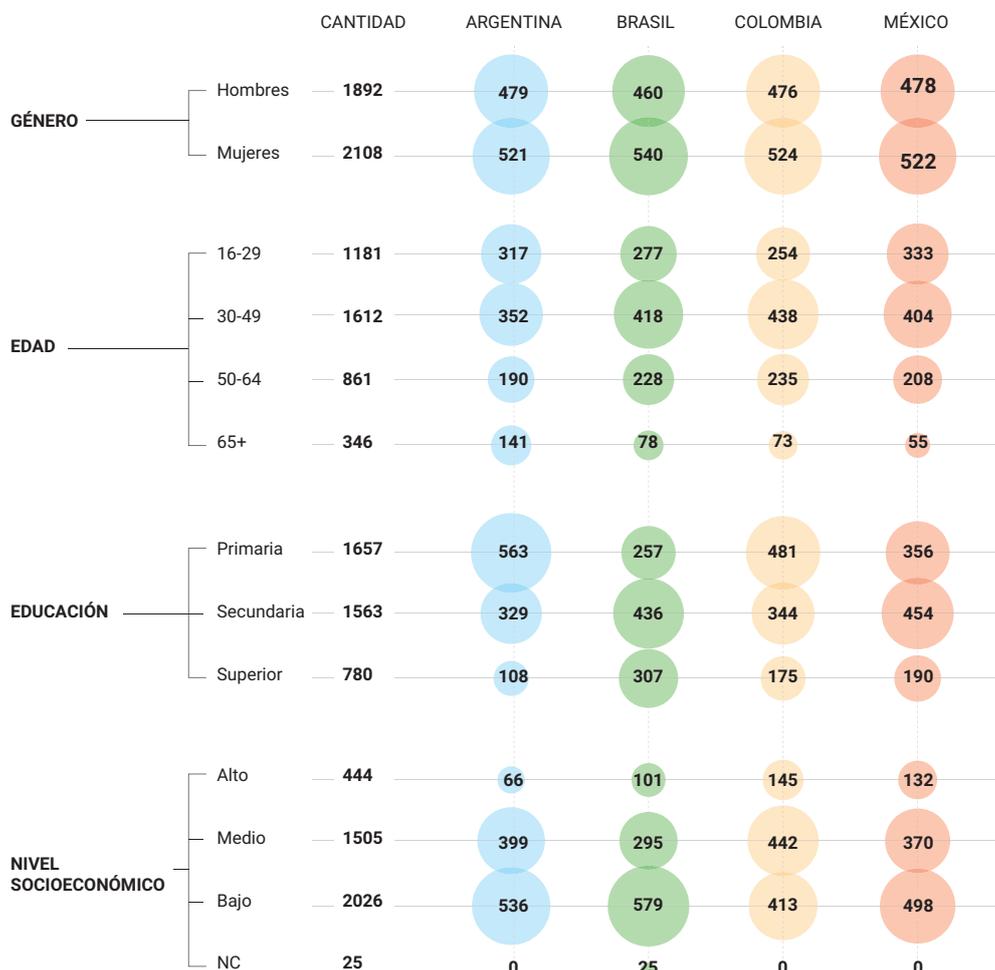
Al igual que el índice 2023, un grupo de profesores y estudiantes del **ITBA** diseñaron encuestas que fueron aplicadas por la agencia *Voices Consultancy*². Se realizaron a un total de

4000 personas en la región (1000 de cada país) en un muestreo representativo por género, edad, nivel educativo y socioeconómico. Se realizaron preguntas sobre la accesibilidad a la tecnología y el impacto que la misma tuvo en la calidad de vida.

2. *Voices* es una empresa que integra consultoría e investigación.

PERFIL DEL ENCUESTADO

Tamaño de la muestra



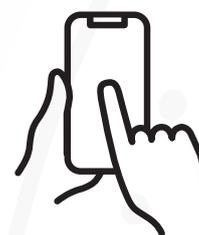
4000 personas encuestadas, 1000 por cada país

ACCESO A LA TECNOLOGÍA POR NIVEL SOCIOECONÓMICO

Para personas con un nivel socioeconómico medio alto y alto (ABC1) en comparación con aquellos encuestados con un nivel socioeconómico bajo (D), los resultados donde se observa una mayor diferencia en el uso de tecnologías por parte del nivel ABC1 es en las categorías de servicios financieros, acceso a la información, educación y salud, mientras que en el nivel D, la diferencia se presenta en las compras de supermercado y citas.

ACCESO A LA TECNOLOGÍA POR GÉNERO

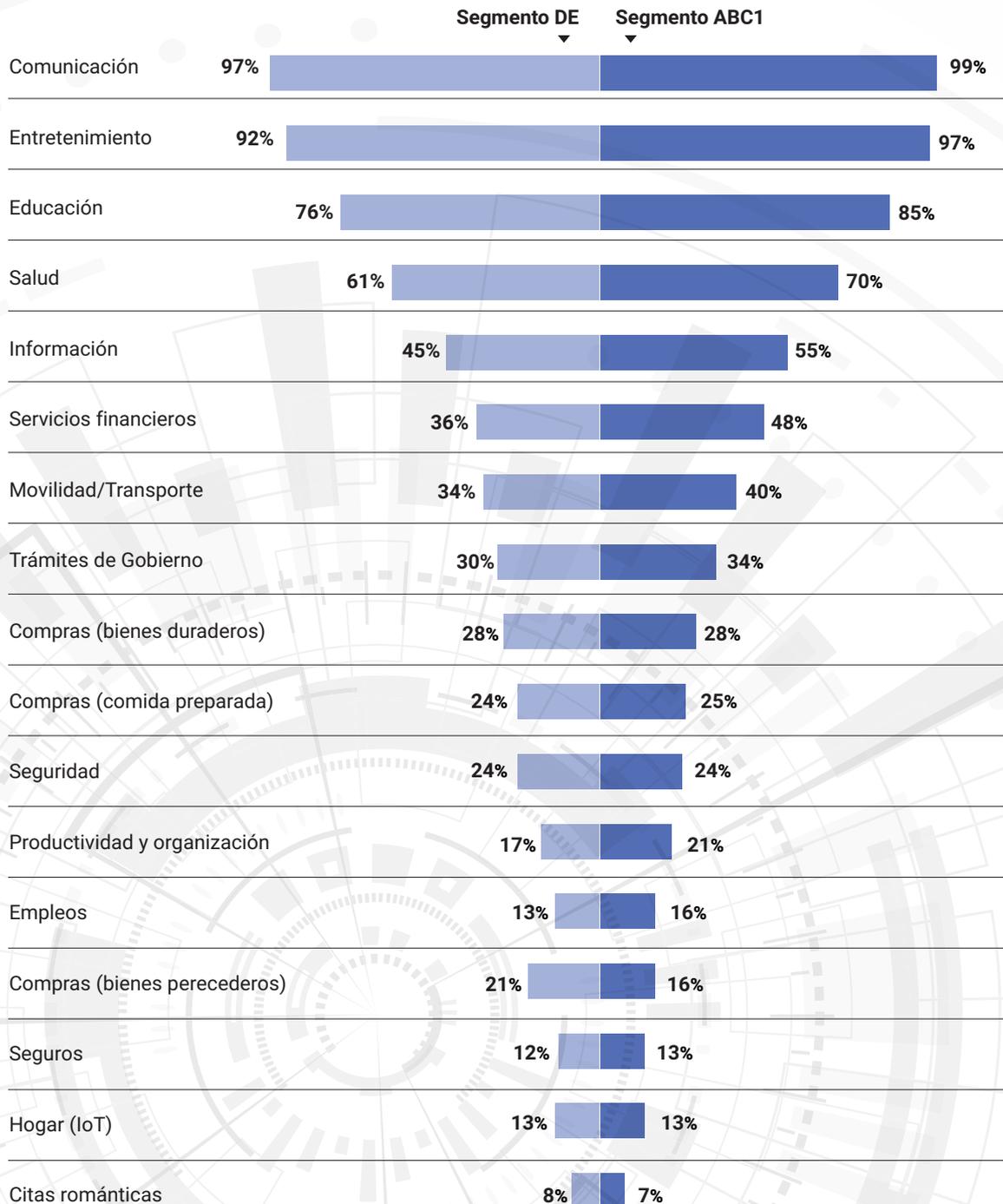
En cuanto al género, las **mujeres** en Latinoamérica utilizan más las herramientas de **educación y salud**, mientras que los **hombres** las herramientas de **servicios financieros, movilidad, seguridad, seguros y citas románticas**.



IN
NOVA
CIÓN

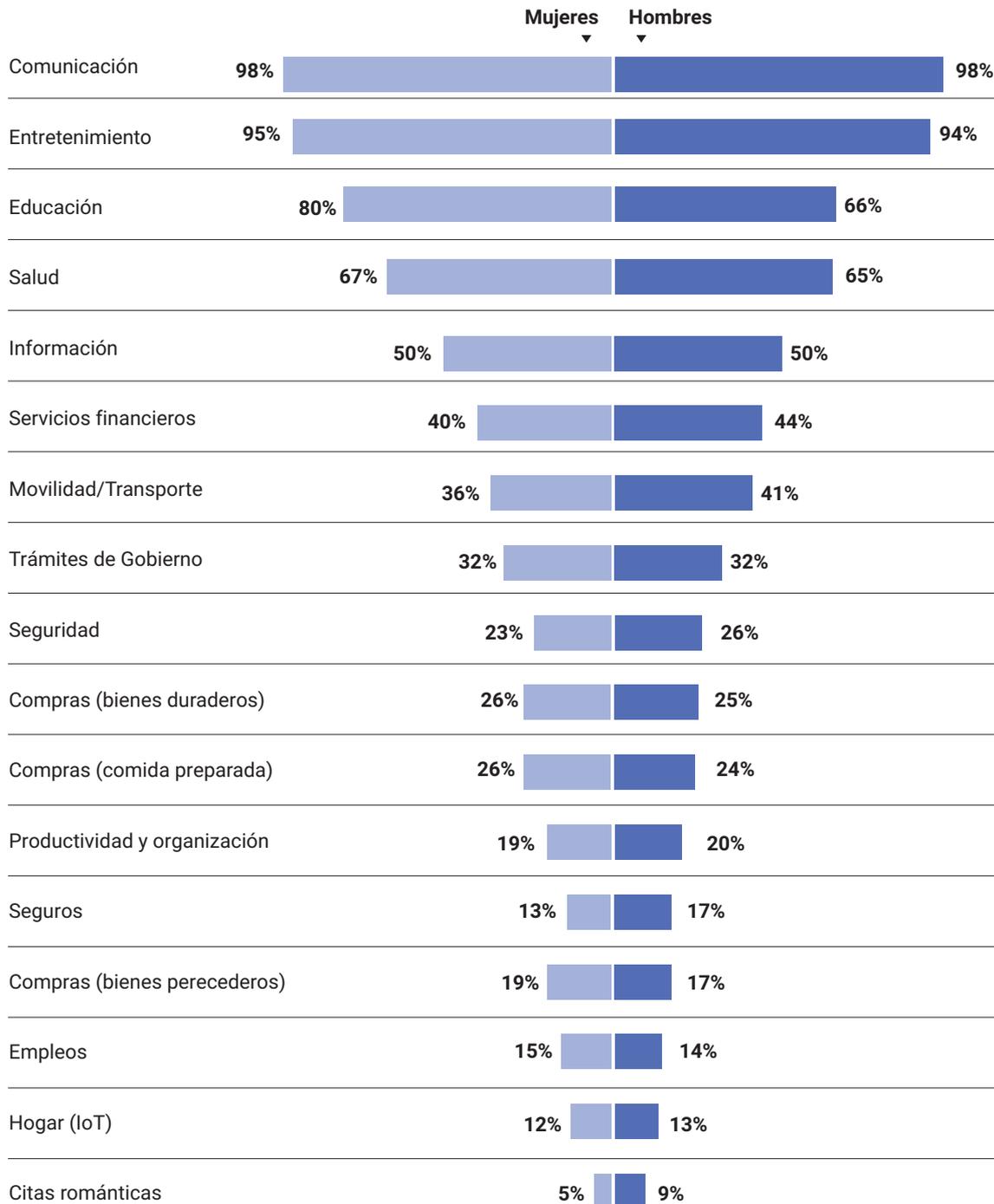
DIFERENCIAS DE ACCESO POR NIVEL SOCIOECONÓMICO

Porcentaje promedio en base a 4000 personas, 1000 por cada país

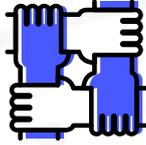


DIFERENCIAS DE ACCESO POR GÉNERO

Porcentaje promedio en base a 4000 personas, 1000 por cada país



TENDENCIAS GLOBALES QUE IMPULSAN LA CREACIÓN DEL ÍNDICE DE INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍA



Mayor
concientización
social sobre
la desigualdad
en acceso a
oportunidades



La promesa de
democratización
del acceso a
servicios esenciales
a través de la
tecnología



Acceso global
a la tecnología
a través de
dispositivos
móviles y
conectividad

“

En una época donde el cambio impulsado por la tecnología asombra, la reacción natural ante la misma es la creciente preocupación por el impacto que pueda tener en la calidad de vida de las personas. Los resultados indican que la mayor parte de la población ha adoptado tecnología y esta ha mejorado su calidad de vida, sin embargo existen oportunidades de mejora sustancial en diversos sectores. ”

Fernando Fabre;
Director del Hub
de Innovación del **ITBA**

“

En el primer índice nos propusimos medir la adopción de tecnología en el país para brindarle información a todos los actores clave en el ecosistema de innovación. Este año dimos un paso más, sumamos la comparación entre los principales países de la región para destacar las oportunidades tecnológicas disponibles que pueden mejorar la calidad de vida de las personas. ”

Sebastián Mur,
Vicerrector **ITBA/** Decano de la
Escuela de Innovación **ITBA**



Responsables de la Publicación:



Sebastián Mur

Vicerrector **ITBA** y Decano de la Escuela de Innovación del **ITBA**



Fernando Fabre

Director del Hub de Innovación **ITBA**, CEO Kauffman Fellows,
Cofundador Matterscale Ventures

Con el apoyo de alumnos del **ITBA**:

Magdalena Eppens, María Sanz, y Matias Rodriguez.

Con el apoyo del equipo de *Voices*:

Constanza Cilley
Directora Ejecutiva de Voices

Manuel Hermelo
Director De Opinión Pública de Voices