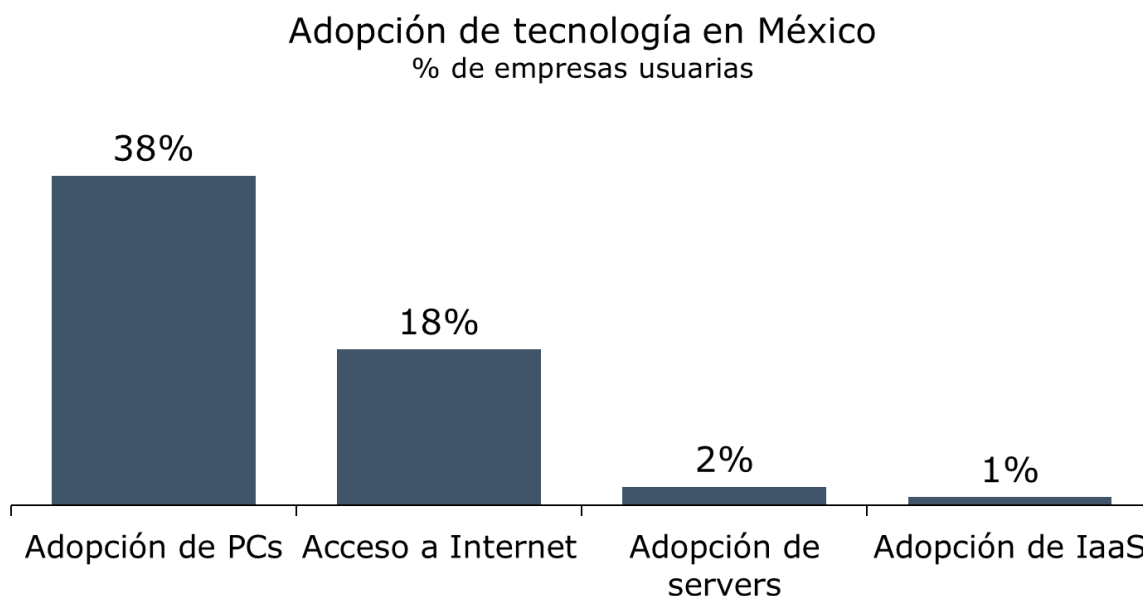


## Persiste baja adopción tecnológica en México.

Alejandro Vargas González

Si bien en México existen aproximadamente 4.7 millones de empresas (estimado para 2021), una gran parte de estos negocios no tiene acceso a tecnologías básicas como PCs y servicios de internet. Con base en los datos del Modelo de la Demanda TIC, realizado por Select desde 1995, 38% de las empresas en México tiene por lo menos una PC y sólo 18% cuenta con conexión a internet fijo.

Figura 1: Adopción de tecnología en México.



Fuente: Select, marzo 2021

Este bajo nivel de adopción tecnológica es una barrera a la digitalización de la economía y de los negocios, restringe las posibilidades de aumento de productividad, y aumenta las brechas entre negocios rezagados y avanzados: mientras los primeros realizan actividades y operaciones en papel, los avanzados continúan con sus agendas de integración de tecnologías avanzadas como nube, analíticos, automatización, inteligencia artificial, etc.

Son tres los factores que limitan la adopción:

- I. Nulo poder adquisitivo; 95% de las empresas en México son micronegocios, de hasta 10 empleados con ingresos anuales de \$322 mil pesos (\$15 mil

USD). De tal forma, que donde *no hay dinero no hay tecnología*, una relación que impacta negativamente la competitividad de las empresas con pocos recursos frente a un mercado global y digital.

- II. Dispersión geográfica; de acuerdo con el INEGI, 98% de las poblaciones en el país tienen menos de 2,500 habitantes; un hecho estructural que mantiene lejos a los negocios más pequeños y rezagados de las innovaciones tecnológicas que se dan en las empresas basadas en las principales ciudades y zonas metropolitanas del país.
- III. Cultura tecnológica; al estar distantes de la tecnología y de sus beneficios, es presumible que estas empresas rezagadas consideren poco relevante destinar recursos para tecnología y telecomunicaciones.

Son destacados los esfuerzos de la iniciativa privada, los operadores de telecomunicaciones, fabricantes multinacionales y cámaras locales, para acercar la tecnología a estos sectores rezagados mediante capacitaciones, aumento de cobertura y financiamientos; sin embargo, estas brechas aún existen, y se han vuelto muy evidentes durante los meses de confinamiento por la contingencia sanitaria de 2020 y 2021.

Además de recomendar apoyos gubernamentales, como el proyecto Internet para Todos; consideramos clave destinar recursos a la creación de modelos de negocios que permitan entregar servicios digitales a estas empresas mediante plataformas móviles, cuya adopción de smartphones ronda el 60%, y aumentar los niveles de adopción tecnológica disminuyendo las barreras y costos de entrada.

Algunas de las *start-ups* digitales son conscientes de esta oportunidad y lanzan servicios de negocio para acercar a proveedores y consumidores mediante plataformas digitales accesibles desde el celular: servicios de compraventa, envíos, logística, monitoreo de temperatura, gestión de cajas, etc.

¿Será posible que esta nueva ola de innovación disminuya las brechas tan profundas que existen en el país?