

APROPIACIÓN DIGITAL



OBJETIVOS DEL ESTUDIO



IDENTIFICAR

Identificar estrategias clave para equilibrar la distribución de recursos digitales entre la población y las empresas, tanto pequeñas como grandes. Además, desarrollar políticas a nivel estatal que fomenten el progreso económico y social mediante una adecuada asignación de estos recursos.



REDUCIR

Analizar las brechas de acceso a la tecnología para reducir la desigualdad digital, asegurando que el desarrollo humano, el uso eficiente de los recursos digitales y el crecimiento empresarial sean inclusivos y sostenibles.



MEDIR

Medir el impacto de la Ley de Transformación Digital en conectividad, economía, gobierno, talento, confianza e innovación digital, y proponer mejoras.

METODOLOGÍA

INDICADORES

Usos e intenciones: Mide cómo se utiliza la tecnología digital y los propósitos detrás de su uso.

Ruta de Ciudadanía Digital: Describe las etapas de desarrollo de habilidades y usos digitales, del nivel básico al avanzado.

Brecha (Matthew Effect): Mide cómo las condiciones iniciales, como educación e inclusión financiera, afectan la apropiación digital.

Frontera Digital: Analiza actividades realizadas exclusivamente de manera digital y su distribución en diferentes regiones.

GINI de Ingresos: Mide la desigualdad en la distribución de ingresos.
GINI Digital: Mide la desigualdad en el acceso y uso de tecnologías digitales.

METODOLOGÍA



SOCIO ESTRATÉGICO:



COBERTURA:

A nivel nacional
(Urbano y rural)



TÉCNICA:

Encuestas
presenciales
aplicadas con
dispositivos móviles



MUESTRA:

1000
entrevistados



NIVEL DE CONFIANZA:

95%



MARGEN DE ERROR:

+/- 1.3%



TÉCNICA:

Presencial

PAÍSES



1000

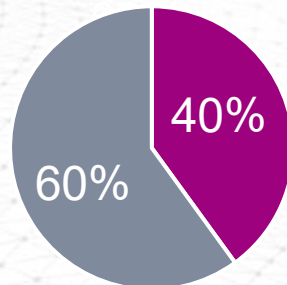


1000



3500

ZONA



■ LIMA ■ PROVINCIAS

EDADES

12-17	12%
18-24	16%
25-34	21%
35-44	19%
45-54	14%
55-64	10%
65 o más	8%

GÉNERO



51%



49%

TEMAS APROPIACIÓN DIGITAL 2025



1. Datos sociodemográficos y clasificación del hogar

- Ubicación geográfica
- Tamaño del hogar
- Composición del hogar
- Características del hogar
- Situación laboral
- Nivel educativo
- Estado civil
- Pertenencia a grupos poblacionales vulnerables
- Pertenencia a grupos étnicos

2. Acceso y uso de Internet

- Uso de servicios de internet
- Tenencia de servicios de internet
- Actividades que realiza en internet
- Intención de uso de internet

3. Equipamiento tecnológico del hogar

- Tenencia de dispositivos en el hogar
- Dispositivos conectados
- Tipo de línea principal
- Tenencia de tipo de servicios de televisión

4. Entendimiento de los hogares sin dispositivos y sin servicios

- Razones de no tenencia de dispositivos y servicios
- Consideración de adquirir dispositivos y servicios
- Sensibilidad de precio de servicio de internet
- Razones de no uso de internet

5. Calidad del servicio de Internet en el hogar

- Calidad del servicio de internet

6. Percepciones y efectos del uso de Internet

- Frecuencia del uso de internet
- Tiempo de uso de internet



7. OTT Uso de plataformas digitales y entretenimiento

- Tenencia y uso de plataformas de video y audio de streaming
- Caracterización de pago y medios de pago de servicios de video de streaming
- Consideración de suscripción o cancelación a servicios de streaming de video
- Calidad y percepción de recomendaciones de plataformas de streaming de audio y video
- Razones de no acceso a plataformas de video

8. Consumo de audio (radio y streaming)

- Tenencia y uso de dispositivos para consumo de audio
- Consumo y dispositivos para el consumo de radio y streaming de audio
- Consumo de géneros de audio

9. Servicios financieros

- Tenencia de productos financieros. Uso de canales para realizar consultas o transacciones de productos financieros
- Actividades financiera realizadas por internet o aplicación
- Uso de productos o servicios financieros en los últimos 6 meses
- Uso de medio de pago habitual en el hogar

10. Uso de redes sociales

- Uso de redes sociales. Actividades realizadas en redes sociales
- Interés de influenciadores y temáticas en redes sociales

11. Educación y habilidades digitales

- Matthew effect (Nivel educativo de los padres y conocimiento de inglés de la persona encuestada)
- Estudios realizados por internet (Finalizados/en proceso)
- Intención de estudios en el próximo año
- Consideración de la metodología
- Uso de internet para fines educativos
- Percepción de habilidades de actividades ofimáticas
- Realización de actividades de manera tradicional, por internet o combinadas

12. Zoom inteligencia artificial

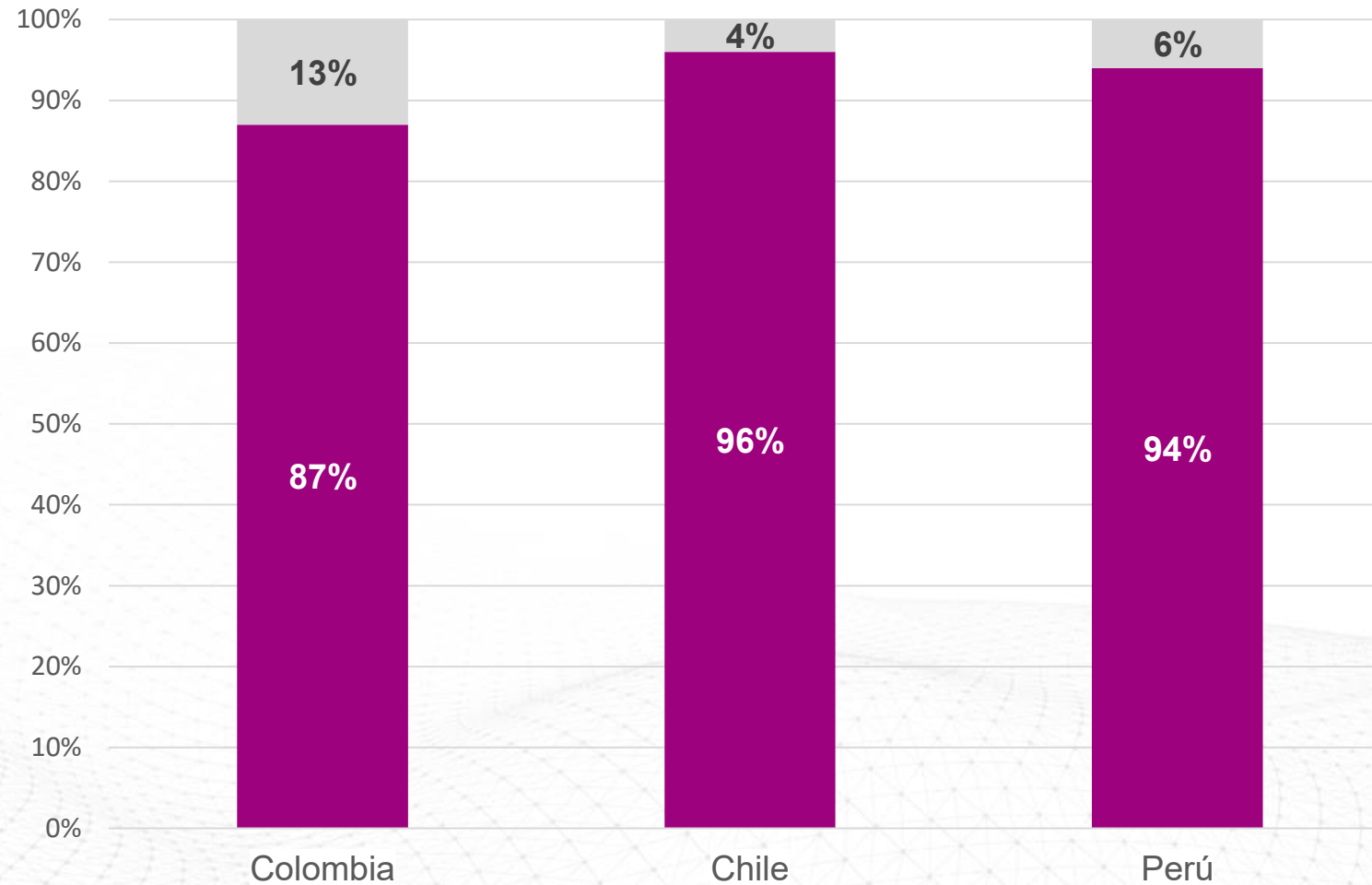
- Conocimiento, uso y disposición de pago de herramientas de IA
- Actividades que realiza en IA Intención de uso de IA
- Interacción y reconocimiento de IA
- Percepción de los beneficios y riesgos de la IA
- Percepción del impacto de la IA en la vida cotidiana
- Percepción de la regulación e involucramiento del gobierno frente al desarrollo y uso de la IA
- Confianza de la IA
- Percepciones positivas o negativas de la IA

A hand is shown drawing a thick, light blue upward-pointing arrow with a marker. The background is a blurred image of a person's face. In the foreground, there are three 3D bar chart elements of increasing height, also in light blue. The text 'RESULTADOS 2025' is centered in white.

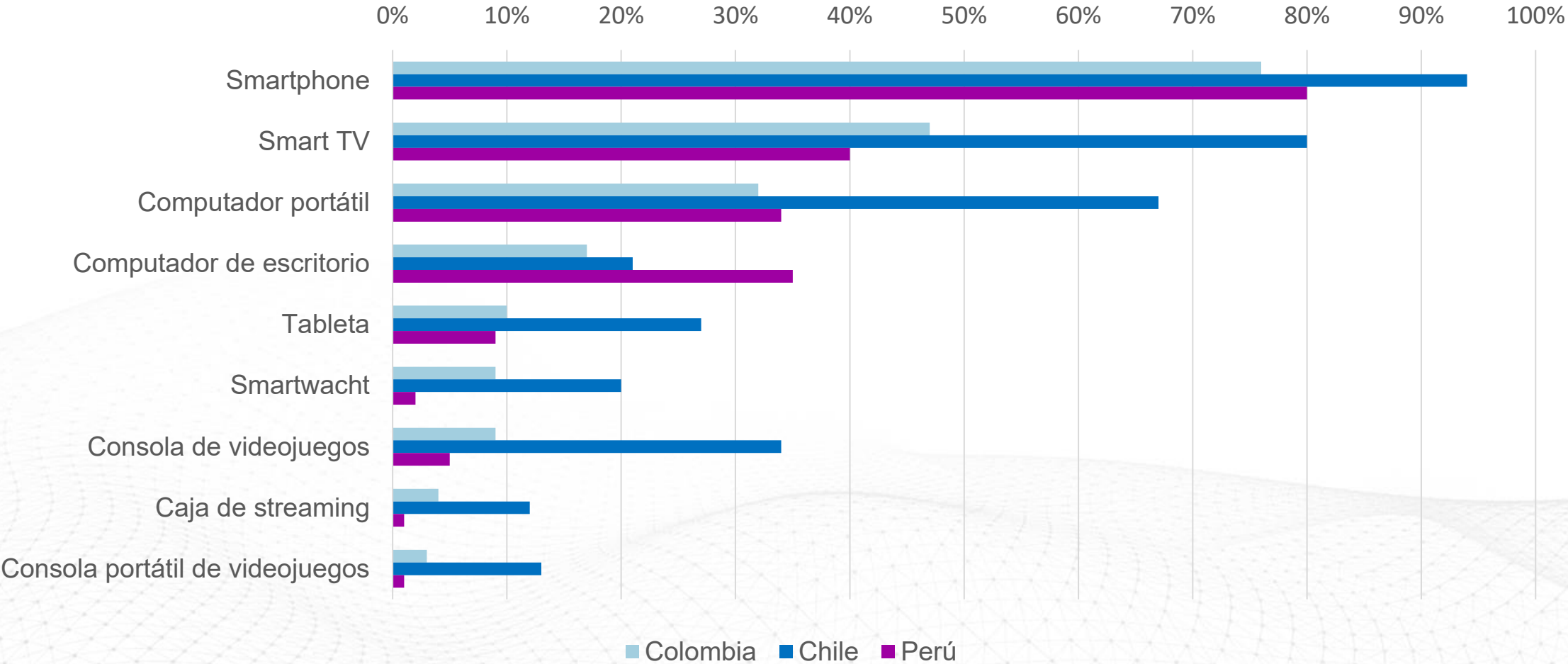
RESULTADOS 2025

USUARIOS DE INTERNET POR PAÍS

Conectividad expresada



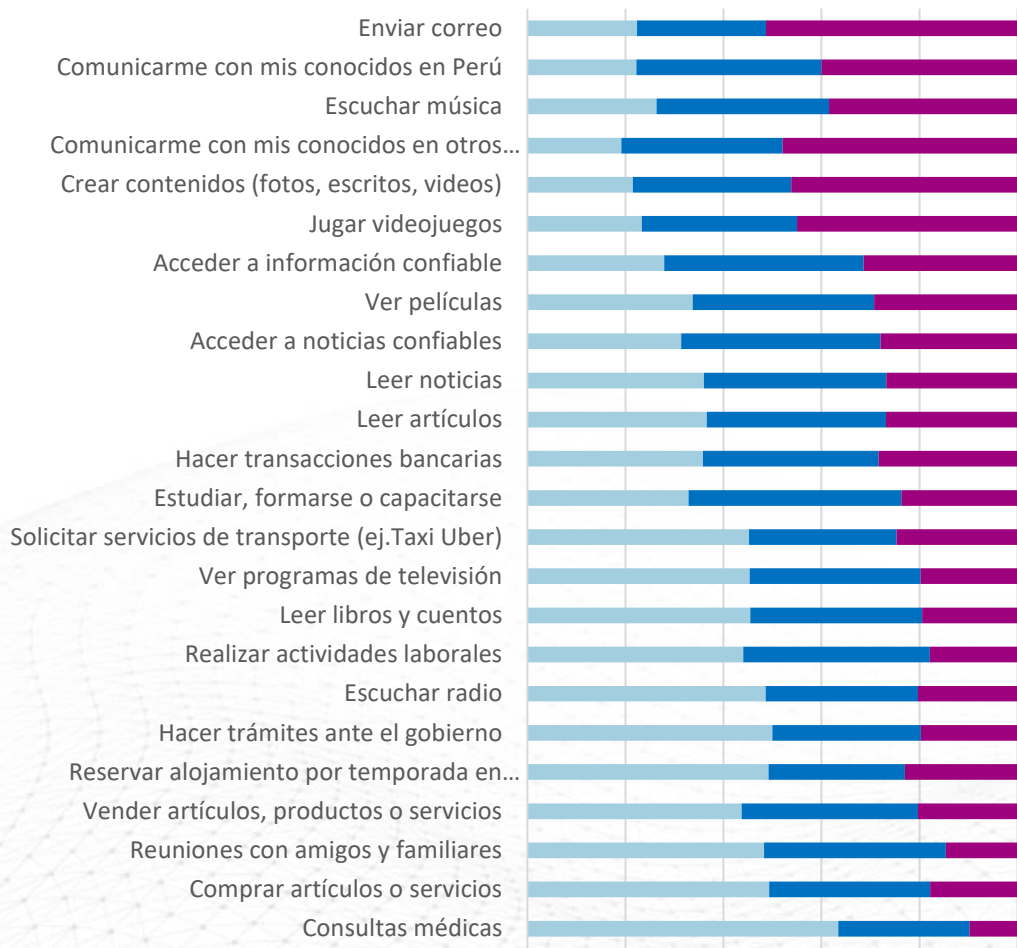
EQUIPAMIENTO DEL HOGAR 2025



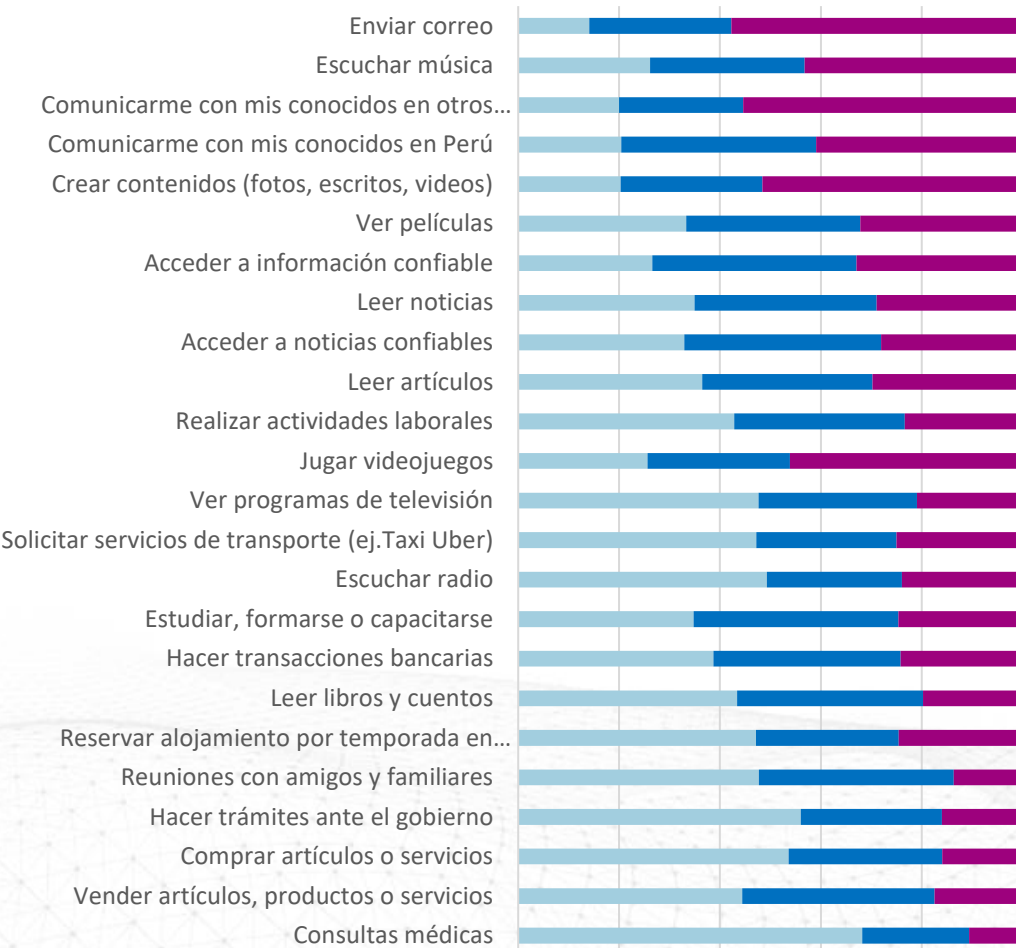
FRONTERA DIGITAL PERÚ



HOMBRES



MUJERES

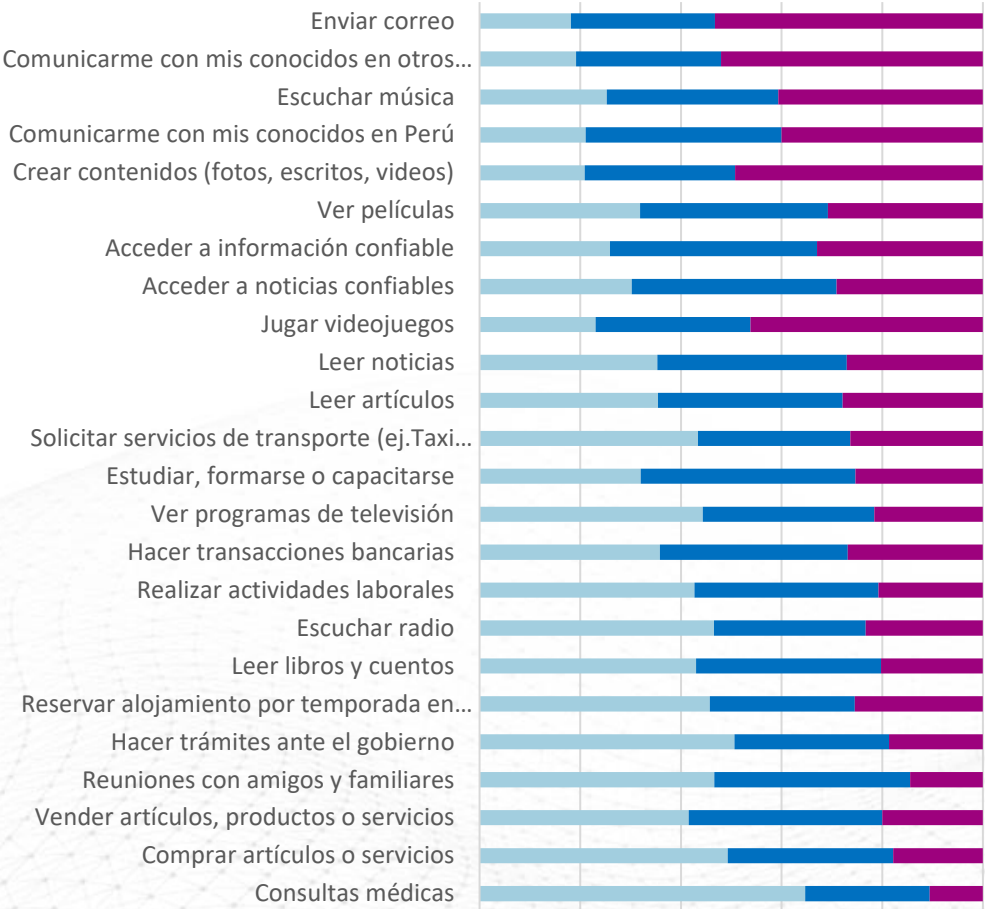


■ Únicamente de la forma tradicional ■ Combinado tradicional e internet ■ Únicamente por internet

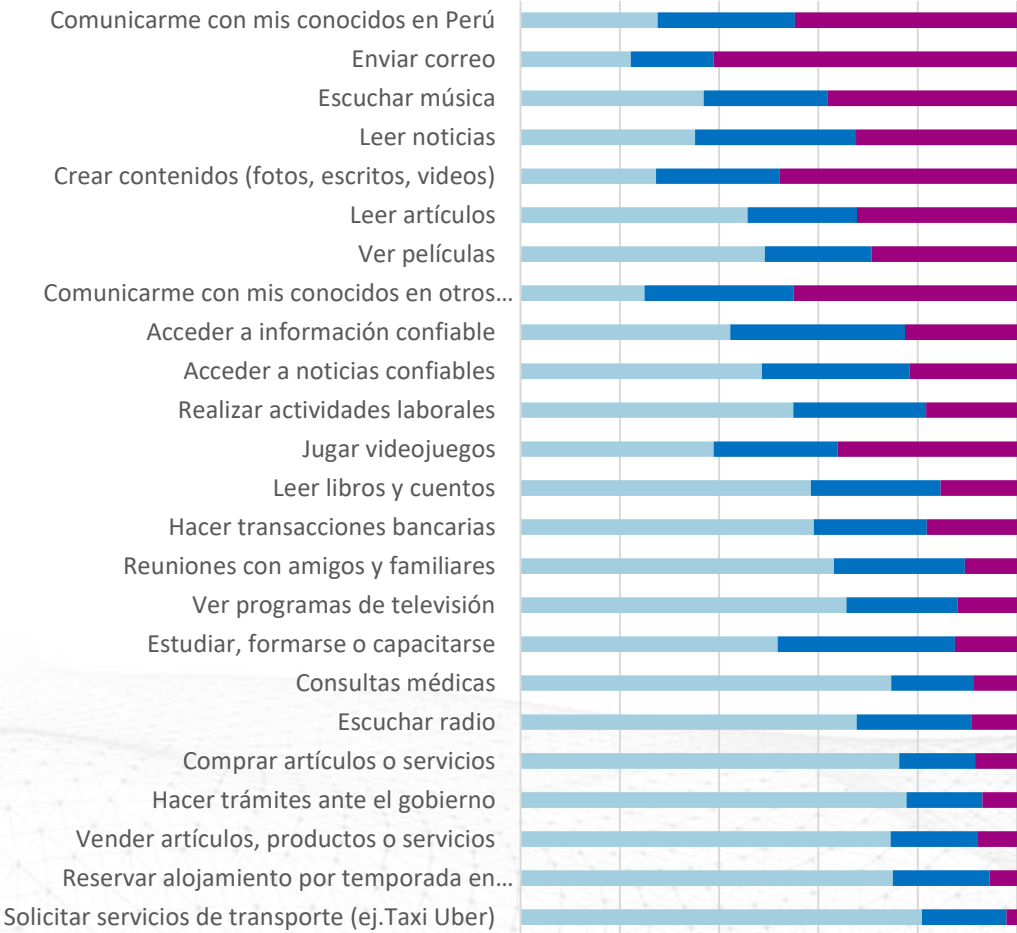
• Se excluye de la esta gráfica a quienes no realizan la actividad

FRONTERA DIGITAL PERÚ

URBANA



RURAL

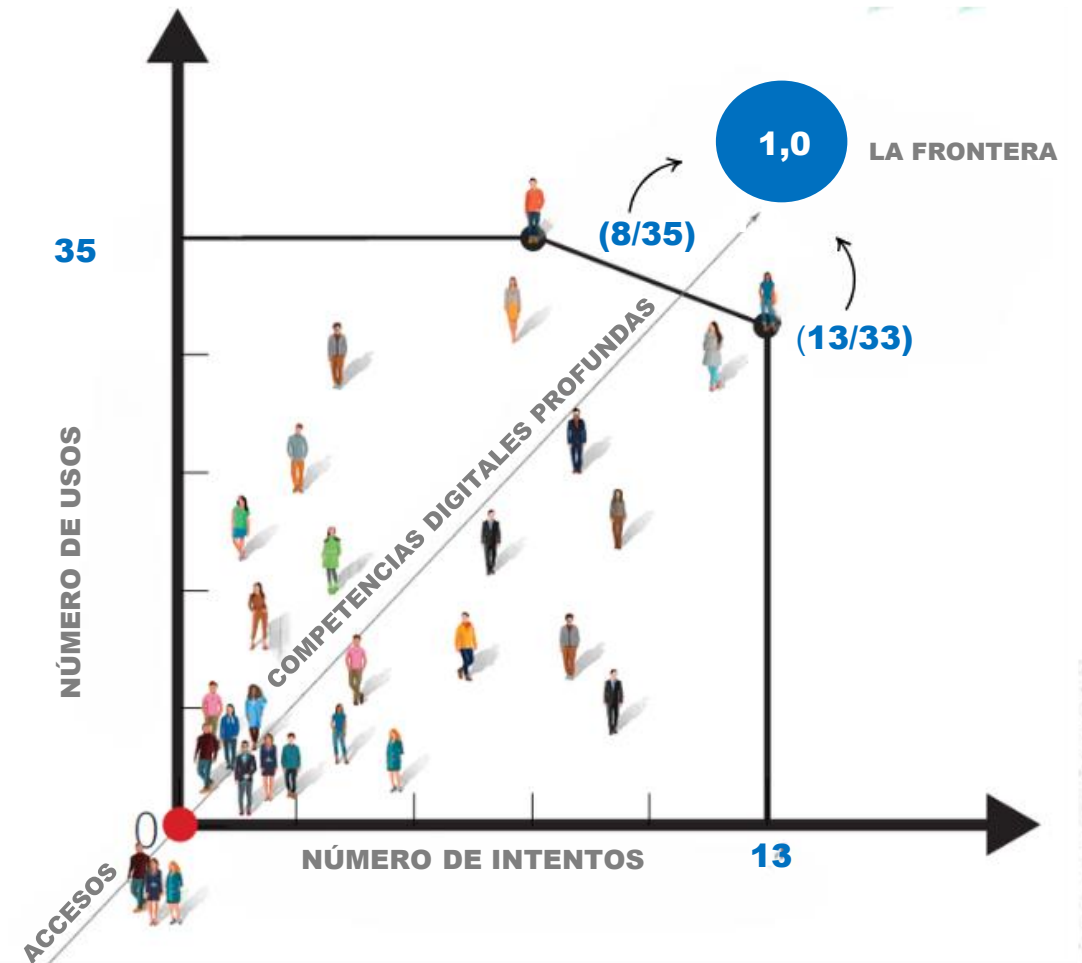
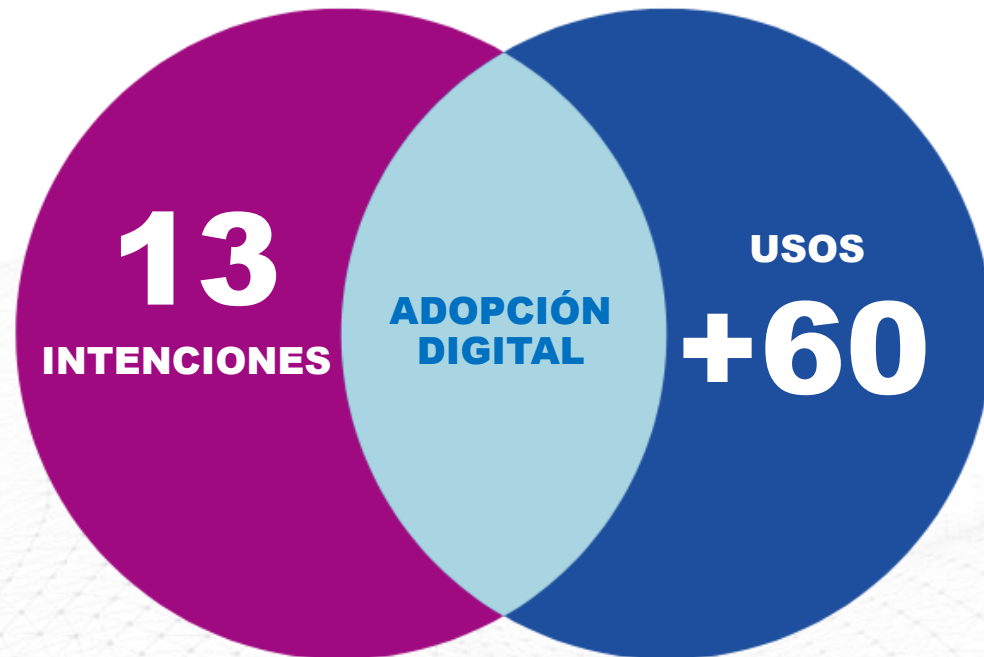


Únicamente de la forma tradicional Combinado tradicional e internet Únicamente por internet

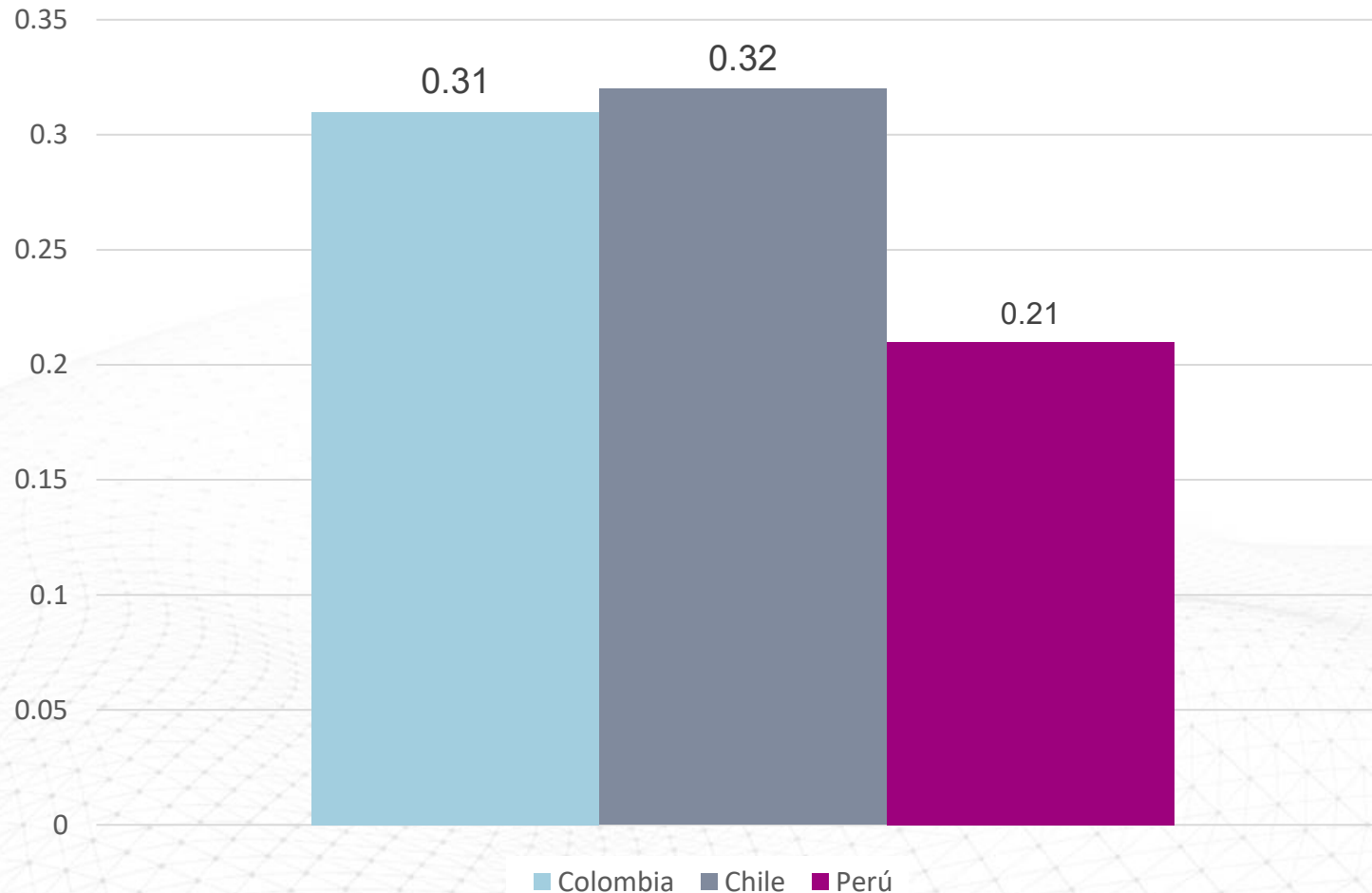
Se excluye de la esta gráfica a quienes no realizan la actividad

ÍNDICE DE APROPIACIÓN DIGITAL

¿CÓMO DEFINIMOS LA ADOPCIÓN DIGITAL?

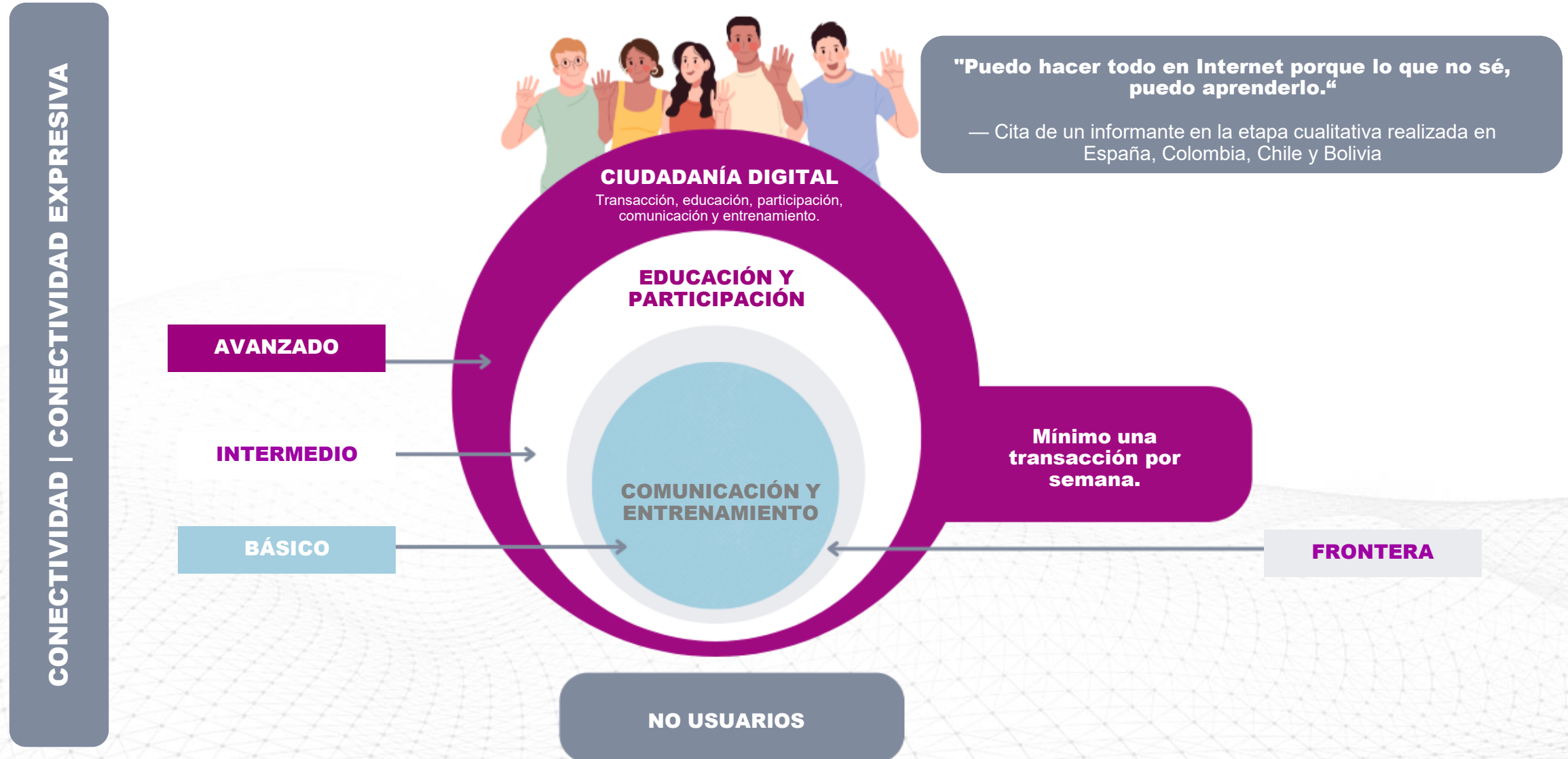


ÍNDICE DE ADOPCIÓN DIGITAL



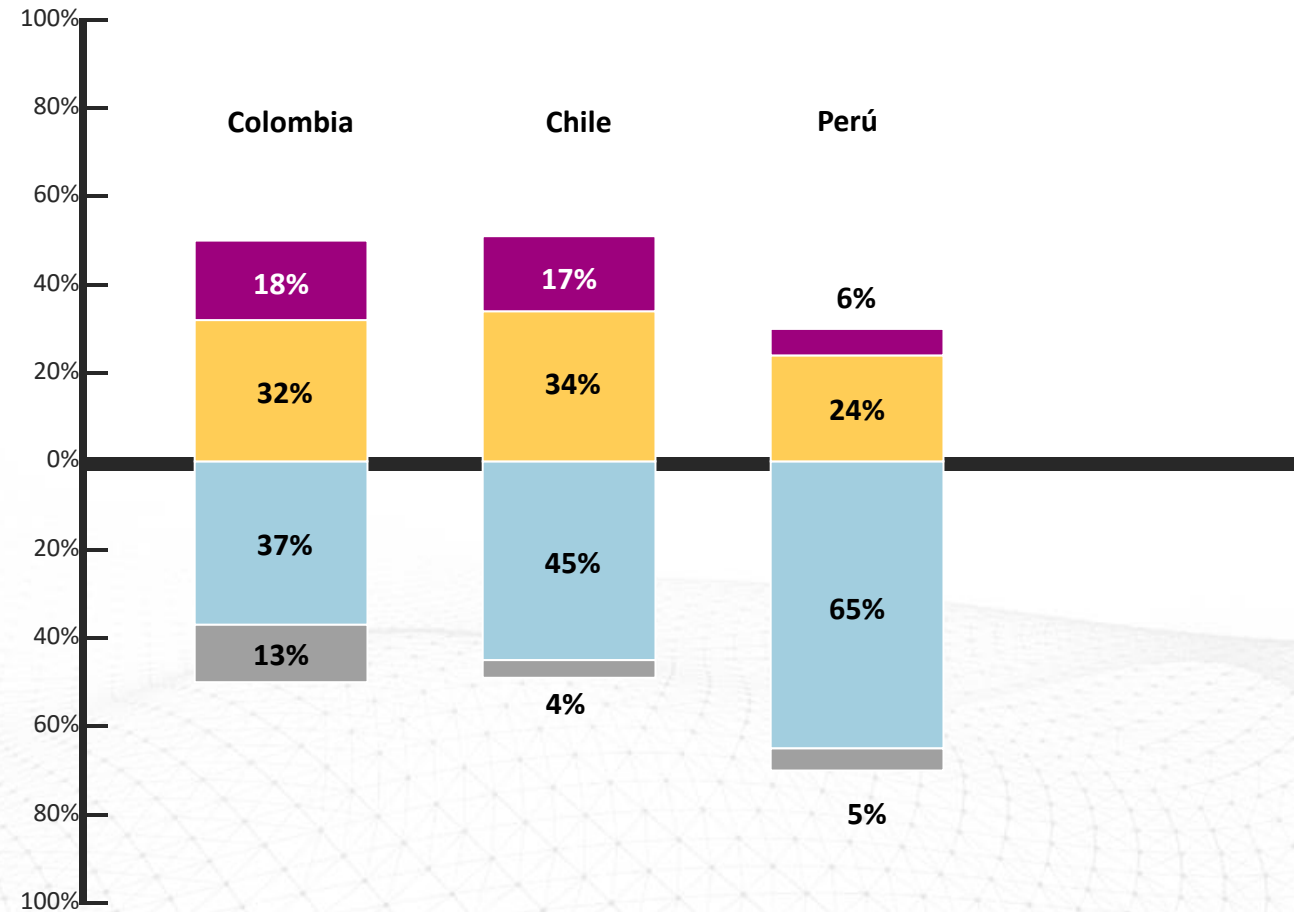
- Países con más banda ancha fija, más PC/portátil, más educación superior y mayor bancarización/uso de servicios del Estado en línea tienden a puntuar más alto.
- La prioridad de los smartphones y su uso intensivo recreativo/social, con transacciones y aprendizaje más bajos; refleja por qué el índice de Perú (0,21) queda por debajo de Colombia (0,31) y Chile (0,32).

ruta de ciudadanía digital

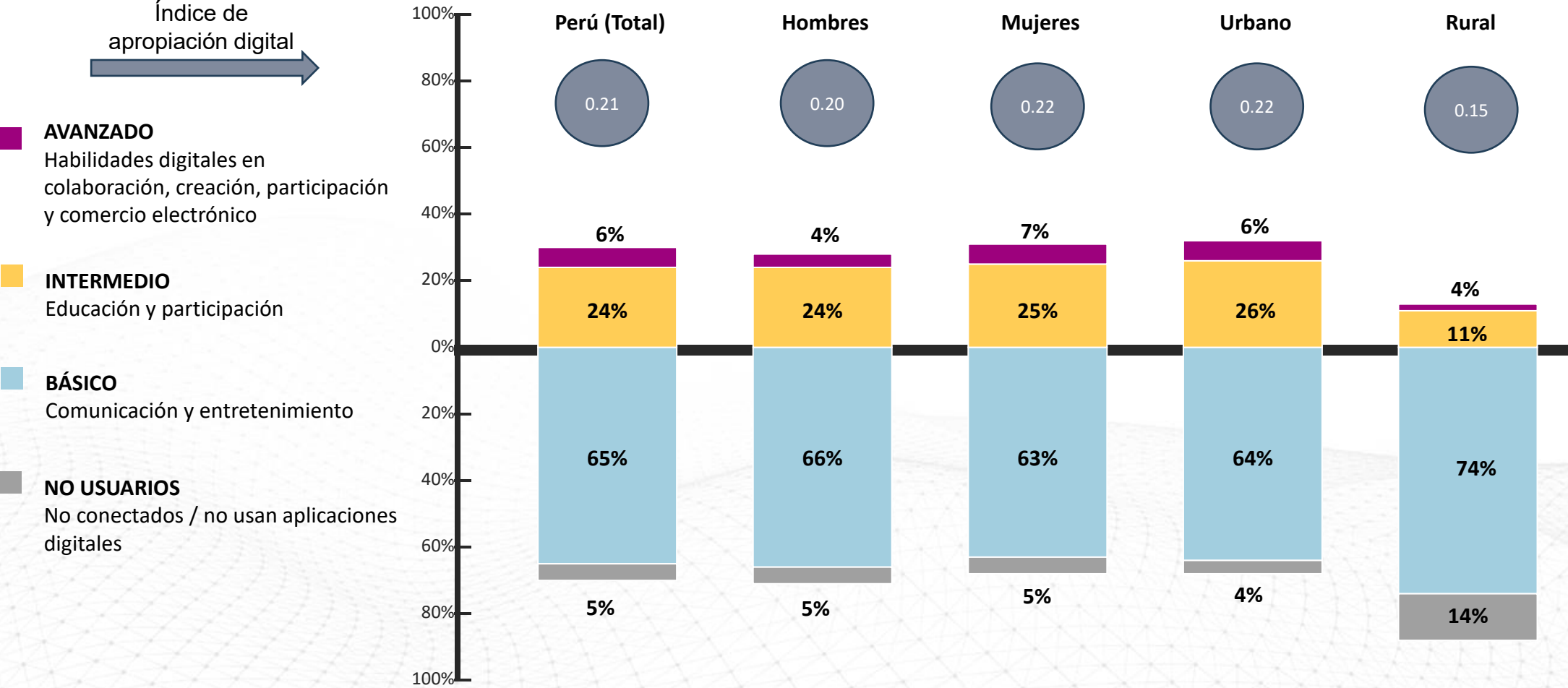


ruta de ciudadanía digital por país

-  **AVANZADO**
Habilidades digitales en colaboración, creación, participación y comercio electrónico
-  **INTERMEDIO**
Educación y participación
-  **BÁSICO**
Comunicación y entretenimiento
-  **NO USUARIOS**
No conectados / no usan aplicaciones digitales

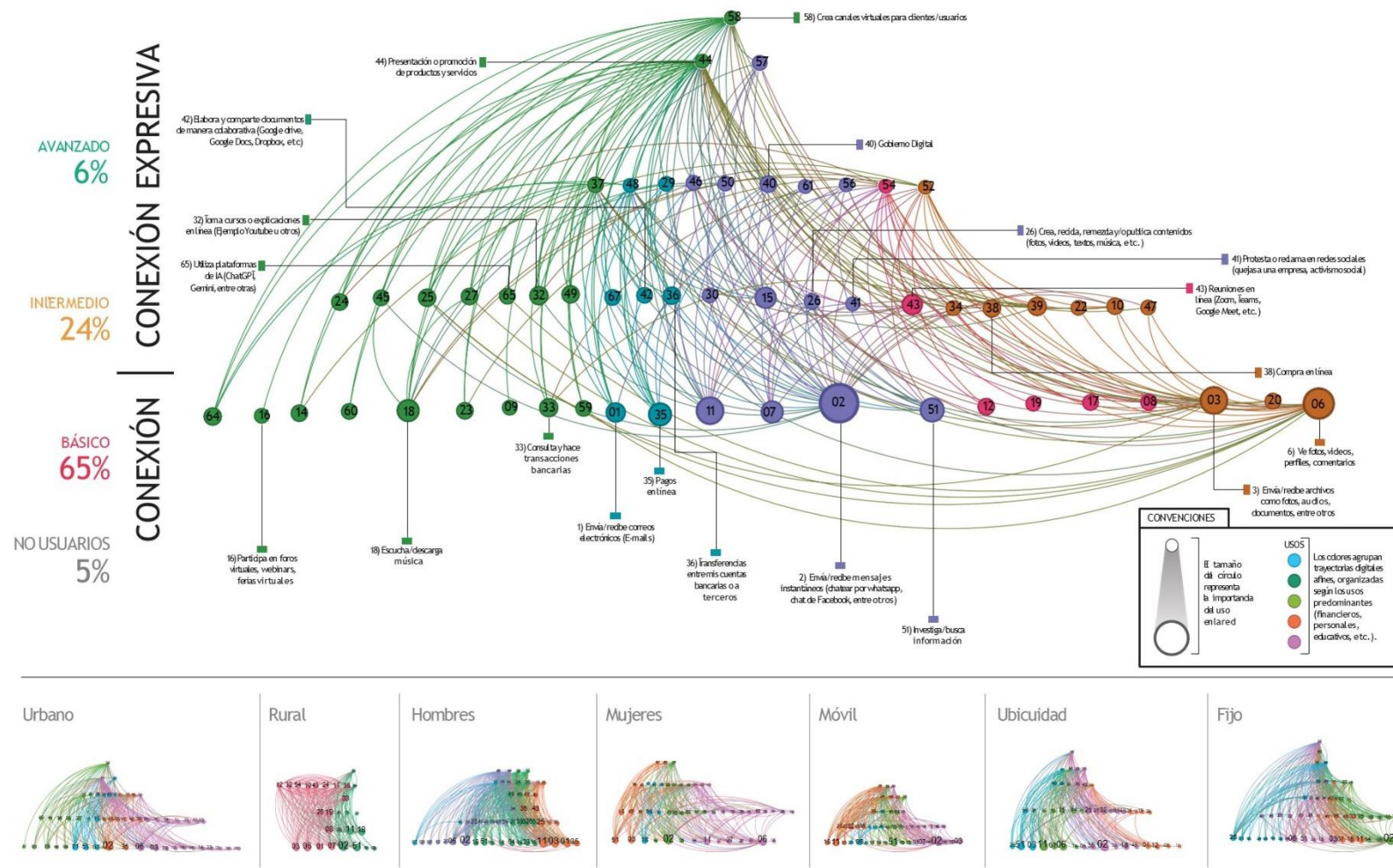


RUTA DE CIUDADANÍA DIGITAL EN PERÚ



MODELIZACIÓN DE TRAYECTORIAS

Representación gráfica de probabilidad bayesiana



ALGUNOS PERFILES

GEEK



Edad: 34 años.

Trabajo: Independiente / actividades informales.

Educación: Secundaria completa.

NSE C.

Conectividad: Smartphone con datos, internet móvil como acceso principal.

Estado civil: Soltero/a.

Ámbito: Mayoritariamente urbano.

Comportamiento:

- Salud digital (consultas médicas; mucho uso combinado online+offline).
- Gestiones públicas (trámites del gobierno).
- Info/entretenimiento: música, TV/películas, noticias.

Desafíos:

- Transacciones aún bajas (banca, compras, reservas, vender).
- Confianza (información/noticias confiables).

Necesidades:

- Entorno seguro para pagos/compras (privacidad).
- Micro-aprendizajes acreditables (rápidos, móviles) orientados a trabajo/estudio.
- Herramientas de verificación (contrastar fuentes, alertas de riesgo).

EL EXPLORADOR



Edad: 25–44.

Trabajo: Independiente / oficios.

Educación: Secundaria.

NSE C.

Conectividad: Smartphone con datos.

Estado civil: Soltero/a.

Ámbito: Principalmente urbano.

Comportamiento:

- Comunicación y entretenimiento (música, TV/películas).
- Noticias, pero verificación media.
- Trámites ya presentes, aún con apoyo presencial.

Desafíos:

- Migrar de “básico” a intermedio/avanzado (subir banca, compras, reservas).
- Reducir dependencia offline (pasar de “combinado” a “solo online” en tareas clave).
- Aumentar confianza en privacidad/medios de pago.

Necesidades:

- Guías paso a paso en app para primeras transacciones.
- Soporte omnicanal (chat + presencial) para primeras experiencias.

EL USUARIO ASISTIDO



Edad: 35+.

Trabajo: Independiente; mayor informalidad.

Educación: Secundaria o menor.

NSE: Predominante el D/E.

Conectividad: Cobertura intermitente, equipo básico.

Estado civil: Más casados/convivientes que en zona urbana.

Comportamientos:

- Uso digital bajo: mensajería/comunicación básica; poco trámite/transacción.
- Dependencia de terceros para gestiones.
- Preferencia por canales presenciales.

Desafíos:

- Infraestructura y asequibilidad (señal, dispositivos, planes).
- Alfabetización digital de base.
- Confianza en instituciones/plataformas.

Necesidades:

- Planes asequibles y puntos Wi-Fi comunitarios.
- Capacitación presencial-móvil (paso a paso, contextual).
- Casos de uso de alto valor (salud, beneficios/subsidios, trámites prioritarios).

APROPIACIÓN DIGITAL



CNC
Centro Nacional de Consultoría



Datum
internacional

Partners:



BANCO DE DESARROLLO
DE AMÉRICA LATINA