



La aceleración digital impulsaría un 3,6% el PIB en 2021

El informe 'Economía Digital. Una oportunidad para España' destaca que alcanzar este objetivo pasa por generar talento, aumentar las inversiones, adaptar la regulación a las nuevas tecnologías y por potenciar las plataformas digitales

Una aceleración de la digitalización podría aumentar un 3,6% el PIB en 2021, según el estudio elaborado por Accenture Strategy para Mobile World Capital Barcelona que hoy ha sido presentado en primicia en el 31 Encuentro de la Economía Digital y las Telecomunicaciones organizado por AMETIC en Santander.

El informe, cuyas líneas maestras han sido dadas a conocer por el *managing director* de Accenture Strategy, Alberto Zamora, estima que este incremento adicional de la economía nacional se traduciría en unos 48,5 mil millones de dólares.

Con todo, este trabajo recoge que la digitalización de la economía española está retrasada frente a los líderes. Así y a través del análisis de 36 variables, el estudio concluye que España ocupa el puesto 11 de 14, con una contribución digital al PIB que en 2016 fue del 19,7%, catorce puntos por debajo de la registrada en EE UU.

Según explicó Zamora, este retraso se identifica con cuatro limitaciones: la necesidad de una estrategia digital clara en las empresas (solo el 38% de los ejecutivos en España dicen tener un Plan de Transformación Digital. De hecho, la falta de visión digital de los líderes de las organizaciones es todavía una de las principales razones de esta baja adopción digital en España), una inversión en innovación limitada (de acuerdo a Eurostat, España invirtió 1,2% del PIB en R+D+i en 2013 frente al 2,9% de Alemania o el 2,2% de Francia, una inversión que la agencia estadística europea recuerda que procede en un 28% de las universidades, un 19% de la administración pública y el 53% restante del sector privado, cuando en Europa la media del peso de este sector asciende a 63,2%), un talento digital insuficiente (que el informe achaca en parte al alto nivel de desempleo juvenil, que supera el 43% cuando en Alemania no llega al 7%; la baja movilidad geográfica y la menor inversión en formación digital debida a los efectos de la crisis financiera de 2008. Según el informe *E-skills for Jobs in Europe* de la CE, se estima que en 2020 habrá un millón de puestos de trabajo en Europa que no se cubrirán por la carencia de talento digital), y a la existencia de unos marcos regulatorios que, resalta, no están evolucionando tan rápidamente como la tecnología, especialmente en áreas como los impuestos, la creación de un mercado digital único o la adopción de nuevos modelos de negocio como la economía circular.

Para tratar de superar estas barreras y acelerar el proceso de digitalización en España, el estudio recomienda actuaciones por parte de las empresas y las administraciones públicas a través de un programa centrado en tres palancas: talento, inversión en tecnología y aceleradores.

En el primer caso, la propuesta de este estudio pasa por generar talento digital en las universidades y captarlo en las empresas –“deben ir más juntas”, dijo Zamora–, formar el talento ya existente en el ámbito digital y desarrollar nuevas formas de trabajo “más horizontales y más basadas en proyectos”, así como aumentar los equipos dedicados a la innovación.

En el ámbito de las tecnologías y la inversión, el aspecto en el que España está “más retrasado en relación a Estados Unidos y los países líderes”, según admitió el directivo de Accenture Strategy, las líneas de acción se centrarían en digitalizar la relación con el cliente, impulsar la colaboración en la empresa con herramientas digitales e incrementar la inversión en tecnologías clave como *cloud*, analítica avanzada, inteligencia artificial, IoT, movilidad o social media.

Por último, el informe reclama facilitadores o aceleradores que impulsen la digitalización, entre los que Zamora citó el despliegue de una infraestructura de comunicaciones a la altura de los líderes digitales, la adaptación de la regulación a las nuevas tecnologías, nuevos modelos de negocio y modelos basados en la economía colaborativa, así como la potenciación del uso de plataformas digitales y el fomento de nuevos negocios.

“No hay una solución única. Pero es labor de todos priorizar y encontrar cuáles son las fundamentales”, concluyó el directivo de Accenture Strategy.

Antes de que este informe viera la luz, el **director de Estrategia de Mobile World Capital Barcelona, Jordi Arrufí**, apostó por “generar conciencia sobre todo lo que quiere decir y representa la transformación digital” porque, según recalcó, “todo el mundo habla de digitalización, pero no todos saben cómo hacerlo”.

Además, Arrufí destacó el papel que en este propósito deben desempeñar la Administración no solo para generar servicios públicos digitales, sino también como “catalizadores” de esta nueva cultura, e identificó a la automoción –inmersa en el “mayor avance tecnológico en sus 130 años de historia” indicó– y a la banca, con “nuevos servicios digitales que sitúan al cliente en el centro del negocio”, como los dos sectores que “lo están haciendo bien”.

Finalmente, el **director de Innovación de Celsa Group, Ignasi Salvador**, explicó el programa que en este campo ha implementado esta compañía perteneciente al sector del acero con presencia en diferentes países, una plantilla de 9.000 trabajadores y una facturación de alrededor de 3.600 millones de euros anuales.