



## **España tiene que priorizar la digitalización para impulsar su economía y bienestar social**

- *La edición 2019 del informe “España Nación Digital” confirma que España ocupa posiciones de liderazgo en materia de infraestructuras, pero ha de avanzar en innovación, talento y capacidades digitales.*
- *“La digitalización está íntimamente ligada al bienestar de la ciudadanía: la creación de empleo, el desarrollo rural, el acceso a la sanidad y la educación, y a un estilo de vida más sostenible y que fomente la innovación,” dice Cariza Szpilka, presidenta de Adigital.*

**Madrid, 12 de febrero de 2020.** España sigue situada en la frontera entre las economías de segundo nivel y el grupo de economías más avanzadas en materia de digitalización, tanto a nivel global como en el contexto europeo. Es la principal conclusión del informe España Nación Digital 2019, presentado hoy por Adigital, la Asociación Española de la Economía Digital. El documento, que realiza un diagnóstico del estado de la digitalización en nuestro país, revela que, pese a los avances de los últimos años, **nuestro país sigue sin ser capaz de aprovechar todo el valor asociado a la transformación digital** en términos de crecimiento económico, pero también, y sobre todo, de bienestar social.

Esta nueva edición del informe *España Nación Digital* hace un recorrido por más de 90 indicadores (frente a los 80 de la pasada edición) divididos en tres áreas principales: **infraestructuras y uso, entorno y mercado, y capacidades digitales y talento.**

Nuestro país sigue destacando en infraestructuras y uso. España presenta un **mercado de telecomunicaciones maduro, innovador y bien desarrollado**, que destaca por su despliegue de redes de alta velocidad, fijas y móviles. De hecho, avanza en todas las métricas, lo que la sitúa en una buena posición de partida ante la llegada del 5G, como confirma la existencia de una hoja de ruta nacional, y que exista ya parte del espectro asignado a este fin y un número significativo de proyectos piloto ya en marcha.

Pero los resultados no son tan positivos al mirar al resto de los indicadores. En el caso de los del segundo grupo, los que miden los marcos institucionales y regulatorios en los que ha de producirse la innovación, así como el tamaño y la madurez de los mercados locales, España sigue ocupando una posición intermedia. Aunque **sí progresa adecuadamente en el ámbito de la financiación y el capital riesgo** (está entre los principales países europeos en inversión acumulada y rondas de financiación desde 2015), **España sufre las consecuencias de la falta de una apuesta prioritaria y estable por la innovación.**

“Necesitamos una apuesta más firme por la I+D, tanto a nivel público como privado, pero también crear mecanismos adecuados de colaboración y transferencia tecnológica de la academia a la empresa o un mayor apoyo a la cultura emprendedora, donde nos situamos al nivel de países como Rumanía, Polonia o Italia”, ha asegurado **Cariza Szpilka, presidenta de Adigital**, durante la presentación. “La capacidad de innovación de un país es un motor de crecimiento económico y no podemos conformarnos con integrar o adaptar innovaciones externas: la única manera de mantener ventajas competitivas es ser capaces de diseñar y desarrollar productos y procesos innovadores”.

### **Los resultados menos alentadores, en alfabetización digital**

Los resultados más preocupantes de nuestro país aparecen en la tercera dimensión, la que evalúa cómo de preparadas están tanto la población como el tejido empresarial local para aprovechar el potencial de la digitalización.

En este sentido, **España sigue ocupando un puesto intermedio-bajo en cuanto a las capacidades digitales de su población**, habiendo empeorado su posición relativa en la mayoría de las métricas con respecto a 2018. El problema que se plantea en nuestro país, según este informe, es que “aquellos ciudadanos sin una capacidad adecuada para navegar por el entorno digital tendrán serias dificultades para participar de forma plena en la vida social, económica y cultural”.

Esto tiene un impacto directo sobre el mercado laboral. “Para los países rezagados, como España, el tiempo y la inercia de la demografía juegan en contra: hacen falta al menos dos décadas para que los jóvenes que se incorporan al mercado laboral lo hagan con el nivel educativo de las sociedades más prósperas, y otras dos décadas para renovar la mitad de la población activa”, afirma el documento. A ello se une, además, un tejido empresarial formado, principalmente, por pequeñas y microempresas, entre las que las oportunidades de adopción tecnológica e innovación son mucho menores, por una simple cuestión de escala y recursos. Por ello, Adigital considera más necesario que nunca **ajustar de forma adecuada las capacidades y conocimientos de los ciudadanos y empleados para tratar de evitar la polarización del mercado laboral y las tensiones entre territorios.** “No podemos permitirnos dejar a nadie fuera de la digitalización, y

España es un país que ya por sus características propias (como su orografía, y su dispersión y densidad poblacional) plantea numerosos retos”, ha insistido Carina Szpilka.

De ahí, tal y como ha asegurado Carina Szpilka, la necesidad de que las administraciones públicas y, en especial, el nuevo Ejecutivo, sitúen la digitalización entre sus prioridades y cumplan su compromiso con la hoja de ruta de la Agenda Digital para desarrollar la economía y la sociedad digital desde las Secretarías de Estado de Digitalización e Infraestructuras Digitales, dependientes del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

“La digitalización no es una elección. En un contexto digital que tiende a la concentración, tanto a nivel geográfico como especialmente empresarial, ganará quien tenga el talento y la tecnología y apueste por la innovación. Y ya no hablamos solo en términos económicos de riqueza o volumen del PIB. La digitalización está íntimamente ligada al bienestar de la ciudadanía: a la creación de empleos de calidad, a la capacidad para conciliar o teletrabajar en grandes proyectos desde zonas rurales, a las posibilidades de acceso a la sanidad o la educación, a las alternativas para vivir de una forma más sostenible en nuestras ciudades, y a la simple percepción de oportunidades para innovar o experimentar”, ha concluido la presidenta de Adigital.

**El informe completo está disponible en [www.naciondigital.net](http://www.naciondigital.net)**

---

## Sobre Adigital

Adigital es la Asociación Española de la Economía Digital. Formada por más de 500 empresas asociadas, tiene como objetivo promover y apoyar la economía digital en España en sus diferentes aspectos, como son el desarrollo de los servicios de la sociedad de la información, el comercio electrónico, marketing y comunicación digital, las aplicaciones móviles, los contenidos digitales, la publicidad digital y otras actividades conexas como son los servicios de *contact center*, agencias y redes de publicidad, logística o medios de pago. Adigital es socio, junto con Autocontrol, de confianza online, sello de calidad al que están adheridas más de 2.000 empresas y presente en más de 2.600 sites.

## Más información:

Isabel Benítez  
Responsable de Comunicación de Adigital  
[ibenitez@adigital.org](mailto:ibenitez@adigital.org)  
Teléfono: 915 981157 / 682 619410

Kreab  
Jon Nagore [jnagore@kreab.com](mailto:jnagore@kreab.com)  
Sarai Iborra [siborra@kreab.com](mailto:siborra@kreab.com)

