

I CONGRESO INTERNACIONAL DEL OBSERVATORIO ADEI

CONCLUSIONES

El Observatorio ADEI celebró en octubre de 2015 en Madrid su I Congreso Internacional sobre el “**El valor de la digitalización de la economía**”, en el que los expertos invitados subrayaron la importancia de superar la “fragmentación” normativa en Europa para avanzar hacia un verdadero mercado único digital y un marco regulatorio adecuado; la necesidad de impulsar la formación en competencias digitales; la importancia del uso de las nuevas tecnologías y de Internet para asegurar la supervivencia de las empresas en un mundo globalizado, así como las ventajas de la reutilización de los datos públicos.

Dio la bienvenida el director del Observatorio ADEI, **Andrés Pedreño**. Subrayó que la digitalización de la economía impulsa la productividad y la competitividad y que avanzar al respecto es vital y urgente.

Pronunció la conferencia Inaugural el secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, **Víctor Calvo-Sotelo**, quien instó a la Comisión Europea a ser ambiciosa en los objetivos que se plantean en el Mercado Único Digital. Puso énfasis en el papel transversal de las TIC porque cualquier iniciativa aislada está condenada al fracaso, destacó asimismo la importancia de generar un ecosistema inversor, sano y acogedor que alimente el emprendimiento, y recalcó la importancia de la formación de los jóvenes en materia digital.

La digitalización de la economía desde la perspectiva europea

- La digitalización de la economía es un pilar central para fortalecer el crecimiento de Europa y potenciar así el bienestar, la productividad y la economía del conocimiento.
- Es necesaria una inversión de más de 300.000 millones de euros no sólo en infraestructuras físicas sino también tecnológicas y de red, así como crear un verdadero mercado único en el ámbito de la digitalización.
- La Humanidad se encuentra ante una situación de cambio radical y digital que tiene unas consecuencias de valor incalculable. Europa tiene capacidad de liderazgo y más de 300 millones de europeos utilizan Internet a diario, por lo que nuestro continente debe estar al frente de ese desarrollo y de esos cambios.
- Empresas de sectores tan variados como el financiero, sanitario, automovilístico o la seguridad están inmersas en procesos de digitalización.
- Las tecnologías digitales han roto fronteras y permean la economía y la sociedad, desde las relaciones interpersonales al intercambio de bienes y servicios.
- El Mercado Único Digital se encuentra en el corazón de la propia Unión Europea, aunque todavía existen 28 aduanas digitales. La fragmentación de la economía digital representa una pérdida de oportunidades.

- La Comisión Europea estima que el Mercado Único Digital podría generar 415.000 millones de euros en actividad económica y 900.000 empleos de aquí a 2020, pero para impulsar este acelerador que abarca 500 millones de consumidores potenciales, Europa debe resolver varias cuestiones: la fragmentación legislativa, implementar redes que permitan latencias muy bajas, incrementar la confianza, acabar con el bloqueo geográfico, adecuar y armonizar los derechos de propiedad intelectual, y reducir las cargas administrativas.
- La confianza -el capital social de la Era Internet- resulta un elemento imprescindible para garantizar la protección de datos y la privacidad en una época donde los datos emergen como el gran horizonte de las grandes oportunidades de negocio y para los consumidores.
- La falta de confianza y de capacitaciones digitales son las principales debilidades de España en el ámbito de la digitalización; por el contrario, sus principales fortalezas son la banda ancha, las ventas en línea o el desarrollo de servicios públicos digitales.
- Las competencias digitales han de adquirirse desde la escuela, que debe constituirse en un elemento fundamental para capacitar a las personas, de forma que puedan tener igualdad de oportunidades y de acceso a los empleos de ahora y del futuro.
- En este sentido, el Mercado Único Digital también ha de extender la igualdad de oportunidades a las zonas rurales.

Digitalización, emprendimiento y desarrollo socio-económico en España

- El emprendimiento es intrínseco a la economía digital y las transformaciones que conlleva representan un avance cualitativo y cuantitativo en la vida de las personas.
- La digitalización y el emprendimiento deben estar al servicio de las personas y del consumidor.
- La evolución del ecosistema emprendedor en nuestro país está siendo positiva pese a la actual regulación y otras barreras de entrada.
- El marco normativo debe ofrecer garantías que no impidan a los emprendedores desarrollar todo su potencial; y que los nuevos emprendedores puedan tener la oportunidad de sentarse en la misma mesa que los antiguos actores, cuyos sectores pueden ser revitalizados por las nuevas tecnologías.
- Sin embargo, para incrementar el potencial emprendedor de la sociedad española será necesario contar con un entorno que resuelva el problema del cortoplacismo y fomente y aliente la creación de startups.
- España debe priorizar la transformación digital de las pymes con especial énfasis en el ámbito de los servicios verticales. Se trata de una tarea que debe implicar a todos los Ministerios.

Educación, empleo y competencias digitales

- España tiene un déficit de 70.000 puestos de trabajo y un mercado laboral con más de 50.000 jóvenes desempleados en el ámbito de las nuevas tecnologías. Los empleos del futuro todavía están por crearse y el sistema educativo y formativo no ofrece suficientes capacidades para competir a nivel global.
- Las universidades están llamadas a liderar el cambio en la sociedad del conocimiento, ya que son instituciones excelentes para impulsar la transformación cultural.
- La escuela también debe ser un lugar de formación e innovación, que potencie de forma innovadora la capacidad de hacer cosas. Los niños han de aprender a diseñar y experimentar sin miedo al fracaso.
- Hay que apostar por una Ley de Segunda Oportunidad que resuelva el problema del miedo al fracaso.
- Sin embargo, el sistema educativo no puede resolver por sí solo todos los problemas. El ajuste y respuesta necesarios también han de abordarse desde el conjunto de capacidades formativas de la sociedad en todas sus vertientes.
- Es fundamental abordar el impulso y desarrollo de la economía digital de forma integral e innovadora, y no desde espacios determinados o con políticas determinadas. Será necesario un cambio cultural integral que incorpore una visión de país que involucre de manera general a todas las plataformas e instituciones.
- España tiene bajos índices de búsqueda de empleo por Internet en comparación con la media europea, y los demandantes de empleo no están usando toda la tecnología existente ni la penetración digital necesarias para encontrar empleo.
- Las empresas también están buscando capacidad de resolver problemas y no solo un título, por lo que todo el sector educativo ha de pensar de forma exponencial.
- Para resolver este problema, es necesario:
 - Explorar alianzas entre los ámbitos académico, empresarial, gubernamental y administrativo.
 - Potenciar la formación y el aprendizaje de por vida con especial atención en las pymes, que necesitan apoyo, incentivos y financiación.
 - Capacitar a los formadores en competencias digitales.

La innovación en base a los datos y a la reutilización de la información pública

- El mundo digital se está convirtiendo en un reflejo del mundo físico, por lo que es necesario tener una estrategia de regulación y apertura de los datos. Esta apertura ofrecerá una visión totalmente nueva y diferente de nuestra sociedad.
- Existen tres tipos de innovación en cuanto a cómo se están utilizando los datos:
 - Innovación de procesos basada en datos existentes.
 - Productos basados en datos.
 - Empresas basadas en datos.
- Los principales retos para la implantación del Big Data son la infraestructura, el *legacy*, las capacidades y el derecho. Las empresas que no tienen *legacy*, que hacen borrón y cuenta nueva, están teniendo más éxito.
- Los números siempre dicen la verdad. La digitalización es sinónimo de cuantificación y corrección. Sin embargo, no importa tanto la cantidad como la calidad de los datos, al igual que no es tan importante la tecnología como la toma de decisiones correctas con los datos disponibles.
- La ciencia experimentaría un avance importante si los datos estuvieran abiertos a todos una vez anonimizados y disociados. Para ello, resulta clave recuperar la confianza de los consumidores de datos, así como conciliar la protección y apertura de los datos con la transparencia.
- En España se ha legislado en exceso, de forma incoherente y por trozos, generándose un escenario confuso e incoherente.
- No debemos legislar la apertura de datos para un fin sino impulsar la apertura y posteriormente legislar en qué condiciones pueden utilizarse dichos datos.
- Es necesario establecer mecanismos que protejan al ciudadano del uso de la informática. Necesitamos disociar los datos y tener confianza en la sociedad.
- Resulta evidente la necesidad de reivindicar una nueva legislación europea, sobre los pilares de directivas y reglamentos, a fin de regular la apertura de datos.

Conferencia de clausura

John Springford, Senior Research Fellow, Centre for European Reform

- Hay que dar la bienvenida al Mercado Único Digital, pero si Europa quiere liderar de verdad el progreso digital debe liberalizar e integrar los diferentes mercados, tanto online como offline. La regulación digital ha de ser “suave” de forma que no entorpezca el desarrollo digital y permita a nuestro continente competir con otras áreas económicas.
- La digitalización de la economía está revolucionando todos los sectores económicos y el avance de Internet ofrece retos y oportunidades, así como la necesidad de implementar reformas.
- Los mercados digitales y la información que producen se mueven mucho más rápido que los tradicionales. Representa un desafío para reguladores y autoridades de competencia pero puede ser acicate para una liberalización que redunde en un incremento de los ratios de productividad, base del crecimiento económico.
- La economía digital eleva el nivel de vida; reduce barreras de entrada -al hacer actividades como la distribución o el marketing mucho más sencillas-; permite la entrada de nuevas empresas en el mercado; acrecienta la capacidad de comparación de precios para los consumidores, y mejora el flujo de información, especialmente en el sector servicios.
- Por esta razón las empresas europeas deberían invertir más en Tecnologías de la Información y la Comunicación, así como tener la oportunidad de trabajar en un único mercado y de operar en un único mercado de capitales, pero sin excesiva regulación.
- Los consumidores -en el ámbito de la privacidad- deben ser los dueños de sus propios datos, que en ningún caso deben ser compartidos sin su consentimiento.