

RED.es frente al reto de la Revolución 4.0

La digitalización se ha convertido en un elemento que favorece la competitividad en Europa, por lo que España no se puede quedar atrás.

Es necesario que la transformación digital alcance a todos los sectores y que –por tanto– se extienda a toda la economía. Estamos ante un periodo apasionante de cambios tecnológicos, estructurales, culturales y conceptuales, sobre los cuales se desarrollan los principales programas de impulso de la economía digital de Red.es, así como su nuevo Plan Estratégico.

La evolución de la sociedad y la economía en los últimos años está marcada por el desarrollo tecnológico a un nivel tan alto y con una intensidad y velocidad vertiginosas, que no tiene parangón con épocas anteriores. En este sentido, actualmente estamos viviendo un cambio de paradigma en el que la Innovación, la Globalización y la Digitalización aparecen como tres dimensiones interrelacionadas que permiten configurar la forma de trabajar, de relacionarnos, de entretenernos y, en definitiva, de vivir en el siglo XXI.

Cuando hablamos de Innovación es importante destacar que no se trata de poner el foco en el conocido modelo lineal de la I+D+i. El desarrollo de tecnología basada en la ciencia es un camino, pero no es el único para ofrecer innovación a la sociedad. La ciencia no es siempre necesaria y nunca es suficiente para innovar. La innovación, ante todo, es mercado. Los desarrollos deben llegar a clientes que los utilicen, deben aportar valor a la sociedad, generar impacto y cambiar, de alguna manera, la forma de hacer las cosas. Es en este

Alejandro Tosina
Director de Economía Digital de Red.es
@AlejandroTosina



entorno de continua y rápida innovación donde aparecen nuevos disruptores del mercado que, mediante el desarrollo de innovaciones radicales, logran posicionar novedosos productos y servicios. Encuentran así nuevas formas de hacer negocio, compitiendo con los tradicionales actores incumbentes que tienen más motivaciones por innovar de forma incremental, mejorando eficiencias, que en romper o cambiar la reglas del juego, produciéndose dinámicos ciclos de destrucción creativa “schumpeterianos”.

En lo que se refiere a la Globalización, se está produciendo un proceso de competición entre países y modelos productivos y sociales. Se persigue la búsqueda de la eficiencia y las ventajas comparativas, buscando descubrir no ya en qué somos buenos sino en qué somos mejores que otros. Se trata de articular una propuesta de valor y mejorar los ratios de productividad que incentiven a la inversión global a apostar por las capacidades de un entorno local (o “glocal”) para generar valor. En este entorno, nadie tiene ya el monopolio del conocimiento. El abaratamiento de los costes de transporte y el desarrollo de las modernas redes de comunicación hacen que los bienes, las personas y las ideas puedan circular entre distintos países con gran facilidad.

Esto último enlaza con la dimensión de Digitalización, que en los últimos años está configurando un nuevo modelo de sociedad y empresa... casi un nuevo modelo de persona. Los jóvenes actuales no aprenden igual, no se relacionan igual y, desde luego, no van a trabajar igual que sus predecesores. Actualmente se está produciendo un cambio en el propio concepto de

“Se está trabajando en una nueva Agenda Digital para España, que permita a nuestro país entrar en la primera velocidad de este nuevo proceso transformador”



empresa, en base a la transformación digital y la aparición de plataformas informáticas que suponen una nueva forma de gestionar la relación con el cliente. Esta transformación digital de la economía y la sociedad necesita de nuevos empleos digitales y va a suponer una división de la sociedad en base al conocimiento, auténtica materia prima de la que se nutre y nutrirá la economía. La digitalización democratiza el acceso al conocimiento. Nadie tiene el monopolio del mismo, lo que traslada la responsabilidad al empleado, que debe conocer las necesidades del mercado y procurará formarse y aportar valor. Existe un consenso generalizado sobre los efectos positivos de esta transformación, así como sobre la necesidad de identificar las necesidades y los retos a los que debemos enfrentarnos para lograr la maximización de estos beneficios y conseguir un desarrollo inclusivo para toda la sociedad.

“Estamos viviendo un cambio de paradigma en el que la Innovación, la Globalización y la Digitalización permiten configurar una nueva forma de vivir en el siglo XXI”

La nueva Agenda Digital para España

En este nuevo paradigma, desde el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, a través de la Secretaría de Estado para la Sociedad de la Información y Agenda Digital, se está trabajando en la elaboración de una nueva Agenda Digital para España, que permita a nuestro país entrar en la primera velocidad de este nuevo proceso transformador que está impactando en toda Europa y en el mundo.

Como parte integrante de esta estrategia, encaminada a posicionar a España entre los líderes europeos en este nuevo paradigma, Red.es, agencia digital española tradicionalmente centrada en la digitalización del Sector Público nacional, ha elaborado una nueva estrategia de Economía Digital, con el objetivo de identificar las necesidades de personas y empresas y facilitar la incorporación de la economía española al nuevo mundo digital, estimulando el crecimiento, la competitividad y la internacionalización. Esta nueva estrategia se compone de programas de apoyo a la generación de tejido productivo nacional, la digitalización de empresas (especialmente Pymes tecnológicas), así como iniciativas en el ámbito del emprendimiento y el desarrollo del talento digital, materia prima fundamental de un sector que es intensivo en conocimiento. Configura además una lógica de actuación holística, que apoya y

potencia los principales factores de creación y crecimiento del sector digital y de los sectores “digitalizables” (configurando unos Entornos Digitales que suponen alrededor del 20% del PIB nacional en su conjunto).

En el ámbito del Talento Digital, se han diseñado instrumentos de apoyo a la formación y el empleo, con el objetivo de preparar a los profesionales que necesitan las empresas para afrontar los nuevos desafíos. Son instrumentos cuyo foco está en la demanda de formación. Se trata de que el mercado (las empresas, de forma individual o agregando sus necesidades a través de asociaciones o entidades sin ánimo de lucro) defina los currículos formativos que necesitan para incorporar a su fuerza de trabajo y apoyar dicha formación, garantizando una empleabilidad directa a la finalización de la misma. El desarrollo de contenidos propios, vía MOOCs y la formación continua y reciclaje profesional en materias digitales también son iniciativas que verán su luz durante los próximos meses, no sólo pensando en perfiles profesionales TIC, sino también en perfiles “tradicionales” cuyas empresas se estén digitalizando y necesiten adquirir dichas competencias.

Es en este ámbito de la transformación digital de las empresas donde Red.es va a desarrollar gran parte de su estrategia, a nivel de actuaciones y presupuesto. El objetivo último será fomentar el desarrollo de productos y servicios digitales y la incorporación de estas tecnologías para, con ello, lograr la transformación digital de nuestras pequeñas y medianas empresas y ayudarles a ser más competitivas y que tengan un crecimiento sostenible de su negocio, favoreciendo su supervivencia futura.

El cambio de paradigma entraña un proceso integral

La transformación digital implica no solo la incorporación de nuevas tecnologías sino, además, adaptar los procedimientos y la organización de las empresas, incorporando a sus procesos de negocio otra serie de soluciones, aplicaciones, usos, etc. de distintas herramientas y sistemas encaminados a favorecer el desarrollo de su negocio en un ámbito de actividad cada vez más tecnificado y globalizado, teniendo como centro el cliente que va a recibir sus productos o servicios. Este es un proceso lento y costoso, tanto desde el punto de vista de la capacitación necesaria para poder transformar la empresa como en el acceso a fuentes de financiación que ayuden a acometer las inversiones previstas. Red.es, consciente de ambas necesidades, propone desarrollar distintos programas que permitan a las Pymes conocer, acceder e incorporar procesos de digitalización, a través de diversas actuaciones:



- Difusión de los beneficios de la incorporación de procesos de transformación digital, a través de Oficinas de Transformación Digital (OTDs), para dar a conocer la necesidad y ventajas del proceso de digitalización de la empresa española y el emprendimiento digital.
- Definición de procesos de transformación digital idóneos a las necesidades de cada Pyme, mediante ayudas dinerarias a Pymes para la contratación de servicios de asesoramiento personalizado, prestado por agentes especializados, para la digitalización de sus procesos.

El tercer pilar de la nueva estrategia de Economía Digital de Red.es centra gran parte de su esfuerzo en el desarrollo del ecosistema nacional de emprendimiento. En este ámbito, la entidad está preparando una serie de

medidas que actúen de forma holística sobre los diversos agentes del ecosistema para desarrollar la actividad emprendedora a nivel nacional, superando los diversos fallos de mercado que justifican la lógica de actuación pública en esta dinámica.

En resumen, el objetivo del nuevo Plan Estratégico es presentar a Red.es como la entidad de referencia idónea para acometer el reto de articular ecosistemas digitales de éxito, que permita a España posicionarse al nivel de países similares de nuestro entorno. En definitiva, ofrecer a la sociedad española herramientas útiles y adaptadas a las necesidades identificadas por el mercado para lograr dicho éxito, con la ambición de posicionar a España adecuadamente en el nuevo escenario de mercado digital, global e innovador que ya no apunta al futuro sino que día a día se hace presente.

RED.es facing the challenge of the 4.0 Revolution

We confront a paradigm change in which Innovation, Globalisation and Digitalisation appear as three interrelated dimensions. In the framework of the new Strategic Plan of Red.

es, generating an ecosystem of entrepreneurs with access to experts that advise them and financial entities that make their projects feasible constitutes a priority. The new strategy

of Digital Economy also gives special attention to the companies of the ICT sector and to the digital contents in their internationalisation process.