

NOTA DE PRENSA

21/05/2020

Fundación Telefónica presenta su informe *La Sociedad Digital en España 2019*

LA DIGITALIZACIÓN DE LAS PYMES Y LA FORMACIÓN DIGITAL, CLAVES PARA REACTIVAR LA ECONOMÍA Y GENERAR EMPLEO TRAS EL COVID-19

- La emergencia mundial generada por el COVID-19 ha supuesto un punto de inflexión y un desafío para la humanidad. Ante esta situación, gobiernos, empresas y ciudadanos se están viendo obligados a cambiar la manera de educarse, de trabajar, de entretenerse, y, sobre todo, de comunicarse. Ahora, estar conectados cobra más relevancia que nunca para que todos seamos capaces de avanzar hasta una completa digitalización.
- Según el [sdiE 2019](#), España progresa en su transición digital y se encuentra a la cabeza en conectividad con infraestructuras de primer nivel. Tres de cada cuatro hogares tienen cobertura de fibra óptica y nueve de cada diez españoles son usuarios de Internet.
- Respecto a la transformación digital de la industria, España supera la media europea, aunque está lejos de ser líder. El reto lo tienen las PYMES y los Autónomos, que deben acometer un esfuerzo para su digitalización. Dos de cada tres empresas españolas se están quedando rezagadas en este proceso. La reinención digital de España podría tener un impacto que podría alcanzar un valor anual equivalente al 1,8% del PIB hasta 2025.
- Para lograr esta digitalización, la formación en competencias digitales de los españoles se presenta como una oportunidad. En nuestro país, poco más de la mitad de las personas entre 16 y 74 años poseen capacidades digitales básicas. Según el indicador DESI, España se sitúa en el puesto 17 en la dimensión de capital humano, 3,5 puntos por debajo de la media europea.

- **Es necesario un nuevo contrato social entre gobiernos, empresas y sociedad civil para que nadie se quede atrás. Telefónica es consciente de las oportunidades que ofrece esta revolución digital y, a través de su Manifiesto Digital, se compromete a trabajar de manera ética para mejorar la vida de las personas con la tecnología.**
- **La Inteligencia Artificial se ha convertido en la tecnología más disruptiva llamada a revolucionar todos los sectores de la sociedad. Sus aplicaciones abarcan desde la compra *on line* a servicios de diagnóstico y tratamiento de enfermedades hasta el auge del uso de la voz en dispositivos electrónicos.**
- **Cada vez son más los españoles que confían en Internet (43%) y lógicamente esta confianza ha dado un salto acelerado a raíz de la crisis del COVID-19. El ocio digital se convirtió en 2019 en la principal palanca de crecimiento de la Red, donde destacó el negocio del videojuego y el auge de los abonados a la televisión de pago. Ambos son un reflejo de una sociedad española cada vez más digital.**

Madrid, 21 de mayo de 2020.- España se encuentra inmersa en la cuarta revolución basada en la digitalización y en los datos. Esta era de disrupción implica cambios radicales en la vida de las personas, en las formas de trabajar y producir y en el desplazamiento de algunos modelos de negocio tradicionales a otros completamente novedosos. Una transición digital que aunque presenta retos e incertidumbres, también tiene efectos muy positivos y ofrece, a su vez, grandes oportunidades. Sin ir más lejos, la presente crisis del COVID-19 nos ha obligado a repensar de la noche a la mañana la manera de vivir, estudiar, trabajar y disfrutar, y aquí la elevada digitalización de España ha hecho que la adaptación haya sido rápida y ha permitido la continuidad de muchas actividades esenciales.

En cualquier caso, para acometer esta transformación digital, según el informe de La Sociedad Digital 2019, editado por Fundación Telefónica, es necesaria una aceleración de la digitalización de la industria, sobre todo de las PYMES y los Autónomos, y una mayor formación digital de los españoles. Estos dos factores son clave para reactivar la economía tras la crisis del COVID-19 y generar empleo. Eso sí, esta digitalización deberá estar centrada en las personas, éstas serán las beneficiarias, y nadie debe quedarse atrás, los españoles deben tener el control de su vida digital. Un reto que pasa por la formación en competencias digitales, con una visión humanista y donde se proteja a las personas con un marco ético y un nuevo contrato social.

España se digitaliza

El mundo ya está conectado y de forma ubicua. En 2018, por primera vez, más de la mitad de los habitantes del planeta usaron internet, con una penetración de 69,3 suscripciones por cada 100 habitantes. Y el número de usuarios de banda ancha móvil ha crecido un 22% de media anual en los últimos cinco años.

España también progresa en su transición digital con cimientos sólidos. En una etapa de crisis como la del COVID-19, esta necesidad de conectividad se multiplica exponencialmente. En 2019 ocupaba el undécimo puesto en la lista de los veintiocho estados miembros de la Unión Europea en el DESI (Índice de la Economía y la Sociedad Digitales) y superaba varios puntos la media. Además, el acceso a internet de los españoles es ya generalizado: 9 de cada 10 ya son usuarios y la conexión a las redes es ultrarrápida: 3 de cada 4 hogares tienen cobertura de fibra óptica. Esta tecnología de banda ancha es la que más está creciendo, ha pasado del 63% al 77% en dos años. Esta penetración sitúa a España en el primer lugar en cuanto a cobertura y clientes de fibra óptica en Europa.

Un futuro próximo nos trae la tecnología 5G con redes más rápidas, mucho más seguras, mucho más simples, con menor latencia y, por supuesto, mucho más inteligentes. Actualmente hay 7.000 millones de aparatos conectados, cifra que se espera supere los 21.500 millones en 2025.

Las fábricas inteligentes, donde la información se convierte en factor de producción

Otro de los sectores que está sufriendo una profunda revolución es el productivo, con la aparición de la Industria 4.0. Este término hace referencia a empresas y plantas industriales cuyo sustento principal es la información en grandes cantidades procedente de los objetos conectados a las redes, que es almacenada y analizada para poder optimizar los procesos, mejorar los tiempos de fabricación y minimizar los costes de producción. Son instalaciones que combinan de forma intensiva el internet de las cosas con la inteligencia artificial, el *big data*, el *cloud* y el *edge computing*, además de otras tecnologías, como *blockchain*.

En un plazo de cuatro años, las empresas industriales españolas esperan que, fruto de la digitalización, aumenten sus ingresos en torno al 11% y se reduzcan los costes casi en una quinta parte. Pero no todo son buenas noticias para el tejido empresarial español, las PYMES aún tienen que recorrer un largo camino hacia la digitalización. Por ejemplo, aunque un 23% de las compañías grandes y medianas hacen un uso regular del *cloud computing*, esta cifra cae hasta el 9% en el caso de la microempresa. El uso de análisis a través de *big data* en el sector productivo es aún más anecdótico: poco más de la décima parte de las pymes y grandes, y un reducidísimo 2% de las micro de menos de 10 empleados, que representan en torno al 95% del tejido empresarial de nuestro país.

En resumen, se estima, según estudio de PwC *Industria 4.0 Global Digital Operations Study 2018*, que 2 de cada 3 empresas españolas se están quedando rezagadas en el proceso de digitalización, y solamente el 20% de sus ingresos procede de productos y servicios digitales.

Acelerar esta digitalización para las PYMES y los Autónomos puede contribuir, tras el COVID 19, a hacer que repunte la economía y contribuir a crear empleo en uno de los sectores más castigados junto al turismo y los servicios. La reinención digital de España podría tener un impacto que podría alcanzar un valor anual equivalente al 1,8% del PIB hasta 2025.

Educando al ciudadano del siglo XXI

Un requisito fundamental para aprovechar todo el potencial que los servicios y productos digitales ofrecen para facilitarnos la vida es contar con una adecuada formación digital, otros de los factores clave para reactivar la economía. Ahora más que nunca, la capacitación digital se presenta como una oportunidad ante esta crisis del COVID-19. Sin embargo, según el sdiE 2019, a tenor de los indicadores más relevantes en esta materia, todavía falta camino por recorrer en España para lograr un nivel óptimo. En concreto, en la dimensión de capital humano que refleja el indicador DESI, España baja hasta la posición 17 del ranking, 3,5 puntos menos que la media europea. Es un hecho que en nuestro país poco más de la mitad de las personas entre 16 y 74 años poseen capacidades digitales básicas. A pesar de estos bajos niveles, la tendencia parece positiva y los usuarios con capacidades digitales avanzadas habrían pasado del 32% de la población en 2017 al 36,1% en 2019. También aumentan los usuarios con capacidades digitales básicas (del 28% al 32%), fundamentalmente por la incorporación de nuevos usuarios de internet.

La falta de habilidades digitales es una de las principales causas que limitan el uso de diferentes servicios digitales. El 14,5% de la población no compra en internet por falta de habilidades o conocimientos y tampoco hace uso generalizado de la Administración electrónica por esta misma falta de habilidades o conocimientos. En una sociedad en la que la digitalización de todas las actividades cotidianas crece de forma imparable, la falta de capacitación digital puede llegar a convertirse en un factor de exclusión social, al nivel de la propia formación académica. Esta situación se agrava si la empleabilidad de las personas depende cada vez más de su nivel de capacitación digital. Fomentar las vocaciones STEM, y STEAM, es una labor compleja y urgente, ya que los últimos datos disponibles del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte reflejan que el número de matriculados en carreras técnicas tales como Ingenierías y Arquitectura ha descendido un 28% en los últimos años.

Pero además, esta capacitación digital no debe ser solo técnica, también debe trasladarse a las disciplinas humanísticas y a fomentar una actitud creativa. Esta integración de conocimientos y habilidades será imprescindible para afrontar los empleos del futuro. Se trata de la palanca que integra las ciencias y las tecnologías con la visión humanista, y que permite desarrollar un entendimiento verdaderamente

integral del mundo. Y es que la mayor garantía para un futuro marcado por la automatización y robotización es el desarrollo de aquello que nos diferencia de las máquinas: la creatividad, el pensamiento crítico, las habilidades sociales, el pensamiento emocional, el trabajo colaborativo y la capacidad de inspirar. Según Burning Glass Technologies, si bien el 42% de todos los empleos está en riesgo de automatizarse, en el caso de los empleos híbridos -aquellos que requieren ambos tipos de competencias- solo lo está el 12%.

La inteligencia artificial se introduce en nuestras vidas

Sin lugar a duda, la inteligencia artificial es la tecnología digital que está llamada a revolucionar la manera en que ciudadanos, empresas, Administraciones Públicas, organizaciones no gubernamentales, entidades educativas y cualquiera otra institución se relacionan e interactúan. Cada vez son más las tareas y funciones desempeñadas por máquinas. Las aplicaciones de la IA abarcan desde la recomendación de la compra *on line* en productos y servicios hasta la mejora en el diagnóstico y tratamiento de enfermedades.

Uno de los ámbitos que más ha de contribuir a evolucionar la IA es el de la interacción con la voz a través de dispositivos inteligentes. La media mundial se sitúa en el 43%, y la lista la encabezan China e India, donde más del 50% utiliza esta funcionalidad. En España, hasta un tercio de los encuestados se dirige oralmente a los sistemas inteligentes de reconocimiento de voz.

Así pues, no hay sector económico o ámbito social que vaya a escapar del influjo de la IA y los datos avalan su firme implantación. La firma de capital riesgo MMC Ventures ha identificado 1.600 startups directamente relacionadas con la IA en Europa. Mientras que en 2013 solamente una de cada cincuenta nuevas empresas centraba su actividad en la IA, en 2019 la proporción se ha convertido en una de doce. Las predicciones apuntan que de aquí a diez años la mayoría de las compañías habrán incorporado sistemas inteligentes en sus procesos de negocio. Este crecimiento exponencial lleva consigo un reto: las máquinas deben trabajar por el bien común y debemos asegurarnos de que no perjudican a ningún colectivo o persona.

Vivir en un mundo conectado

Todos los aspectos de nuestra vida tienen una relación directa con la tecnología y las redes: cómo nos relacionamos, interactuamos con la administración, trabajamos o nos divertimos. Si la Inteligencia Artificial fue la tecnología digital más revolucionaria, el ocio digital fue el sector puntero en el crecimiento del uso de internet, un sector que probablemente se ha incrementado durante el confinamiento del COVID-19 junto al teletrabajo o la formación en

remoto, entre otras. En 2019, el acceso a la música y multimedia, dos contenidos estrechamente vinculados al ocio digital, se situaban a la cabeza de actividades realizadas por internet. El 63,1% de los usuarios escuchaba música, programas de radio *online* o podcasts, y el 51,9% veía contenido multimedia. Además, se trataba, junto con las compras electrónicas, de las únicas actividades realizadas por más de la mitad de los usuarios de internet.

En el sector audiovisual una de las tendencias más relevantes fue el crecimiento espectacular de los abonados a la televisión de pago: a principios de 2019 había en España cerca de siete millones de abonados a la televisión de pago en sus distintas modalidades (datos de la CNMC), lo que supone un crecimiento en torno al 25% desde 2015.

Otro ámbito relevante en nuestra vida digital fue el videojuego con una sólida actividad de negocio, cuya facturación en 2018 ascendió a 530 millones de euros, un 12% más que el año anterior. Durante ese mismo periodo, el cine facturó 585 millones o la música grabada registró 237 millones. España, que se erigió como uno de los países europeos en los que los *eSports* generaron más pasiones: un 23% de usuarios los consumían de forma regular frente a naciones como Austria y Suiza, que presentaron unas cifras del 6% y el 7%, respectivamente.

Confianza en el ecosistema digital

Es una realidad, la sociedad española es cada vez más digital, pero ello suscita, a su vez, dudas y preocupaciones a la ciudadanía sobre el uso que se hace de la tecnología. Fenómenos como los ciberdelitos, la proliferación de las *fake news* y el *deep fake* o problemas asociados a la privacidad nos hacen vulnerables y suponen riesgos asociados a la digitalización que hay que combatir y eliminarlos. De hecho, casi el 41% de los internautas considera que los problemas de seguridad limitan de manera importante la utilización de nuevos servicios.

En España, de acuerdo con el ONTSI, el nivel de confianza en internet se ha mantenido constante en los últimos años en torno al 42% de los internautas que declaran tener mucha o bastante confianza en internet. No obstante, este nivel de confianza cuando se trata de facilitar datos personales: únicamente el 20,7% de los usuarios de internet muestra mucha o bastante confianza dando información personal por e-mail o mensajería instantánea, porcentaje que sube al 29,8% en el caso del alta en servicios *online*.

En el ámbito de las empresas, las ciberamenazas resultan cada vez más sofisticadas, y su volumen y capacidad de hacer daño crece constantemente. Las empresas deben comprender que la ciberseguridad debe estar en el corazón de sus procesos de

transformación digital. La mejor arma para combatir las brechas es estar capacitados digitalmente para hacer un uso productivo y responsable de los medios tecnológicos que tenemos a nuestro alcance.

Un futuro digital para todos

Uno de los desafíos que presenta esta revolución digital es la inclusión, debemos asegurarnos de que sea una digitalización para todos, que nadie se quede atrás en este proceso de cambio ni resulte perjudicado, directa o indirectamente, por la tecnología. El proceso de transformación repercute directamente en la economía, en la democracia y en la aplicación efectiva de los derechos. Por ello, las políticas sociales y fiscales también deben adaptarse a la sociedad digital para acompañar a las personas y mitigar el impacto de la automatización en el mercado laboral y en las contribuciones fiscales.

En abril de 2019, el Grupo de expertos de alto nivel sobre inteligencia artificial creado por la Comisión Europea presentó el documento *Directrices éticas para una IA fiable*. Esta fiabilidad reposa sobre tres pilares: debe ser lícita, también ha de ser ética, y, finalmente, debe ser robusta, tanto desde el punto de vista técnico como social. Cada uno de estos componentes es en sí mismo necesario, pero no es suficiente para el logro de una inteligencia artificial fiable.

Por otro lado, en febrero de 2020, la Comisión Europea ha publicado su *Libro Blanco sobre Inteligencia Artificial* donde establece que, dado el gran impacto que esta tecnología puede tener en nuestra sociedad y la necesidad de construir confianza, resulta vital que esté cimentada con nuestros valores y derechos fundamentales, como la dignidad humana y la protección de la privacidad.

Desde el ámbito privado, Telefónica es consciente de todas las oportunidades que ofrece la revolución digital y apuesta por una transición digital justa, inclusiva y sostenible en su Manifiesto Digital. Este documento aboga por definir un Nuevo Pacto Digital, es decir, un nuevo contrato social que asegure una colaboración más amplia y abierta entre gobiernos, empresas y sociedad civil, y en el que la tecnología sirva para mejorar la vida diaria de todas las personas. Se trata de renegociar, redefinir y reafirmar valores comunes para construir nuestro futuro digital sobre la base de principios como la equidad y la no discriminación, la responsabilidad, la inclusividad y la capacidad de elección y en el que la tecnología sirva para mejorar la vida diaria de todas las personas.

La crisis del COVID-19 abrirá nuevas brechas sociales, y también desde Fundación Telefónica, el mayor desafío al que debemos enfrentarnos es gestionar esta transición digital con éxito, sin dejar a nadie atrás. Los beneficios de la digitalización no deben

llegar solo a unos pocos y debemos asegurarnos que todos participen en un mundo conectado.

Por lo tanto, se necesita un nuevo paradigma de políticas y de regulación basado en la rendición de cuentas, la transparencia y la autorregulación, junto a un enfoque más adaptado al entorno digital de las políticas públicas y la supervisión de los mercados. Las empresas tendrán que adoptar un enfoque ético para el uso de los datos y de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial o los algoritmos, y asumir su responsabilidad por el impacto que generan en la sociedad.

Descarga el informe completo [aquí](#)

Gráfico 1.- España se digitaliza

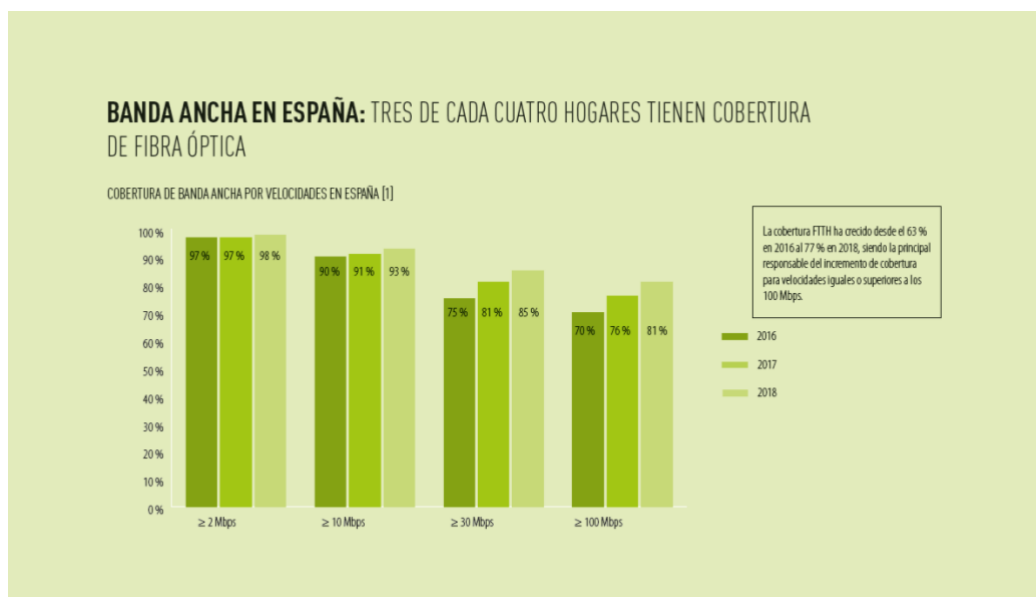
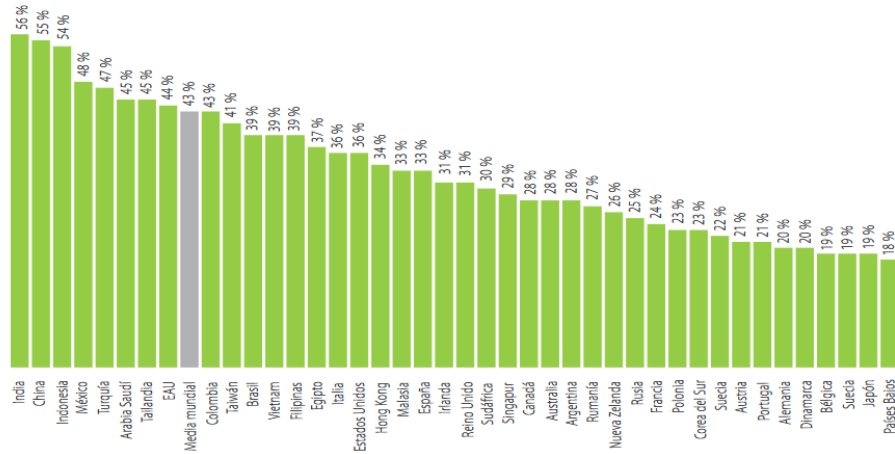


Gráfico 2.- La Inteligencia Artificial se introduce en nuestras vidas

Para más información:
Fundación Telefónica
Área de Comunicación
Tel.: 91 5844722

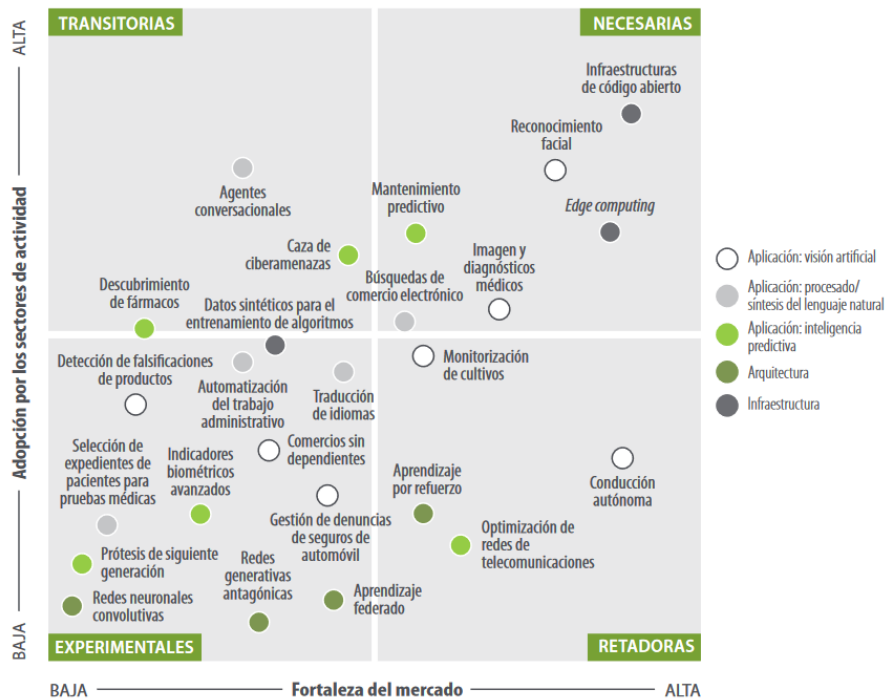
eva.solansgalobart@telefonica.com

PORCENTAJE DE USUARIOS DE INTERNET QUE RECONOCE USAR LA VOZ PARA CONTROLAR ALGÚN DISPOSITIVO (BASADO EN UNA ENCUESTA)



Fuente: Hootsuite y We Are Social (2019), Q3 Global Digital Statshot Report.

TENDENCIAS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN 2019



Fuente: CB Insights (2019). What's Next in AI? Artificial Technology Trends 2019.

Gráfico 3.- Las fábricas inteligentes, donde la información se convierte en factor de producción

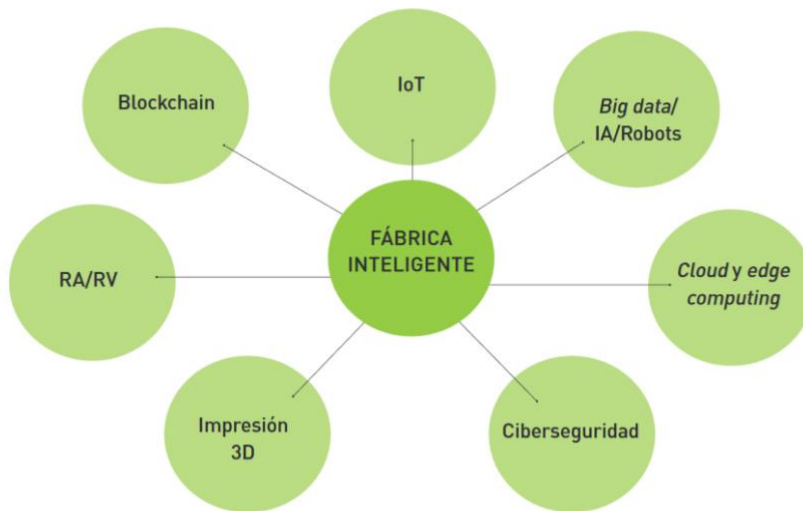
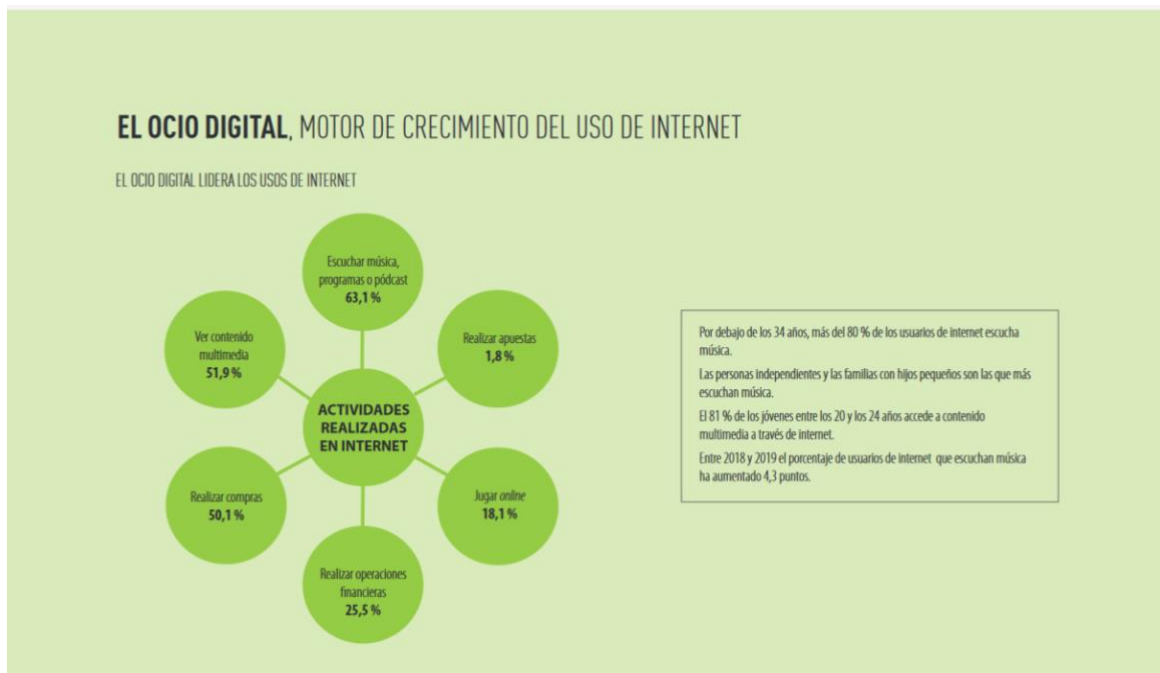
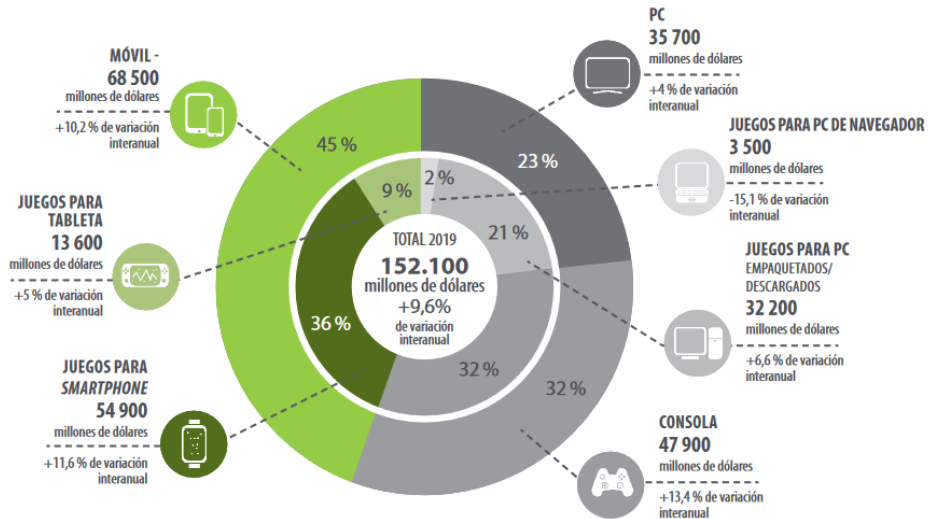


Gráfico 4.- Vivir en un mundo conectado

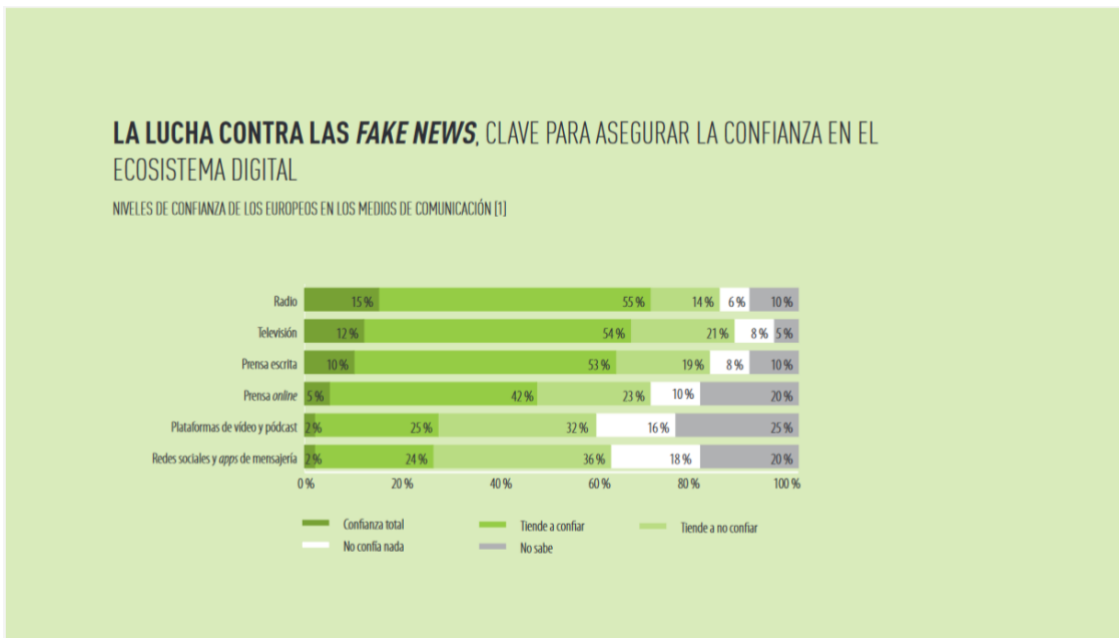


MERCADO GLOBAL DEL VIDEOJUEGO EN 2019 POR DISPOSITIVO Y SEGMENTO Y TASA DE CRECIMIENTO INTERANUAL



Fuente: Newzoo (2019), *Global Games Market Report*.

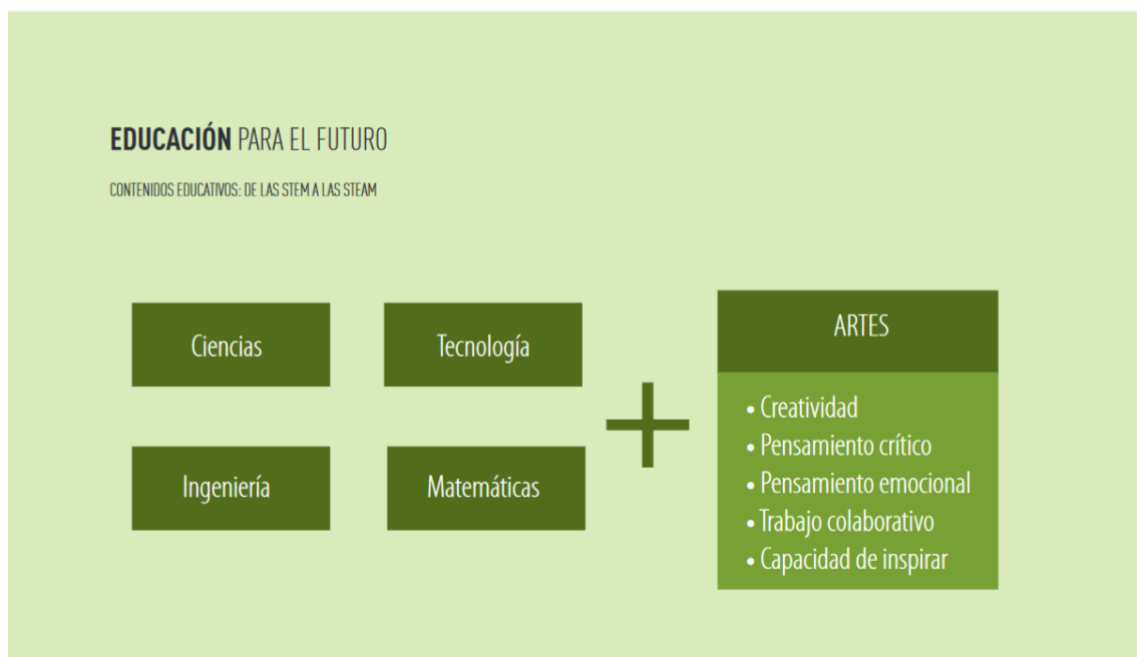
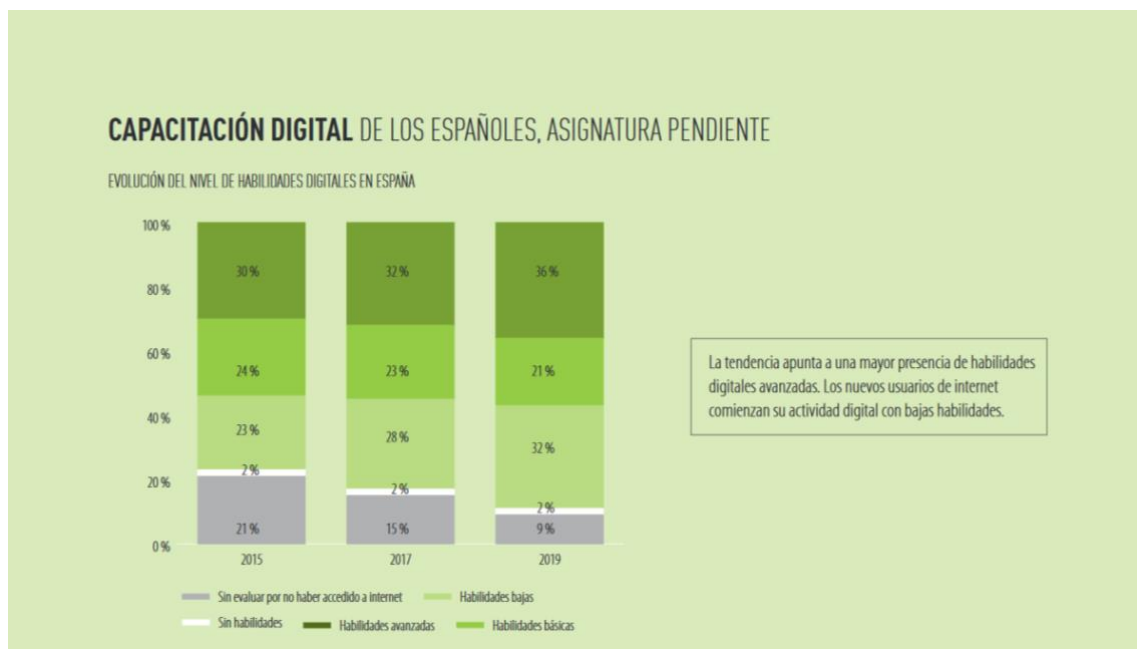
Gráfico 5.- Confianza en el ecosistema digital



Para más información:
Fundación Telefónica
Área de Comunicación
Tel.: 91 5844722

eva.solansgalobart@telefonica.com

Gráfico 6.- Educando al ciudadano del siglo XXI



Para más información: fundaciontelefonica.com

Descarga el informe completo: <http://sociedaddigital.fundaciontelefonica.com/>

Para más información:
Fundación Telefónica
Área de Comunicación
Tel.: 91 5844722

eva.solansgalobart@telefonica.com