INMACULADA RODRÍGUEZ-PIÑERO
Secretaria de Economía y Empleo
PSOE

PRÓLOGO

CUATRO FRENTES CLAVE PARA EL DESPLIEGUE DE LA ECONOMÍA DIGITAL EN ESPAÑA

Una pregunta que se echa en falta en el contexto del gran debate que suscita la crisis es intentar dar respuesta a qué se va a dedicar España en los próximos 20 años.

Estamos muy sometidos a los problemas inmediatos.

A los problemas del corto plazo, de nuestra prima de riesgo, recapitalización de Bankia, el cumplimiento del déficit, el rescate… Y esto nos impide pensar que todos estos problemas muy urgentes y muy graves, no tendrán una solución duradera si no somos capaces de establecer un planteamiento creíble de crecimiento para las próximas décadas.

Y para plantearnos el futuro tenemos que aprender de los errores del pasado. El sector de la construcción que pesaba un 10% del PIB mientras en la Unión Europea pesaba la mitad, no volverá a ser el protagonista de

nuestro crecimiento. España tiene un agujero productivo, el agujero que dejó el ladrillo, un agujero que tiene rellenar.

Y en este sentido no soy de las personas a las que le gusta hablar solo en términos de sectores de futuro. Me gusta más hablar de empresas de futuro. Es decir el hueco de la construcción no lo va a suplir ningún otro sector, sino que tiene que ser un conjunto muy amplio de empresas competitivas, de varios sectores, los que cubran este vacío.

Y aquí las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tienen que jugar un papel catalizador. Porque además de ser un sector económico propio, es sobre todo un eje modernizador de sectores.

La incorporación de las tecnologías de la información y comunicación en los ámbitos productivo, educativo, sanitario, social y de la administración es una de las principales palancas para la mejora de la competitividad empresarial, la creación de empleo y la eficiencia en la prestación de servicios públicos.

Para un proyecto progresista, e inclusivo como el que perseguimos en el Partido Socialista, las TIC son un aliado esencial para la eliminación de desigualdades, para la sostenibilidad del sistema de bienestar y para el fortalecimiento de la democracia y sus instituciones mediante la mejora de la transparencia, la colaboración y la participación ciudadana.

Y para poder desplegar todo el potencial de la economía digital en España, tenemos que trabajar en cuatro frentes.

El primero la educación. La economía digital sin capital humano bien formado, es como un automóvil sin combustible. Recortar en educación, como está haciendo el Gobierno actual, es recortar en nuestra ambición de país, es querer competir con trabajadores baratos, en lugar de con trabajadores cualificados. Y sin trabajadores cualificados y sin una población educada, no es posible que industrias como las tecnologías digitales, que tienen como materia prima el conocimiento, puedan desarrollarse.

En segundo lugar es necesario un marco favorable al despliegue de infraestructuras y la inversión de los agentes privados. Las infraestructuras digitales tienen que ocupar el protagonismo que ya han tenido las infraestructuras de transporte en Europa. Es necesario avanzar en este campo, para no encontrarnos con casos como que el nuevo iPhone 5 podrá operar con conectividad 4G en EEUU, pero no así en muchos lugares de Europa por no haber desplegado las redes con tecnología LTE.

En tercer lugar. Tenemos que mejorar la competencia en el sector de las telecomunicaciones en España. El precio que pagamos por los servicios de comunicación, aunque ha bajado en estos años, es notablemente más elevado que en nuestro entorno europeo. Más competencia

implica mejores precios, mejor servicio, incluido el servicio de atención al cliente que aún tiene mucho que mejorar, y sobre todo, supone la posibilidad de romper la brecha social digital, que la crisis, con el empobrecimiento de las familias puede volver a crear.

Y, en cuarto lugar, España y Europa necesitan un marco más favorable al emprendimiento. Las grandes empresas en el panorama global que han nacido en los últimos años provienen en su mayoría del sector de la sociedad de la información. Google es un ejemplo de ello. Pero ninguna de estas empresas ha nacido en Europa. De hecho, tal como recogía un reciente artículo de la revista The Economist, desde 1975, solo ha nacido una compañía en la zona euro, que esté entre las 500 más grandes del mundo. Una estadística que demuestra que algo está fallando en Europa y que contrasta con las 26 empresas de este tipo creadas en el Estado de California, Estado donde han tenido el mayor apogeo las industrias ligadas a la sociedad de la información (Silicon Valley).

Por tanto conocimiento, infraestructura, competencia y emprendimiento son las bases sobre las que se tiene que impulsar el desarrollo de la economía digital en España. Una economía que sirva para alcanzar el verdadero cambio de modelo económico, un modelo que gire hacia la calidad de productos y servicios, las sostenibilidad medioambiental y financiera y la responsabilidad política y corporativa.