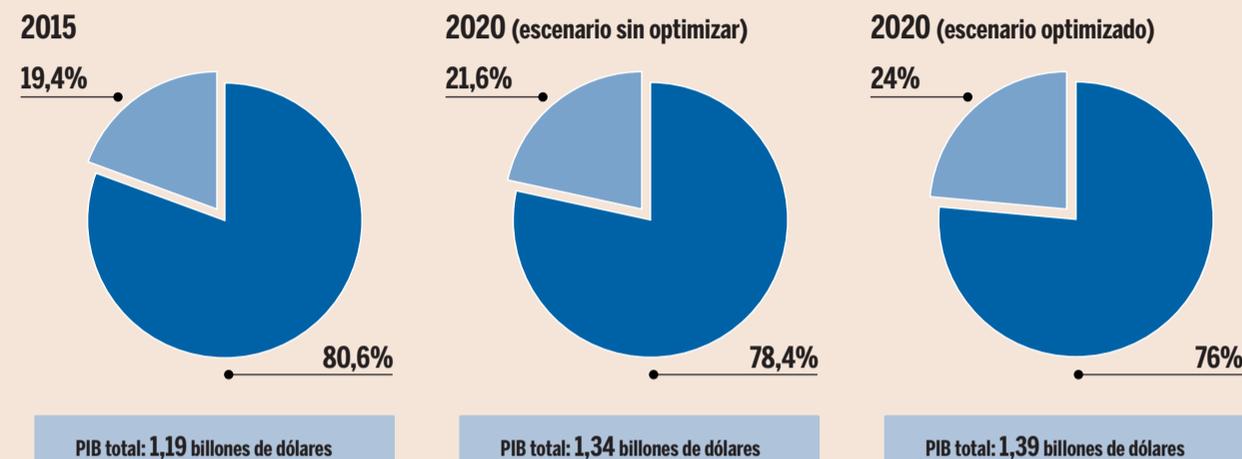


APORTACIÓN DE LA ECONOMÍA DIGITAL AL PIB ESPAÑOL

En millones de dólares.

■ PIB ■ No PIB



Fuente: Accenture Strategy

> Porcentaje digital del PIB

En porcentaje.

■ 2015 ■ 2020



Infografía Expansión

La economía digital supondrá el 22% del PIB español en 2020

SEGÚN ACCENTURE/ En la actualidad, el impacto equivale a 231.000 millones de dólares. Si se logra un escenario óptimo, el porcentaje de contribución podría elevarse al 24%.

Expansión. Madrid

La transformación digital es una de las grandes palancas de crecimiento económico. El uso de tecnología y talento en el entorno digital puede estimular la producción económica global en 2 billones de dólares (1,8 billones de euros) adicionales para 2020, según el estudio *Digital Disruption: the Growth Multiplier*, elaborado por Accenture Strategy.

Según recoge este informe, presentado en la última cumbre de Davos, el 19,4% del Producto Interior Bruto (PIB) español está ligado actualmente a entornos digitales, lo que equivale a 231.000 millones de dólares (210.324 millones de euros).

Accenture pronostica que, en 2020, este porcentaje de contribución crecerá hasta el 22% del PIB, lo que supondría un volumen de 290.000 millones de dólares.

Además, en el caso de que la economía española logre combinar de manera óptima capital humano, inversión tecnológica y otros aceleradores digitales, este porcentaje podría alcanzar un 24% del PIB, lo que se traduciría en 43.000 millones de dólares adicionales a los estimados inicialmente.

Aceleradores digitales

“En el caso de España, es necesario una inversión en aceleradores digitales; es ahí

Aportación

● Accenture pronostica que, en 2020, la economía digital contribuirá en 290.000 millones de dólares al PIB español.

donde está el efecto multiplicador de la economía digital sobre el PIB. Estos aceleradores hacen referencia a aspectos como el impulso del emprendimiento, un acceso más fácil a la financiación o una mejor regulación”, apunta Alberto Zamora, *managing director* de Accenture Strategy.

Así, cada país debe optimizar de manera distinta su política para impulsar el factor di-

● La cifra podría incrementarse en otros 43.000 millones de dólares adicionales si se dan las condiciones óptimas.

gital. Mientras unos países deben centrar más esfuerzos en invertir en tecnología, otros deben dedicarse a impulsar el capital humano digital o, como en el caso de España, otros aceleradores.

EEUU, en cabeza

Los países que lo logren verán incrementado su PIB más allá de lo previsto inicialmente en 2020. Por ejemplo, en el caso

de Estados Unidos, podría aumentar en unos 421.000 millones de dólares, lo que supondría un 2,1% más que la estimación inicial realizada por Accenture.

Estados Unidos es la economía más digital del mundo, puesto que lo digital supone el 33% de su producción total. La contribución al PIB de la economía digital en otros mercados varía desde el 30% de Reino Unido –segundo país del ranking por detrás de Estados Unidos– al 13% de China.

El informe de Accenture asegura que algo más del 22% de la producción mundial está ligada a la economía digital, porcentaje que se incremen-

ESCENARIO

Según el informe de Accenture, los países con una mejor perspectiva para elevar su rendimiento digital son **Brasil** (puede incrementar su contribución al PIB en un 6,6%), **Italia**, (4,2%), **China** (3,7%), **Japón** (3,3%) y **España** (3,2%).

tará hasta el 25% en 2020.

En este estudio, Accenture Strategy proporciona un nuevo baremo para medir la magnitud de la economía digital en 11 de los principales países del mundo. Estima el valor añadido al PIB generado por hardware, software y tecnologías relacionadas, así como por los trabajadores que utilizan estos recursos digitales en sus actividades.

Asimismo, calcula el valor de los bienes y servicios digitales intermedios utilizados en la producción.

“Las compañías tradicionales tienen que aprovechar la oportunidad digital”

Expansión. Madrid

Aunque hasta ahora las compañías nativas digitales han dominado la economía digital, no hay que pasar por alto la oportunidad que brinda lo digital a las organizaciones tradicionales.

“Los incumbentes tienen que cambiar el modelo de negocio y aprovechar la oportunidad digital. Ellos también pueden ser disruptores”, asegura Alberto Zamora, *managing director* de Accenture Strategy.

En su opinión, las empresas pueden beneficiarse del nuevo entorno si aplican los modelos de plataforma digital para crear un entorno común entre socios, proveedores, clientes y consumidores en el que puedan ofrecer más

“Las empresas españolas están definiendo su estrategia en este terreno”

valor y servicios añadidos.

“Las empresas no pueden hacerlo todo, así que el reto es hacer una reflexión estratégica correcta para priorizar sus inversiones digitales según las oportunidades de valor”, apunta Zamora.

Las pymes pueden aprovechar los nuevos modelos de negocio para expandir su mercado

Así, las empresas deben competir usando una estrategia digital en la que tengan claro qué es prioritario para competir con éxito en su industria. Asimismo, deben crear el ambiente adecuado para la transformación digital, trabajando conjuntamente con gobiernos y empresas para abrir nuevas oportunidades multisectoriales.

En su opinión, las empresas españolas han llegado algo más tarde que sus homólogos de otros países, pero en la ac-



Alberto Zamora, 'managing director' de Accenture Strategy.

tualidad están acelerando en lo digital. “Todas están reflexionando y definiendo su estrategia, y algunas ya están ejecutándola con decisión”, asegura. “Es algo común a todos los sectores: empresas de

telecos, finanzas, *retail* o energéticas están en este proceso”, añade Zamora.

Además, las pymes pueden aprovechar estos modelos de negocio para expandir sus mercados.