Informe de balance del Programa Kit Digital

Noviembre 2025

KIT DIGITAL

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PUBLICA SECRETARÍA DE ESTADO DE DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

Informe de balance del Programa Kit Digital

Primera edición. Noviembre 2025. Los datos reflejados en este Informe son los extraídos a fecha de noviembre de 2025.

ÍNDICE

01
→ Introducción y contexto del Programa de Kit Digital **4**

01. Objetivo del Programa Kit Digital 4
02. Desarrollo y Ejecución 5

02
→ Kit Digital en números **6**

03
→ Impacto en el tejido TIC **12**

01. La figura del Representante Voluntario como impulso de la colaboración 12
02. La importancia de la figura del Agente Digitalizador. 13
03. Acuerdos de prestación de soluciones de digitalización: Categorías e importes 15
04. Grado de satisfacción sobre los ADAs 15
05. Herramientas de análisis adicionales: El modelo GIM e Índice de Intensidad Digital 16

04
→ Impacto en el tejido productivo español **18**

01. Gobernanza del Programa y Metodologías de Evaluación 18
02. Impacto en las PYMEs 18
03. Impacto en autónomos 19
04. Impacto en Agentes Digitalizadores 21

05
→ Transformación digital de las AAPP **22**

01. El diseño: el ciudadano como centro de la política pública, reuniones con el ecosistema, papel relevante de las asociaciones 22
02. Transformación administrativa 22
03. Mejora continua del Programa 26

06
→ Impacto macroeconómico **32**

01. Segmentación sectorial mediante análisis por IAE 32

07
→ Impacto territorial **34**

01. Ámbito rural - urbano 34
02. Impacto territorial de los ADAs 35
03. Segmentación por renta/ habitante y ámbito geográfico 35

08
→ Alineamiento con Europa **36**

01. Estrategia Digital de la UE 36

09
→ Comunicación **38**

01. Estrategia 38
02. Metodología 40
03. Colaboradores: Método y comunicación 41
04. Resultados de campañas 45
05. Acciones especiales 47
06. Impactos en medios y valor publicitario 56
07. Casos de éxito. Testimonios de beneficiarios 57
08. Canales digitales 59
09. Premios: reconocimiento institucional a la excelencia en comunicación pública 60
10. Resumen ejecutivo 61

10
→ Sostenibilidad e impacto social **62**

01. Huella de carbono, reducción de papeles (cálculo medio del uso de papel en otros programas) 62
02. Impacto de género 62
03. Generación de conocimiento y fomento de talento 63

11
→ Logros alcanzados **64**

01.Desafíos y soluciones aplicadas 65
02. Oportunidades a medio y largo plazo 66
03. Un legado para el futuro 66

RESUMEN EJECUTIVO

El Programa Kit Digital, es el mayor programa de ayudas para la digitalización de la historia de España con una dotación de 3.067 millones de euros.

Kit Digital, impulsado por el Gobierno de España, gestionado por Red.es y financiado por la Unión Europea a través de los fondos Next Generation EU en el marco del PRTR ha entrado en su recta final y es el momento de hacer balance.

Desde sus inicios en marzo de 2022, su propósito ha sido claro: modernizar el ecosistema productivo, reducir la brecha digital y reforzar la competitividad empresarial facilitando la adopción de soluciones tecnológicas.

Sus resultados **han demostrado que el programa es un instrumento clave para acelerar la digitalización del tejido empresarial español**, al estar enfocado precisamente en sus principales protagonistas: las pequeñas, medianas empresas y autónomos/as.

Adicionalmente, también ha contribuido a la reducción de brechas en género así como geográficas, con un alto impacto sobre lo que se denomina “España vaciada”.

Logros Alcanzados

Hasta la fecha, más de 850.000 PYMEs y autónomos han accedido a las ayudas del Programa, lo que les ha permitido incorporar herramientas digitales en áreas tan relevantes como la presencia online, la ciberseguridad, la gestión de clientes o la automatización de procesos.

Este despliegue ha sido posible gracias al diseño de una plataforma digital que ha permitido gestionar las solicitudes de manera automatizada, ágil y transparente.

Un elemento especialmente diferencial ha sido la incorporación del Representante Voluntario, que ha permitido a terceros tramitar solicitudes en nombre de los beneficiarios, eliminando barreras técnicas y facilitando el acceso al Programa incluso para aquellos con menores capacidades digitales.

Asimismo, los agentes digitalizadores adheridos (ADA) han jugado un papel esencial en la ejecución. Su labor ha sido determinante para asegurar la implementación efectiva de las soluciones digitales, contribuyendo a que la transformación llegue tanto a grandes núcleos urbanos como a zonas rurales y menos pobladas.

El impacto del programa se refleja no solo en la modernización tecnológica de las empresas, sino también en indicadores económicos relevantes: más del 65% de las compañías que han recibido ayudas afirman haber incrementado sus ventas, y un 40% ha ampliado su plantilla. Además, el alcance territorial del Programa ha sido notable, contribuyendo a reducir las desigualdades geográficas y fortaleciendo la cohesión entre territorios, con especial atención a áreas tradicionalmente menos favorecidas como la “España vaciada”.

Retos Superados

El camino no ha estado exento de dificultades. Muchas empresas partían de una limitada capacidad de inversión, escaso conocimiento sobre soluciones digitales o dificultades para acceder a personal cualificado. Aun así, el Programa ha sido capaz de responder a estas limitaciones mediante una propuesta de valor clara, alianzas público-privadas eficaces y mecanismos innovadores que han permitido sortear esos obstáculos.

Síntesis de los principales efectos del Programa Kit Digital

El Programa Kit Digital ha consolidado su papel como una de las políticas públicas más transformadoras en el ámbito de la digitalización empresarial en España. Sus efectos se extienden en cinco grandes dimensiones que reflejan su alcance económico, social y administrativo.

En primer lugar, ha contribuido a reducir brechas estructurales —empresarial, territorial, de género y de renta— permitiendo que microempresas y autónomos accedan en igualdad de condiciones a herramientas digitales, con una participación femenina y rural en crecimiento.

Desde el punto de vista económico, el Programa ha generado un impacto tangible en el empleo y la productividad, con aumentos significativos en las plantillas y la facturación de las PYMEs beneficiarias. Al mismo tiempo, ha actuado como motor del sector tecnológico, impulsando la actividad y el crecimiento de miles de agentes digitalizadores en todo el territorio.

En el ámbito institucional, Kit Digital ha marcado un precedente en la modernización de la gestión pública, gracias a la automatización de procesos, la aplicación de inteligencia artificial y un sistema pionero de control y prevención del fraude que ha reducido de forma drástica los tiempos y la carga administrativa.

El programa ha integrado también criterios de sostenibilidad y cohesión social, promoviendo la digitalización responsable, la eliminación del papel en la tramitación y la capacitación digital de trabajadores y autónomos.

Finalmente, la colaboración público-privada y el reconocimiento internacional obtenido consolidan a España como un referente europeo en la implementación de políticas digitales alineadas con los objetivos de la Década Digital 2030.

Tabla con impactos

Área de impacto	Contribución del PKD	Descripción / Evidencia	Datos o indicadores
Inclusión y reducción de brechas	→ Reducción de la brecha empresarial (tamaño y madurez digital)	Ha permitido que microempresas y autónomos compitan en igualdad de condiciones con empresas mayores; el 63 % de beneficiarios son autónomos.	858.000 ayudas concedidas / 755.000 ejecutadas; 63 % autónomos, 37 % PYMEs.
	→ Reducción de la brecha de género	El 37,90 % de los autónomos beneficiarios son mujeres (frente al 36,8 % del total nacional).	+1,1 p.p. sobre la media nacional.
	→ Reducción de la brecha geográfica / territorial	Alcance en el 92 % de los municipios españoles; presencia en el 90,50 % de municipios rurales.	6.018 municipios rurales atendidos; 21 % en la “España vaciada”.
	→ Reducción de desigualdad económica (renta)	21 % de PYMEs beneficiarias en municipios con menor renta frente al 18 % en zonas más ricas.	Diferencial +3 p.p. en favor de municipios vulnerables.
Impacto económico y empresarial	→ Impacto en el empleo	Crecimiento medio del 10 % en plantilla en el 40 % de las PYMEs; 9 % duplicaron su número de empleados.	Muestra de 6.000 empresas analizadas.
	→ Impacto en ventas y productividad	Incremento en la productividad de hasta un 65% gracias a la implantación de soluciones de Kit Digital.	12 % de empresas duplicaron su facturación (2021–2023).
	→ Impulso al sector tecnológico (efecto tractor TIC)	Los agentes digitalizadores incrementaron su facturación entre un 10 y un 50 %; el 27,2 % creció por encima del 50 %.	Impacto económico directo en el sector digitalizador.
Sostenibilidad y responsabilidad social	→ Contribución a la sostenibilidad ambiental	Política de “cero papeles” y automatización masiva; reducción de emisiones y deforestación.	+14 millones de documentos evitados en papel solo en fase de concesión.
	→ Impacto en cohesión social y económica	Cobertura total de la demanda financiable (99 % de los fondos ejecutados).	676.000 beneficiarios impactados (objetivo UE cumplido).
	→ Generación de conocimiento y talento digital	Mejora de las capacidades digitales en empleados y autónomos beneficiarios.	Incremento en formación y habilidades digitales.
Innovación pública y eficiencia administrativa	→ Innovación en gestión pública y modernización administrativa	Implementación pionera de una plataforma hiperautomatizada con IA y robotización.	39 robots realizaron más de 24 millones de comprobaciones automáticas.
	→ Eficiencia en tramitación y control	Reducción del tiempo medio de comprobación a 3 minutos por expediente; 90 % menos carga administrativa.	Cumplimiento del principio de “cero papeles”.
	→ Prevención del fraude y cumplimiento normativo	Sistema de detección avanzada: titularidad real, cruce de datos BDNS y canal de denuncias.	+570.000 comprobaciones automáticas de titularidad real.
Colaboración y desarrollo del ecosistema digital	→ Colaboración público-privada	Modelo replicable de cooperación entre Red.es y más de 12.000 agentes digitalizadores (ADA).	12.813 ADAs adheridos, 10.977 activos (85,7 %).
	→ Innovación normativa y replicabilidad	Adaptación anual de las bases reguladoras y creación de nuevos segmentos (IV y V).	Introducción de IA y ciberseguridad como nuevas categorías.
Posicionamiento y alineamiento estratégico	→ Reputación institucional y liderazgo europeo	Reconocido por premios nacionales (Ciudadanía 2024, Internet 2024, Aslan 2023).	Posiciona a España como referente europeo en digitalización.
	→ Alineamiento con la Estrategia Digital Europea (DESI / Década Digital 2030)	Contribución al objetivo de digitalización de PYMEs en la UE (+0,7 % anual).	España supera la media europea en comercio online y facturación electrónica.

Una apuesta de futuro

El Programa Kit Digital no solo ha cumplido con sus objetivos inmediatos. Ha dejado también una base estructural y metodológica sólida sobre la que construir las próximas etapas de la digitalización empresarial en España. Entre sus principales aportaciones destaca la creación de una arquitectura tecnológica escalable y reutilizable, un modelo de colaboración entre administraciones y sector privado centrado en resultados, y una nueva forma de entender la relación entre la ciudadanía y la administración pública, más cercana, eficiente y adaptada a las necesidades reales de las pequeñas, medianas empresas y autónomos.

Estos avances posicionan a España como un referente europeo en materia de digitalización empresarial, y su experiencia se convierte en un activo estratégico para el diseño de futuras políticas públicas en un entorno económico cada vez más digitalizado y competitivo.

01

INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO DEL PROGRAMA KIT DIGITAL

La digitalización se ha consolidado como un pilar fundamental de la transformación económica global, abriendo nuevas oportunidades para empresas de todos los tamaños. En este contexto, España se posiciona como un país líder gracias a su avanzada infraestructura digital y a un ecosistema empresarial dinámico. No obstante, **la brecha digital sigue siendo un obstáculo, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), microempresas y autónomos**, lo que limita su capacidad de crecimiento y competitividad.

La pandemia de COVID-19 aceleró la necesidad de transformación digital en todos los sectores, evidenciando la vulnerabilidad de muchas PYMEs y autónomos ante un entorno cada vez más digitalizado. En respuesta, el Gobierno de España lanzó el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea a través de los fondos Next Generation EU, con el objetivo de modernizar la economía, impulsar la digitalización y fortalecer la competitividad empresarial. Dentro de este marco, el Componente 13 – Impulso a la Pyme ha dado lugar a la estrategia España Digital 2026, una agenda que promueve la transformación digital como motor de crecimiento económico, reducción de desigualdades y aprovechamiento de las nuevas tecnologías.

El tejido empresarial español, compuesto mayoritariamente por PYMEs y autónomos, enfrenta barreras significativas en su proceso de digitalización, entre las que destacan:

- Falta de recursos económicos para invertir en tecnología.
- Desconocimiento sobre soluciones digitales y su impacto en la competitividad.
- Escasez de personal cualificado para gestionar herramientas digitales.
- Brecha tecnológica con respecto a empresas de mayor tamaño, lo que limita su capacidad de innovación y crecimiento.

01 Objetivo del Programa Kit Digital

El Programa Kit Digital nace con la finalidad de subvencionar la adopción de soluciones digitales por parte de PYMEs, permitiéndoles mejorar su nivel de madurez digital y optimizar su productividad, para contribuir de manera decisiva los objetivos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) así como con la Estrategia España Digital 2026.

A través de un bono digital, los beneficiarios han podido **acceder a soluciones en áreas clave** como presencia en internet, venta electrónica, puesto de trabajo seguro, gestión de clientes y proveedores, gestión y automatización de procesos o mejoras en la ciberseguridad, entre otras. Estas soluciones son proporcionadas por los **Agentes Digitalizadores,** empresas o profesionales especializados en servicios tecnológicos que ofrecen sus productos a los beneficiarios del Programa.

El Programa Kit Digital ha sido el mayor programa de ayudas para la digitalización de la historia de España, con el ambicioso reto de destinar más de 3.000 millones de euros a la transformación de 676.000 PYMEs y autónomos del país. Para ello, se ha apoyado en una estructura hiperautomatizada de revisión de solicitudes que ha ahorrado miles de horas de tramitación.

Los resultados obtenidos son una clara muestra de su éxito, no solo por los logros del Programa en sí, sino también por los beneficios alcanzados tanto por la ciudadanía como por la Administración en su conjunto: más de 755.000 concesiones otorgadas en el 90% de todos los municipios españoles. El 45% de éstas se han concedido directamente por los 39 robots que han llevado a cabo más de 24 millones de comprobaciones automáticas.

Todo ello es el resultado de un Programa que ha evolucionado constantemente a lo largo de su desarrollo y que se ha posicionado como uno de los grandes ejemplos de innovación tecnológica en la Administración Pública. Y sobre todo, de manera más importante, ha sido un impulso a todo el tejido TIC español, a sus PYMEs y autónomos con una penetración territorial que ha llegado a numerosas zonas rurales y a la «España vaciada», como se detallará en las siguientes páginas.

01 INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO DEL PROGRAMA KIT DIGITAL

02 Desarrollo y ejecución

Para la ejecución del Programa, la entidad pública empresarial Red.es (en adelante, Red.es) ha desarrollado una plataforma tecnológica automatizada para la tramitación y comprobación de requisitos para la concesión de ayudas. Esta plataforma cumple con la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, con el Real Decreto 887/2006, de 21 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones. y con el Real Decreto-ley 36/2020, garantizando así un **proceso eficiente,** transparente y ajustado a la normativa vigente. El procedimiento de concesión del Programa Kit Digital es por concurrencia competitiva, se conceden las ayudas por orden de llegada. Esto permite una asignación ágil de las ayudas.

Desde Red.es, se han tenido que afrontar **importantes retos y complejidades para la definición de la plataforma del Programa Kit Digital,** entre los que destacan:

- Tiempos de implantación y puesta en producción ajustados.
- Gestión de múltiples agentes involucrados en el proceso.
- Enorme volumetría y variabilidad de la demanda, con más de un millón de potenciales PYMEs y autónomos beneficiarios y 20.000 agentes digitalizadores que han formado parte del Programa.
- Una operación compleja y sin precedentes a nivel administrativo.
- Necesidad de un diseño realista que garantizase el cumplimiento normativo, la estandarización de requisitos y la escalabilidad de los procesos.



02

KIT DIGITAL EN NÚMEROS

Beneficiarios →

Solicitudes	Concesiones
1.276.634	858.814

Importes (pagos en fase I y fase II) →

1.356 millones de euros

Categorías →

- Sitio web y presencia en internet
- Puesto de trabajo seguro
- Gestión de procesos
- Gestión de Redes Sociales
- Presencial avanzada en internet
- Comercio Electrónico
- Gestión de clientes
- Ciberseguridad
- Business Intelligence y analítica e IA asociada
- Marketplace
- Factura Electrónica
- Business Intelligence y analítica
- Gestión de Procesos con IA asociada
- Servicio de ciberseguridad gestionada
- Gestión de clientes con IA asociada
- Servicios y herramientas de Oficina Virtual
- Comunicaciones seguras

02 KIT DIGITAL EN NÚMEROS

Gráfico 2.1

Segmentación de indicadores

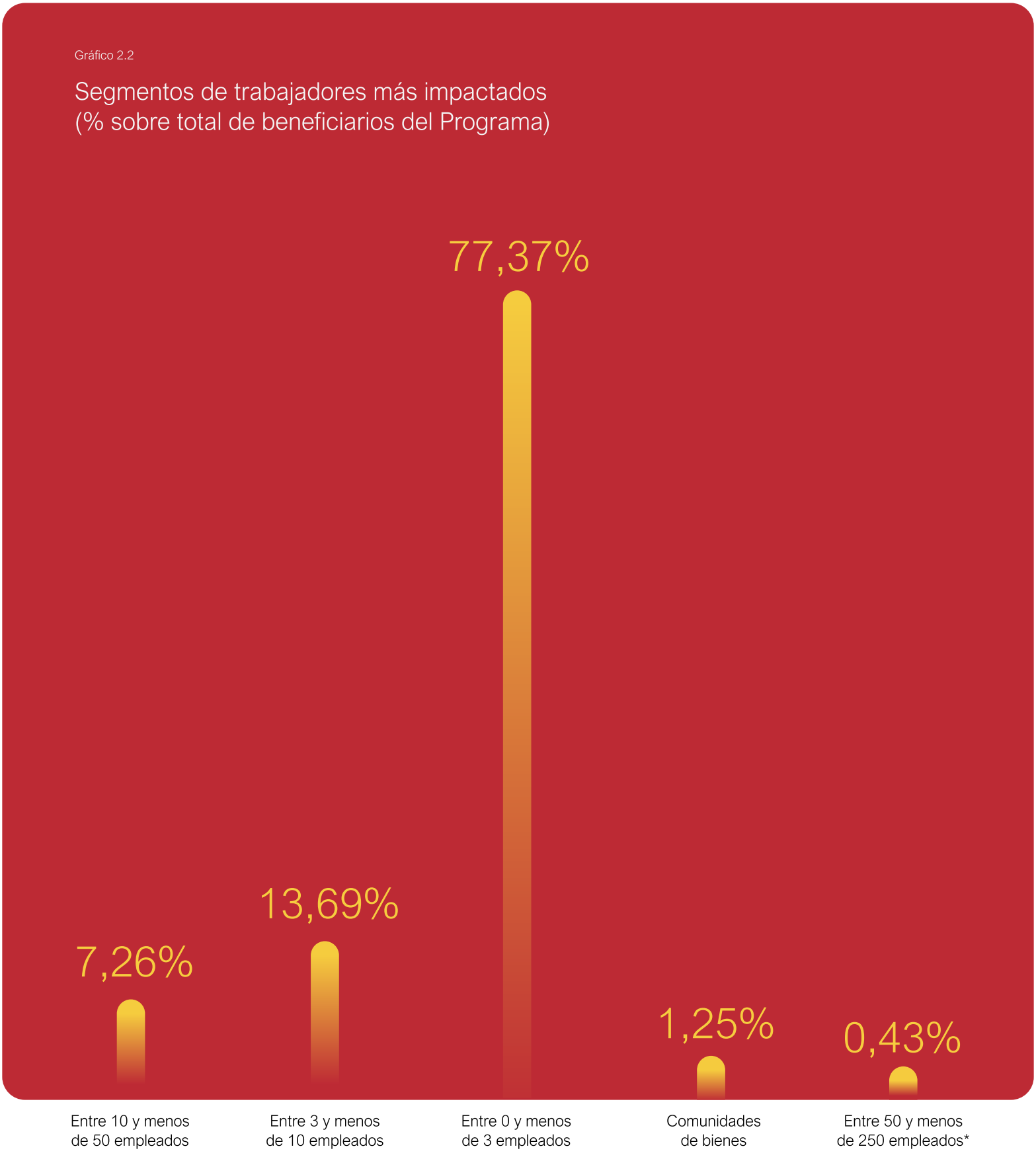
(datos segmentados: por sectores, por provincias, por tipo de representante, de soluciones que firman, etc)

Sectores más impactados	Concesiones	Sector
SECCIÓN 1 Actividades Empresariales →	0,70%	S1 D0 Ganadería independiente
	0,23%	S1 D1 Energía y agua
	0,51%	S1 D2 Extracción y transformación de minerales no energéticos y productos derivados, industria química
	2,02%	S1 D3 Industria transformación de metales, mecánica de precisión
	3,85%	S1 D4 Otras industrias manufactureras
	8,39%	S1 D5 Construcción
	25,94%	S1 D6 Comercio, restaurantes, hospedaje y reparaciones
	5,90%	S1 D7 Transportes y comunicaciones
	12,69%	S1 D8 Instituciones financieras, seguros, servicios prestados y alquileres
	12,61%	S1 D9 Otros servicios
SECCIÓN 2 Actividades Profesionales →	0,38%	S2 D0 Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca
	0,06%	S2 D1 Energía y agua
	0,00%	S2 D1 Energía, agua, minería y química
	0,22%	S2 D2 Aeronáutica, telecomunicaciones y mecánica precisión
	0,59%	S2 D3 Profesionales relacionados con otras industrias manufactureras
	2,12%	S2 D4 Construcción
	1,29%	S2 D5 Comercio y hostelería
	0,04%	S2 D6 Transportes y comunicaciones
	9,63%	S2 D7 Actividades financieras, jurídicas, seguros, alquileres
	7,52%	S2 D8 Otros servicios
SECCIÓN 3 Actividades Artísticas →	1,04%	S3 D0 Actividades artísticas
ACTIVIDADES ECONÓMICAS →	3,55%	B01 Actividad agrícola
	0,65%	B02 Actividad ganadera dependiente
	0,02%	B03 Actividad forestal
	0,004%	B04 Producción de mejillón en batea
	0,03%	B05 Actividad pesquera, excepto la actividad de producción de mejillón en batea
	0,003%	B06 Otras actividades no sujetas en el i.a.e.

02 KIT DIGITAL EN NÚMEROS

Gráfico 2.2

Segmentos de trabajadores más impactados (% sobre total de beneficiarios del Programa)



*La Convocatoria IV y V son las últimas convocatorias publicadas en el programa siendo, por tanto, normal su bajo número de concesiones con respecto al resto de convocatorias del programa.

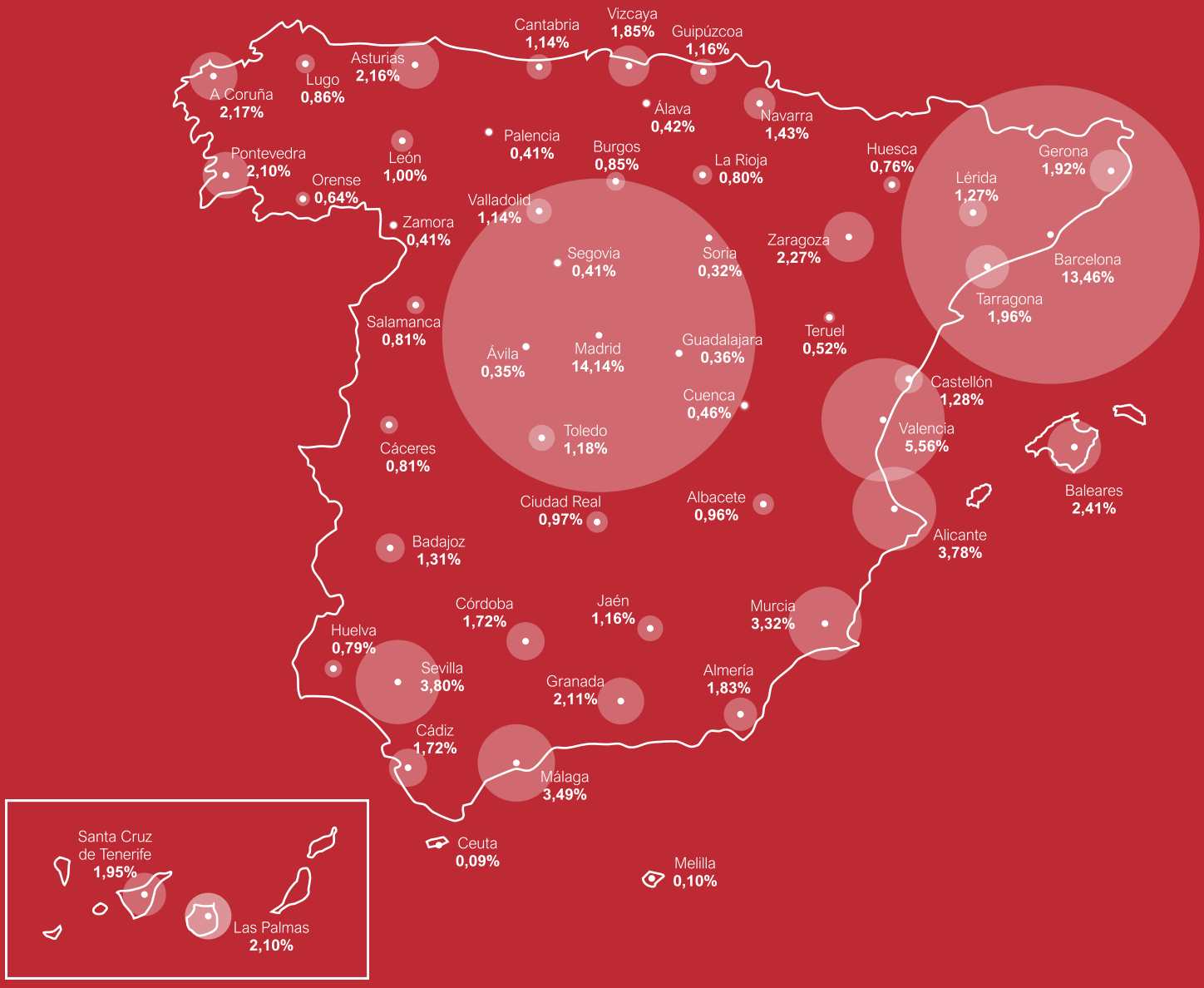
02 KIT DIGITAL EN NÚMEROS

Gráfico 2.3

Se ha concedido, al menos, una ayuda en el 91,93% de los municipios españoles.

En Convocatoria I se ha concedido alguna ayuda en el 42,95% de los municipios; en Convocatoria II en el 55,13%, en Convocatoria III en el 90,51%, en Convocatoria IV en el 29,14% y, en Convocatoria V, en el 13,59%*.

Porcentajes de ayudas por provincias

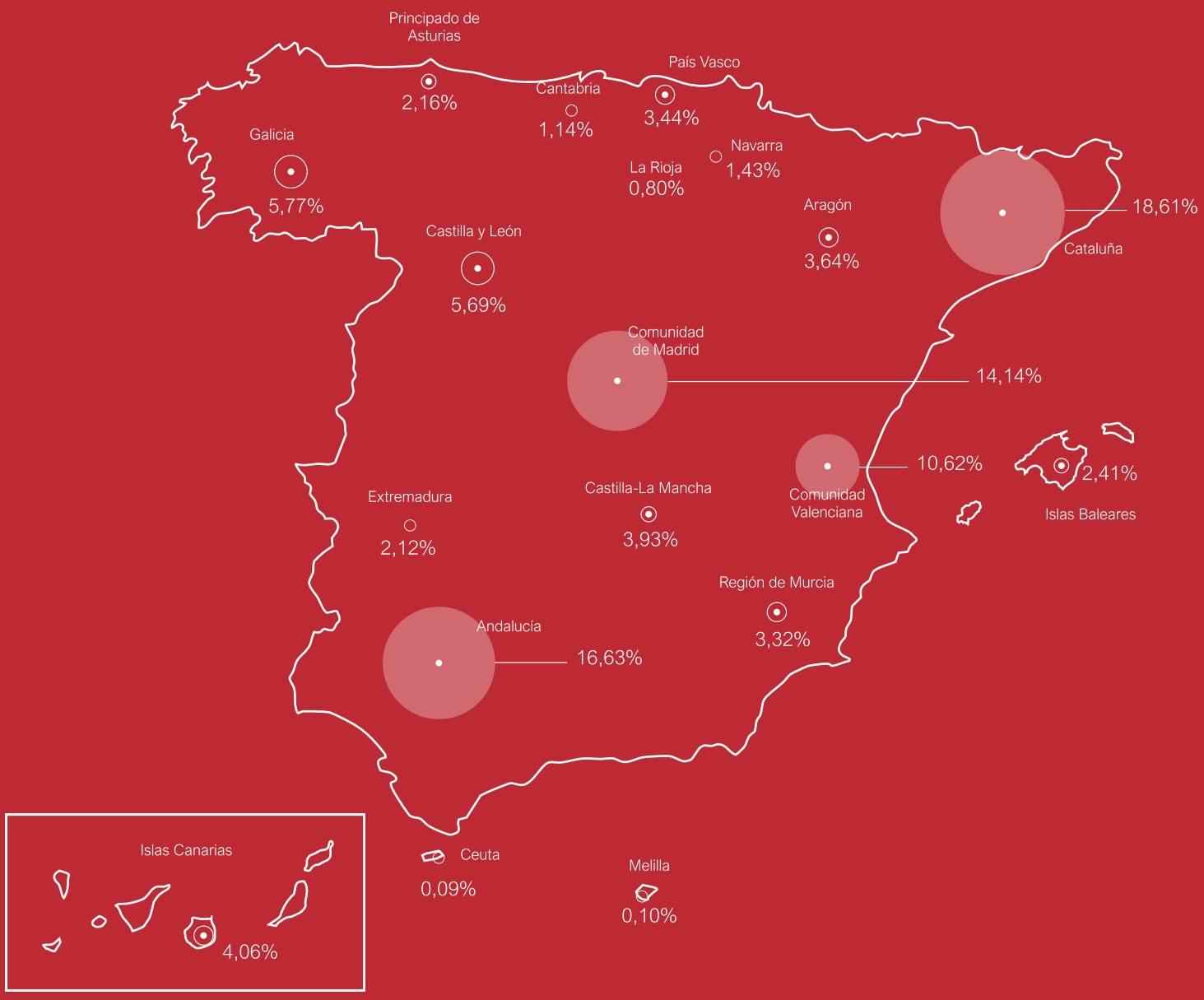


02 KIT DIGITAL EN NÚMEROS

Gráfico 2.4

El impacto de Kit Digital por Comunidades Autónomas

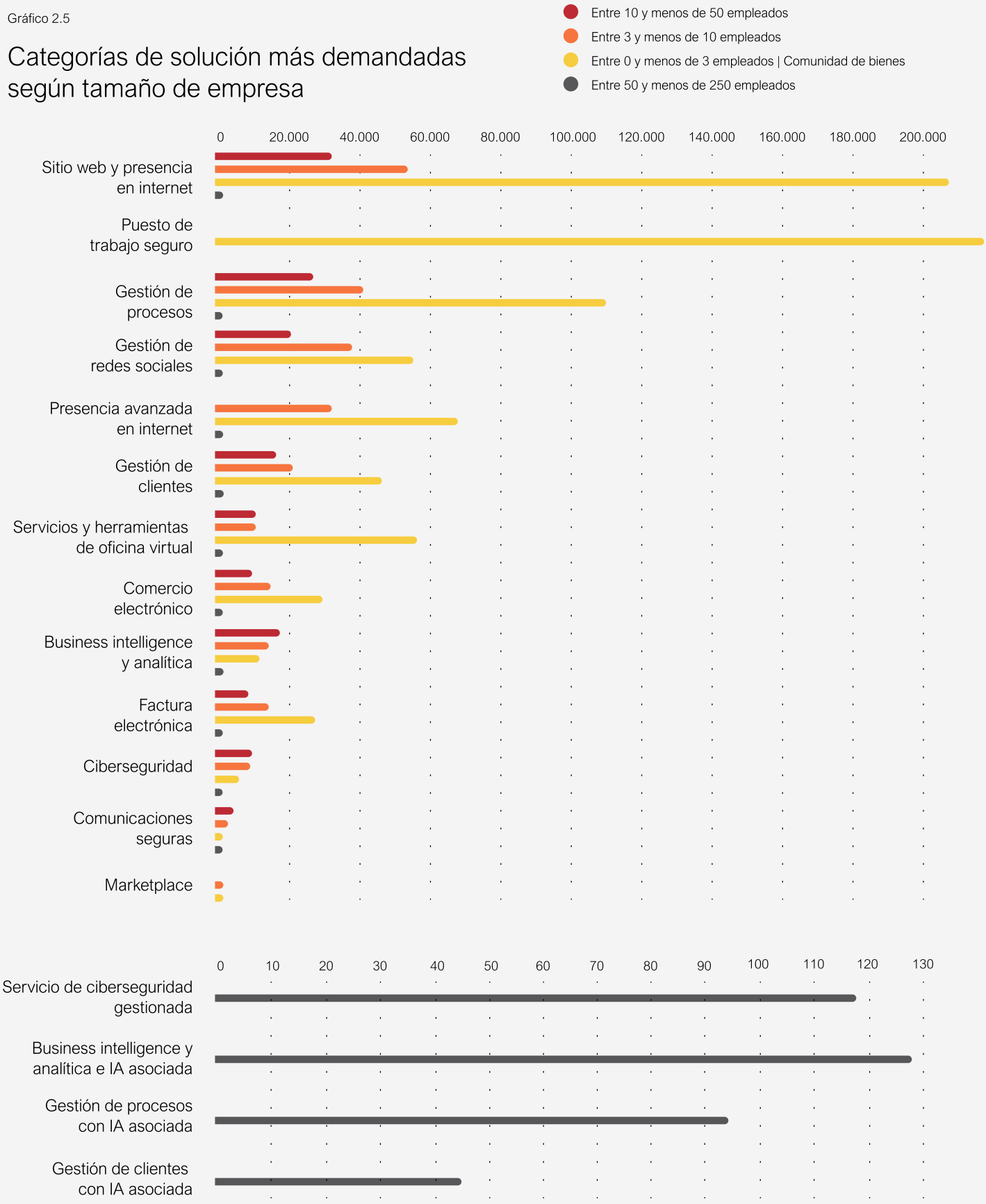
→



02 KIT DIGITAL EN NÚMEROS

Gráfico 2.5

Categorías de solución más demandadas según tamaño de empresa



03

IMPACTO EN EL TEJIDO TIC

01 La figura del Representante Voluntario como impulso de la colaboración

El Programa Kit Digital ha marcado un hito en la digitalización de PYMEs y autónomos en España, no solo por la magnitud de las ayudas otorgadas, sino también por los mecanismos innovadores que han facilitado su solicitud. Uno de los elementos más disruptivos en este sentido ha sido la creación de la figura del Representante Voluntario, una solución sin precedentes en la gestión de subvenciones en España.

El **Representante Voluntario** ha permitido que terceros presenten las solicitudes en nombre de los beneficiarios, eliminando barreras técnicas y burocráticas que tradicionalmente han dificultado el acceso a ayudas públicas. Gracias a este mecanismo, **cualquier persona o entidad con un certificado digital ha podido gestionar la tramitación de la ayuda** en nombre de un autónomo o una pyme, previo consentimiento de estos últimos.

Este modelo ha sido especialmente relevante en un contexto donde muchos pequeños negocios y profesionales autónomos no cuentan con los conocimientos o recursos suficientes para la comprensión de los procedimientos administrativos de índole digital.
Ejemplos claros de su impacto:

- Una gestoría o asesoría que, como parte de su servicio habitual, tramita la ayuda para sus clientes.
- Un agente digitalizador que, en su rol de proveedor tecnológico, incentiva y facilita la solicitud a potenciales beneficiarios.
- Un familiar de un autónomo, como su sobrino o hijo, que le ayuda a presentar la solicitud.

Este sistema ha tenido un efecto multiplicador en la difusión y ejecución del Programa. Empresas del sector tecnológico, desde grandes corporaciones y hasta pequeños agentes digitalizadores, han actuado como catalizadores, impulsando la adopción de las ayudas. La posibilidad de que estos actores actúen como representantes voluntarios ha favorecido la dinamización del ecosistema digital y ha permitido alcanzar volúmenes de solicitudes sin precedentes en la historia de las ayudas en España. Actualmente, el **64,84% de las ayudas solicitadas** en el Programa se han realizado mediante la figura del Representante Voluntario.

En definitiva, la figura del Representante Voluntario ha sido un elemento clave en el éxito del Programa. Su implementación no solo ha acelerado la digitalización del tejido empresarial español, sino que también ha demostrado ser un modelo eficiente para futuras iniciativas de ayudas públicas.



El Representante Voluntario ha permitido que terceros presenten las solicitudes en nombre de los beneficiarios.



El 65% de las ayudas son solicitadas a través de Representante Voluntario.

03 IMPACTO EN TEJIDO TIC

02 La importancia de la figura del Agente Digitalizador.

El Agente Digitalizador Adherido se ha consolidado como un pilar fundamental en el Programa Kit Digital, desempeñando un papel tan crucial como el de los propios beneficiarios. Los ADAs son empresas y autónomos/as del sector tecnológico que cumplen con los requisitos establecidos en el Anuncio de Adhesión (novedad jurídica del Programa) y se han adherido al Programa. Una vez adheridos han adquirido la **responsabilidad de implantar las soluciones digitales y gestionar los acuerdos de prestación de soluciones de digitalización.**

Su función principal se basó en una actuación de nexo entre el Programa y las PYMEs, **una vez justificadas correctamente.** Esto reforzó su papel clave en la materialización de los objetivos del Programa, asegurando que la transformación digital llegara de manera efectiva a todos los beneficiarios.

Ⓐ Impacto y Relevancia del ADA

Uno de los aspectos más destacados de esta figura es su **capilaridad en la industria tecnológica, lo que ha generado una adhesión masiva al Programa**. Gracias a ello, la digitalización ha alcanzado todos los rincones del territorio nacional, asegurando que las soluciones digitales estén al alcance de cualquier pyme, independientemente de su ubicación.

Además de su papel en la ejecución del Programa, los ADAs han sido actores clave en su **evolución y mejora continua.** Su conocimiento del ecosistema tecnológico ha permitido recoger información sobre las necesidades y tendencias del mercado, facilitando la adaptación del Programa a las demandas actuales. Esta retroalimentación ha sido crucial para mantener la oferta de soluciones digitales alineada con la innovación y los avances tecnológicos.

Ⓑ Apoyo y Acompañamiento en el Programa

Desde Red.es, se ha reconocido la relevancia de esta figura, otorgándole un papel destacado dentro del Programa Kit Digital. Para garantizar su correcta gestión, se han llevado a cabo diversos webinars formativos, enfocados **en optimizar su desempeño y asegurar una adecuada justificación de las ayudas.**

Asimismo, se habilitó un servicio de Centro de Atención a Usuarios exclusivo para los ADAs, diseñado para agilizar la resolución de dudas y facilitar la toma de decisiones estratégicas en la mejora del Programa. Esta estructura de soporte no solo ha mejorado la experiencia de los agentes y beneficiarios, sino que también ha permitido reducir la carga administrativa y acelerar los procesos de gestión.

Ⓒ Un Modelo de Éxito con Impacto en el Mercado

El Programa Kit Digital no solo ha impulsado la digitalización de las PYMEs y autónomos, sino que también ha beneficiado directamente a PYMEs y autónomos del sector tecnológico.

La figura del ADA ha permitido que muchas empresas expandan sus servicios, llegando a nuevos clientes y fomentando el conocimiento sobre la transformación digital en los negocios locales.

Además, la alta demanda del Programa ha generado un impacto positivo en el mercado laboral, **promoviendo la creación de empleo para perfiles especializados** en distintas áreas de la digitalización.

El éxito de este modelo ha trascendido fronteras, **sirviendo como referente para nuevas iniciativas** como el Programa Kit Consulting y el Programa UNICO Demanda Bono PYME, consolidando el papel del ADA como una figura clave en la modernización empresarial.

Ⓓ El Impacto de Kit Digital en los ADAs

El impacto de Kit Digital en el crecimiento de los ADAs es doble. Por un lado, el aumento en la demanda de servicios digitales por parte de las PYMEs y autónomos **ha generado nuevas oportunidades de negocio, permitiéndoles ampliar su cartera de clientes y aumentar sus ingresos y crecimiento.** Por otro lado, el Programa ha fomentado la **especialización de los ADAs** en áreas clave como el comercio electrónico, la ciberseguridad y la gestión de clientes, lo que les ha permitido ofrecer soluciones más adaptadas a las necesidades específicas de cada negocio. Este proceso de especialización no solo ha mejorado la calidad de los servicios ofrecidos, sino que también ha fortalecido la posición de los ADAs en el mercado digital.

A lo largo del Programa, 12.813 empresas se han adherido como ADAs. De ellas, 10.977 han firmado al menos, un acuerdo de prestación de digitalización lo que representa un ratio del 85,7%. De los Agentes Digitalizadores que han firmado acuerdos, 9.375 (93%) han firmado más de un acuerdo y, en concreto, hay un total de 1.826 ADAs que han firmado más de 100 acuerdos.

03 IMPACTO EN TEJIDO TIC

Atendiendo al número de trabajadores y volumen de negocio, **cabe destacar que el 95,6% de los Agentes Digitalizadores Adheridos al Programa, son considerados también PYMEs,** con lo que el Programa Kit Digital no solamente ha beneficiado a las PYMEs que han recibido la ayuda, sino también a las que han implementado las soluciones.

(E) Crecimiento de los ADAs a través del Programa Kit Digital

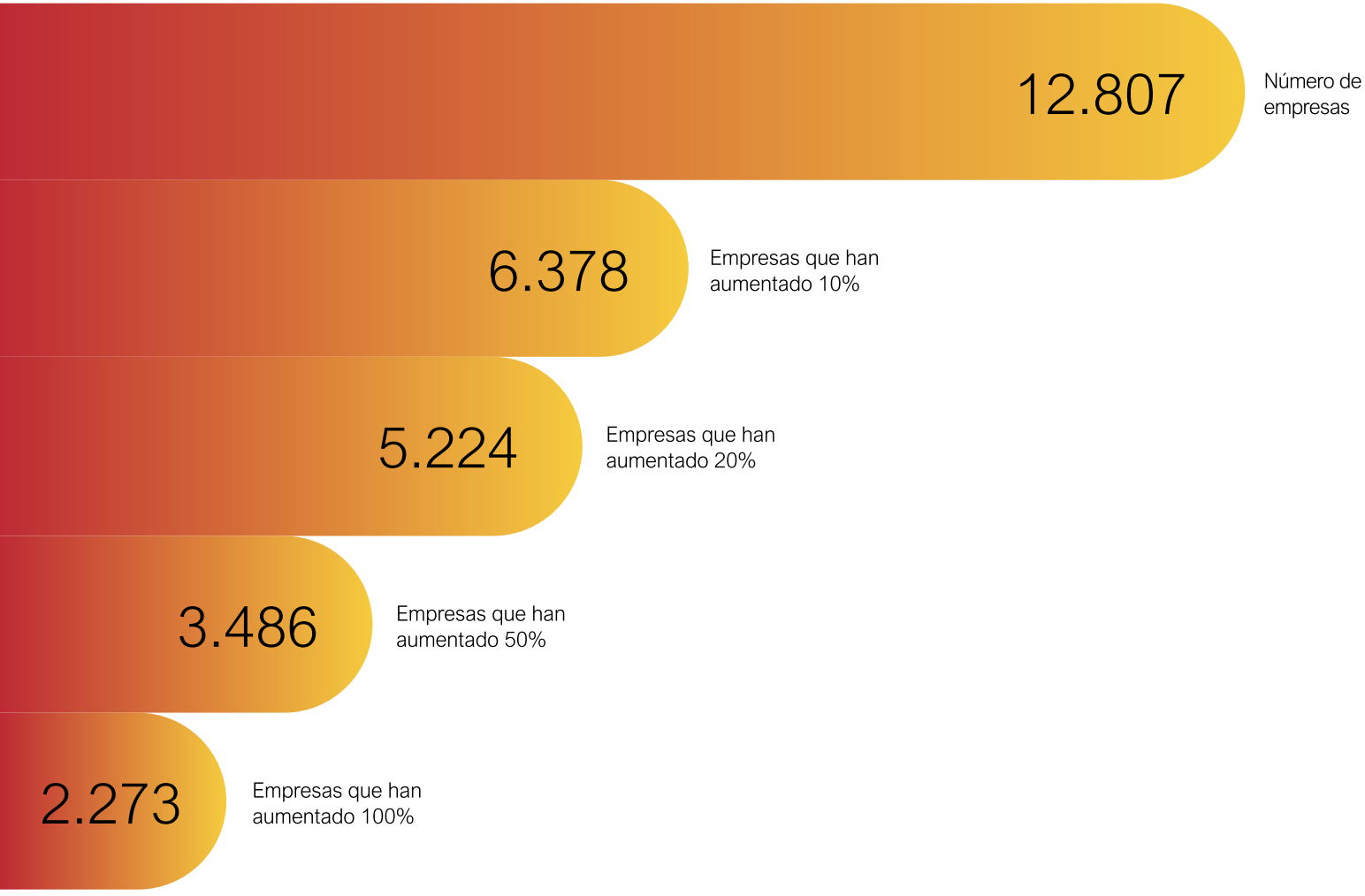
A partir del análisis de los datos relativos al volumen de negocio de los ADA en el momento de su incorporación al Programa Kit Digital, es posible **evaluar de manera cuantitativa el impacto económico que ha tenido su participación en la iniciativa.**

En particular, se observa que:

- Para el **49,8% de los agentes participantes**, los ingresos generados a través del Programa Kit Digital han representado un **incremento del 10%** de su facturación inicial.
- En el caso del **40,8% de los ADAs**, los ingresos derivados del Programa han supuesto un aumento del 20% respecto a su volumen de negocio previo.
- Un **27,2% de los ADAs** ha experimentado un crecimiento aún más significativo, con **ingresos de más del 50%** de su facturación inicial.

Gráfico 3.1

Aumento de volumen de negocios de los ADAs



03 IMPACTO EN TEJIDO TIC

03 Acuerdos de prestación de soluciones de digitalización: Categorías e importes

Con el Programa Kit Digital se han firmado más de 1.300.000 acuerdos, siendo validados un total de 1.200.000. Estas cifras de acuerdos suponen que se han comprometido más de 2.500 millones de euros en contratos privados y 2.400 millones millones de euros en los acuerdos de digitalización entre PYMEs y/o autónomos y agentes digitalizadores.

Respecto a las categorías de digitalización más demandadas por los beneficiarios, Sitio Web y presencia en internet se ha coronado como la categoría líder del Programa.

Número de acuerdos por categoría de solución

Sitio web y presencia en internet →	Más de 302.000 acuerdos firmados
Gestión de procesos →	Más de 223.000 acuerdos firmados
Puesto de trabajo seguro →	Más de 273.000 acuerdos firmados
Gestión de RRSS →	Más de 115.000 acuerdos firmados
Presencia avanzada en internet →	Más de 98.000 acuerdos firmados
Gestión de clientes →	Más de 82.000 acuerdos firmados
Comercio Electrónico →	Más de 52.000 acuerdos firmados
Servicios y Herramientas de Oficina Virtual →	Más de 66.000 acuerdos firmados
Business Intelligence y analítica →	Más de 50.000 acuerdos firmados
Factura electrónica →	Más de 51.000 acuerdos firmados
Ciberseguridad →	Más de 24.000 acuerdos firmados
Comunicaciones seguras →	Más de 7.700 acuerdos firmados
Marketplace →	Más de 1.100 acuerdos firmados

04 Grado de satisfacción sobre los ADAs

Con el objetivo de conocer de primera mano el nivel de satisfacción de las empresas beneficiarias con los ADAs, Red.es realizó una **encuesta a más de 60.000 empresas beneficiarias para que valorasen los trabajos implementados por sus ADAs**. De las respuestas destaca:

Los beneficiarios puntúan con un 3,2 sobre 4 la facilidad para encontrar un Agente Digitalizador que encajase con las necesidades de su negocio.

Los Agentes Digitalizadores Adheridos han obtenido una puntuación media de 8,02



Más del 88% de los Agentes Digitalizadores cumplieron con los plazos establecidos de la solución.



El 88% destaca que no tuvieron ningún problema con el Agente Digitalizador y un 76% lo recomendaría a otro negocio.

03 IMPACTO EN TEJIDO TIC

04 Herramientas de análisis adicionales: El modelo GIM e Índice de Intensidad Digital

Para complementar el análisis de impacto del Programa Kit Digital, **Red.es ha utilizado dos herramientas metodológicas complementarias: el modelo GIM (Global Impact Model®) y el Índice de Intensidad Digital (IID).**

Ambas permiten analizar los efectos del Programa desde dos enfoques clave: por un lado, la **aportación económica y social de los agentes involucrados, y por otro, el avance en la digitalización de las PYMEs y autónomos que han participado.**

El modelo de impacto global (GIM) sirve como marco de análisis para medir el impacto global de iniciativas de transformación digital. En este caso, se ha aplicado a Kit Digital desde ocho dimensiones o tipos de capital:

- **Económico,** para medir cambios en facturación, empleo y productividad.
- **Social,** centrado en la generación de puestos de trabajo y la promoción de la igualdad de oportunidades.
- **Tecnológico**, vinculado a la incorporación de soluciones digitales y la mejora de procesos internos.
- **Medioambiental**, enfocado en eficiencia energética y reducción de emisiones.
- **Organizacional**, que analiza la modernización interna de las empresas.
- **Relacional,** en torno a las alianzas y colaboraciones entre distintos actores.
- **Reputacional**, que valora el posicionamiento y visibilidad pública de las empresas participantes.
- **Conocimiento**, relativo a la formación y transferencia de capacidades digitales.

Gracias a esta metodología ha sido posible clasificar y dimensionar los efectos del Programa desde una perspectiva transversal.

Algunos resultados destacados:

→

66%

De los agentes digitalizadores logró captar nuevos clientes y un 62 % incrementó su actividad con los actuales.

→

27,5%

Contrató nuevo personal, lo que ha contribuido a la creación de más de 8.000 empleos.

→

24,8%

Afirma haber mejorado su capacidad de innovación

→

32%

Percibe mejoras en sostenibilidad ambiental.

03 IMPACTO EN TEJIDO TIC

Estos datos sitúan a Kit Digital como una política pública con efectos demostrables en lo económico, lo social y lo medioambiental, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

El Índice de Intensidad Digital (IID) es otra de las herramientas que ha utilizado Red.es para medir el grado de madurez digital de las empresas que han participado en el Programa. Su medición parte de un test de autodiagnóstico compuesto por 12 ítems que evalúan el uso de tecnologías clave, como la presencia en internet, el comercio electrónico, la gestión de clientes mediante CRM, la seguridad informática o la automatización de procesos.

En su primera aplicación, realizada a más de 497.000 empresas antes de que se incorporaran al Programa (fase 1), se logró establecer una base clara: el 72 % de las empresas presentaba un nivel bajo o muy bajo de intensidad digital. Esta cifra se elevaba al 76 % cuando se trataba de microempresas con menos de tres empleados.

Tras la implementación del Programa (fase 2), los resultados muestran una mejora notable:

La proporción de empresas con un nivel alto o muy alto de madurez digital ha pasado del 38 % al 51 %, mientras que aquellas con niveles bajos o muy bajos se han reducido al 49 %. En términos generales, el número medio de ítems cumplidos sube de 5,4 a 7,1, lo que supone una mejora del 31 % en el grado medio de digitalización.

Estos datos reflejan con claridad que Kit Digital ha contribuido de forma concreta a acelerar la transformación tecnológica de PYMEs y trabajadores autónomos en España



04

IMPACTO EN EL TEJIDO PRODUCTIVO ESPAÑOL

01 Gobernanza del Programa y Metodologías de Evaluación

El Programa se ha desarrollado bajo una sólida estructura de gobernanza y un marco metodológico de evaluación, concebidos para garantizar la transparencia, la trazabilidad y la eficacia en todas sus fases. Desde su diseño inicial, se establecieron mecanismos de seguimiento continuado que han permitido recopilar, analizar y contrastar información de forma sistemática, asegurando que cada decisión estuviera sustentada en datos verificables. Este enfoque ha hecho posible medir el impacto real del Programa en el tejido productivo español y en los distintos segmentos empresariales beneficiarios.

La gobernanza ha integrado herramientas de analítica avanzada, cuadros de mando en tiempo real y procedimientos de control automatizados que han favorecido una evaluación continua del desempeño del Programa. Gracias a ello, ha sido posible identificar tendencias, optimizar procesos y garantizar la alineación con los objetivos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. En conjunto, estas metodologías han permitido no solo evaluar los resultados alcanzados, sino también fortalecer las capacidades institucionales y generar un modelo de gestión basado en la evidencia y la mejora continua.

02 Impacto en las PYMEs

Como parte del análisis llevado a cabo para el análisis de situación actual del Programa Kit Digital, se seleccionó una muestra aleatoria de 6.000 empresas, de las cuales se recopilaron y analizaron los efectos del Programa sobre sus datos de empleo y ventas correspondientes a los años 2021 y 2023.

(A) Evolución del empleo

Los datos recabados muestran una evolución positiva en la estructura laboral de las empresas participantes:

- → Un 30% mantuvo estable su plantilla a lo largo del periodo analizado, mientras que un 40% incrementó su número de empleados en torno a un 10%.
- → Es especialmente reseñable el caso de un 9% de empresas que lograron duplicar su plantilla entre 2021 y 2023, reflejando un claro dinamismo dentro del conjunto empresarial beneficiado.

(B) Evolución de las ventas

En relación con la evolución de las ventas de las empresas analizadas, la tendencia también fue positiva:

- → Incremento en la productividad de hasta un 65% gracias a la implantación de soluciones de Kit Digital.
- → Además, un 12% duplicó su volumen de ventas durante el periodo 2021- 2023, lo que refuerza la idea de un impacto económico favorable vinculado al proceso de digitalización.

(C) Antigüedad de las empresas participantes

Al observar la antigüedad de las empresas beneficiarias, se detecta una participación relevante de compañías jóvenes:

El 25% tiene menos de ocho años de actividad. A su vez, al cruzar estos datos con la Base de Datos Nacional de Subvenciones (BDNS), se identifica que la antigüedad media de las empresas que solo han recibido la ayuda de Kit Digital como ayuda es de 28 años. Esto apunta a que el Programa ha logrado llegar tanto a empresas de reciente creación como a otras más consolidadas, contribuyendo a la digitalización de perfiles muy diversos del tejido productivo.

(D) Acceso previo a ayudas y diferencial del Programa

El Programa Kit Digital ha destacado frente a otras iniciativas públicas por su enfoque hacia empresas pequeñas y trabajadores autónomos, dos de los colectivos con mayores barreras tecnológicas. De hecho, más de la mitad de los beneficiarios no había accedido previamente a ninguna subvención, según los datos de la BDNS.

Este hallazgo confirma que el Programa ha alcanzado a segmentos empresariales que hasta ahora, no habían encontrado apoyo adaptado a sus necesidades digitales.

Dinamismo empresarial y continuidad de la actividad

(E)

Según la información disponible, la práctica totalidad de las empresas beneficiarias del Programa siguen activas: solo un 0,3% ha cesado su actividad, en la mayoría de los casos por motivos de cierre natural o liquidación.

04 IMPACTO EN EL TEJIDO PRODUCTIVO ESPAÑOL

Esta estabilidad general del conjunto de empresas se ve reforzada por los datos del Instituto Nacional de Estadística (DIRCE-INE), que reflejan un incremento del empleo en empresas de nueva creación, especialmente desde 2022 —coincidiendo con el inicio del Programa—.

También se observa un aumento en el número de compañías con una antigüedad de entre cuatro y siete años, lo que apunta a una mayor vitalidad entre las empresas jóvenes que entran al mercado.

Ⓕ **Conclusión**

En conjunto, los datos muestran que el Programa Kit Digital ha generado efectos significativos en términos de empleo, facturación y modernización tecnológica de las PYMEs españolas.

Ha alcanzado tanto a empresas de nueva creación como a otras ya consolidadas, con un enfoque accesible y práctico que ha permitido llegar a colectivos tradicionalmente desatendidos por otras líneas de apoyo. Esto ha contribuido a mejorar la competitividad y la capacidad de adaptación del tejido empresarial español.

03 Impacto en autónomos

En un entorno empresarial cada vez más digital, la incorporación de herramientas tecnológicas se ha vuelto imprescindible para que los trabajadores autónomos puedan seguir siendo competitivos.

En este sentido, el Programa Kit Digital ha resultado ser una herramienta especialmente útil para este colectivo. Su implementación ha permitido a muchos mejorar sus procesos internos, fortalecer su presencia en internet y aumentar la eficiencia en su operativa diaria, lo que les ha ayudado a competir en condiciones más equilibradas frente a empresas de mayor tamaño.

La relevancia del Programa para los autónomos queda clara si se considera que el 63% de los beneficiarios —de un total de 755.000— pertenecen a este grupo. Además, han recibido el 46% del total subvencionado, lo que muestra hasta qué punto el Programa ha sabido captar y responder a sus necesidades específicas.

Gracias a esta inversión, numerosos profesionales por cuenta propia han podido acceder a soluciones digitales adaptadas a su actividad, mejorar su manera de trabajar e integrarse con mayor facilidad en una economía cada vez más digitalizada. Esta asignación de recursos ha sido clave para que muchos de ellos inicien o aceleren su proceso de transformación digital, reforzando así sus posibilidades de mantenerse y crecer en el tiempo.

Un dato que merece mención es que 55.000 autónomos solicitaron la ayuda en su primer año de actividad, lo que refleja que el Programa también ha sabido llegar a quienes están empezando.

El análisis de cómo se ha utilizado el bono refuerza la percepción positiva del Programa:

De los más de 350.000 beneficiarios con más de 6 meses de antigüedad - el plazo para firmar acuerdos -, un 68% ha utilizado entre el 75% y el 100% del importe disponible. Es decir, la gran mayoría no solo accedió a la ayuda, sino que la aplicó de forma efectiva para avanzar en su digitalización. Otro 18% empleó entre el 50% y el 75%, lo que también apunta a una implementación sólida.

En el extremo opuesto, solo un 3% utilizó menos del 25% del bono, y un 11% se situó entre el 25% y el 50%.

Estos datos refuerzan la idea de que Kit Digital ha logrado ofrecer una solución útil y adaptable para los autónomos. El elevado nivel de uso del bono respalda su eficacia y deja claro que ha tenido un efecto real en la modernización del tejido profesional autónomo, contribuyendo a mejorar su competitividad en un mercado cada vez más digital.

En cuanto al tipo de soluciones contratadas, de los más de 750.000 acuerdos firmados por autónomos:

Un 28% corresponde a la categoría de "Puesto de trabajo seguro", un 23% a "Sitio Web y Presencia en Internet" y un 16% a "Gestión de procesos"



04 IMPACTO EN EL TEJIDO PRODUCTIVO ESPAÑOL

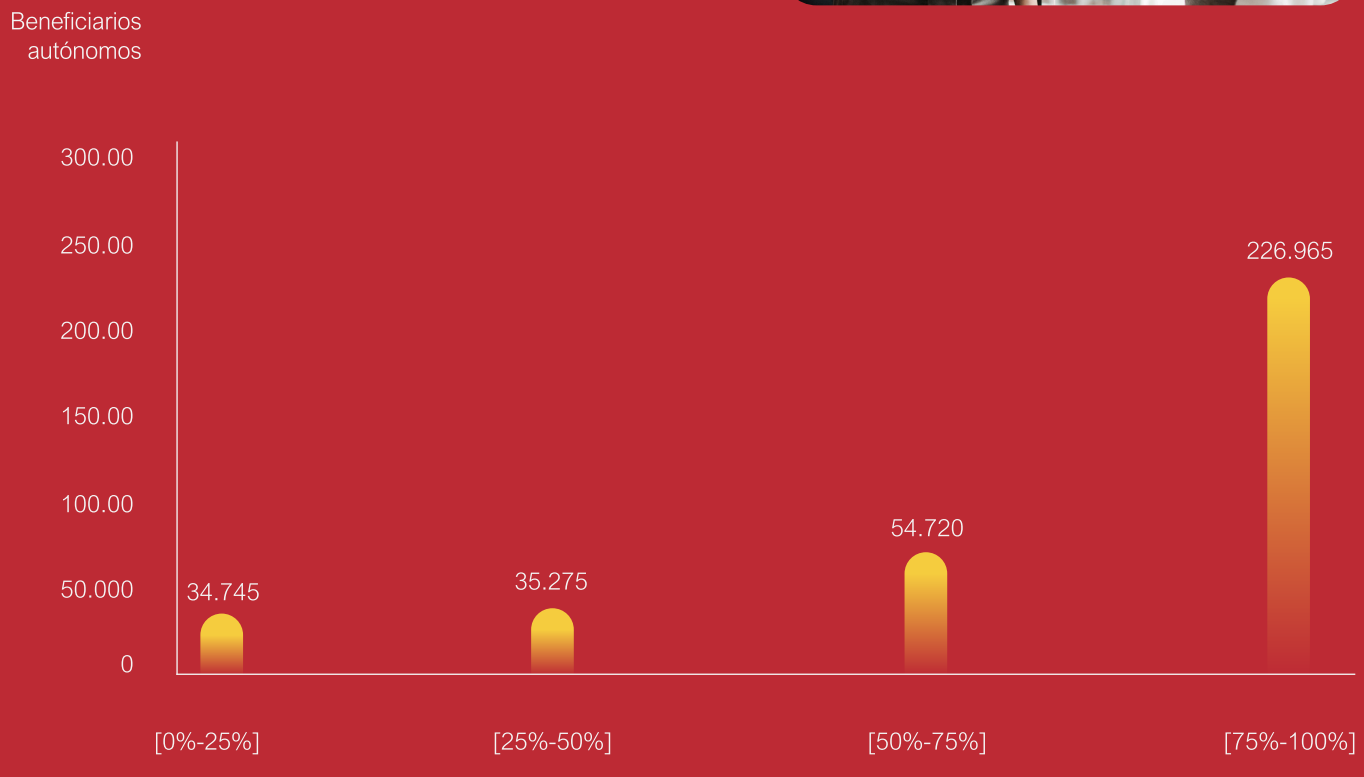
"Sitio Web y Presencia en Internet" es la solución más habitual, tanto para este colectivo como para las PYMEs, representando cerca del 22% del total de los acuerdos firmados. Al analizar otras opciones, se observan comportamientos similares en ambos grupos. En el caso de los autónomos, este tipo de acuerdo fue el único firmado en el 40% de los casos, mientras que en las PYMEs representa cerca del 46%. A esta solución le sigue la combinación con "Puesto de trabajo seguro", presente en un 50% de los casos entre autónomos, frente al 23% en el caso de las pequeñas y medianas empresas.

Por último, al revisar el perfil de los ADAs, se observa que el 84,6% de los acuerdos firmados por autónomos se realizaron con agentes digitalizadores que también son autónomos, o forman parte de una PYME. Este dato sugiere la existencia de redes colaborativas entre profesionales, donde se comparten conocimientos, experiencias y recursos. Trabajar con otros autónomos parece facilitar una mayor comprensión mutua de los retos comunes, lo que favorece una mejor comunicación, intereses más alineados y una ejecución más ajustada de los proyectos impulsados por el Programa.



Gráfico 4.1:

Uso del bono por parte de los autónomos



04 IMPACTO EN EL TEJIDO PRODUCTIVO ESPAÑOL

04 Impacto en Agentes Digitalizadores

El Programa Kit Digital ha supuesto un impulso significativo para la actividad de muchos ADAs. Aquellos que han participado en el Programa aumentaron de media su volumen de ventas un 65% entre 2021 y 2023[1], más de 40 puntos por encima del crecimiento del volumen de negocio de las empresas del sector TIC en el mismo periodo (24%), según cifras del INE.

El volumen de venta de los ADAs creció de media en 1.246.656 €.

Por otro lado, el impacto positivo del Programa se ha reflejado igualmente en un crecimiento medio del 19,8% en el número de empleados de los ADAs. El conjunto de Agentes Digitalizadores cuenta con 8.062 empleados más que antes de comenzar el Programa.

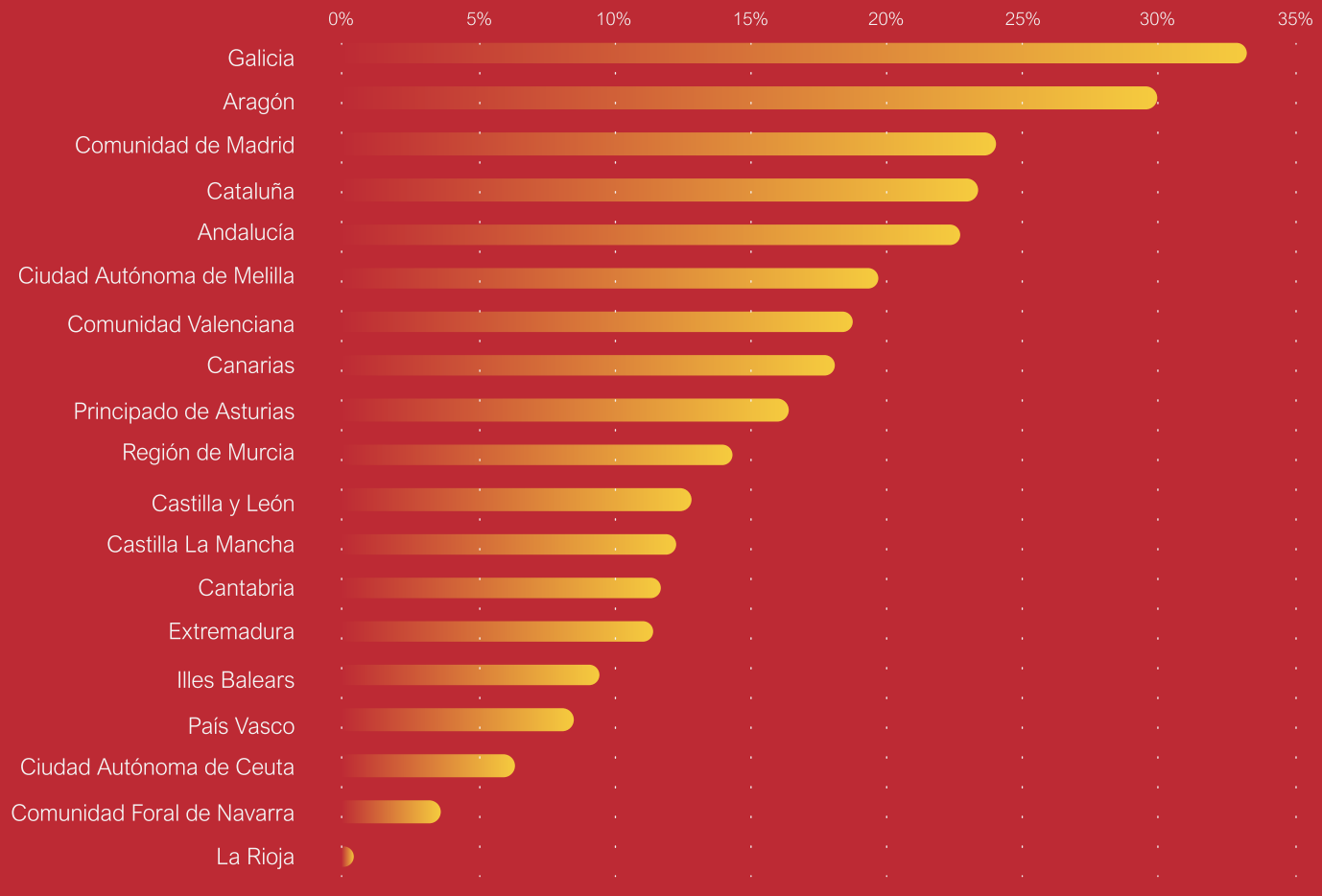
El Programa Kit Digital ha tenido además un peso relativo muy elevado en el volumen de negocio de los ADAs. Los pagos recibidos por los ADAs a lo largo del Programa equivalen, de media, al 144% del volumen de ventas de 2021, esto es, previo al Programa.

El peso que ha tenido la facturación del Programa sobre el volumen de ventas de 2021 es desigual. Han sido los ADAs más pequeños los que se han visto beneficiarios en mayor medida.

Las pequeñas empresas y microempresas son las mayores beneficiarias del programa por el peso que estas ayudas han supuesto sobre su facturación.

Gráfico 4.2:

Crecimiento medio del número de empleados de los ADAs entre 2021 y 2023 por CC. AA.



05

TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS AAPP

> "Una nueva forma de hacer política pública en la gestión de las subvenciones"

01 El diseño: el ciudadano como centro de la política pública, reuniones con el ecosistema, papel relevante de las asociaciones

Las decisiones tomadas por Red.es, desde la propia definición del Programa Kit Digital hasta su evolución hacia nuevas convocatorias, soluciones de digitalización o ampliaciones de los importes de los "Bonos Digitales", todas ellas detalladas más adelante, han sido consecuencia de su voluntad por poner al ciudadano en el centro de la política pública.

El Programa nació y creció teniendo siempre en mente al destinatario final, las PYMEs, con la determinación de que cada decisión mejorase su experiencia.

Han sido muchos los esfuerzos emprendidos por Red.es para comprender las necesidades de las PYMEs y lograr que el Programa tuviese la capilaridad suficiente para llegar a todas aquellas empresas que lo deseasen.

Como muestra de ello, Red.es ha reforzado su colaboración con distintos colectivos, con quienes ha mantenido un diálogo constante para que actuasen como agentes facilitadores. Este es el caso de la Asociación de Autónomos (ATA), la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA) y la Unión de Asociaciones de Trabajadores Autónomos y Emprendedores (UATAE), en representación del colectivo de autónomos; la Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores (ASAJA), la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) y la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA), en representación del colectivo de agricultores y ganaderos; Unión de Uniones y la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE).

Estas asociaciones han llevado a cabo numerosas actuaciones de difusión y acompañamiento entre los colectivos de autónomos, jóvenes empresarios, agricultores y ganaderos.

Red.es ha buscado activamente mantener un contacto estrecho con el entorno del Programa. Este esfuerzo se ha traducido en numerosas acciones de comunicación, tales como roadshows, webinars o campañas informativas, todo ello apalancado en las capacidades de la red "Acelera pyme". Gran parte del éxito del Programa, y la enorme demanda que ha acogido, precisamente reside en la preocupación constante por llegar a más PYMEs, por facilitarles el proceso de solicitud, de firma de Acuerdos y de presentación de justificaciones. Sin todo este empeño por poner al ciudadano en el centro de la política pública, no sería posible hablar con total satisfacción de un Programa que ha comprometido 3.000 millones de euros.

02 Transformación administrativa

A Automatización y "cero papeles"

Gracias a la automatización de los procesos de tramitación de solicitudes y revisión de requisitos, se ha reducido a 3 minutos el tiempo tiempo medio de comprobación por expediente.

La automatización de procesos mediante herramientas de robotización e inteligencia artificial que reducen la carga burocrática, disminuye el número de documentos a presentar y acorta los plazos de solicitud, en un 90% aproximadamente. En cualquier caso, la automatización de los procesos no ha impedido la tramitación manual y exhaustiva de las necesidades particulares de todos aquellos expedientes que lo han requerido.

El lema "cero papeles" del Programa Kit Digital ha consistido en suprimir la tramitación en papel y minimizar la documentación electrónica a presentar por parte de los solicitantes de la ayuda, todo ello, con el objetivo de simplificar el proceso de solicitud y tramitación de la ayuda mediante la comprobación automática de los requisitos. Este objetivo se basa en la idea de que se puede generar un gran ahorro de tiempo a los solicitantes evitándoles la presentación de

05 TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS AAPP

documentación, reduciendo la carga burocrática y mejorando la relación entre la ciudadanía y la Administración. **Adicionalmente, es una apuesta por el cuidado del medio ambiente y por contribuir a la disminución de la deforestación y las emisiones de CO2.**

(B) Interoperabilidad entre administraciones: arquitectura de llamadas a servicios y papel destacado de los convenios de colaboración

Red.es ha podido comprobar automáticamente los requisitos de los solicitantes **gracias al intercambio de información con otras administraciones, tanto estatales como regionales y con diferentes organismos como los notarios o el Registro Mercantil.** Se ha creado una arquitectura de llamadas a servicios de otras administraciones de la Administración General y Foral, esto ha permitido **garantizar el lema "cero papeles".**

La interoperabilidad ha sido un pilar fundamental para el Programa, permitiendo el intercambio eficiente y seguro de datos y servicios entre administraciones. El principal reto del Programa fue definir una plataforma de tramitación con una serie de capacidades clave, siendo:

- **La eliminación de la tramitación sustentada en papel** y minimización de la documentación electrónica a presentar.
- **La simplificación del proceso** de solicitud de la ayuda a través de la comprobación automática de requisitos exigidos a los beneficiarios.
- **La implantación de un Sistema que no solo facilite los procesos de tramitación** si no que a su vez genere todas las evidencias y trazabilidad necesarias, de cara a futuros controles.
- **La reducción drástica de los tiempos** de tramitación.
- **La creación de un sistema innovador que sirva de ejemplo** para la gestión de futuros programas de la Entidad y para otros organismos públicos.

La plataforma para la concesión de ayudas del Programa Kit Digital está compuesta por una multitud de procesos y herramientas integradas para la concesión y gestión de las ayudas *end-to-end,* desde que la PYME solicita la ayuda, hasta la Resolución de Concesión.

Las conexiones efectuadas accediendo a servicios externos son las siguientes, identificando aquellas realizadas a través de la Plataforma de Intermediación de Datos:

Las conexiones efectuadas accediendo a servicios externos son la siguientes:

● A través de la Plataforma de Intermediación de Datos

- ● Corriente pagos Tesorería General de la Seguridad Social
- ● Inhabilitado /Condena
- ● Declaración concurso
- ● Acreditación del Domicilio fiscal
- ● Corriente de pagos AEAT (General y Foral)
- ● Epígrafe IAE
- ● Revisión actividad económica
- ● Plantilla Media
- ● Ayudas de Minimis
- Titularidad Real
- Empresa en crisis (Consulta a través del CORPME)
- Condición de PYME (Consulta a través del CORPME, posteriormente realizado mediante AEAT)
- Modelo Representante voluntario
- Poderes de representación del representante legal (Consulta a través del CGN)
- Poderes de representación del representante voluntario (Consulta a través del CGN)
- Comprobación de estar al corriente de reintegros
- Comprobación de que no se trata de una entidad de carácter público
- Análisis de riesgos de conflicto de interés mediante MINERVA
- Inscripción en la Base de Datos Nacional de Subvenciones y en CoFFEE e ICO

05 TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS AAPP

Ⓒ Relevancia de la colaboración público-privada

La colaboración público-privada es una sinergia estratégica que potencia la capacidad del Estado para resolver problemas complejos. Al integrar el conocimiento privado con el propósito público, se logran servicios más inclusivos, innovadores y sostenibles.

Red.es tiene claro que el reto es implementar modelos transparentes y centrados en el interés general, asegurando que la colaboración sea un puente hacia la innovación, no un atajo.

El Programa Kit Digital ha reunido la capacidad del sector público para establecer objetivos de interés general y, al mismo tiempo, la voz de las empresas y de sus asociaciones representativas, que han canalizado de forma decisiva las necesidades reales del tejido empresarial. Este modelo, cuando se diseña con claridad y transparencia, permite a los agentes públicos ampliar su capacidad de acción sin renunciar a su rol central.

De este modo, Red.es se ha beneficiado en tres sentidos de la colaboración público-privada: capacidades humanas, tecnológicas y analíticas.

- Por un lado, la cooperación con asociaciones empresariales y entidades especializadas ha sido esencial para contar con equipos expertos en gestión de subvenciones y fondos europeos, algo imprescindible para garantizar la tramitación de un volumen tan elevado de solicitudes.
- Además, han trasladado a Red.es las preocupaciones y necesidades del tejido empresarial con el que tratan directamente.
- Por otro lado, la compleja arquitectura tecnológica se ha fundamentado en herramientas de automatización de llamadas y validación de requisitos, desarrolladas conjuntamente con el sector privado.
- Por último, Red.es ha aprovechado las capacidades en ciencia de datos para la toma de decisiones estratégicas, integrando análisis avanzados que han permitido una política pública basada en evidencias.

Ⓓ Uso de la información en tiempo real para toma de decisiones estratégicas.

El Programa Kit Digital es un proyecto que ha estado en constante evolución y Red.es ha trabajado por su mejora continua.

Esto se ha traducido en la publicación de nuevas convocatorias, la inclusión de nuevas Soluciones de Digitalización, ampliaciones presupuestarias, o la puesta en marcha de distintas medidas de control normativo, entre otras. Todo ello ha sido posible gracias a una explotación constante de los datos disponibles.

Dado el elevado número de solicitudes, Red.es ha ido acumulando un gran volumen de datos sobre tendencias del Programa.

Desde el lanzamiento del Programa Kit Digital **se ha desarrollado un Cuadro de Mando Integral de seguimiento que, ampliado a medida que el Programa avanzaba, ha permitido tener información en tiempo real del día a día de cada convocatoria. Esto no solo ha permitido tener una imagen agregada de cada uno de los puntos de la tramitación, sino que ha sido una herramienta explotada con técnicas de Big Data y Machine Learning.**

Red.es ha avanzado hacia el pilar de una nueva administración pública basada en datos. Con un Cuadro de Mando con actualizaciones cada dos horas de más de 30 millones de datos distribuidos en más de 1.000 indicadores, día a día se realiza un seguimiento exhaustivo del Programa. Esto ha permitido identificar en tiempo real cuellos de botella, distribuciones geográficas o sectoriales en las tendencias de presentación de solicitudes y firma de acuerdos y demás métricas. Otorgar un papel central a la analítica de datos para apoyar la toma de decisiones se ha demostrado útil porque ha permitido en todo momento tener una previsión acertada de cómo se iba a comportar el Programa en los próximos meses, así como identificar puntos débiles en los que incidir prioritariamente.

Ⓔ El desempeño de Programa Kit Digital frente a otras convocatorias.

Red.es ha identificado más de trescientas convocatorias cuyo objeto subvencionable es análogo o similar al de Kit Digital. El Programa no solo ha concentrado más demanda y presupuesto que cualquiera de estas convocatorias, también destaca su gestión del presupuesto asignado. Esto es relevante porque no es habitual que los programas similares a Kit Digital comprometan la totalidad de sus presupuestos y ninguno ha concedido ayudas por un volumen tan significativo como Kit Digital.

Red.es ha identificado más de trescientas convocatorias con objetos subvencionables similares

05 TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS AAPP

El Programa Kit Digital no solo es el programa de digitalización que más ayudas ha concedido en la historia de España, también el que mayor porcentaje de solicitudes ha tenido, superando a cualquier otro programa similar.

Analizando programas similares, en promedio se ha consumido el 63% del presupuesto. En cambio, el Programa Kit Digital ha agotado su presupuesto de 3.067 millones de euros. Esta métrica es fundamental a la hora de evaluar el desempeño del Programa, ya no solo muestra el interés que ha despertado en PYMEs y autónomos, también que se ha cubierto la mayor parte de la demanda potencial de estos colectivos: aquella que se puede cubrir con el presupuesto disponible en el Programa.

Las concesiones dadas en el Kit Digital son mayores que las concedidas en cualquier otro programa similar. Las más de 855.000 concesiones alcanzan el 100% del presupuesto del programa.

En España los mayores programas para la digitalización de empresas generalmente otorgan pocas concesiones, pero de gran importe. En cambio, el Kit Digital ha afrontado el reto de gestionar un presupuesto no visto hasta ahora en las administraciones que sea capaz de llegar a toda la capilaridad del tejido empresarial español.

Las concesiones del Programa han sido individualmente pequeñas, lo que pone de relieve la dificultad de consumir sus 3.067 millones de euros. En cambio, de las 160 convocatorias que han comprometido más de un 75% de su presupuesto, 8 tienen dotaciones presupuestarias mayores de 5 millones y el importe medio de sus concesiones es de 169.000 €; el Programa Kit Digital no concede ninguna ayuda de más de 29.000€, y el 78% son de 3.000 €.

La tendencia del Programa apunta a que el objetivo comprometido con la CE de 676.000 se cumplirá comprometiendo la totalidad del presupuesto. Más aún, Red.es concederá ayudas por importe superior a sus 3.067 millones de euros. Esto es así porque Red.es ha realizado un seguimiento del importe utilizado por cada beneficiario. De este modo, ha sido capaz de reutilizar aquellos importes no gastados por los beneficiarios para tramitar nuevas concesiones.

Esta forma de proceder es radicalmente novedosa en el ecosistema de las ayudas públicas. Ha surgido de la necesidad de dar respuesta a la alta demanda del Programa, que de otra manera no podría haberse cubierto con la misma ambición, y del compromiso autoimpuesto por Red.es de no dejar ningún euro sin utilizar.

Replicabilidad del diseño del Programa Kit Digital para otros programas

(F) La experiencia del Programa Kit Digital ha permitido a Red.es desarrollar dos nuevos programas, Kit Consulting que consiste en la contratación de servicios de asesoramiento para la transformación digital de la Pyme y Demanda Único Bono Pyme, basado en el impulso de la digitalización y la conectividad de las PYMEs.

La replicabilidad de la arquitectura de Kit Digital en los programas mencionados anteriormente ha sido más sencilla gracias a su diseño flexible y modular, que ha permitido adaptarlo a diferentes contextos y necesidades según el programa. Al tratarse de un modelo probado, con componentes tecnológicos interconectados y eficaces, su replicabilidad se ha basado en ajustes de escala y alcance para alinearse con las prioridades y capacidades de cada programa.

Además, el enfoque adoptado para la implementación del Programa sirve de referencia para otras Administraciones Públicas interesadas en adoptar tecnologías innovadoras y transformar sus sistemas de subvenciones, contribuyendo así a la evolución de la Administración electrónica y la sociedad digital.



El Programa Kit Digital es el proyecto que más ayudas a la digitalización ha concedido en la historia de España

05 TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS AAPP

03 Mejora continua del Programa

A Evolución normativa del Programa

El Programa Kit Digital ha destacado por su alta actividad y adaptabilidad normativa. **Esto se ha reflejado en la realización de sucesivas modificaciones de las Bases Reguladoras, registrándose al menos una actualización anual desde la publicación de la Orden de Bases original en el año 2021. Esta dinámica demuestra la flexibilidad del Programa para responder a las necesidades y retos que han surgido a lo largo de su implementación.**

Así, en el año 2022, mediante la **Orden ETD/734/2022, de 26 de julio,** se realizaron las siguientes modificaciones:

- **Se introdujo el concepto de mejora funcional para sustituir soluciones de digitalización ya adoptadas.** Se amplió el número de entidades beneficiarias del bono digital, incluyendo a las sociedades civiles con objeto mercantil, sociedades civiles profesionales y explotaciones agrarias de titularidad compartida. También se excluyeron entidades vinculadas a Agentes Digitalizadores Adheridos y personas en situación de autoempleo.
- **El Colegio de Registradores de la Propiedad, Mercantiles y de Bienes Muebles de España se incorporó como entidad colaboradora** para verificar ciertos requisitos de los solicitantes.
- **Se actualizó el Catálogo de Soluciones de Digitalización,** incluyendo las Soluciones de Digitalización de "presencia avanzada en internet" y "Marketplace". Así, se mejoraron funcionalidades de categorías existentes: sitio web, presencia en internet, gestión de procesos y factura electrónica.
- **Por último, se especificaron los medios de firma válidos en relaciones electrónicas con la Administración Pública** (certificado electrónico, Cl@ve permanente y Cl@ve PIN), mejorando la seguridad jurídica y optimizando los sistemas de firma en el sector público.

En el año 2023, mediante la **Orden ETD/739/2023, de 20 de junio,** se realizaron las siguientes modificaciones:

- **Destacó por la inclusión de las Comunidades de Bienes como nuevos beneficiarios** del bono digital y la obligación de implementar medidas contra el conflicto de interés.

En el año 2024, mediante la **Orden TDF/435/2024, de 9 de mayo**, se realizaron las siguientes modificaciones:

- **Esta fue la modificación más disruptiva, incluyendo dos nuevos segmentos (el IV y V) de medianas empresas como nuevos beneficiarios de las subvenciones públicas.** La medida tuvo como propósito estimular la modernización y adopción de soluciones digitales en el ámbito empresarial, para potenciar la eficiencia en sus operaciones económicas.

Se incluyen dos nuevos segmentos de beneficiarios según el número de empleados:

Segmento IV:

medianas empresas con entre 50 y menos de 100 empleados (incluyendo empresas con menos de 50 empleados con condición de mediana empresa).

Segmento V:

medianas empresas con entre 100 y menos de 250 empleados.

- **Se incrementó el importe máximo de ayuda para el Segmento III de Pequeñas empresas o Microempresas de entre 0 y menos de 3 empleados,** aumentando la cuantía de 2.000 euros a 3.000 euros, con el fin de incentivar más solicitudes y promover el Programa Kit Digital.
- **Se actualizó el Catálogo de Soluciones de Digitalización para adaptarse a las necesidades de las medianas empresas y se incorporaron nuevas categorías de solución,** como:
  - Servicio de Ciberseguridad Gestionada.
  - Gestión de clientes con IA asociada.
  - Business Intelligence y analítica con IA asociada.
  - Gestión de procesos con IA asociada.

  Destacar que, para el Segmento III se incluyó el servicio «Puesto de trabajo seguro». Con esto se llevaba a cabo la inclusión del hardware en el Programa, con el fin de mejorar la productividad y competitividad de las PYMEs más pequeñas en un entorno seguro.

05 TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS AAPP

La última modificación de 2025 se realizó mediante la **Orden TDF/240/2025.**

→ **Esta modificación fue necesaria para actualizar los requisitos mínimos de la Categoría de Solución de Digitalización "Puesto de Trabajo Seguro" en cuanto a procesador y rendimiento.** La tecnología experimentó un progreso considerable, lo que exigió la actualización de los estándares vigentes para optimizar el uso de estas nuevas capacidades. Por ello, se actualizaron los requisitos de la Categoría mencionada para incluir procesadores de última generación, ofreciendo un rendimiento notablemente superior. Esto representó un importante avance tecnológico, impulsando el potencial de innovación en rendimiento de esta Categoría de Solución de Digitalización.



- Convocatoria del Segmento I
- Convocatoria del Segmento II
- Convocatoria del Segmento III
- Convocatoria del Segmento IV y V
- Convocatoria de entidades sin personalidad jurídica

(B) Convocatorias del Programa: destacando el Segmento III y las Entidades Sin Personalidad Jurídica

Las convocatorias del Programa Kit Digital han sido el pilar fundamental para la ejecución de esta iniciativa, permitiendo a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) acceder a ayudas económicas para su digitalización. Desde su lanzamiento, se han establecido diferentes convocatorias dirigidas a distintos segmentos empresariales, garantizando que las soluciones digitales lleguen a entidades de todos los tamaños.

Cada una de estas convocatorias ha contado con un presupuesto específico y con medidas adaptadas a las necesidades de cada segmento, facilitando la implementación de tecnologías que mejoren la competitividad y eficiencia empresarial. Todas estas iniciativas han consolidado el Programa Kit Digital como una herramienta clave para la transformación digital del tejido empresarial en España.

A lo largo del Programa, se han desarrollado convocatorias para empresas de entre 10 y menos de 50 empleados (Segmento I), de entre 3 y menos de 10 empleados (Segmento II) y de entre 0 y menos de 3 empleados (Segmento III), con sucesivas mejoras en las ayudas, incluyendo incrementos en los bonos digitales y la incorporación de nuevas soluciones como la posibilidad de subvencionar el hardware. Además, se han lanzado convocatorias para medianas empresas (Segmentos IV y V) con un enfoque en inteligencia artificial y ciberseguridad, así como una convocatoria extraordinaria para entidades sin personalidad jurídica.

Convocatoria del Segmento I (Publicada el 28 de febrero de 2022): la primera convocatoria publicada fue la del Segmento I, dirigida específicamente a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) que contaban con una plantilla de entre 10 y menos de 50 empleados.

Esta convocatoria inicial fue respaldada con un presupuesto considerable de 600 millones de euros, destinado a fomentar la digitalización y mejorar la competitividad de este segmento empresarial.

Convocatoria del Segmento II (Publicada el 2 de agosto de 2022): tras el éxito de la primera convocatoria se lanzó la del Segmento I, se lanzó la siguiente Convocatoria del Programa Kit Digital, esta vez centrada en el Segmento II. Esta convocatoria tuvo una acogida similar y fue dirigida específicamente a las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) que contaban con una plantilla de entre 3 y menos de 10 empleados. Al igual que la primera, también buscaba fomentar la digitalización de las empresas, con el objetivo de mejorar su competitividad en un entorno cada vez más digital, **en su caso respaldada con un presupuesto de 600 millones de euros.**

Convocatoria del Segmento III: La tercera Convocatoria del Programa Kit Digital, correspondiente al Segmento III, **ha sido especialmente relevante dentro del marco de ayudas destinadas a la digitalización de las pequeñas empresas.** Dirigida a PYMEs con entre 0 y menos de 3 empleados, esta convocatoria se caracterizó inicialmente por otorgar un "Bono Digital" de 2.000 euros. Sin embargo, en junio de 2024, una modificación parcial del Programa introdujo cambios significativos que ampliaron su alcance y beneficios.

05 TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS AAPP

Uno de los aspectos más destacados de esta modificación fue el incremento de la cuantía del ”Bono Digital” para el Segmento III, que pasó de 2.000 a 3.000 euros. Esta medida permitió a las pequeñas empresas acceder a un mayor presupuesto para implementar soluciones digitales, fomentando así su modernización y competitividad.

Además, se incorporó una medida que simplificó el acceso al importe adicional de 1.000 euros para aquellos beneficiarios que ya habían recibido el “Bono Digital” inicial. Mediante una simple “Declaración de Conformidad”, estas empresas pudieron solicitar y obtener de forma ágil y prácticamente inmediata el incremento en su bono, reduciendo significativamente la burocracia y agilizando la concesión de los fondos.

Otro cambio relevante fue la inclusión de la posibilidad de adquirir hardware dentro del Programa Kit Digital. En particular, para el Segmento III, se añadió la Categoría de Solución de Digitalización denominada “Puesto de Trabajo Seguro”. Esta medida permitió a las pequeñas empresas invertir en equipos y herramientas tecnológicas esenciales para su transformación digital, reforzando la seguridad y eficiencia en sus procesos.

> La cuantía del “Bono Digital” para el Segmento III pasó de 2.000 a 3.000 euros

En conclusión, la tercera Convocatoria del Segmento III ha representado un punto de inflexión dentro del Programa Kit Digital. La ampliación del bono, la reducción de trámites administrativos y la incorporación del hardware como solución financiable han hecho de esta convocatoria un hito clave para el impulso de la digitalización en las microempresas.

La Convocatoria dispuso de una asignación presupuestaria de 1.432 millones de euros, considerando que la mayor parte de los beneficiarios del Programa pertenecen a este segmento específico.

Convocatoria de los Segmento IV y V (Publicada el 10 de noviembre de 2024): Dentro de las Convocatorias dirigidas a las PYMEs, se concluyó con la Convocatoria destinada a las medianas empresas, correspondiente al Segmento IV (empresas de 50 a 100 empleados) y al Segmento V (empresas de 100 a 250 empleados), con 25.000 euros y 29.000 euros por “Bono Digital” respectivamente. **Esta convocatoria ha sido especialmente relevante por dos razones fundamentales: el aumento del importe de las Categorías de Solución de Digitalización y la incorporación, por primera vez en el Programa Kit Digital, de la Inteligencia Artificial (IA) como herramienta clave para la transformación empresarial.**

Como parte de esta iniciativa, se llevó a cabo una actualización del Catálogo de Soluciones de Digitalización, con el objetivo de adaptar las categorías existentes a las necesidades específicas de las medianas empresas. **Además, se introdujeron nuevas categorías, entre las que destaca el “servicio de ciberseguridad gestionada”. Esta solución permitirá a las empresas fortalecer su capacidad de respuesta ante los crecientes desafíos de seguridad digital en un entorno empresarial cada vez más complejo y tecnológicamente avanzado.**

En línea con la creciente irrupción de la inteligencia artificial en la sociedad y su integración en las operaciones diarias de las empresas, se incorporaron tres nuevas categorías en el Catálogo de Soluciones de Digitalización:

- **Gestión de clientes con IA asociada:** diseñada para optimizar procesos y mejorar la interacción con los clientes mediante herramientas de automatización inteligente.
- **Business Intelligence y analítica con IA asociada:** orientada a la explotación de datos empresariales y a la mejora en la toma de decisiones estratégicas a través de soluciones de inteligencia artificial avanzada.
- **Gestión de procesos con IA asociada:** enfocada en la automatización de procesos operativos y productivos, facilitando la eficiencia y la reducción de costes para las empresas beneficiarias.

Esta convocatoria, que contó con un presupuesto total de 250 millones de euros marcó un hito en el Programa Kit Digital al potenciar la digitalización de las medianas empresas con soluciones avanzadas en ciberseguridad e inteligencia artificial, consolidando así su competitividad en un entorno digital en constante evolución.

Convocatoria de entidades sin personalidad jurídica: Dentro del marco del Programa Kit Digital, una mención especial merece la Convocatoria Extraordinaria destinada a la digitalización de entidades sin personalidad jurídica.

Esta convocatoria abarca a Comunidades de Bienes, Sociedades Civiles con Objeto Mercantil, Sociedades Civiles Profesionales y Explotaciones Agrarias de Titularidad Compartida, que hasta ese momento no estaban contempladas dentro del Programa.

Lo que hace particularmente relevante a esta convocatoria es que no estaba incluida en la planificación inicial del Programa Kit Digital. Sin embargo, debido al elevado interés manifestado por estas entidades, se abrió una línea de ayuda específica para ellas.

05 TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS AAPP

Para hacerlo posible, fue necesario modificar las Bases Reguladoras del Programa, ya que estas entidades no figuraban originalmente como beneficiarias de las ayudas. Esta adaptación normativa permitió que un nuevo grupo de organizaciones accediera a los beneficios del Kit Digital, promoviendo así una digitalización más inclusiva y equitativa.

La convocatoria extraordinaria está dirigida a los tres segmentos establecidos en el Programa:

→

Segmento I

Empresas y entidades con entre 10 y menos de 50 empleados.

→

Segmento II

Empresas y entidades con entre 3 y menos de 10 empleados.

→

Segmento III

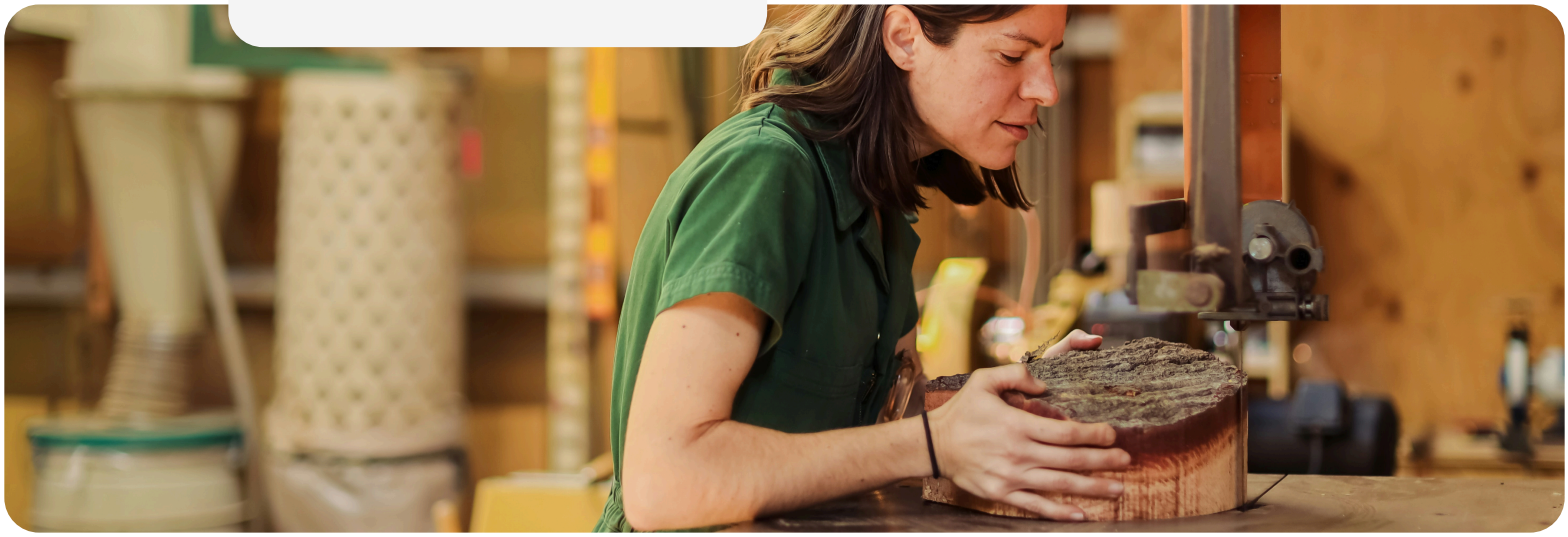
Empresas y entidades con entre 0 y menos de 3 empleados.

La inclusión de estas entidades en el Programa representa un avance significativo en la democratización del acceso a la digitalización, permitiendo que colectivos tradicionalmente excluidos de estas iniciativas puedan beneficiarse de soluciones tecnológicas que optimicen su gestión y productividad. **A través de esta convocatoria, que contó con un presupuesto total de 50 millones de euros,** se fomentó la modernización y competitividad de estas estructuras empresariales, adaptándolas a un entorno digital en constante evolución.

Ⓒ Medidas implementadas en el Programa para asegurar el cumplimiento normativo y prevenir el fraude

El Programa Kit Digital ha supuesto un programa revolucionario en cuanto a implantación de procedimientos que, no solo agilizan la propia tramitación de la ayuda, sino que ayudan a detectar posibles casos de fraude e incumplimiento de lo establecido tanto en las Bases Reguladoras como en la legislación aplicable, asegurando el correcto funcionamiento del Programa. Entre estas medidas, se encuentran:

→ **Doble financiación:** el artículo 22 del Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (“Reglamento del MRR”), refleja la obligación impuesta a los Estados miembros, en su condición de beneficiarios o prestatarios de fondos en el marco del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR), de adoptar todas las medidas adecuadas para proteger los intereses financieros de la Unión, entre las que se incluye la de establecer sistemas de control que ofrezcan las garantías necesarias de que los fondos se han gestionado de conformidad con todas las normas aplicables, en particular las normas relativas a la doble financiación.



05 TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS AAPP

A lo largo del Programa, se ha instaurado un sistema de revisión que ha permitido detectar si el beneficiario ha percibido otra subvención, ingreso o recursos, que cubra el mismo coste que los Acuerdos de Prestación de Soluciones de Digitalización firmados, procedentes de cualquier Administración o entes públicos o privados nacionales, de la Unión Europea o de organismos internacionales.

En colaboración con la Base Nacional de Subvenciones (BDNS), se ha logrado identificar otras ayudas recibidas por los beneficiarios del Programa Kit Digital, registradas en la BDNS. De esta forma y, gracias al uso de analítica avanzada de datos, se ha logrado obtener una puntuación de similitud que ha permitido detectar aquellas potenciales ayudas que tienen el mismo objeto subvencionable que el Kit Digital, reduciendo de esta forma los tiempos de análisis y tramitación de los casos.

- **Titularidad Real:** las Bases Reguladoras del Programa establecen en su artículo 31.8 la prohibición de formalizar Acuerdos cuando entre el Agente Digitalizador Adherido y beneficiario exista vinculación en los supuestos como los recogidos en el artículo 68.2. a), b), d), e), f) y g) del Real Decreto 887/2006, de 21 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, para los casos de subcontratación de la actividad subvencionada. Debido al gran número de Acuerdos de Prestación de Soluciones de Digitalización formalizados a lo largo del Programa, que implican millones de comprobaciones sobre los mismos para poder detectar posibles vinculaciones entre los Beneficiarios y los Agentes Digitalizadores, el Kit Digital ha supuesto un desafío sin precedentes en la Administración Pública. Este tipo de verificaciones no se han realizado anteriormente en otros programas de la Administración Pública, al ser inviables para proyectos masivos.

  No obstante y, gracias a la colaboración del Consejo General del Notariado, Red.es ha sido capaz de constatar la vinculación entre Beneficiarios y Agentes Digitalizadores a través de la titularidad real de ambas entidades, identificando posibles casos de fraude. A lo largo del Programa se han realizado aproximadamente unas 2.495.000 consultas.

- **Apellidos Coincidentes:** atendiendo al apartado anterior, y en base a las casuísticas establecidas en el artículo 68 del Reglamento General de Subvenciones, concretamente las que está ligadas con los vínculos familiares, se realizaron los controles oportunos en base a la coincidencia de apellidos entre los firmantes de los Acuerdos.

  Así, se implementó como medida preventiva la imposibilidad de firmar cualquier Acuerdo de Digitalización en la Plataforma de Acuerdos en el caso de que coincidan ambos apellidos de las partes.

- **Canal de denuncias:** para fortalecer la transparencia y la integridad del Programa, Red.es puso a disposición un canal de denuncias accesible tanto para beneficiarios como para los Agentes Digitalizadores. Este canal proporcionó a los protagonistas del Programa la oportunidad de trasladar cualquier sospecha de fraude o conductas que no se ajusten a las Bases Reguladoras del Programa.

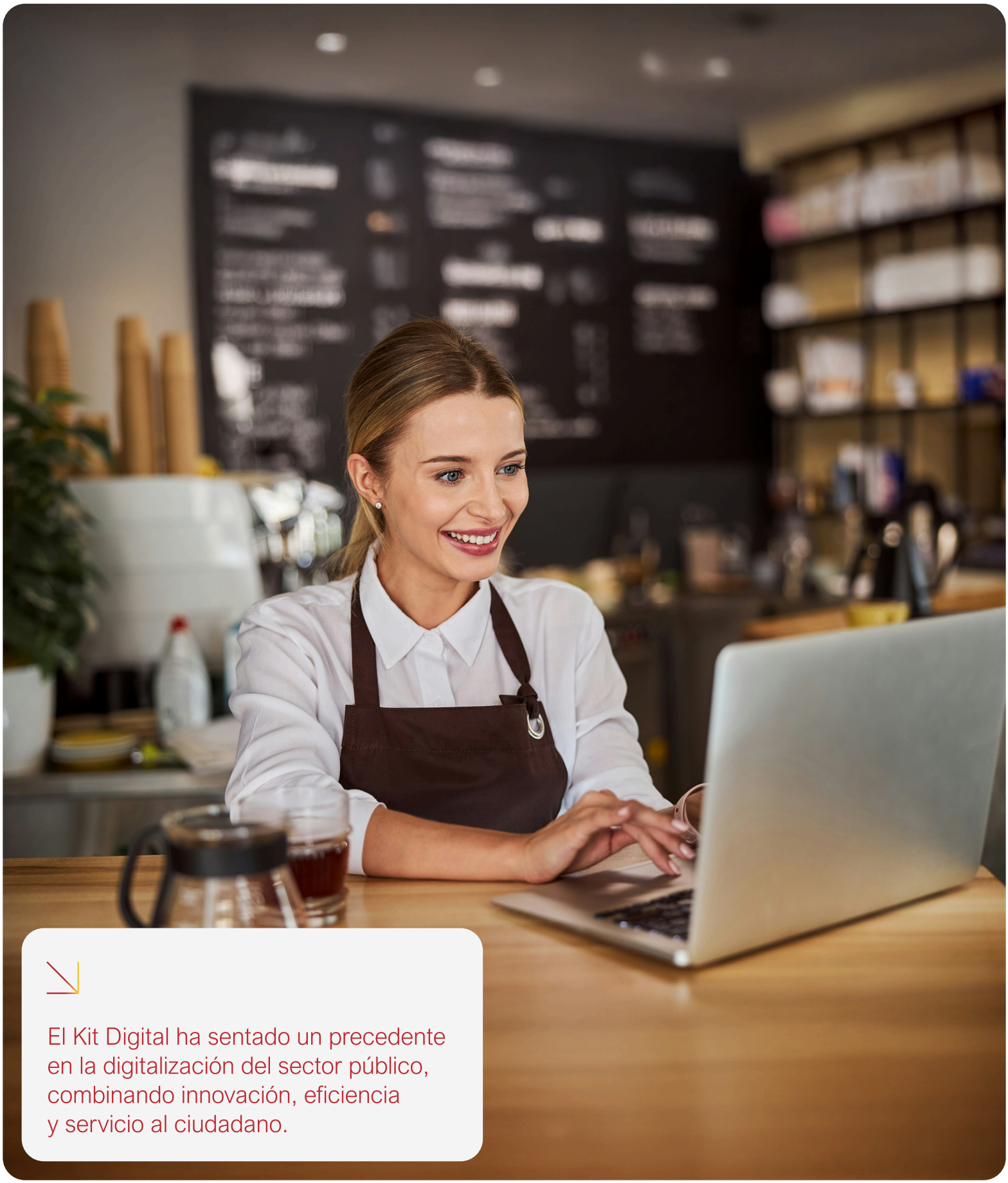
  De esta manera, se ha fomentado una cultura de colaboración y vigilancia ciudadana, permitiendo a Red.es y a las autoridades competentes actuar de manera oportuna y eficaz en la detección y resolución de posibles irregularidades. Este mecanismo no solo ha reforzado la confianza en el Programa, sino que también ha garantizado que las ayudas lleguen a quienes realmente las necesitan, contribuyendo al éxito y la sostenibilidad del Kit Digital.

- **Oficina de Control del Fraude:** Red.es ha establecido un sistema integral de prevención y detección del fraude dentro del Programa. Este enfoque innovador ha permitido identificar, analizar y hacer seguimiento de posibles casos de fraude, contribuyendo al correcto desarrollo del Programa y reduciendo considerablemente los números de procedimientos de pérdidas de derecho al cobro, reintegros o denuncias.

  Además, Red.es colabora estrechamente con entidades externas, como la Fiscalía Europea, para denunciar y perseguir cualquier transgresión de la normativa, asegurando así la integridad del Programa y su cumplimiento con los estándares legales.

El Kit Digital ha supuesto un desafío sin precedentes en la Administración Pública

05 TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS AAPP



El Kit Digital ha sentado un precedente en la digitalización del sector público, combinando innovación, eficiencia y servicio al ciudadano.

06

IMPACTO MACROECONÓMICO

01 Segmentación sectorial mediante análisis por IAE

Una de las características más significativas del Programa Kit Digital ha sido el impacto que ha tenido su alcance en relación con la actividad económica de sus beneficiarios.

Este hecho se hace patente si se analiza su Impuesto de Actividad Económica (IAE), en concreto, la división sectorial. **En este sentido, el Programa ha sido una de las ayudas pioneras en acercar el uso de las nuevas tecnologías a las PYMEs de sectores económicos con un menor nivel de digitalización, como el sector agrícola o el sector de la construcción.**

Desde el inicio del Programa, se han conseguido implementar los diferentes tipos de soluciones a PYMEs de los sectores económicos que sufrían un mayor riesgo por falta de digitalización. En el Informe Digital Economy and Society Index (DESI) del año 2022, se pueden ver reflejados los sectores económicos que se encuentran a la cola en cuanto al uso de nuevas tecnologías. Este grupo está constituido por los sectores: agrícola y ganadero, construcción, transportes y comunicaciones e industrias manufactureras.

En relación al Programa, un 27,6% de los acuerdos de digitalización firmados se han llevado a cabo por empresas de estos sectores económicos menos digitalizados, comportando también un 26,8% del total de beneficiarios. Según los registros de la Base de Datos Nacional de Subvenciones (BDNS), más la mitad de las PYMEs beneficiarias del Kit Digital que forman parte de los sectores económicos menos digitalizados únicamente han recibido la ayuda proporcionada por este Programa. Por esta razón, se puede concluir que, de manera general, el Programa Kit Digital ha podido llegar a un número considerable de PYMEs de los sectores menos digitalizados que no habrían recibido ninguna ayuda, según datos registrados en la BDNS.

Como se puede ver en el gráfico 6.1, de este grupo de sectores económicos identificados con un bajo nivel de digitalización, el que más se ha beneficiado por las ayudas del Programa Kit Digital ha sido el sector de la construcción, con casi un 11% de los acuerdos firmados, respecto al total de acuerdos firmados durante el Programa. Además, el sector de transportes y comunicaciones ha firmado más del 6,38% del total de acuerdo; y los profesionales relacionados con otras industrias manufactureras, más de un 4,92%. Por último, las PYMEs pertenecientes al sector que engloba las actividades agrícolas y ganaderas han firmado casi un 5,27% de los acuerdos totales.

Entre los sectores menos digitalizados, el sector de la construcción es el más beneficiado por las ayudas del Programa Kit Digital

Gráfico 6.1

Proporción de acuerdos firmados por sector económico del beneficiario →

División	Proporción acuerdos
Construcción	**11%**
Transportes y comunicaciones	**6,38%**
Otras industrias manufactureras	**4,92%**
Agricultura y ganadería	**5,27%**

06 IMPACTO MACROECONÓMICO



Una de cada 7 PYMEs pertenecientes al sector de la construcción, de transportes y comunicaciones o de industrias manufactureras ha sido beneficiaria del Programa. Por otro lado, un 14,73% de las PYMEs pertenecientes al sector agrícola y ganadero también son beneficiarias.

Aunque a priori puede parecer un dato menor, cabe destacar que el Kit Digital ha logrado llegar a un número considerable de empresas pertenecientes a estos sectores primarios, que son actividades con una mayor necesidad de digitalización y una desactualización de las nuevas tecnologías. En este sentido, el Programa Kit Digital ha significado una ayuda crucial para las PYMEs menos digitalizadas en España, implicando que las empresas que realizan actividades que se asociarían a un nivel de digitalización limitado lleguen a tener acceso a un servicio que les proporciona herramientas actuales y cercanas a las nuevas tecnologías, logrando un mayor desarrollo de las actividades de los sectores primarios.

A través de los datos disponibles en el informe Cifras PyME publicado en enero del 2024 por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y de datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), es posible comparar la distribución de acuerdos y de beneficiarios del Programa respecto la realidad de las PYMEs españolas en la actualidad.

En general, se mantiene la proporción de PYMEs pertenecientes a cada sector económico en la distribución de beneficiarios del Programa y en los datos totales de España. En este ámbito, se destaca el sector de seguros, actividades financieras y alquileres, que tiene una presencia relevante dentro del Programa, englobando a más de un 23% de los beneficiarios totales del Programa. En cambio, el número de PYMEs españolas que se identifican dentro de este grupo de actividades económicas suponen un 16% respecto del total, dato que confirma un cierto impacto de la ayuda en este sector.

El Programa Kit Digital ha tenido un gran impacto en perspectiva del total de PYMEs registradas en España.

En grandes números, más de un 22% de las PYMEs españolas han sido beneficiarias del Programa Kit Digital; esto significa que se ha conseguido ayudar a más de 1 de cada 5 PYMEs españolas a través de las soluciones ofrecidas por el Programa. Aproximadamente la mitad de los acuerdos firmados han sido por PYMEs pertenecientes a los sectores económicos del comercio y la hostelería y de los seguros, finanzas y alquileres, reforzando la digitalización de las PYMEs de los sectores económicos predominantes en España. En particular, se destaca que más de 1 de cada 4 PYMEs que realizan actividades económicas relacionadas con los seguros, finanzas y alquileres, son beneficiarias del Kit Digital.

Gráfico 6.2

Comparación empresas beneficiarias del Programa con el total de PYMEs en España para los sectores menos digitalizados

→

Sector	Beneficiarios PKD	PYMEs en España	Porcentaje beneficiarios
Construcción	80.436	381.937	21,06%
Transportes y comunicaciones	45.695	189.505	33,56%
Otras industrias manufactureras	33.675	136.152	17,77%
Agricultura y ganadería	41.803	283.833	14,73%
Total sectores menos digitalizados	**204.609**	**991.426**	**20,63%**
Total (Todos los sectores)	**755.251**	**3.202.717**	**23,58%**

07

IMPACTO TERRITORIAL

01 Ámbito rural - urbano

Uno de los hitos del Programa Kit Digital ha sido su amplio alcance a nivel territorial, que se ha visto reflejado en la procedencia geográfica de los beneficiarios del Programa. Desde su inicio, se han conseguido implementar soluciones de digitalización a las PYMEs procedentes de las diferentes zonas del estado, desde las áreas más interiores hasta los archipiélagos, sobresaliendo el alcance del Programa, llegando con un número considerable de acuerdos, en las provincias de la región conocida como "España vaciada".

A la España vaciada pertenecen las provincias que eligen a 5 o menos diputados para su representación en el Congreso de los Diputados. Principalmente, estas provincias se caracterizan por haber sufrido un movimiento demográfico de emigración durante el éxodo rural de medianos del siglo XX. Actualmente, ninguna de las provincias de la España vacía supera los 700.000 habitantes y, algunas como Soria, Teruel o Segovia ni tan si quiera llegan a los 200.000.

El número de acuerdos firmados en las zonas de la España vaciada han significado un 21,30% de la totalidad de acuerdos validados por el Programa, comportando que un 21% de los beneficiarios sean procedentes de estas zonas.

Además, el 55% de estos beneficiarios, solamente tienen registrada la ayuda procedente del Kit Digital en la BDNS. Esto significa que más de la mitad de los beneficiarios del Programa de la España vaciada no han tenido ninguna otra subvención y que, por lo tanto, Red.es ha conseguido aportar una solución de digitalización a un gran número de PYMEs que no han recibido otras ayudas.

En base a esto, cabe resaltar que el Kit Digital ha conseguido llegar a **6.018 municipios rurales españoles**, lo que representa un **90,50%** del total de municipios catalogados como rurales. Este alcance se ha logrado mediante el hecho de que el **16,52%** del total de los acuerdos firmados se haya realizado en estos municipios, y con el **16,53%** del total de beneficiarios del Programa. Del total de beneficiarios que han recibido la ayuda del Kit Digital pertenecientes a municipios rurales, un 49,8% no han sido beneficiarios de ninguna otra subvención, según datos registrados en la Base de Datos Nacional de Subvenciones (BDNS).

En cuanto a los municipios rurales pequeños, el Kit Digital ha llegado al **90%** de su totalidad, con la firma de más de **129.000 acuerdos de digitalización** y con el **10,30%** de beneficiarios procedentes de estos municipios respecto el **total** de beneficiarios.

La distribución de las PYMEs beneficiarias del Programa respecto el total de empresas inscritas en España también es un indicador del impacto territorial que ha tenido el Kit Digital.

Por ejemplo, se ha analizado la proporción de beneficiarios en función del total de empresas por cada municipio de España, resultando que 1 de cada 4 PYMEs de municipios rurales son beneficiarias del Kit Digital, mientras que esta distribución disminuye a 1 de cada 5 en los municipios no rurales. Este es otro de los indicadores que confirma el éxito del Programa a nivel territorial, además de su contribución en el desarrollo de la digitalización empresarial en la mayor parte de los municipios españoles, incluyendo los más pequeños.

En resumen, el Kit Digital ha conseguido llegar a un gran número de municipios de toda España, descentralizando los recursos destinados a la digitalización e incluyendo a las empresas de las poblaciones más rurales como beneficiarias de este Programa.

Kit Digital ha conseguido llegar a:

6.018 Municipios rurales Españoles

90,50% Municipios catalogados como rurales

16,52% Acuerdos firmados en estos municipios

16,53% Beneficiarios del Programa

Según la LEY 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural, se define como medio rural el espacio geográfico formado por la agregación de municipios o entidades locales menores definido por las administraciones competentes que posean una población inferior a 30.000 habitantes y una densidad inferior a los 100 habitantes por km2, clasificando, en la actualidad, a 6.649 de los 8.123 municipios españoles como rurales. Se define como municipio rural de pequeño tamaño ese municipio que posea una población residente inferior a los 5.000 habitantes y esté integrado en el medio rural, características que cumplen un total de 6.336 municipios en España.

07 IMPACTO TERRITORIAL

02 Impacto territorial de los ADAs

Una de las razones por la cual el Programa Kit Digital ha tenido la oportunidad de extenderse por la mayoría de los municipios españoles ha sido gracias a la alta y diversa oferta de los servicios de los Agentes Digitalizadores.

En concreto, hay un total de 277 ADAs que ofrecen sus servicios en todas las provincias españolas y en todas las categorías de digitalización, simultáneamente. De media para todas las categorías de solución, un 84% del total de ADAs inscritos en el Programa ofrecen sus servicios en todas las provincias. Esto es crucial para asegurar la llegada en profundidad del Programa Kit Digital a todos los rincones de la geografía española.

Otro resultado destacable en cuanto a la situación territorial de los digitalizadores adheridos al Programa ha sido el número de acuerdos firmados por beneficiarios y ADAs de territorios cercanos, favoreciendo así el comercio de cercanía.

Un 36,5% de los acuerdos validados han sido firmados por ADAs y beneficiarios de la misma provincia y, en concreto, 1 de cada 7 acuerdos de digitalización ha sido realizado entre ADAs y beneficiarios del mismo municipio. Si se analizan los datos referentes a nivel de beneficiarios del Programa, se obtiene que un 39,6% del total de beneficiarios ha firmado algún acuerdo con un ADA de su misma provincia y un 16,36% ha firmado algún acuerdo con un ADA de su mismo municipio.

Además, un 32,24% de los beneficiarios del Programa que pertenecen a municipios rurales han firmado acuerdos con ADAs de su misma provincia y, en concreto, el 4,5% han firmado con ADAs de su mismo municipio, definido como rural.

Aplicándose los filtros de número de habitantes y densidad de población correspondientes, se destaca que alrededor de un 5% de los Agentes Digitalizadores que han participado en el Programa pertenecen a municipios rurales.

Además, también se remarca que más de una sexta parte del total de los Agentes Digitalizadores Adheridos al Programa que han realizado acuerdos, pertenecen a provincias de la España vaciada. **En este sentido, el Programa Kit Digital no solamente ha contribuido en el crecimiento y desarrollo de las PYMEs beneficiarias pertenecientes a las zonas más despobladas de España y con mayor riesgo de no digitalización, sino que también ha favorecido al crecimiento de miles de empresas procedentes de esas mismas zonas, dedicadas a prestar servicios de digitalización.**

03 Segmentación por renta/habitante y ámbito geográfico

A partir de datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre la distribución de la renta de los hogares en España del año 2022, se ha podido realizar un estudio geográfico basado en la renta media bruta de la población residente en cada uno de los municipios españoles donde ha conseguido llegar el Kit Digital.

El objetivo de este análisis ha sido clasificar las diferentes localidades en función de la renta bruta media por persona para poder identificar las zonas económicas más vulnerables de España.
De los 7.500 municipios españoles con beneficiarios del Programa, se ha establecido que los municipios con riesgo económico serán aquellos que presentan un valor de renta bruta media por persona inferior a 11.563€, valor que corresponde al primer decil del total de la muestra. Se identifican también los municipios con mayor calidad de vida de sus habitantes aquellos que tienen una renta bruta media por persona superior al valor del decil 9 del total de municipios, que es de 20.264,4€.

Con estas consideraciones, se pueden identificar los 691 municipios con menor renta y los 691 municipios con mayor renta de España.

El Programa Kit Digital también ha tenido un impacto destacable en la población perteneciente a los municipios con más riesgo de pobreza. En concreto, un 21% de las PYMEs registradas en estos municipios han sido beneficiarios del Programa. Esta proporción de beneficiarios diverge en los datos obtenidos para los municipios con una renta más alta, que corresponde a un 18% de beneficiarios del Programa respecto el total de PYMEs de esas localidades.

En este sentido, se puede destacar que el Kit Digital ha tenido un mayor éxito e impacto en los municipios con una menor renta, beneficiando a las PYMEs pertenecientes a las poblaciones con una renta bruta por persona más baja, a diferencia de las poblaciones destacadas por su riqueza, donde el Programa ha continuado estando presente, pero en menor proporción, dando un mayor soporte a las PYMEs que tendrían más dificultad para adquirir los mismos servicios ofrecidos por el Programa pero de manera independiente.

08

ALINEAMIENTO CON EUROPA

01 Estrategia Digital de la UE

El Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI) proporciona un marco valioso para evaluar el progreso digital de los países de la UE, y esto es especialmente relevante para medir el impacto de iniciativas como el Programa Kit Digital.

Al analizar la conectividad, las habilidades digitales y la integración de tecnologías en las empresas, el DESI ayuda a contextualizar la necesidad y el impacto de programas como el Programa Kit Digital, que buscan impulsar la digitalización de las PYMEs.

El DESI evalúa minuciosamente la "integración de la tecnología digital" en las empresas, un pilar fundamental para comprender el estado de la digitalización empresarial en la Unión Europea.

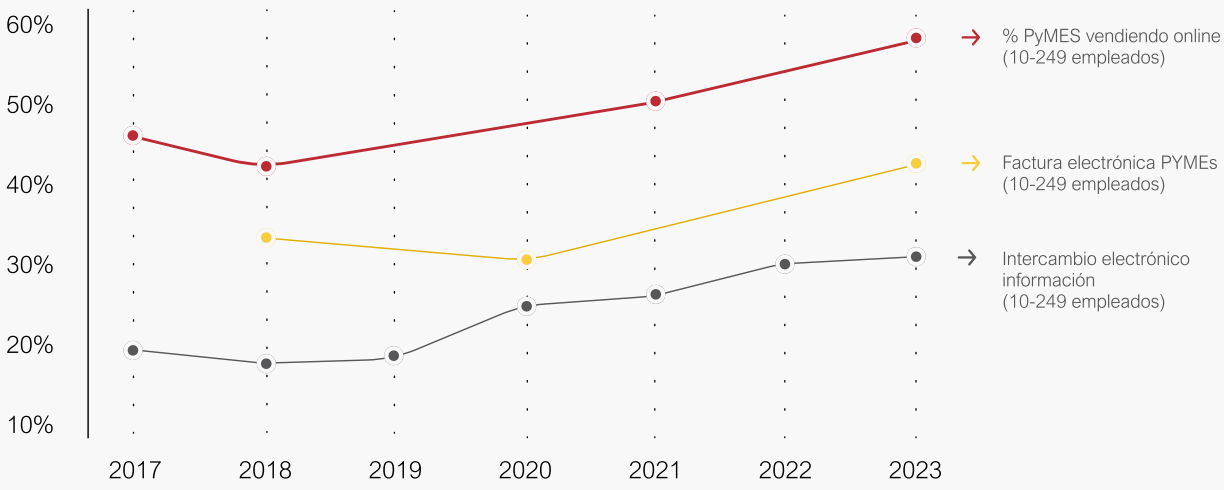
Este apartado analiza la adopción de tecnologías clave como la computación en la nube, el big data y la inteligencia artificial. La información proporcionada por el DESI es vital para evaluar el Programa Kit Digital, ya que permite identificar qué tecnologías están siendo adoptadas con mayor o menor rapidez por las PYMEs, y dónde se necesitan intervenciones para acelerar esta adopción.

El Programa Kit Digital, en este contexto, actúa como un catalizador para cerrar las brechas identificadas por el DESI. Al ofrecer ayudas económicas para la implementación de soluciones digitales, el Programa busca impulsar la adopción de estas tecnologías avanzadas por parte de las PYMEs. De esta manera, mediante el seguimiento de los indicadores del DESI antes y después de la implementación del Programa Kit Digital permite evaluar la eficacia del Programa en la promoción de la digitalización empresarial y en la mejora de la competitividad. Al analizar los datos del DESI, se puede determinar qué aspectos de la presencia en línea y el comercio electrónico han tenido una mayor evolución, y cómo el Kit Digital ha contribuido a mejorar estos aspectos.

El Gráfico 8.1 muestra la evolución de la implementación de diferentes tecnologías según datos del DESI. Se puede ver cómo, a partir de la implementación del Programa Kit Digital , el porcentaje de PYMEs que hacen uso del **comercio online,** con facturación electrónica y que usan sistemas de intercambio electrónico de información **ha evolucionado positivamente con aumentos de más del 10% en 4 años.**

Evolución implementación tecnologías

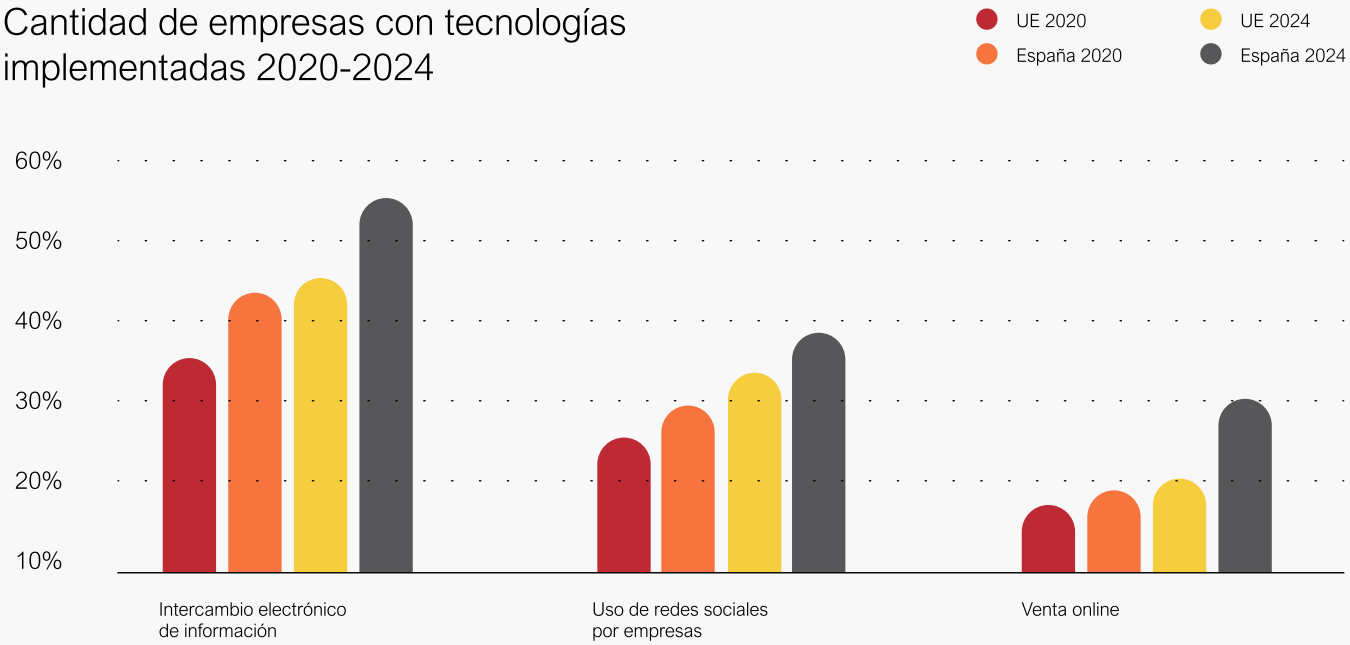
Gráfico 8.1. Evolución de la implementación de distintas tecnologías.



08 ALINEAMIENTO CON EUROPA: ESTRATEGIA DIGITAL DE LA UE

Gráfico 8.2

Cantidad de empresas con tecnologías implementadas 2020-2024



De 2014 a 2022, el **Índice de Economía y Sociedad Digitales (DESI)** resumió los indicadores sobre el rendimiento digital de Europa y realizó un seguimiento del progreso de los países de la UE. A partir de 2023, y en consonancia con el Programa de Política para el Decenio Digital 2030, el DESI se integra en el informe sobre el estado de la Década Digital y se utiliza para supervisar el progreso hacia los objetivos digitales.

El Gráfico 8.2 muestra la evolución de la implementación del uso de tres tecnologías en España y el promedio de la UE entre 2020 y 2024. Se observa una tendencia general de crecimiento en la implementación de estas tres tecnologías tanto en la UE como en España entre 2020 y 2024. En "Intercambio electrónico de información", España ya superaba ligeramente a la UE en 2020 y esta diferencia se amplía en 2024, mostrando una mayor adopción de esta tecnología por parte de las empresas españolas. En cuanto al "Uso de redes sociales por empresas", la UE presentaba un porcentaje inferior de implementación en 2020. En 2024, esta diferencia se mantiene, creciendo de forma similar la implementación de esta tecnología para ambos casos de estudio. Finalmente, en "Venta online", tanto la UE como España muestran un crecimiento notable entre los dos periodos, aunque es destacable su adopción en España, donde partiendo de un nivel ligeramente superior en 2020, experimenta un crecimiento 5 veces superior al de la media de la UE, indicando una rápida adopción del comercio electrónico.

En relación con el Programa de Kit Digital, este gráfico subraya la importancia de la digitalización como uno de los ejes clave del plan. El incremento en la adopción de tecnologías como el intercambio electrónico de información, el uso de redes sociales para la actividad empresarial y la venta online, tanto a nivel europeo como especialmente en España, refleja un avance hacia la transformación digital del tejido empresarial.

Estos datos pueden utilizarse para contextualizar y justificar las inversiones y reformas contempladas en el PKD destinadas a impulsar la digitalización de las empresas, especialmente las PYMEs, que a menudo presentan mayores desafíos en la adopción tecnológica. El análisis comparativo entre la UE y España permite identificar las áreas donde España ha avanzado más rápidamente.

El Informe para la Década Digital sobre España de 2024 menciona la contribución de España al objetivo de digitalización de PYMEs de la UE con un ritmo de crecimiento del 0,7% anual. En este contexto, el Programa Kit Digital emerge como una herramienta fundamental para impulsar la digitalización de las PYMEs españolas y acercarse a los objetivos de la Década Digital de la UE. La ampliación del Programa Kit Digital con la incorporación de soluciones de inteligencia artificial y el lanzamiento del 'Kit Consulting' reflejan la estrategia del país para no solo aumentar la digitalización básica, sino también fomentar la adopción de tecnologías avanzadas en el tejido empresarial, reconociendo el impacto multiplicador que la digitalización de las PYMEs tiene en la economía general de España.

09

COMUNICACIÓN

01 Estrategia

Red.es ha diseñado y ejecutado una estrategia de comunicación acorde con un programa de las características de Kit Digital. Una iniciativa de gran envergadura y dirigida a un público significativamente numeroso. Se ha segmentado en varias fases, cada una con un enfoque específico:

- Creación de marca y posicionamiento.
- Refuerzo informativo con contenidos dedicados.
- Cuidado de la reputación y generación de confianza.
- Balance del Programa.

Por ello, desde la puesta en marcha del Programa Kit Digital se ha velado por la ejecución de una comunicación estratégica e innovadora para alcanzar el mayor volumen de difusión y llegar a un *target* concreto en cada fase.

En Red.es hemos implementado una estrategia de comunicación integral para Kit Digital, centrada en la difusión, visibilidad y adaptación de contenidos al ciclo de vida del Programa. La estrategia ha sido flexible y basada en datos cualitativos y cuantitativos. La estrategia se ha fundamentado en los siguientes pilares:

Comunicar de una manera cercana, comprensible, directa y segmentada

- **Asegurar la identificación del Programa Kit Digital** como una iniciativa del Gobierno de España gestionada por Red.es en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.
- **Maximizar su alcance y difusión** según las especificidades de cada convocatoria, manteniendo la coherencia y unidad de los mensajes en función del público objetivo y la evolución del ciclo de vida del Programa.
- **Estrecha colaboración público-privada** a través de los colaboradores para amplificar el mensaje, aumentar su capilaridad y homogeneizar el mensaje lo que ha permitido un mayor calado y transmisión del mismo.
- **Escucha activa continua.** La adecuación de la estrategia de comunicación según las necesidades percibidas en los segmentos de los públicos objetivos, a través de la escucha activa en redes sociales, eventos, medios de comunicación y otros canales disponibles.
- **Mantener la coherencia, cohesión y unidad de los mensajes comunicados** en función de los segmentos de públicos objetivos, tanto a nivel de contenido como en los canales y soportes utilizados. Para ello, hemos mantenido una estrecha relación con los colaboradores y hemos monitorizado el relato utilizado en cuanto la imagen, los logos, la atribución, entre otros aspectos, cuando el Programa es mencionado, descrito, aludido o utilizado tanto interna como externamente.
- **La segmentación de los mensajes** - en relación con los públicos objetivos, teniendo en cuenta que cada una de las convocatorias van dirigidas a una tipología diferente de empresa
- **La multicanalidad**, con protagonismo de los canales y entornos digitales.

09 COMUNICACIÓN

Esta estrategia fue concebida desde su diseño para impactar en cada segmento del público objetivo con mensajes adaptados a sus características diferenciales, mediante una comunicación omnicanal y una intensa colaboración público-privada. Una labor alineada y en consonancia con su naturaleza como “proyecto de país".

Las acciones de comunicación desarrolladas se han estructurado en dos ejes principales:

- **Relaciones externas orientadas a maximizar la capilaridad:** Se ha colaborado con diversos organismos públicos y privados —como consejos, cámaras y colegios profesionales, asociaciones sectoriales— con el objetivo de ampliar el alcance y el calado del mensaje.
- **Canales de comunicación alineados con los segmentos del público objetivo y con la naturaleza del contenido a difundir:** **Entre las acciones más destacadas se incluyen** la organización de eventos, la relación con medios de comunicación, el lanzamiento de campañas publicitarias y **la difusión de contenidos a través de portales web, redes sociales, correo electrónico y envíos postales.**

Entre las principales acciones llevadas a cabo, se ha realizado una gira de jornadas informativas en formato híbrido (presencial y online), para acercar el Programa a las PYMEs y agentes digitalizadores de todas las regiones de España. Eventos *call to action*, retransmitidos en directo vía *streaming*, que también pueden verse en el canal *Youtube* de la entidad con más de 30 paradas visitando así todas las comunidades autónomas, incluyendo las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

Además, cabe destacar que, como parte de la estrategia de comunicación, desde Red.es se ha puesto en marcha una red de colaboradores para la difusión del Programa, con los que se han mantenido y se mantiene un contacto continuo, con el objetivo de asegurar la coherencia y homogeneidad de los mensajes relacionados con Kit Digital, además de conservar la actualización constante de los datos.

Se ha elaborado también una estrategia digital específica para la difusión en redes sociales, basada en datos reales, segmentación de los públicos, además de la elaboración, adecuación de contenidos y mensajes dirigidos a las diferentes audiencias.

Desde la puesta en marcha del programa Kit Digital se ha velado por la ejecución de una comunicación estratégica e innovadora para alcanzar el mayor volumen de difusión y llegar a un target concreto en cada fase.



09 COMUNICACIÓN

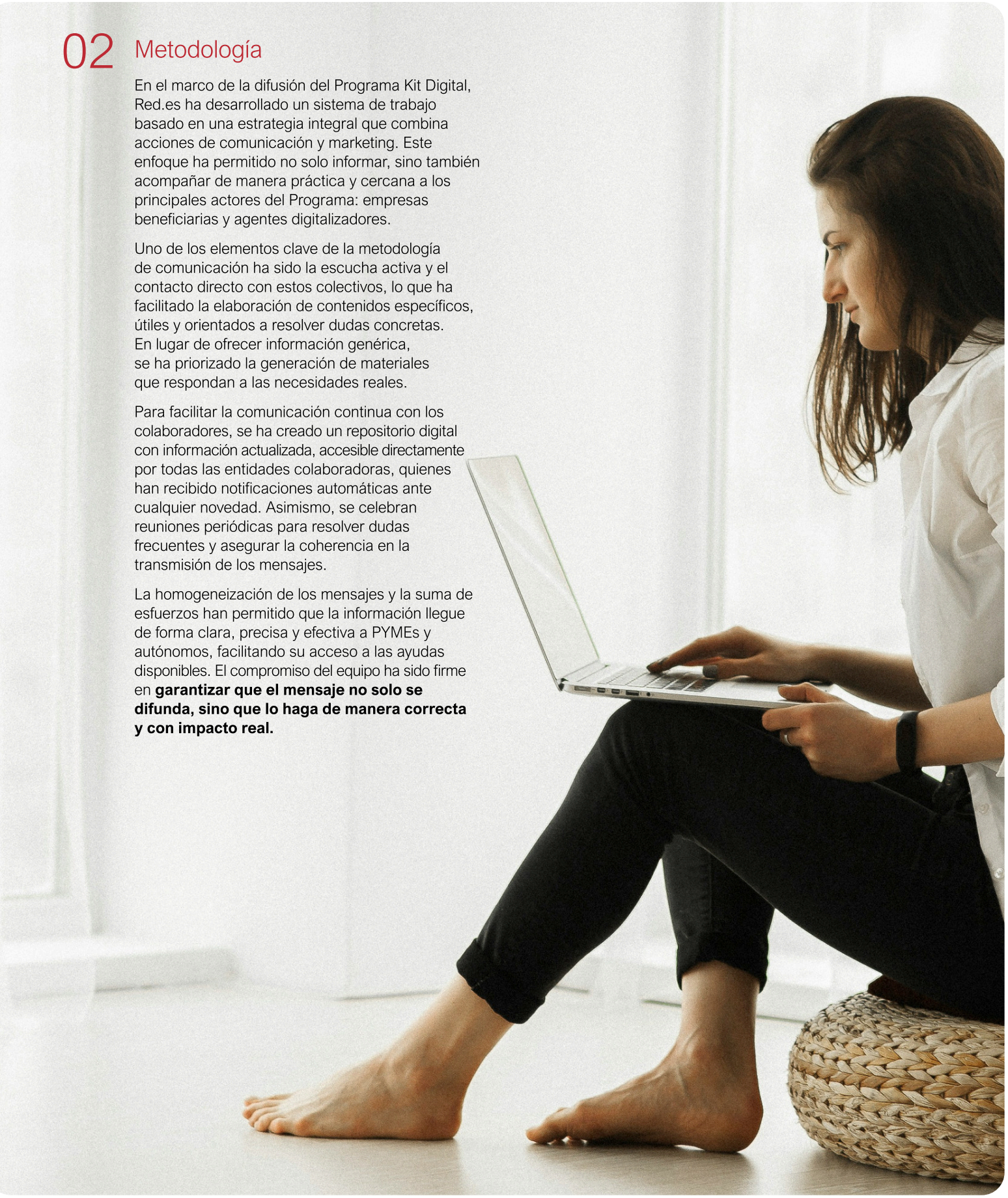
02 Metodología

En el marco de la difusión del Programa Kit Digital, Red.es ha desarrollado un sistema de trabajo basado en una estrategia integral que combina acciones de comunicación y marketing. Este enfoque ha permitido no solo informar, sino también acompañar de manera práctica y cercana a los principales actores del Programa: empresas beneficiarias y agentes digitalizadores.

Uno de los elementos clave de la metodología de comunicación ha sido la escucha activa y el contacto directo con estos colectivos, lo que ha facilitado la elaboración de contenidos específicos, útiles y orientados a resolver dudas concretas. En lugar de ofrecer información genérica, se ha priorizado la generación de materiales que respondan a las necesidades reales.

Para facilitar la comunicación continua con los colaboradores, se ha creado un repositorio digital con información actualizada, accesible directamente por todas las entidades colaboradoras, quienes han recibido notificaciones automáticas ante cualquier novedad. Asimismo, se celebran reuniones periódicas para resolver dudas frecuentes y asegurar la coherencia en la transmisión de los mensajes.

La homogeneización de los mensajes y la suma de esfuerzos han permitido que la información llegue de forma clara, precisa y efectiva a PYMEs y autónomos, facilitando su acceso a las ayudas disponibles. El compromiso del equipo ha sido firme en **garantizar que el mensaje no solo se difunda, sino que lo haga de manera correcta y con impacto real.**



09 COMUNICACIÓN

03 Colaboradores: Método y comunicación

Desde Red.es, y en el marco del Programa Kit Digital, trabajamos con una amplia red de colaboradores **con el objetivo de amplificar el impacto de la iniciativa. Para ello, Red.es proporciona periódicamente materiales de apoyo —como guías, vídeos, infografías, dosieres y notas informativas— que permiten a estos colaboradores dirigirse a sus respectivos grupos de interés. Esta estrategia no solo contribuye a ampliar la difusión del mensaje, sino que también garantiza la coherencia y homogeneidad de las comunicaciones, logrando así un mayor impacto a nivel nacional.**

¿El objetivo?

Asegurar la llegada de la información sobre el Programa en el territorio y la cohesión de los mensajes que se comunican en lo referente a Kit Digital. Con el objetivo de garantizar un alcance comunicativo efectivo en el territorio y la coherencia en la comunicación de Kit Digital, Red.es ha desarrollado y distribuido diversos materiales de apoyo entre los colaboradores, incluyendo manuales, recursos gráficos, vídeos informativos y guías de uso.

Colaboradores: una alianza clave para llegar al territorio

Estas son las principales instituciones que colaboran con Red.es en la difusión del Programa Kit Digital:

- Cámaras de España
- Consejo General del Notariado
- Consejo General de Gestores Administrativos de España
- Delegaciones de Gobierno
- Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP)
- Colegio de Registradores de la Propiedad, Mercantiles y Bienes Muebles de España (CORPME)
- IFEMA
- COAG
- Fira
- ASAJA
- ATA
- UPTA
- UATAE
- CEAJE
- UPA
- Instituto de Crédito Oficial (ICO)

La colaboración con estas entidades, cuyo ámbito de actuación abarca total o parcialmente el territorio nacional, ha contribuido significativamente a ampliar el alcance de las acciones de difusión y publicidad del Programa.

09 COMUNICACIÓN

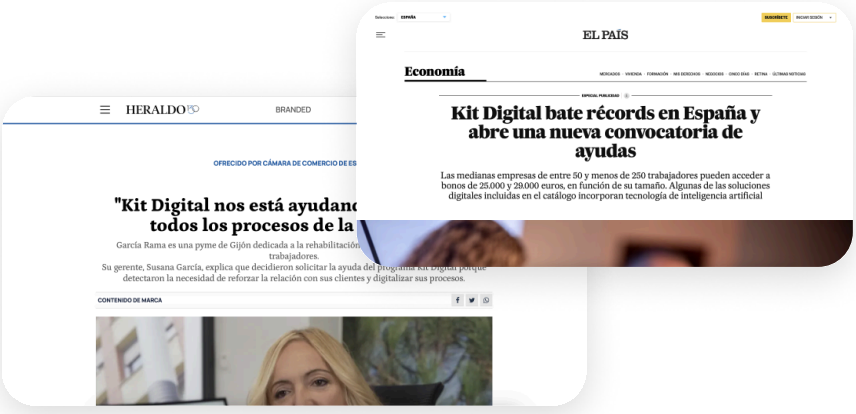
Ⓐ Acciones de difusión: Cámara de España

La colaboración con la Cámara de Comercio ha sido un pilar fundamental en la estrategia de difusión de Kit Digital, aportando una capilaridad territorial que ha facilitado el acceso al Programa a miles de PYMEs y autónomos en toda España.

Esta cooperación institucional entre Red.es y la Cámara de España constituye un ejemplo de colaboración público-privada orientada a resultados, que ha maximizado el alcance del Programa, mejorado la experiencia de los beneficiarios y consolidado una red territorial de apoyo a la digitalización.

Las acciones llevadas a cabo a través de convenio con Cámara de España han sido:

- Se han realizado 49 inserciones de publicidad en medios impresos y digitales anunciado el Programa e informando de la celebración de los encuentros informativos en territorio.
- Se han emitido más de 1.200 cuñas con diferentes información sobre el Programa Kit Digital, sobre todo, para anunciar la apertura de nuevas convocatorias.
- Se han emitido 1.800 microespacios (contenidos locutados de entre 60 y 90 segundos) sobre convocatorias del Programa y testimonios de PYMEs y autónomos hablando de su experiencia.
- Se han publicado, tanto en papel como en digital, 760 branded content con contenidos explicativos sobre el Programa, así como informando sobre nuevas convocatorias y la difusión de testimonios y experiencias de PYMEs beneficiarias.
- Se han elaborado 21 videos de testimonios de PYMEs beneficiarias.
- Se han celebrado 14 foros y mesas de redacción en medios de comunicación.
- Se ha participado en 3 programas especiales y se han publicado más de 2.000 caras de publicidad exterior.
- Y se ha llevado a cabo un evento de presentación con motivo de la publicación de la convocatoria dirigida a medianas empresas.
- Se han realizado 5 entrevistas en programas de radio y menciones en varios podcasts.



→ 49

Inserciones de publicidad en medios impresos y digitales

→ 1.200

Cuñas con diferentes información sobre el Programa Kit Digital

→ 1.800

Microespacios sobre convocatorias del Programa

→ 760

Branded content con contenidos explicativos sobre el Programa

→ 21

Videos de testimonios de PYMEs beneficiarias

→ 14

Foros en medios de comunicación

→ 1

Evento de presentación

09 COMUNICACIÓN

Ⓑ Acciones de difusión: Asociaciones de autónomos, agricultores y empresarios

Red.es mantiene una estrecha colaboración con organismos que representan al colectivo de empresarios, **agricultores, ganaderos** y autónomos/as de España.

Una de estas áreas de colaboración está vinculada al Real Decreto 1024/2022 aprobado el 13 de diciembre de 2022, que regula la concesión directa de subvenciones destinadas a asociaciones de autónomos, agricultores, ganaderos y empresarios. Estas ayudas tienen como objetivo la ejecución de acciones de difusión y acompañamiento en el ámbito de Kit Digital y está dirigida a colectivos específicos como son autónomos/as, pequeños empresarios y agricultores y ganaderos.

En el marco del desarrollo del Programa Kit Digital, y en relación con las medidas contempladas en el Real Decreto que lo regula, diversas organizaciones representativas del ecosistema empresarial y profesional —como ASAJA, ATA, CEAJE, COAG, UATAE, UPA y UPTA— han llevado a cabo una intensa labor de comunicación dirigida a sus respectivos colectivos. Todo ello bajo la coordinación, en lo referente a los contenidos, de Red.es.

Estas entidades han desarrollado de forma autónoma distintas acciones de difusión y sensibilización:

- Creación de una página web o inserción de contenidos específicos y destacados del Programa Kit Digital en el portal de la Entidad.
- Realización de campañas en redes sociales propias.
- Realización de webinars explicativos del Programa Kit Digital.
- Realización de jornadas presenciales de divulgación del Programa Kit Digital.
- Acciones masivas de telemarketing (vía correo electrónico, Whatsapp, etc) usando bases de datos propias de la organización en los términos previstos en la normativa aplicable.
- Elaboración y envío de notas de prensa, así como organización de ruedas de prensa informativas.
- Inserción de contenidos y noticias del Programa Kit Digital en revistas, boletines o newsletters propias o sectoriales especializadas.
- Elaboración de vídeos u otros materiales específicos para el colectivo al que representan para su distribución por canales o medios online propios o medios sectoriales.
- Establecimiento de puntos de información sobre el Programa Kit Digital.
- Impresiones y envíos de material promocional y divulgativo del Programa Kit Digital.

Red.es ha colaborado estrecha y activamente con los departamentos de comunicación de las diferentes entidades validando y orientando los contenidos de difusión del programa. Se ha prestado apoyo y colaboración a estas organizaciones, facilitando la coordinación general del programa y ofreciendo soporte informativo y técnico en aquellos momentos en los que ha sido necesario, siempre con el objetivo de reforzar la coherencia y efectividad de la comunicación.

Gracias a esta colaboración, el Programa Kit Digital ha conseguido una mayor capilaridad y penetración en sectores clave del tejido productivo español, favoreciendo la difusión de sus objetivos entre autónomos, PYMEs, jóvenes empresarios y el sector agroalimentario.

09 COMUNICACIÓN

Ⓒ Acciones de difusión: Delegaciones de Gobierno

A todo lo anterior hay que sumar la labor de coordinación en la difusión y comunicación del Programa con las Delegaciones del Gobierno como otro colaborador más para que Kit Digital llegue a todos los rincones del territorio nacional.

En este sentido, ha habido una colaboración muy estrecha con delegaciones y subdelegaciones de gobierno en el territorio. Desde Red.es se han coordinado todas las acciones de difusión con las delegaciones para aumentar la capilaridad de las comunicaciones realizadas, no solo con la redifusión de notas de prensa sobre hitos concretos del Programa, sino haciendo extensivos todos los materiales del Programa para ramificar de forma coordinada y unificada tanto la comunicación como el mensaje.

Se han elaborado contenidos específicos con datos territorializados en cada una de las comunidades autónomas y se han atendido las peticiones de cada una de ellas, facilitando datos del Programa en territorio y proporcionando casos de éxito para su difusión en la zona.

Ⓓ Acciones de difusión: Resto de colaboradores

Uno de los factores clave en el éxito del Programa Kit Digital ha sido la colaboración activa con diversas entidades, con el objetivo de acercar la iniciativa a sus beneficiarios, simplificar los trámites administrativos y garantizar la seguridad jurídica del proceso. En este marco, se han suscrito convenios de colaboración con distintas organizaciones además de las mencionadas anteriormente. Y para potenciar la efectividad del Programa, Red.es proporciona de forma periódica materiales de apoyo —como guías, vídeos e infografías— que facilitan a las entidades participantes la comunicación clara y eficaz de la iniciativa a sus respectivos grupos de interés.

Asimismo, cabe destacar el papel clave de los agentes digitalizadores: más de 11.000 empresas especializadas en transformación digital cuya labor ha sido determinante tanto en la difusión como en la implementación del Programa.

Cámara de Comercio de España

Consejo General del Notariado y Colegios de Notarios

Consejo General de Gestores Administrativos de España

Colegio de Registradores de la Propiedad, Mercantiles y Bienes Muebles de España (CORPME)

Instituto de Crédito Oficial

IFEMA - Feria de Madrid

Fira Barcelona

09 COMUNICACIÓN

04 Resultados de campañas

Ⓐ Publicidad Institucional. Campañas estratégicas para maximizar el alcance

Además de la difusión orgánica, Red.es ha sido la encargada de dar a conocer el Programa Kit Digital entre los ciudadanos a través de una campaña de publicidad en medios de comunicación y otros soportes.

→ **Objetivos**

La estrategia de comunicación planteada para dar a conocer esta iniciativa partía de un doble objetivo:

1. **Por un lado,** poner en conocimiento de las PYMEs este Programa, en concreto a las pequeñas empresas, microempresas y profesionales autónomos, y generar demanda para la solicitud de estas ayudas para la adquisición e implantación de soluciones de digitalización.

2. **Y por otro, dar a conocer los beneficios de llevar a cabo la transformación digital dentro de las empresas.**

→ **Campaña de publicidad**

Para la consecución de dichos objetivos desde Red.es se realiza una campaña de publicidad dirigida a pequeñas empresas, microempresas y profesionales autónomos, mayores de 35 años.

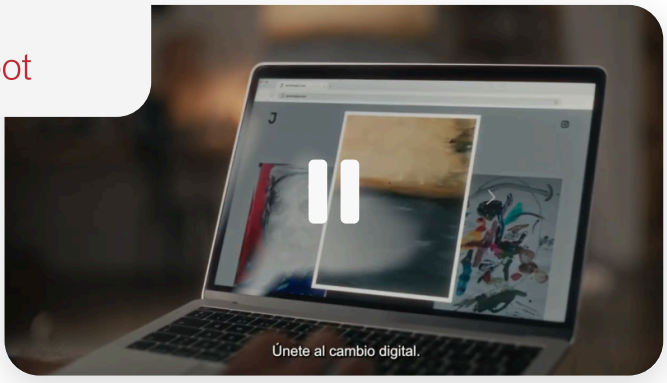
→ **Creatividad**

El claim utilizado en la campaña fue “Únete al cambio digital”, un eslogan que llama a la acción a todos aquellos que, desde sus negocios, están dispuestos a cambiar el presente para mejorar su futuro, uniéndose así a la trasformación que les ofrece este Programa.

Visualmente, las creatividades se centran en la parte humana de la digitalización. La persona es el centro de la comunicación. Los personajes de los spots son siempre los protagonistas en las diferentes **aplicaciones**.



El Spot



09 COMUNICACIÓN

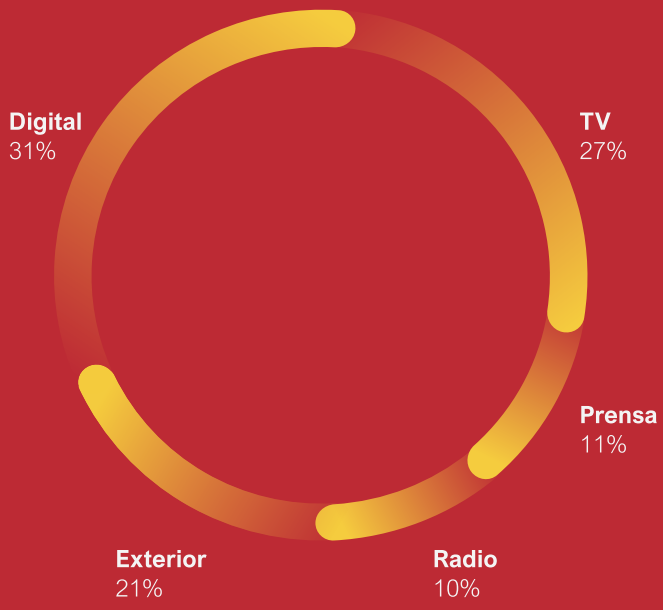
Calendario de difusión (olas)

Esta campaña se ha servido en cuatro oleadas a lo largo de la vida del Programa.

Lanzamiento → 1ª Ola → 2ª Ola → 3ª Ola → 4ª Ola →

1ª Ola	2ª Ola	3ª Ola	4ª Ola
2022 21 nov. a 31 dic.	2023 17 mar. a 2 abril	2023 17 al 29 de oct.	2023 4 al 24 de nov.

Reparto de la inversión



Plan de medios

El plan de medios llevado a cabo tuvo carácter nacional, con especial refuerzo en seleccionar áreas de interés; regiones y provincias donde se encuentra la mayor parte selección de nuestro público objetivo: Pequeñas empresas, microempresas y profesionales autónomos

Utilizando un mix de medios multimedia, con presencia en TV, prensa, radio, exterior y digital-RR.SS, se garantiza el alcance y la visibilidad necesaria para lograr los objetivos de campaña.

Resultados obtenidos

Televisión →
1.521
GRPs

Medios impresos →
274
inserciones en prensa

Radio →
415
cuñas emitidas

Exterior →
17.706
caras publicadas

Digital →
2.220.255
impresiones estimadas

09 COMUNICACIÓN

05 Acciones especiales

A Eventos propios

→ Conexión directa con el ecosistema empresarial

El 25 de noviembre de 2021 se puso en marcha, con una presentación simultánea en Madrid y Barcelona, un ciclo de encuentros informativos itinerantes dedicados al Programa Kit Digital. Desde entonces, se han celebrado 33 eventos en formato presencial y virtual, distribuidos por toda la geografía española.

Estos encuentros tuvieron como objetivo principal:

- → Dar a conocer el Programa Kit Digital.
- → Poner en valor las ventajas de la digitalización.
- → Resolver dudas sobre requisitos, proceso de solicitud, plazos de adjudicación y consumo de las ayudas, tanto para beneficiarios como para agentes digitalizadores.

Las jornadas contaron con la participación de portavoces de Red.es, así como representantes institucionales de las delegaciones del Gobierno, gobiernos autonómicos y entidades locales. Esta colaboración interadministrativa ha permitido una mayor cobertura mediática de los encuentros, con más de 127 medios de comunicación acreditados en las presentaciones.

Red.es ha realizado la labor de coordinación de todos los actores implicados, logrando una amplia difusión del Programa y una respuesta positiva por parte del público objetivo. La resolución de dudas y la atención a sugerencias y consultas in situ contribuyeron a fortalecer el vínculo con uno de los grupos de interés más relevantes: las PYMEs, autónomos y agentes digitalizadores.

→ Estrategia de despliegue territorial

La selección de ubicaciones se realizó atendiendo a criterios como:

- → Concentración empresarial.
- → Número de ayudas registradas.
- → Porcentaje de empresas que aún no habían solicitado la ayuda.
- → Prioridad a destinos sin eventos previos.

Red.es ha recorrido todo el territorio para dar a conocer el Programa Kit Digital, hemos visitado 27 ciudades, hemos estado presente en **24 provincias** durante la gira de encuentros informativos, en todas las Comunidades Autónomas incluyendo las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Esto supone que hemos recorrido más de **13.600 kilómetros** para explicar el Programa a PYMEs, autónomos/as y agentes digitalizadores de todo el país para impulsar la transformación digital de todo el tejido productivo.

A los eventos de presentación han acudido un total de **22.600 personas** de forma presencial y virtual. Para potenciar el alcance de las jornadas y contribuir a incrementar la solicitud de ayudas, se retransmitieron en streaming, y posteriormente a través de plataformas digitales, facilitando así el acceso a la información a aquellos que no pudieron asistir presencialmente. Las reproducciones de dichos vídeos han sumado más de **2,2 millones de visualizaciones.**



Presentación Kit Digital el 22 de marzo de 2023 en Melilla



Presentación Kit digital 23 de marzo de 2023 en Badajoz



Estands informativos en eventos

09 COMUNICACIÓN

→ Contenidos y participación

Además de las presentaciones institucionales, se organizaron coloquios y mesas redondas con profesionales del sector y de la industria digital, quienes compartieron experiencias y buenas prácticas orientadas a promover la transformación digital y la solicitud de los bonos. Asimismo, se han organizado mesas redondas con la intervención de especialistas en transformación digital.

Todas las consultas recibidas —tanto en los eventos como a través del Centro de Atención al Usuario (CAU) — fueron recopiladas y analizadas para adaptar los contenidos informativos y mejorar la comunicación del Programa. Esto permitió ajustar los mensajes en función de las necesidades detectadas en cada fase: solicitud, explicación del Programa, plazos, justificación.

Todas estas cuestiones se han abordado tanto en videos *ad hoc* específicos como en las propias presentaciones y en los estands informativos habilitados en cada uno de los encuentros donde se han atendido **alrededor de 300 consultas.**

Para fomentar la participación en los encuentros, tanto en presencial como online, se ha llevado a cabo multitud de acciones de difusión a través de las redes sociales de la Entidad y todos sus canales digitales, como la web, difusión de los eventos en la plataforma Acelera pyme y a través de acciones especiales en canales digitales.

Con el objetivo de emplear una comunicación cercana y de tú a tú en estos encuentros, sobre todo, en los eventos iniciales, se llevaron a cabo acciones que sirvieron para ampliar el conocimiento de la celebración de estas jornadas. Además, de contenidos específicos publicados en prensa en medios regionales.





Además, de contenidos específicos publicados en prensa en medios regionales

Todo ello ha tenido un impacto y unos resultados que se ven reflejados en los siguientes números:

- → Se han realizado 33 encuentros en 27 ciudades, abarcando 24 provincias y todas las Comunidades Autónomas, incluidas Ceuta y Melilla.
- → Se han recorrido más de 13.600 kilómetros.
- → Han asistido presencialmente 2.562 personas, y 19.585 se han conectado en formato online.
- → Se han generado 33 vídeos con más de 2,2 millones de visualizaciones.
- → Se han recibido alrededor de 300 consultas a través de los más de 100 stands informativos que ha habido en los actos, muchos de ellos, de Cámaras de Comercio territoriales y oficinas Acelera pyme.
- → 127 medios acreditados en todos los actos

Con las acciones de Social Ads se obtuvieron más de 40.000 interacciones, más de 5.000.000 de impresiones, 23.568 clics y un CTR del 85%.

09 COMUNICACIÓN

Además de los 33 encuentros sobre Kit Digital que se han organizado y liderado por parte de Red.es, representantes de la Entidad como el director general y otros directores y subdirectores de direcciones de Red.es han participado en numerosos eventos, *infodays, webinars*, charlas, ponencias y otros formatos para explicar en detalle el Programa y cuya comunicación se ha coordinado entre Red.es y los organizadores.

En total, Red.es ha participado y asistido en alrededor de **300 jornadas o eventos organizados** por entidades colaboradoras o entidades del ecosistema empresarial y digital.

→ **Participación de Red.es en ferias profesionales en IFEMA Madrid**

El compromiso de Red.es con la promoción y difusión de la transformación digital se ha materializado también mediante su participación en alrededor de **40 ferias profesionales** celebradas en IFEMA Madrid entre 2022 y 2023. Estos eventos han supuesto una excelente oportunidad para informar y asesorar a profesionales, PYMEs y autónomos sobre el Programa Kit Digital.

El objetivo de la presencia en estos salones ha sido:

- → Elevar el perfil del Programa Kit Digital mediante una participación destacada en ferias de IFEMA Madrid con el objetivo de generar una sólida conciencia y reconocimiento del Programa.
- → Intensificar la capacidad de movilización del mensaje entre un público objetivo potencial beneficiario del Programa, debido a que se trata de ferias profesionales, principalmente de PYMEs y autónomos/as con el objetivo de informar, explicar y asesorar.

En 2022, Kit Digital estuvo presente en:

ORGANIC FOOD IBERIA	08-09 junio
TECMA	14-16 junio
GLOBAL MOBILITY CALL	14-16 junio
NOMAD	16-18 sept
IINTERGIFT	14-18 sept
DIGICOM	20-22 sept
FRUIT ATTRACTION	04-06 oct
Feria Internacional del Autobús y del Autocar	18-21 oct
SALÓN LOOK	21-23 oct
SIMO EDUCACIÓN	02-04 nov
Accountex España	03-04 nov
VETECO	15-18 nov
SMART DOORS	15-18 nov

En 2023 Kit Digital estuvo presente en:

FITUR	18-22 ene
INTERGIFT	1-5 feb y 13-17 sept
PROMOGIFT	7-9 de feb
Genera	21-23 feb
Meet Attraction	6-8 mar
IBERZOO + PROPET	16-18 mar
Expofranquicia	18-20 may
Eco Living	7-8 jun
Organic Food	7-8 jun
MOMAD	15-17 sept
Fruit Attraction	3-5 oct
LIBER	4-6 oct
Global Mobility Call	24-26 oct
Salón Look	4-6 nov
Acountex	7-8 nov
Climatización y Refrigeración	14-17 nov
Simo Educación	14-16 nov

09 COMUNICACIÓN

→ **Participación de Red.es en ferias especializadas en FIRA Barcelona**

Las ferias han constituido una valiosa plataforma para informar y asesorar a profesionales, PYMEs y autónomos sobre el Programa Kit Digital.

El compromiso de Red.es con la innovación y la transformación digital se ha materializado de forma activa mediante su participación en 10 salones especializados organizados en FIRA Barcelona. Este recinto ferial se consolida como una de las principales plataformas europeas para el impulso de los negocios, la promoción comercial y el fortalecimiento del tejido industrial.

Durante los años 2023 y 2024, el Programa Kit Digital ha estado presente en los siguientes salones celebrados en FIRA Barcelona:

FIRA 2023:

Construmat	23-25 may
Expoquimia	30 may - 2 jun
Alimentaria FoodTech	26-29 sept
Gastronomic Forum	6-8 nov
Smart City Expo	7-9 nov
Piscinas & Wellness	27-30 nov

FIRA 2024:

BCN Wine Week	5-7 feb
B-TRAVEL	15-17 mar
Gastronomic Forum	4-6 nov
Smart City Expo	5-7 nov

Para maximizar la difusión del Programa, se implementó una planificación digital, aprovechando la web y las redes sociales de dichas ferias. Adicionalmente, la participación en ferias como el salón Biz Barcelona, ha permitido presentar casos de éxito y colaboraciones beneficiosas, resaltando así el impacto positivo de Kit Digital en el tejido empresarial y emprendedor.



Estand de Kit Digital en la feria Global Mobility Call. IFEMA Madrid



Estand de Kit Digital en la feria Expoquimia. FIRA Barcelona



Estand de Kit Digital en la feria Gastronomic. FIRA Barcelona

09 COMUNICACIÓN

B Webinars

Uno de los pilares esenciales de la estrategia de comunicación del Programa Kit Digital ha sido el desarrollo de una agenda de webinars dirigidos a empresas beneficiarias, potenciales solicitantes y agentes digitalizadores. Estas sesiones online han representado un canal ágil, accesible y altamente eficiente para la transferencia de conocimiento y la resolución de dudas técnicas en torno al Programa.

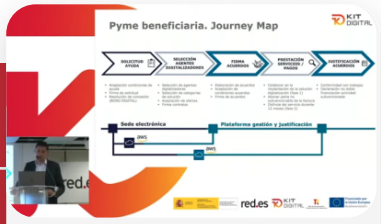
Cada sesión ha sido diseñada en función de los distintos perfiles del público objetivo, adaptando el lenguaje y los contenidos a las necesidades reales del tejido empresarial. Las temáticas abordadas han incluido aspectos clave como el proceso de solicitud del bono digital, la correcta justificación documental, la elección de soluciones tecnológicas disponibles, y el rol que desempeñan los agentes digitalizadores en el marco del Programa, entre otras temáticas relevantes. Este enfoque temático ha permitido generar un conocimiento práctico orientado a la acción, con un impacto directo en la capacidad de tramitación de las ayudas.

Además, los *webinars* han cumplido una función estratégica adicional: reforzar la percepción de cercanía y transparencia institucional. Asimismo, el carácter asincrónico de los contenidos –gracias a su posterior publicación en plataformas digitales– ha garantizado su reutilización, ampliando su alcance y utilidad. En definitiva, los webinars han funcionado como un potente instrumento de formación, divulgación y acompañamiento, que ha sido determinante para el correcto entendimiento del Programa Kit Digital.

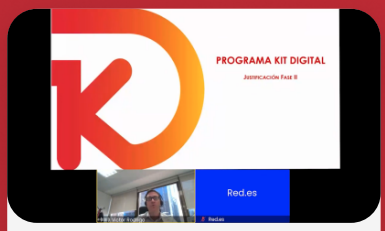
8 Webinars

102.500 Visualizaciones

Título Webinar
Procesos y Claves del Programa Kit Digital - Encuentro Online
Jornada sobre control y cumplimiento normativo Programa Kit Digital (02/06/2022)
Webinar #KitDigital: Aspectos a considerar en las justificaciones y en la fase II
Webinar #KitDigital: Proceso de justificación
Webinar #KitDigital: Aspectos a considerar en las justificaciones y en la fase II
Webinar #KitDigital: Proceso de justificación
Webinar para agentes digitalizadores del Programa Kit Digital (25/01/2023)
Presentación online - Principales modificaciones del Programa Kit Digital



Jornada sobre control y cumplimiento normativo Programa Kit Digital (02/06/2022)



Webinar #KitDigital: Aspectos a considerar en las justificaciones y en la fase II

09 COMUNICACIÓN

Materiales de difusión

Contenido útil, atractivo y accesible

La producción gráfica y audiovisual ha sido un eje estratégico central en la campaña de comunicación del Programa Kit Digital, no solo como vehículo de información, sino también como herramienta de sensibilización y engagement.

Con Kit Digital se han elaborado numerosos contenidos, sobre todo audiovisual, para dar respuesta a las necesidades de los actores clave del Programa en cada momento. Y cumpliendo una máxima del Programa: la facilidad y la agilidad. Facilidad por explicar y desgranar en detalle cada fase del Programa para su mejor comprensión y agilidad porque usar contenidos audiovisuales dinamiza y agiliza su visualización.

En Red.es hemos apostado por una narrativa visual que combina rigor técnico con accesibilidad, generando un centenar de piezas audiovisuales y gráficas que han sido clave para explicar con claridad el funcionamiento del Programa, sus beneficios y su impacto real en el ecosistema empresarial español.

Estos materiales, distribuidos a través de canales digitales y redes sociales, han superado los **2 millones de visualizaciones**, reflejando el interés sostenido por parte del público objetivo y la utilidad de dichos contenidos.

La tipología de materiales ha sido diversa y cuidadosamente seleccionada para responder a distintos momentos del itinerario informativo de la empresa beneficiaria y del agente digitalizador. Por un lado, se han desarrollado vídeos tutoriales con información práctica sobre la solicitud, uso y justificación del bono digital. Estos materiales, breves pero exhaustivos, han contribuido a reducir la complejidad percibida en el proceso administrativo, mejorando la experiencia del usuario y facilitando su acceso y conocimiento de la ayuda.

En conjunto, la apuesta por contenidos visuales ha cumplido una doble función: apoyar la difusión técnica del Programa y consolidar una identidad comunicativa sólida, moderna y orientada a los actores del Programa. La combinación de calidad, claridad y cercanía ha contribuido a generar una comunicación bidireccional, que ha favorecido tanto la pedagogía como la motivación para la solicitud.

Envío postal: 110.000 envíos



09 COMUNICACIÓN

En un primer momento, cuando se produzco la presentación del Programa, se envió una carta informando de la existencia de este. Se mandaron un total de 110.000 cartas.

En todo momento, Red.es ha seguido realizando una comunicación constante y adaptada a cada fase, esto ha llevado a desarrollar numerosos materiales de comunicación tanto para el público objetivo con tono más divulgativo-explicativo como a los colaboradores del Programa con tono más informativo para unificar y homogeneizar mensajes y lograr un mejor y mayor impacto con el objetivo, siempre, de dar a conocer el Programa y resolver dudas.

→ Materiales gráficos y audiovisuales

Se han elaborado manuales de uso de logos y menciones del Programa para colaboradores, *kits* de difusión con todo el material necesario para poder comprender, entender y difundir el Programa. *Kits* que hemos usado con colaboradores, y entidades en territorio interesadas en el Programa. Estos kits contienen creatividades para medios digitales y audiovisuales, dosieres explicativos del Programa y sus convocatorias, infografías, manual de usos correctos y menciones, aplicación de los logos para colaboradores y vídeo-píldoras informativas, entre otros muchos materiales que se han ido adaptando según el momento, la fase y las necesidades detectadas por parte de los actores clave del Programa.

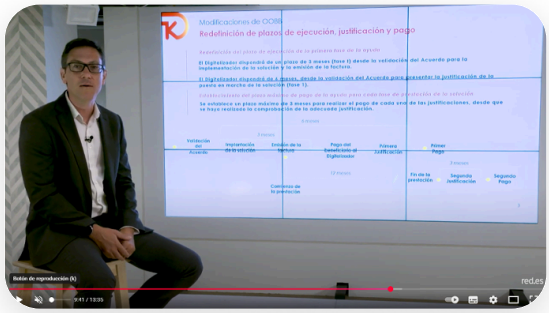


Cartas

Estos son algunos ejemplos de contenidos audiovisuales realizados para su difusión. Se trata de contenidos cuyo eje principal es explicar en detalle cada una de las dudas más frecuentes que han ido surgiendo entre el público objetivo beneficiarios y agentes digitalizadores, ofreciendo una gran cantidad de información, explicadas directamente por los representantes de Red.es.



Creatividad de la 4ª convocatoria del programa Kit Digital



Video explicativo y resolución de dudas de la primera modificación e la Orden de bases



Píldora explicativa sobre cómputo de empleados



Píldoras de cada una de las soluciones de digitalización

09 COMUNICACIÓN

→ **Dosieres y material gráfico: claridad informativa y coherencia visual**

La elaboración de dosieres informativos y materiales gráficos ha desempeñado un papel clave en la estrategia de comunicación del Programa Kit Digital, al proporcionar recursos tangibles y visuales que han facilitado la comprensión de un programa complejo en su estructura, pero con un alto potencial de impacto. Esta línea de trabajo ha tenido como eje principal la simplificación del mensaje sin renunciar a la precisión técnica, garantizando así el acceso equitativo a la información por parte de todo el ecosistema empresarial, incluidos aquellos con menor familiaridad con los procesos administrativos o tecnológicos.

Hemos desarrollado numerosos documentos informativos que han abordado desde la visión general del Programa hasta aspectos específicos como las categorías de soluciones digitales, los requisitos de elegibilidad, la justificación de ayudas o el papel de los agentes digitalizadores. Estos materiales han servido de referencia tanto para las pequeñas y medianas empresas como para los intermediarios institucionales encargados de promover el Programa a nivel territorial.

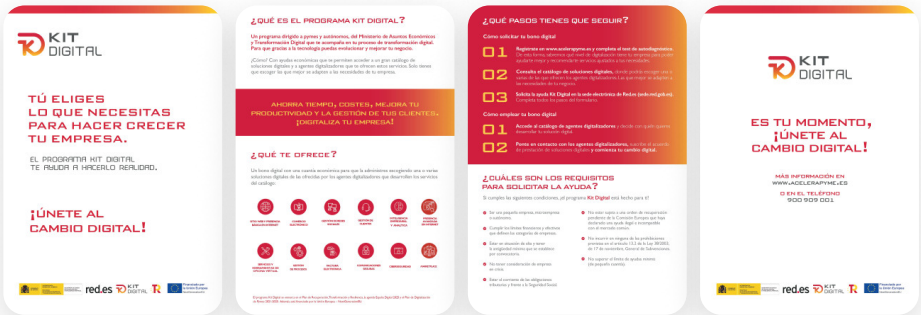
En paralelo, la producción de más de 500 elementos gráficos —entre infografías, banners, carteles, vídeos promocionales y anuncios digitales— ha permitido adaptar el mensaje a formatos ágiles y visuales, esenciales para captar la atención en canales como redes sociales, páginas web o eventos. Estas creatividades han seguido una línea gráfica coherente, moderna y reconocible, que ha contribuido a consolidar la identidad visual de Kit Digital.

Asimismo, se ha facilitado su descarga a través de los *kits* de difusión del Programa, favoreciendo su reutilización por parte de las entidades colaboradoras.

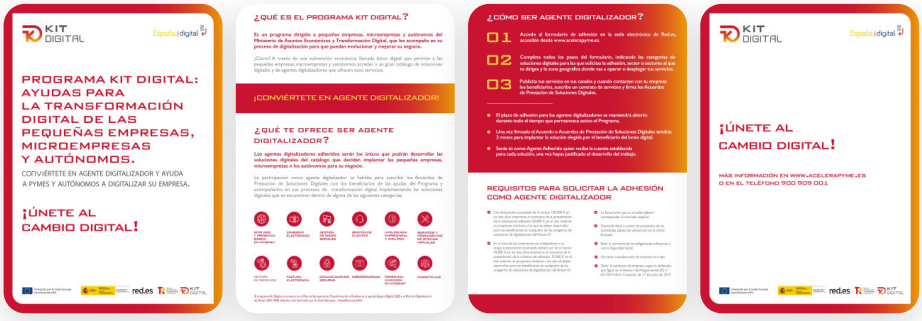
En conjunto, los dosieres y materiales gráficos han funcionado como herramientas fundamentales de apoyo informativo, capacitación y promoción, permitiendo que **el mensaje llegase de forma clara, coherente y eficaz a los millones de potenciales empresas beneficiarias de Kit Digital.**



Dosier de prensa



Guía para PYMEs



Guía para agentes digitalizadores

09 COMUNICACIÓN

→ Mensajes: construcción de una narrativa coherente y eficaz

La definición y despliegue de mensajes clave ha sido un componente estratégico esencial en la arquitectura comunicativa del Programa Kit Digital. Frente a la amplitud del público objetivo y la diversidad de canales utilizados, Red.es ha establecido una matriz sólida que han permitido garantizar coherencia, claridad y unidad en todas las acciones comunicativas, tanto internas como externas.

Cada uno de los mensajes ha sido adaptado en función del canal, el formato y el público destinatario. Así, se han desarrollado versiones específicas para redes sociales, medios de comunicación, *newsletters, webinars,* presentaciones institucionales o piezas audiovisuales. Esta labor ha implicado no solo la producción de contenidos escritos, sino también un riguroso trabajo de revisión orientado a garantizar un tono profesional, cercano y motivador.

Esta coherencia ha sido especialmente relevante en contextos de colaboración con entidades externas, como cámaras de comercio, o asociaciones sectoriales, que han podido incorporar los mensajes clave en sus propias campañas de difusión, asegurando una alineación narrativa a nivel nacional y en territorio.

El enfoque comunicativo ha servido como referencia para portavoces institucionales y personal técnico.



09 COMUNICACIÓN

06 Impactos en medios y valor publicitario

El Programa Kit Digital ha tenido una importante presencia en medios de comunicación. Red.es ha desplegado una estrategia proactiva de relaciones con medios mediante:

- Organización de encuentros y desayunos informativos con medios.
- Coordinación de entrevistas con portavoces institucionales.
- Envío de notas de prensa y materiales divulgativos a periodistas y medios especializados.
- Atención y respuesta a preguntas y proporción de casos reales de pymes beneficiarias del Programa.

Con todo ello, la presencia del Programa Kit Digital en medios de comunicación ha sido clave para amplificar su alcance, consolidar su imagen pública e informar en torno a sus objetivos y beneficios para las pymes y los autónomos/as.

Esta cobertura se ha articulado en torno a una narrativa institucional basada en un leguaje cercano, explicativo y divulgativo para el público objetivo.

La publicación de alrededor de 60 notas de prensa, más de 39 entrevistas, tribunas y reportajes en medios generalistas y especializados ha reforzado el posicionamiento del Programa como motor de digitalización del tejido empresarial español.

Además, se ha logrado una destacada presencia no solo en la prensa nacional, sino en la regional, local y prensa económica y sectorial, lo que ha permitido que los mensajes clave llegaran a todos los públicos y rincones del territorio.

El valor publicitario equivalente de esta exposición mediática se estima en más de 121,8 millones de euros lo que evidencia el elevado interés informativo que ha generado el Kit Digital, así como la eficacia de su estrategia de comunicación orgánica. Este éxito se ha sustentado en dos pilares fundamentales:

- La generación constante de contenidos relevantes y de interés, como nuevas convocatorias, cifras de impacto, entrevistas en medios de todo el territorio y la publicación de casos de éxito.
- La capacidad de Red.es para mantener relaciones fluidas con medios de comunicación a nivel nacional y regional.

→
39
Entrevistas

→
34.8K
Impactos en medios

→
121.8M
Valor publicitario equivalente

→
50.7B
Lectores potenciales

→
59
Notas de prensa enviadas

09 COMUNICACIÓN

07 Casos de éxito. Testimonios de beneficiarios

La estrategia de comunicación de Kit Digital ha incorporado una sólida línea centrada en la difusión de testimonios reales de empresas, autónomos y autónomas contando su experiencia con el Programa.

Estas piezas testimoniales han mostrado de forma directa y cercana cómo el Programa Kit Digital ha transformado procesos, modelos de negocio y capacidades tecnológicas en PYMEs de distintos sectores, distribuidas por toda la geografía nacional. Este enfoque narrativo ha permitido ejemplificar y acercar a otras empresas el proceso completo: desde la solicitud de la ayuda, pasando por la implantación de soluciones digitales, hasta los beneficios concretos obtenidos en su día a día.

No hay mejor manera para comprender el impacto de esta iniciativa que a través de la experiencia de quienes ya la han vivido. Estos testimonios han servido como referencia real y tangible para otras PYMEs mediante ejemplos concretos y verificables de empresas que han experimentado mejoras sustanciales tras implantar las soluciones digitales.

En total, se han facilitado más de **100 casos de éxito** a distintas entidades, medios y para diferentes acciones de difusión. Casos que abarcan distintos sectores de actividad, regiones y segmentos, lo que ha permitido evidenciar la versatilidad y el alcance transversal de las ayudas ofrecidas por Kit Digital. Para ello se han realizado más de **2.000 contactos a empresas** para conocer su experiencia y proponerles compartirla.

La difusión de estos casos se ha realizado a través de múltiples canales —redes sociales, vídeos, reportajes en prensa, entrevistas en programas de radio, asistencia y participación en eventos y mesas de redacción, entre otros — lo que ha permitido incrementar su visibilidad en el territorio y adaptar los formatos a distintos públicos.

→
100
Casos de éxito proporcionados para distintas acciones de difusión.

→
23
Vídeos de casos de éxito

→
+2.000
Contactos realizados

→
+ 4.700
Visualizaciones

09 COMUNICACIÓN

Testimonios. Experiencias en primera persona

Inma Rúa (Socia), Rincón Dos Sentidos (Cenlle, Ourense)

"Intentamos que nuestro cliente, nuestro huésped llegue a convivir con la gente de aquí de nuestro pueblo, y podamos compartir nuestros valores, nuestras tradiciones, nuestros vinos de una forma inmersiva natural y real. Y el hecho de estar en las redes, estar en internet, digitalizar tu negocio al máximo nivel siempre ha sido prioritario para nosotros. Por eso, el hecho de tener una página web propia hace que seas mucho más confiable de cara al cliente, lo que nos ayuda a llegar a los objetivos marcados, ganando tiempo de calidad y automatizando todo el proceso".

José Carlos Romero (Gerente de Distribuciones Hosteleras Torrijos), Torrijos (Toledo)

"Solicitamos Kit Digital porque es una gran ayuda para las empresas que no podemos desarrollar estas soluciones por nuestra cuenta. Nos ha beneficiado en tres aspectos clave: en nuestra página web, ya que nosotros desde nuestro inicio queríamos poder hacerlo; en nuestras redes sociales, ya que nos ha permitido conectar con nuestros clientes; y en ciberseguridad, puesto que nos ha permitido tener una conexión remota a través de la VPN. Recomiendo estas soluciones porque proyectan una imagen moderna y dinámica, y ayudan a las empresas a adaptarse a los nuevos tiempos"

Pablo Esparza (dueño) Bodega Hijos de Pablo Esparza (Villava, Navarra)

"Nuestra bodega ha experimentado evolución en los valores quizás de calidad, de trabajo duro y honestidad, así como en la tecnología que rodea esos valores y que te permite seguir ofreciéndolos a nuestros clientes. Por eso, las empresas tenemos que estar renovándonos constantemente, ya sea desde la labor de I+D+i, desde la relación con el cliente o desde el impulso a una mayor productividad. Por este motivo, cuando conocimos Kit Digital a través de internet, nos dimos cuenta de todo lo necesaria que es la tecnología en procesos como el ERP, la comunicación con clientes o la tienda Online. Los tiempos van cambiando y uno se tiene que adaptar a ellos. Nosotros siempre estamos en una digitalización continua",

Marc Arumí (responsable de Producción), Abellaires Empordanesos (Girona)

"Somos una empresa familiar que se dedica a la producción, venta de miel y otros productos relacionados con la apicultura. Lo que nos atrajo de Kit Digital fue la facilidad de acceder sin tener que avanzar nosotros el dinero. Para nosotros la digitalización era básica para darnos a conocer, y eso lo hemos conseguido gracias a la web, posicionándonos muy bien, y hemos entrado en el mundo del Marketplace. En redes sociales hemos trabajado Instagram, ganando muchos seguidores y haciendo que más personas conozcan nuestros productos. Hemos llevado la esencia de nuestra empresa de 41 años a más personas que sin esta digitalización sería imposible que nos llegaran a conocer".

Santiago Martín Otero (Director Financiero) Diez Siglos de Verdejo (Serrada, Valladolid)

"Nos dedicamos a la producción de vino en la D.O Rueda, con las variedades de Verdejo, Tempranillo y Sauvignon. Somos una empresa que ha apostado siempre por las nuevas tecnologías y el desarrollo del negocio en el día a día. Pero Kit Digital nos ha ayudado a que el proceso sea más rápido y eficaz. Ha mejorado notablemente nuestro día a día. Han sido herramientas que hemos implantado que nos han ayudado a ser más eficaces, a reducir tiempos, costes, y analizar mucho más nuestra empresa. Dónde fallábamos, dónde somos más fuertes… hemos tomado decisiones que nos han ayudado a mejorar nuestro producto final, que es el vino".

Juan Carlos Alted (Responsable de Contabilidad y Finanzas), Seva Calzados S.L (Carrús, Elche)

"Calzados Seva es una empresa familiar especializada en la venta al por mayor de calzado de fabricación nacional. Durante años, nuestro modelo de negocio dependió de los canales tradicionales, pero hoy hemos dado un gran paso hacia la digitalización con la ayuda del Programa Kit Digital. Teníamos una web muy básica y con la ayuda de Kit Digital la hemos mejorado hacia un sistema más orientado al B2B, que ahora constituye nuestra principal herramienta de trabajo"

Gráficas Goyza

"Gracias al impulso de Kit Digital y Kit Consulting, Gráficas Goyza ha dado un paso decisivo en su proceso de modernización, integrando la tecnología en su gestión sin perder el carácter familiar que la ha distinguido durante más de cinco décadas. Esta imprenta de La Manchuela albaceteña, fundada en los años 70, ha conseguido unificar sus sistemas administrativos, automatizar presupuestos y mejorar su relación con los clientes mediante la implantación de un CRM que centraliza la información y optimiza la comunicación. Además, la mejora del posicionamiento web ha reforzado su visibilidad online, atrayendo nuevos clientes y generando oportunidades comerciales que antes eran difíciles de alcanzar. "Con Kit Digital hemos conseguido cosas que por nosotros mismos nos hubiera costado mucho", afirma su gerente, Jesús Zafra, quien destaca cómo la digitalización ha permitido a la empresa trabajar de forma más ágil, precisa y conectada, abriendo la puerta a una nueva etapa de crecimiento donde tradición y tecnología avanzan de la mano."

Totenart

"Gracias al programa Kit Digital, Totenart ha logrado un salto cualitativo en su gestión interna y en su proyección internacional. Esta empresa valenciana, referente en el suministro de materiales para grabado y técnicas de arte seriado desde 1999, ha aprovechado las ayudas del programa para modernizar su sistema de gestión y optimizar los procesos logísticos y administrativos, mejorando notablemente la eficiencia de su equipo. La implantación de nuevas herramientas digitales, como el uso de PDA para la preparación de pedidos y la automatización de tareas repetitivas, ha permitido reducir errores, agilizar los flujos de trabajo y liberar recursos humanos que ahora se destinan a la atención al cliente y al desarrollo de nuevos productos. Además, la digitalización ha impulsado su expansión internacional, especialmente en el mercado portugués, reforzando su presencia online sin perder la esencia artesanal y cercana que caracteriza a la marca. En palabras de su responsable, César Villarreal, "con Kit Digital hemos conseguido optimizar procesos y mejorar los flujos de trabajo internos", alcanzando un nivel de productividad y satisfacción del cliente que marca un nuevo hito en la trayectoria de la empresa."

09 COMUNICACIÓN

08 Canales digitales

Desde su puesta en marcha, el Programa Kit Digital ha desarrollado una estrategia de comunicación digital adaptada de forma constante a las necesidades y perfiles de sus públicos objetivos. **La planificación ha estado marcada por una metodología en fases, basada en la escucha activa, la revisión continua y la orientación al servicio, con el objetivo de garantizar que cada pyme y autónomo potencial beneficiario encontrara información clara, accesible y útil en cada momento.**

Ⓐ Metodología y principios

La estrategia de comunicación digital se ha articulado sobre tres pilares:

- **Conocimiento del público objetivo:** análisis detallado del perfil de beneficiarios y agentes digitalizadores en cada convocatoria.
- **Selección estratégica de canales:** uso coordinado de la web de Red.es y las redes sociales (X, LinkedIn, Instagram y Facebook) como canales principales de información y dinamización.
- **Escucha activa y revisión constante:** coordinación con los Centros de Atención a Usuarios y Agentes Digitalizadores para alinear los mensajes con las dudas y necesidades detectadas en tiempo real.

01 Fase de lanzamiento
Dar a conocer el Programa

En 2022 se activó una comunicación intensiva para presentar el Programa, explicar sus objetivos, plazos y requisitos, y fomentar las solicitudes tanto de PYMEs como participación de agentes digitalizadores.

- Publicación de contenidos informativos en la web de Red.es, con enlaces directos a la plataforma Acelera Pyme como punto central de información.
- Segmentación de contenidos desde el inicio, ofreciendo itinerarios diferenciados por perfiles (beneficiarios y agentes digitalizadores) para facilitar el acceso a la información y la navegación.
- Difusión en redes sociales con mensajes de alcance, piezas gráficas explicativas y vídeos breves que sintetizaban los pasos para solicitar las ayudas y soluciones disponibles.
- Consolidación de una narrativa visual coherente y reconocible, que ha acompañado al Programa desde sus inicios y ha favorecido el reconocimiento inmediato de sus publicaciones digitales.
- Campañas específicas por convocatoria, replicando el esquema de lanzamiento para cada nueva franja de beneficiarios.

02 Fase de consolidación
Atención y acompañamiento

A medida que el Programa avanzaba, la comunicación evolucionó hacia un enfoque de servicio y acompañamiento, reforzando la conexión con el Centro de Atención a Usuarios y Agentes Digitalizadores para atender dudas y necesidades detectadas de manera proactiva.

- Gestión centralizada pero personalizada de consultas en redes sociales, canalizando la atención hacia los canales oficiales de soporte.
- Creación de contenidos orientados a la resolución de dudas sobre procesos clave como la tramitación y, posteriormente, la justificación de las ayudas.
- Implantación de un sistema de monitorización diaria de comentarios y menciones en redes, aplicando escucha activa para adaptar rápidamente los contenidos a las dudas detectadas en tiempo real.
- Publicación de artículos en web para generar tráfico y enlaces hacia los recursos oficiales y documentación de apoyo.

03 Fase de madurez
Visibilización de casos de éxito

Una vez implantado el Programa, la comunicación incorporó un componente inspirador, con el fin de mostrar el impacto real de Kit Digital en los negocios.

- Difusión de ejemplos de PYMEs beneficiarias que habían transformado sus procesos mediante las ayudas, segmentando los contenidos por sectores y tamaños de empresa.
- Evolución del tono, pasando de lo informativo a lo inspirador, con testimonios en vídeo, publicaciones narrativas y storytelling que humanizaron el relato institucional.
- Cobertura digital de eventos en streaming celebrados en distintos puntos de España, que amplió el alcance de los mensajes y generó un archivo audiovisual accesible en línea.

04 Fase actual
cierre de convocatorias y llamada a la acción

En la fase final, la comunicación se ha centrado en reforzar los mensajes de urgencia y oportunidad, para que ningún potencial beneficiario pierda la ocasión de solicitar las ayudas.

- Mensajes claros y directos en web y redes sociales, recordando plazos y requisitos de forma destacada.
- Refuerzo del efecto red mediante la colaboración con entidades públicas y privadas, que han amplificado los mensajes en sus propios canales digitales para llegar a todo el tejido empresarial.

09 COMUNICACIÓN

Ⓑ **Impacto: Resultados y alcance**

Durante estos tres años de recorrido, la comunicación digital del Programa ha alcanzado una gran capilaridad, gracias a:

- Una presencia constante y cohesionada en los canales digitales de Red.es, convertidos en referente informativo para PYMEs y agentes digitalizadores.
- Retransmisiones en vivo por toda España mediante streaming.
- La amplificación de contenidos por parte de colaboradores institucionales y sectoriales.

Datos (aproximados)

Estimación total 2022-2025

→ **1.765**
Nº Contenidos

→ **2.220.255**
Impresiones estimadas

→ **158.850**
Interacciones estimadas

→ **7,2%**
Engagement medio estimado en todo el periodo

** Fórmula: Engagement (%)=Impresiones/Interacciones×100

09 Premios: reconocimiento institucional a la excelencia en comunicación pública

La gestión del Programa Kit Digital ha sido reconocido a nivel nacional por su innovación, impacto y capacidad de movilización social. Entre los galardones obtenidos destacan el Premio Ciudadanía 2024, otorgado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, y el Premio de Internet 2024 a la Transformación Digital, dos distinciones que avalan la excelencia del trabajo realizado por Red.es en materia de divulgación institucional. Un programa premiado por su compromiso con la digitalización.

El trabajo de Red.es ha sido reconocido por su contribución a la transformación digital del tejido productivo español. Estos premios son un reflejo de su convicción con la modernización de PYMEs y autónomos, para una economía más digital, eficiente e inclusiva.

Además, el Programa Kit Digital fue galardonado en los **Premios Aslan 2023** en la categoría de Impulso de la digitalización y productividad. Se puso en valor el esfuerzo de aquellos que contribuyen para avanzar en un nuevo modelo de servicios al ciudadano, más cercanos y eficientes.

Estos galardones han tenido un efecto multiplicador en términos de visibilidad y reputación institucional, posicionando a Kit Digital como una política pública de referencia tanto a nivel nacional como europeo contribuyendo a consolidar buenas prácticas que pueden servir de modelo para futuras iniciativas públicas en el ámbito digital.



09 COMUNICACIÓN

10 Resumen ejecutivo

La estrategia de comunicación del Programa Kit Digital, desarrollada por Red.es, ha sido integral, segmentada y multicanal, con el objetivo de maximizar la difusión, comprensión y participación en el programa de PYMEs y autónomos en todo el territorio nacional. A través de una narrativa cercana y adaptada a cada fase del Programa, se han desplegado acciones presenciales, digitales y colaborativas con entidades públicas y privadas.

Entre los principales datos destacan:

- 33 eventos informativos en 27 ciudades, con más de 22.600 asistentes (presenciales y virtuales).
- Más de 2,2 millones de visualizaciones en contenidos audiovisuales.
- 1.700 publicaciones digitales, con más de 2,2 millones de impresiones y un engagement medio del 7,2%.
- Participación en más de 300 eventos organizados por terceros y 40 ferias profesionales en IFEMA Madrid para explicar el Programa.
- Más de 100 casos de éxito difundidos y 2.000 contactos realizados con empresas beneficiarias.
- Envío de 110.000 cartas postales en la fase inicial del Programa.
- Reconocimiento institucional con premios como el Premio Ciudadanía 2024, el Premio de Internet 2024 y el Premio Aslan 2023.



Esta estrategia ha consolidado a Kit Digital como una política pública de referencia en comunicación institucional, contribuyendo activamente a la transformación digital del tejido empresarial español.

10

SOSTENIBILIDAD E IMPACTO SOCIAL

01 Huella de carbono, reducción de papeles (cálculo medio del uso de papel en otros programas)

El Programa Kit Digital ha apostado por la hiperautomatización y la filosofía de “0 papeles” con el objetivo de facilitar la solicitud de la ayuda y de tener un impacto positivo sobre el medioambiente.

Gracias a la adopción de la digitalización en el Programa Kit Digital, se ha evitado la gestión en papel de más de 14 millones de documentos solo en concesión, agilizando el acceso a las ayudas y reduciendo los trámites administrativos.

02 Impacto de género*

Un 37,9% del total de autónomos beneficiarios del Programa Kit Digital son mujeres. Esto es especialmente relevante ya que según los datos oficiales en España del 2024, solo 36,8% del total son mujeres.

A través del uso de técnicas analíticas e IA, se ha identificado el género de más de 390.000 autónomos y autónomas beneficiarios del Programa, lo que representaría más del 98% del total de autónomos que han recibido la ayuda.

Este dato confirma el impacto positivo del Programa en la lucha contra las desigualdades de género.

Los resultados obtenidos en cuanto a la clasificación de género de los autónomos beneficiarios del Programa, permiten analizar el impacto del Programa en los diferentes aspectos ya expuestos en este informe:

→

19,03%

de los autónomos beneficiarios del Programa que pertenecen a los sectores económicos menos digitalizados son mujeres.

→

34,6%

de los autónomos beneficiarios del Programa que residen en municipios rurales son mujeres.

→

70%

de mujeres autónomas beneficiarias del Programa solamente han recibido la ayuda de Kit Digital, según los datos disponibles en la BDNS. Esto puede observarse en la siguiente gráfica, en la que se detalla también la proporción de beneficiarios del Programa que solamente han recibido Kit Digital.

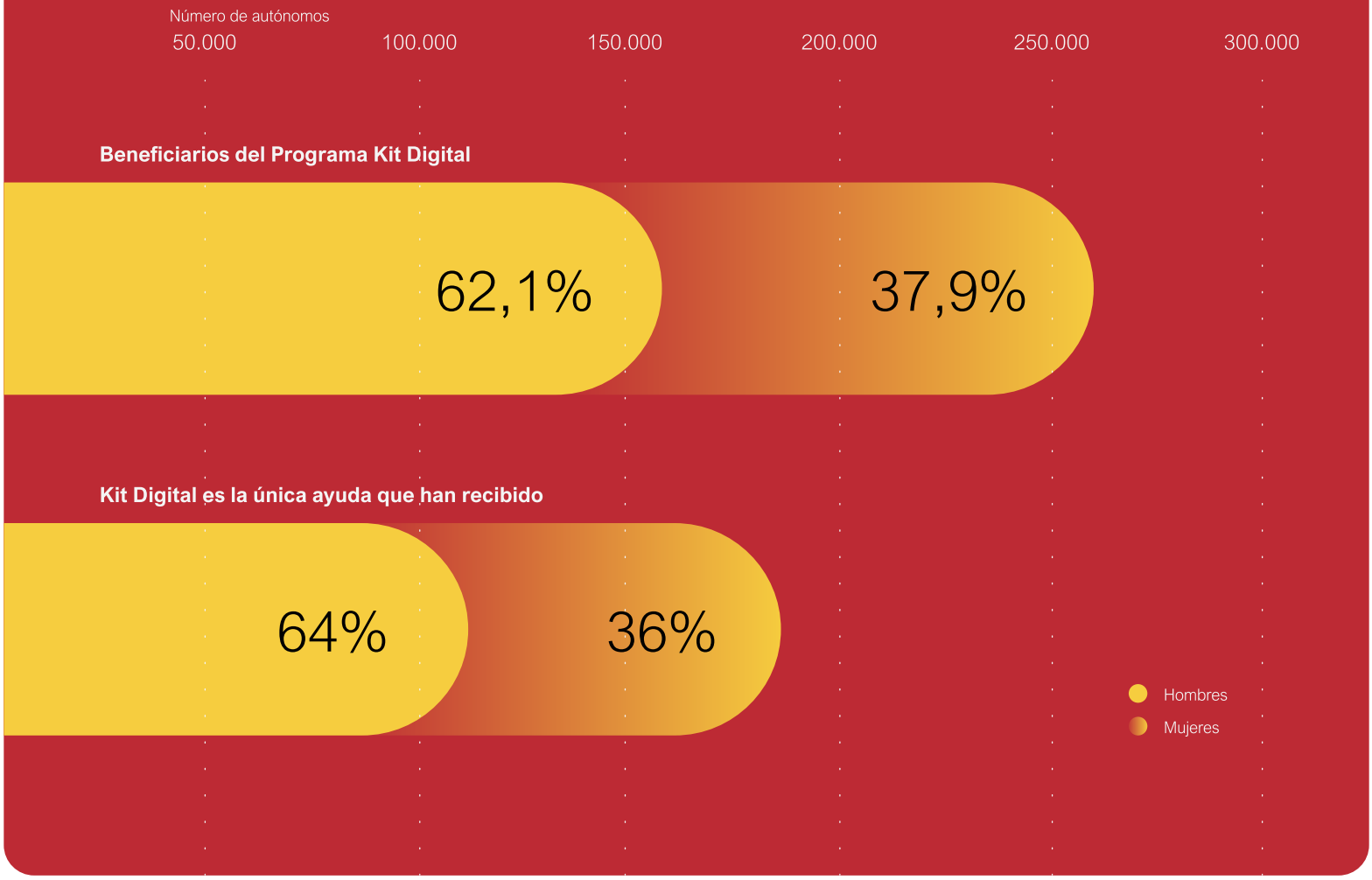
*análisis mediante IA de los firmantes para determinar género del beneficiario y obtener grandes números

10 SOSTENIBILIDAD E IMPACTO SOCIAL

Gráfico 10.1

Autónomos beneficiarios

Distribución de beneficiarios según el género



03 Generación de conocimiento y fomento de talento

El Programa ha tenido un impacto significativo en el fortalecimiento de capacidades y habilidades dentro de las empresas y en la mejora del conocimiento digital de los beneficiarios.

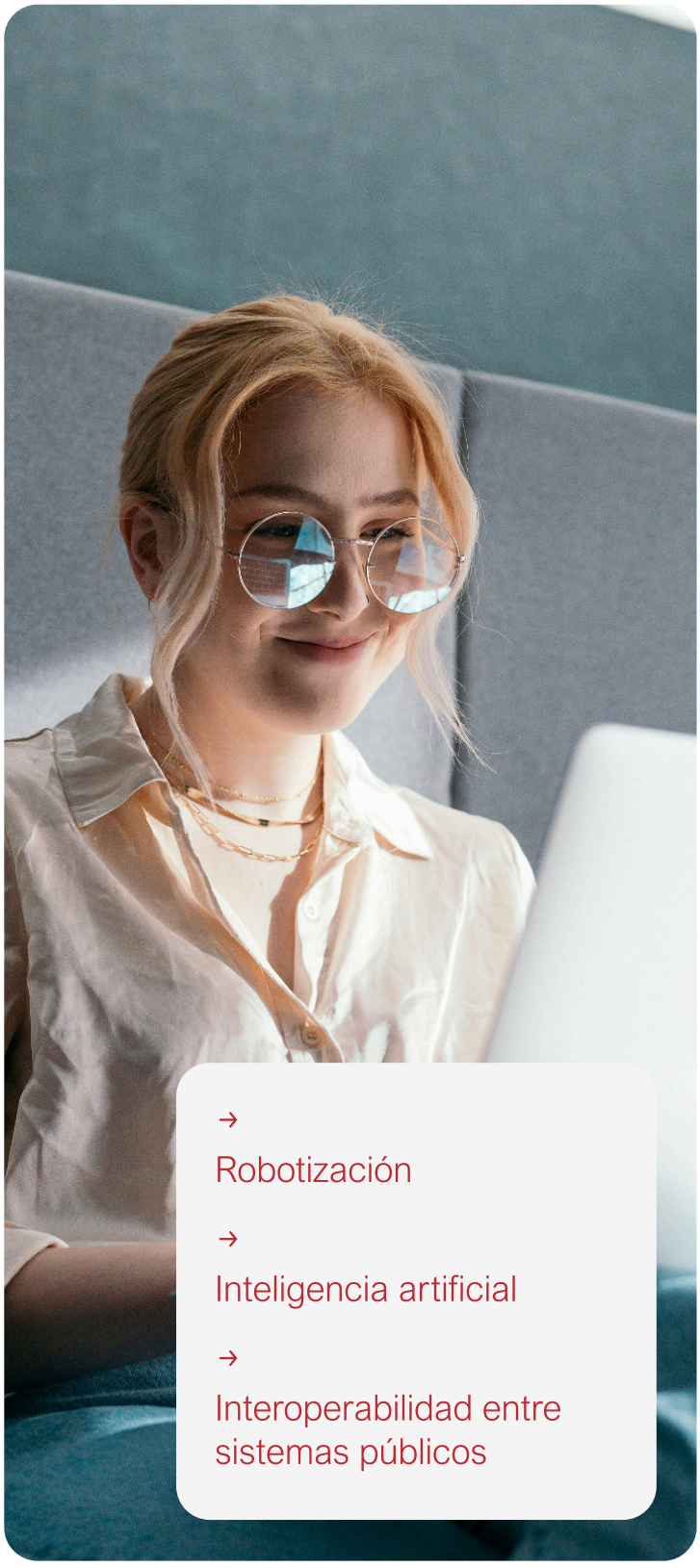
Este impacto se ha logrado principalmente **a través de la capacitación y la formación digital,** ya que el Programa ha ofrecido subvenciones para la adopción de soluciones digitales en PYMEs. Esto ha permitido a muchos beneficiarios fortalecer sus capacidades en áreas clave como el marketing digital, la gestión de proyectos, la ciberseguridad y el comercio electrónico, lo que ha implicado una mejora directa en la formación técnica de los empleados y en la implementación de nuevas tecnologías en sus procesos de trabajo.

Además, el fomento de la digitalización empresarial ha sido otro aspecto fundamental del Programa, ya que al recibir **apoyo económico para digitalizar procesos y herramientas,** muchas empresas han adquirido el conocimiento necesario para avanzar hacia la transformación digital, mejorando así su productividad y competitividad a largo plazo.

Por otro lado, el desarrollo de habilidades digitales ha beneficiado a empresas y profesionales que antes no tenían acceso a formación digital de calidad, permitiéndoles mejorar sus habilidades tecnológicas y adaptarse a los rápidos cambios del entorno digital.

11

LOGROS ALCANZADOS



→ Robotización

→ Inteligencia artificial

→ Interoperabilidad entre sistemas públicos

A la luz del análisis realizado y del recorrido y experiencia ganada del Programa Kit Digital desde su lanzamiento en 2021, puede afirmarse que esta iniciativa, gestionada por Red.es, **ha representado un antes y un después en la gestión de políticas públicas** de transformación digital en España.

Concebido en un contexto de urgencia y alta expectativa institucional, el Programa nació con el firme propósito de **acelerar la digitalización de PYMEs y autónomos,** garantizando una ejecución ágil, masiva e inclusiva de los fondos europeos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Desde su diseño, Red.es articuló un **modelo pionero y ambicioso,** incorporando elementos innovadores en la **gestión pública de ayudas.** Figuras como el Representante Voluntario, el Agente Digitalizador Adherido o los convenios con entidades colaboradoras han permitido cubrir el objetivo principal del Programa: la adopción de soluciones digitales por parte de PYMEs y Autónomos, permitiéndoles mejorar su nivel de madurez digital y optimizar su productividad.

Además de ampliar el alcance territorial, facilitar el acceso de colectivos tradicionalmente excluidos y configurar una estructura de ejecución centrada en el usuario.

Esta innovadora arquitectura institucional ha demostrado ser no solo efectiva, sino **también transferible a nuevos programas**, como Kit Consulting y Bono de Conectividad.

Uno de los pilares fundamentales del éxito del Programa ha sido la automatización avanzada de los procesos administrativos. El uso intensivo de tecnologías como la robotización, la inteligencia artificial y la interoperabilidad entre sistemas públicos ha permitido **reducir los tiempos de tramitación en más del 90%,** eliminar la necesidad de aportar documentación y garantizar un control riguroso sobre el cumplimiento normativo y el uso eficiente de los recursos públicos. Este enfoque ha facilitado la implementación del principio de “cero papeles” y ha contribuido a establecer una nueva relación entre ciudadanía, empresa y administración basada en la confianza, la eficiencia y sostenibilidad.

↘

+90%

reducción de tiempos de tramitación

11 LOGROS ALCANZADOS

01 Desafíos y soluciones aplicadas

Estos logros se han producido en un contexto caracterizado por **enormes desafíos operativos, normativos y tecnológicos.**

El primero y quizás más complejo fue la gestión de una operación masiva sin precedentes: **el diseño de una plataforma capaz** de procesar más de un millón de solicitudes de perfiles empresariales diversos, procedentes de todo el territorio nacional. Ante este desafío se optó por construir una infraestructura cloud multivendor, escalable, resiliente y orientada al autoservicio, que permitió absorber picos de demanda sin comprometer la calidad del servicio.

En paralelo, el Programa se desarrolló bajo **una presión temporal considerable,** dado que debía ejecutar en plazos muy ajustados los fondos europeos asignados. Para responder a esta urgencia, se optó por reutilizar componentes tecnológicos previamente testados y por aplicar metodologías ágiles, lo que permitió acelerar la puesta en marcha sin sacrificar la fiabilidad del sistema.

Otro reto relevante fue la **coordinación interinstitucional.** La interoperabilidad con organismos como la Agencia Tributaria, la Seguridad Social, el Registro Mercantil o el Consejo General del Notariado implicó sortear obstáculos significativos. Se construyó, por tanto, una arquitectura de servicios interoperables que permitió automatizar verificaciones, minimizar errores y garantizar el cumplimiento normativo.

Adicionalmente, se abordaron con firmeza los **riesgos inherentes al fraude y al mal uso de fondos públicos,** mediante un sistema de control preventivo que incluyó la verificación de titularidad real, el cruce de datos con registros públicos, la identificación de apellidos coincidentes y la activación de canales de denuncia. Estos mecanismos se diseñaron para actuar sin ralentizar la tramitación, demostrando que es posible conjugar agilidad y control.

También supuso un **desafío garantizar la inclusión de colectivos con baja madurez digital,** especialmente autónomos en sus primeras etapas o **empresas ubicadas en zonas rurales.** La introducción de la figura del Representante Voluntario, junto con una estrategia de comunicación multicanal, permitió superar esta barrera, logrando que más de **536.000 autónomos** accedieran al Programa, muchos de ellos optando por primera vez a una ayuda pública.

Finalmente, la necesidad de **adaptar constantemente el marco regulador** a nuevas realidades (como la incorporación de medianas empresas o la evolución del catálogo de soluciones con la inclusión de hardware) obligó a Red.es a realizar ajustes normativos frecuentes. A pesar de estas modificaciones, el Programa no perdió coherencia jurídica ni agilidad operativa, lo cual refleja una capacidad de gobernanza sólida y funcional.



11 LOGROS ALCANZADOS

Desde el punto de vista de resultados, los datos son contundentes:

→
65%
de las empresas beneficiarias ha registrado un aumento en su volumen de ventas

→
40%
de las empresas ha aumentado su plantilla

→
+10%
de crecimiento en las empresas

Los datos reflejan no solo una mejora en los indicadores económicos de las empresas, sino también una **evolución en su cultura organizativa**, que ha incorporado la digitalización como un eje estratégico para su desarrollo futuro.

En el ámbito institucional, el Programa Kit Digital ha sido reconocido a nivel nacional y europeo, habiendo recibido distinciones que valoran su capacidad de innovación tecnológica, su enfoque centrado en el ciudadano y su éxito en la implementación masiva. Su alineación con los **objetivos de la Década Digital de la UE y del Plan de Recuperación** ha reforzado su proyección internacional, abriendo la puerta a procesos de cooperación institucional y transferencia de conocimiento con otras administraciones públicas europeas.

02 Oportunidades a medio y largo plazo

Aunque el Programa ya contempla acciones de formación en el momento de la implantación, se ha identificado una **oportunidad para reforzar ese acompañamiento con sesiones formativas o asesoramiento técnico a posteriori.** Este refuerzo ayudaría a muchas entidades a consolidar el uso de las soluciones digitales implantadas y a seguir desarrollando sus competencias digitales con el paso del tiempo, **maximizando así los beneficios del Programa a medio y largo plazo.**

Además, se considera importante hacer un **seguimiento más prolongado en el tiempo de los efectos** que tiene el Programa en las empresas beneficiarias.

Hasta ahora, se han medido principalmente los resultados a corto plazo, pero contar con información sobre cómo evolucionan estas empresas en los próximos años permitiría valorar de forma más precisa el impacto real del Kit Digital en su productividad, competitividad y capacidad de adaptación.

Establecer este tipo de seguimiento contribuiría a tomar decisiones más informadas y a mejorar el diseño de futuras políticas públicas. De igual forma, conviene destacar la capacidad estructural del Programa para **escalarse y adaptarse a nuevos contextos.**

Su diseño modular, basado en componentes tecnológicos reutilizables y procesos automatizados, ha facilitado su extensión a nuevas iniciativas como los Programas Kit Consulting o Bono de Conectividad, sin necesidad de partir de cero en cada caso. Esta estructura ha permitido adaptar el modelo a distintos objetivos (como el asesoramiento especializado o la mejora de la conectividad empresarial) manteniendo la coherencia operativa y la eficiencia en la gestión. Asimismo, el modelo de gobernanza adoptado, centrado en la interoperabilidad administrativa y la colaboración público-privada, ha mostrado ser **transferible a otros contextos institucionales, tanto a nivel nacional como internacional. Esta versatilidad convierte al Kit Digital no solo en un caso de éxito, sino en un referente práctico para el diseño de políticas públicas digitales en entornos diversos.**

03 Un legado para el futuro

En definitiva, el Programa Kit Digital ha demostrado que es posible diseñar y ejecutar una política pública ambiciosa, tecnológicamente avanzada e inclusiva, que transforme de forma estructural el tejido empresarial. **Su valor trasciende los resultados alcanzados:** ha dejado una arquitectura tecnológica reutilizable, un modelo de colaboración público-privada orientado a resultados y **una nueva forma de entender la relación entre administración y ciudadanía.** Su legado constituye un activo estratégico para el futuro de las políticas públicas en la era digital y **posiciona a España como un referente europeo en la construcción de una economía más cohesionada, competitiva y resiliente.**

Informe de balance del Programa Kit Digital

Noviembre 2025

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU