Balance y tendencias

POR **ÁLVARO MARTÍN ENRÍQUEZ Y DIEGO VIZCAÍNO**

La revolución digital constituye un fenómeno transversal que está provocando profundos cambios culturales, sociales, políticos y económicos. Estas transformaciones son cada vez más evidentes y el paso del tiempo hace que se perciba con mayor claridad su incidencia en todo tipo de actividades. Con todo, es en el ámbito de la economía y la empresa donde la revolución digital se está poniendo de manifiesto con mayor intensidad.

Los cambios se han materializado, hasta ahora, a través de notables avances en las formas y técnicas de organización de la producción, que han contribuido a mejorar aspectos tan cruciales como la productividad y la eficiencia interna de la empresa, la facilidad para acceder a mercados o la agilización de sus operaciones. En definitiva, la digitalización se ha convertido en un determinante para lograr un mejor posicionamiento competitivo de la empresa. Como bien apunta un estudio liderado por el Massachusetts Institute of Technology y Capgemini[1], en el entorno empresarial, la probabilidad de presentar ratios de solvencia elevados es superior en las empresas digitalizadas que en las que no lo están.

Digitalización en la empresa española

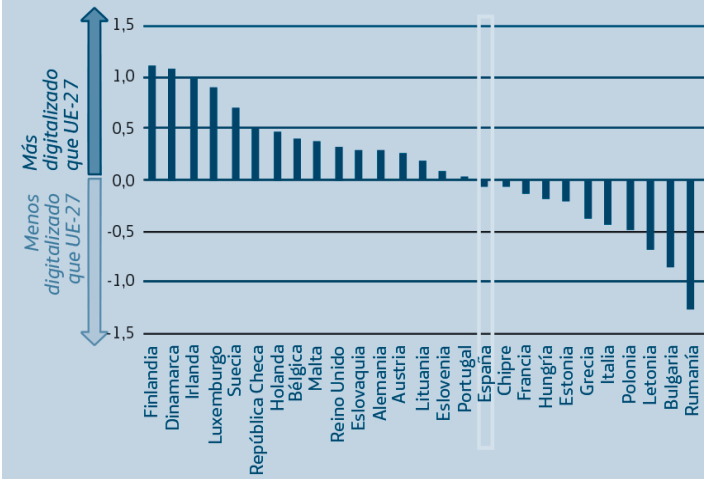
En España, las investigaciones realizadas recientemente por el Observatorio ADEI[2] se han centrado en estudiar los efectos que presenta la digitalización sobre el desempeño del tejido empresarial de nuestro país. Este estudio se ha llevado a cabo a partir del análisis de la evolución económica y financiera de las empresas digitalizadas frente a las que presentan un posicionamiento más rezagado en este terreno. Más concretamente, el análisis relativo al desempeño del tejido empresarial español se ha basado en la construcción de un Índice Sintético de Digitalización Empresarial (denominado índice ADEI) y del análisis de los resultados de una muestra de 3.500 empresas, lo que ha permitido realizar una aproximación a la evolución económica y financiera de las empresas digitalizadas durante la crisis, así como caracterizar las diferencias existentes en el grado de digitalización por tamaño y sector de actividad en España.

En primer lugar, el análisis de la situación actual muestra que, en el campo de la digitalización, las empresas españolas se sitúan todavía en una posición retrasada respecto a la media europea. En efecto, las principales potencias económicas de la UE (Alemania y Reino Unido, particularmente) ocupan posiciones más altas en el *ranking* de digitalización empresarial, lo que da cuenta de la relación de la misma con el desarrollo económico de un país. El Norte europeo

Fundación Telefónica
Telefónica

se caracteriza, en general, por estar más digitalizado que el resto. En este sentido, conviene destacar los casos de Finlandia, Dinamarca o Irlanda, donde el grado de adopción de tecnologías digitales es mayor. La mayor penetración de la conexión a Internet y sobre todo su mayor uso (tanto a través de teléfonos inteligentes y tabletas como de ordenadores) son factores determinantes, junto con la formación en TIC de los trabajadores, para explicar las diferencias detectadas entre países en el grado de digitalización empresarial (ver gráfico 1).

Gráfico 1. Índice de Digitalización Empresarial en los países de la UE (normalizado respecto a la media UE27)



Fuente: Afi, Eurostat, Comisión Europea.

Dentro de la economía española también es posible encontrar patrones diferenciales en el tejido productivo, como son los que permiten discriminar por sector económico y tamaño empresarial, ya que ambos factores están directamente relacionados con el grado de digitalización de la empresa. Así, por ejemplo, la industria manufacturera y el transporte son sectores muy representativos por su contribución al PIB y al empleo nacional; sin embargo, se encuentran aún retrasados en lo que se refiere a la adopción de las TIC. En contraste, ciertas ramas productivas, como las relacionadas con actividades TIC o con la producción y distribución de contenidos, son las que presentan mayor grado de digitalización respecto a la media nacional. Se observa, por otra parte, una extensión en el uso de tecnología digital en actividades que hasta hace poco se desarrollaban de manera tradicional, como el comercio y la hostelería o las actividades inmobiliarias, lo que apoya la idea de que no existen sectores maduros per se, sino que incluso en las actividades que a priori puedan parecer más tradicionales existe recorrido para la transformación y modernización basada en la revolución digital.

Por otro lado, el tamaño empresarial es una variable muy relevante a la hora de analizar la digitalización del tejido productivo. El análisis de datos como la penetración y uso de Internet o la inversión en activos TIC muestra cómo las pequeñas empresas españolas están menos digitalizadas que la media y muy lejos del nivel de digitalización de las grandes. En este sentido, conviene insistir en la necesidad de potenciar el diseño y aplicación de políticas de inclusión digital, dado que son precisamente las microempresas las que representan el grueso

Fundación Telefónica
Telefónica

del tejido productivo nacional[3].

Rendimiento empresarial

Lo indicado anteriormente permite reflejar el posicionamiento de la economía española en el contexto europeo de la digitalización y ofrecer una imagen de los sectores y tamaños de empresa más o menos digitalizados que la media. Para completar el análisis, es posible realizar un estudio más pormenorizado de la situación actual, distinguiendo el comportamiento y el rendimiento de las empresas digitalizadas frente a aquellas que no lo están durante el periodo comprendido entre 2008 y 2012, especialmente condicionado por el mantenimiento de una situación contractiva en la economía nacional.

Según los trabajos realizados por el Observatorio ADEI, durante el periodo analizado las empresas digitalizadas destruyeron menos puestos de trabajo que las que no lo están. Asimismo, estas compañías presentan mejores ratios de productividad, remuneran mejor a sus empleados y están menos endeudadas que la media.

El efecto de la crisis ha tenido un impacto menor en las empresas digitalizadas que en las no digitalizadas, aumentando la brecha existente entre ambos tipos de empresas en indicadores como el crecimiento del activo, la capacidad de hacer frente a las deudas financieras, el volumen de ingresos generados o el grado de apalancamiento.

Otro indicador relevante es el relativo al empleo. Durante el periodo de crisis, las empresas digitalizadas han presentado claramente una mayor resistencia a la destrucción de puestos de trabajo. En efecto, las empresas digitalizadas acotaron las caídas en número de empleados entre el 0,3 y el 2,8 por ciento anual, mientras que las que no lo están acusaron descensos más pronunciados en el número de empleados, de entre el 3,9 y el 7,5 por ciento anual en el periodo analizado. Puede decirse, por tanto, que durante el periodo de crisis las empresas digitalizadas han presentado una mayor resistencia en términos de empleo. No en vano, la destrucción de empleo acumulada desde 2008 hasta 2012 tan solo representó un 6 por ciento del total, frente al 21 por ciento registrado por las no digitalizadas.

Por otro lado, las empresas digitalizadas presentan una mayor productividad laboral (definida como la cuantía de ingresos de explotación por cada empleado) que las que no lo están. La brecha, además, ha ido incrementándose durante el periodo analizado, llegando a ser un 30 por ciento superior en las empresas digitalizadas. La mayor productividad explica también el hecho de que la remuneración de sus trabajadores (calculada como gasto de personal por cada empleado) sea mayor, lo que coincide a su vez con la creciente cualificación necesaria para el desarrollo de actividades de mayor valor añadido dentro del marco de la digitalización.

Conclusión

De cara al futuro, es preciso insistir en la modernización del tejido empresarial español, reforzando las bases competitivas de las empresas para afrontar posibles desequilibrios y, sobre todo, para incrementar su capacidad de ofrecer nuevos productos y servicios, ganar eficiencia y acceder a nuevos mercados. Para ello, la digitalización puede jugar un papel clave,

Fundación Telefónica
Telefónica

a través de la implementación de medidas relacionadas con un mayor y más rápido acceso a Internet, el incremento del comercio electrónico, la digitalización de las facturas, la participación activa en redes sociales y, por encima de todo, con la adecuada formación en TIC.

El lector podría señalar que estas conclusiones no difieren mucho de las que se vienen anunciando desde la generalización del uso de Internet a mediados de la década de 1990. Sin embargo, la novedad es que ahora contamos con una base de análisis empírico que, si bien presenta algunas limitaciones en el establecimiento de relaciones de causalidad que explicarían el éxito de las empresas con mayor grado de digitalización, nos permite identificar cuáles son los arquetipos de empresas que tienen mayor potencial de mejora en caso de profundizar en su uso de las TIC. En definitiva, el reto que tenemos ante nosotros es identificar qué sectores y tipologías de empresas deben experimentar todavía un salto cualitativo en la incorporación de la tecnología a sus procesos productivos y de gestión. Este proceso producirá, previsiblemente, una profunda transformación en ellos, como ya hemos visto anteriormente en sectores como el comercio o las industrias culturales, por citar dos ejemplos bien conocidos.

Notas

[1] MIT Center for Digital Business global research & Capgemini Consulting (2012). *The Digital Advantage: How digital leaders outperform their peers in every industry* [en línea]. Disponible en:
http://www.capgemini.com/sites/default/files/resource/pdf/The_Digital_Advantage__How_Digital_Leaders_Outperform_their_Peers_in_Every_Industry.pdf

[2] *Digitalización y Desempeño Empresarial* [nota técnica]. Véase:
http://observatorioadei.es/reports/digitalizacion_y_desempeno_empresarial.pdf

[3] En concreto, según el Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (INE), el 91 por ciento de las empresas españolas con asalariados son micropymes con menos de 10 empleados.

Fundación Telefónica
Telefónica