

# Observatorio de Competitividad Empresarial

## DIGITALIZACIÓN

Nº 10 / 2024

- Las empresas españolas son optimistas, en cuanto a su nivel de digitalización: el 84,8% señala que dispone de un nivel de digitalización medio o alto.
- El 50,7% de las empresas considera que su nivel de digitalización ha mejorado desde la crisis sanitaria de 2020.
- Las inversiones en digitalización de las empresas se destinarán con elevada probabilidad a la compra de ordenadores (64,0% de las empresas así lo destacan), el uso de Internet para transacciones (63,8%) o a la seguridad y privacidad digital (62,1%).
- Los mayores obstáculos para la digitalización se vinculan a la burocracia existente en la colaboración público-privada (52,2%), la falta de tiempo para dedicar a las actividades de digitalización (42,8%) o el nivel de conocimiento de los clientes (29,1%).
- Para las empresas, la digitalización influye especialmente en la imagen de marca y reputación, en la relación con los clientes y otras empresas, en la innovación y en la productividad de la compañía.

El Observatorio de Competitividad Empresarial es una iniciativa de la Cámara de Comercio de España, cuyo **objetivo es contribuir al conocimiento y valoración de la capacidad competitiva de nuestro tejido empresarial. El Observatorio estudia periódicamente diversos factores o ámbitos clave para la competitividad empresarial, con un análisis concreto.**

Este número del Observatorio se dedica a la **digitalización** y se ha desarrollado con base en los resultados obtenidos a partir de una encuesta ad hoc realizada por la Cámara de Comercio de España.

Con ello, la **Cámara de Comercio de España** contribuye activamente al conocimiento e interpretación de la realidad competitiva de nuestras empresas, en su ejercicio responsable como **institución consultiva en defensa del interés general.**



### Encuesta sobre Digitalización

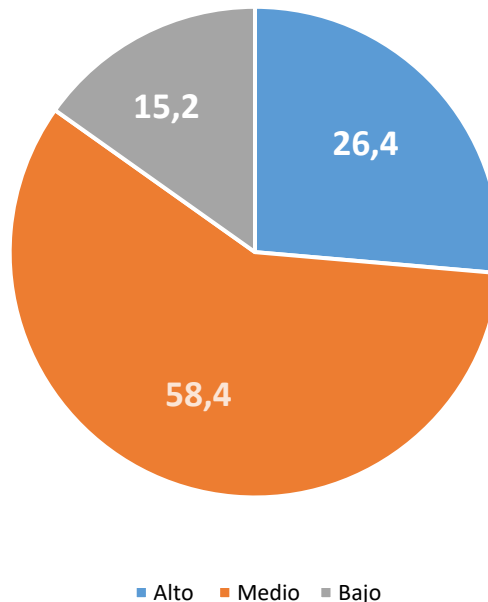
La presente edición del Observatorio de Competitividad se basa en un trabajo de campo llevado a cabo sobre la digitalización de las empresas (ver metodología), donde se les requería sobre el nivel percibido de digitalización, los obstáculos a los que se enfrentan en la digitalización (dificultades de entorno y clientes, internas y de relación con las Administraciones Públicas) y los efectos de las TICs sobre la actividad empresarial.

#### ► Nivel de digitalización de las empresas españolas

Las empresas españolas son optimistas en cuanto a su nivel de digitalización. Más de la mitad de las empresas encuestadas, **84,8%**, considera que su nivel de digitalización es medio o alto. En concreto un 58,4% de las empresas tienen la percepción de que su nivel de digitalización es medio y el 26,4% alto.

La evolución en la digitalización respecto a los niveles previos a la pandemia (2019) muestra que la mitad de las empresas opina que su nivel de digitalización ha mejorado, el 50,7%, frente a un 47,8% que cree que se ha mantenido igual. Solo el 1,5% considera que su nivel de digitalización ha empeorado en 2023 respecto a 2019.

Nivel de digitalización de su empresa  
(% empresas)

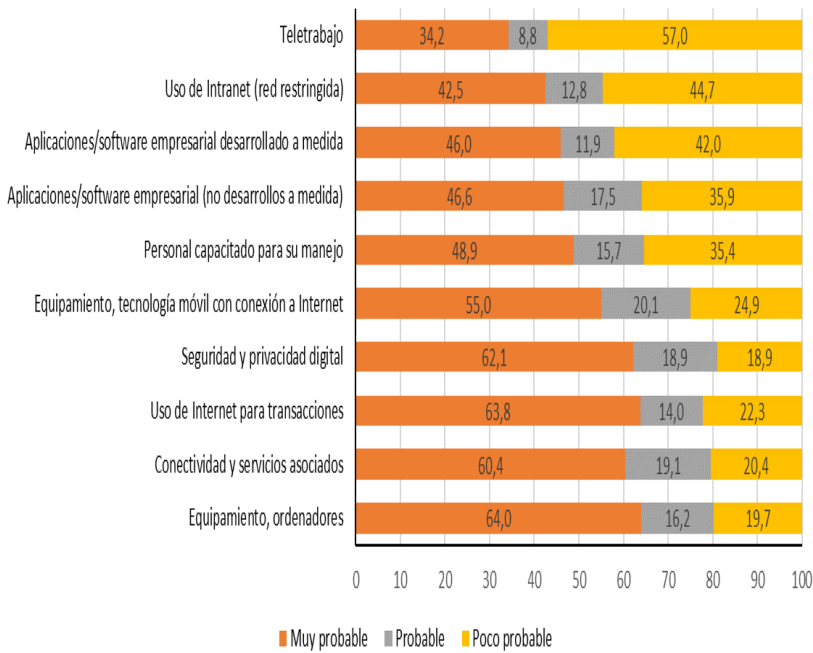


Fuente: Cámara de Comercio de España



► **Inversión en digitalización**

Destino de las inversiones previstas en digitalización  
(% de empresas)



Fuente: Cámara de Comercio de España

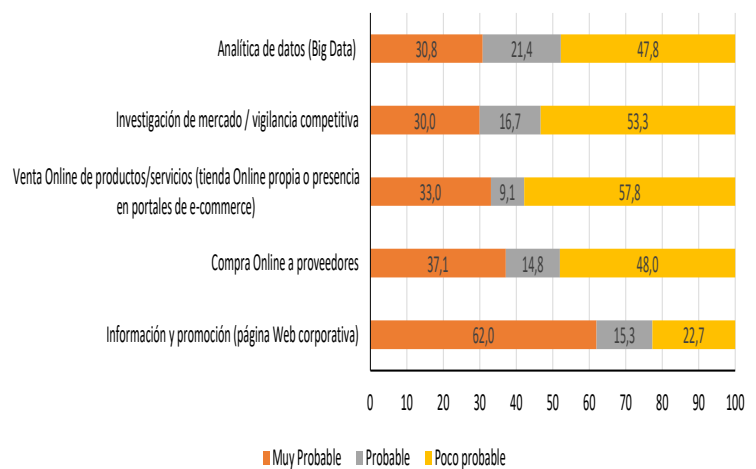
El gráfico anterior revelaba que **el 77,8% de las empresas que invertirán en TIC considera probable o muy probable que el destino de sus inversiones sea el uso de Internet para transacciones.**

En este ámbito, **la información y promoción a través de la página web corporativa será la actuación en la que más inviertan las empresas:** casi el 80% de los encuestados lo considera probable o muy probable. En el lado opuesto se sitúa la venta *online* de productos y/o servicios, ya sea en tienda online propia o en portales de *e-commerce*; el 57,8% de las empresas lo considera poco probable como destino de sus inversiones en digitalización. Otros aspectos, como la compra *online* a proveedores o la analítica de datos (*Big Data*) tienen divididas a las empresas, puesto que en torno al 50% manifiesta que el destino de recursos a esos aspectos es probable o muy probable.

Las inversiones previstas en materia de digitalización por las empresas españolas se destinarán en mayor medida al equipamiento de ordenadores PCs y portátiles: **el 64,0% considera muy probable destinar recursos a la compra de ordenadores.** Le sigue el **uso de Internet para transacciones, con el 63,8% de las empresas**, ámbito en el que se incluye información y promoción (página web corporativa), venta online de productos/servicios (tienda online propia o presencia en portales de *e-commerce*), compra online a proveedores, relación con las AAPP, relación con los interesados en la empresa (redes sociales, ...), o formación. **El 62,1% de los encuestados manifiesta el destino muy probable de sus inversiones en seguridad y privacidad digital.**

La conectividad o el equipamiento de tecnología móvil con conexión a Internet (*smartphone* y tabletas) se consideran también destinos probables de las inversiones de más de la mitad de las empresas (60,4% y 55,0%, respectivamente).

Previsiones de utilización/aplicación inversión en internet  
(% empresas)



Fuente: Cámara de Comercio de España



► **Obstáculos a la digitalización de las empresas**

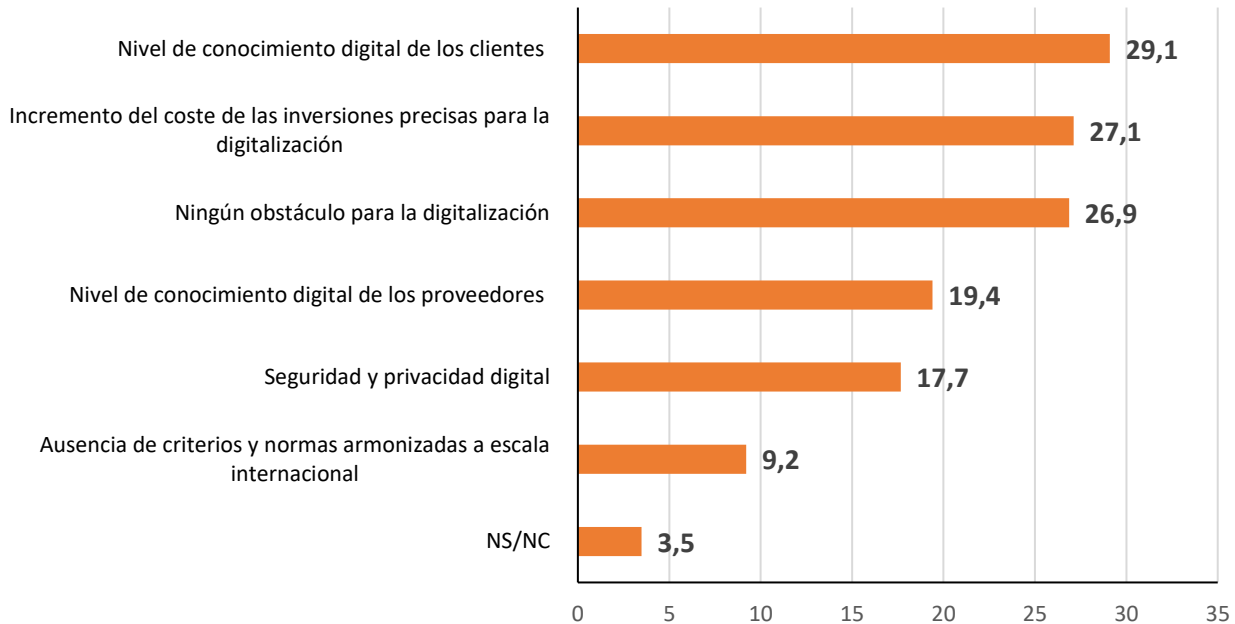
Las empresas españolas son conscientes de la necesidad y de los beneficios que conlleva la digitalización; sin embargo, un 40,3% no tiene previsto invertir en Tecnologías de la información y comunicación. Son diferentes las motivaciones que llevan a las empresas a no invertir en digitalización, uno de los argumentos de mayor peso son los obstáculos y las trabas a las que se enfrentan cuando abordan el proceso.

Las barreras a la digitalización son múltiples y de distinta naturaleza. Para su análisis, se han identificado tres tipos de ámbitos: los obstáculos relativos al entorno y los clientes; los obstáculos derivados de factores internos de las propias empresas; y los obstáculos vinculados a la relación de las empresas con las Administraciones Públicas.

En el caso de los obstáculos relacionados con el entorno y los clientes, las empresas destacan que el nivel de conocimiento digital de los clientes es la traba a la que se enfrentan en mayor medida (29,1% de los encuestados). A continuación, se sitúa el aumento en el coste de las inversiones necesarias para la digitalización (27,1%). Otros aspectos señalados, aunque en menor proporción son: el nivel de conocimiento digital de los proveedores, 19,4%, casi diez puntos porcentuales por debajo de lo asociado a los clientes; la seguridad y privacidad digital, 17,7%; y la ausencia de criterios y normas armonizadas a escala internacional, 9,2%.

Por último, un 26,9% de las empresas considera que no encuentran ningún obstáculo a la digitalización en el ámbito del entorno y los clientes.

**Obstáculos digitalización: Entorno y clientes**  
(% de empresas)



Fuente: Cámara de Comercio de España



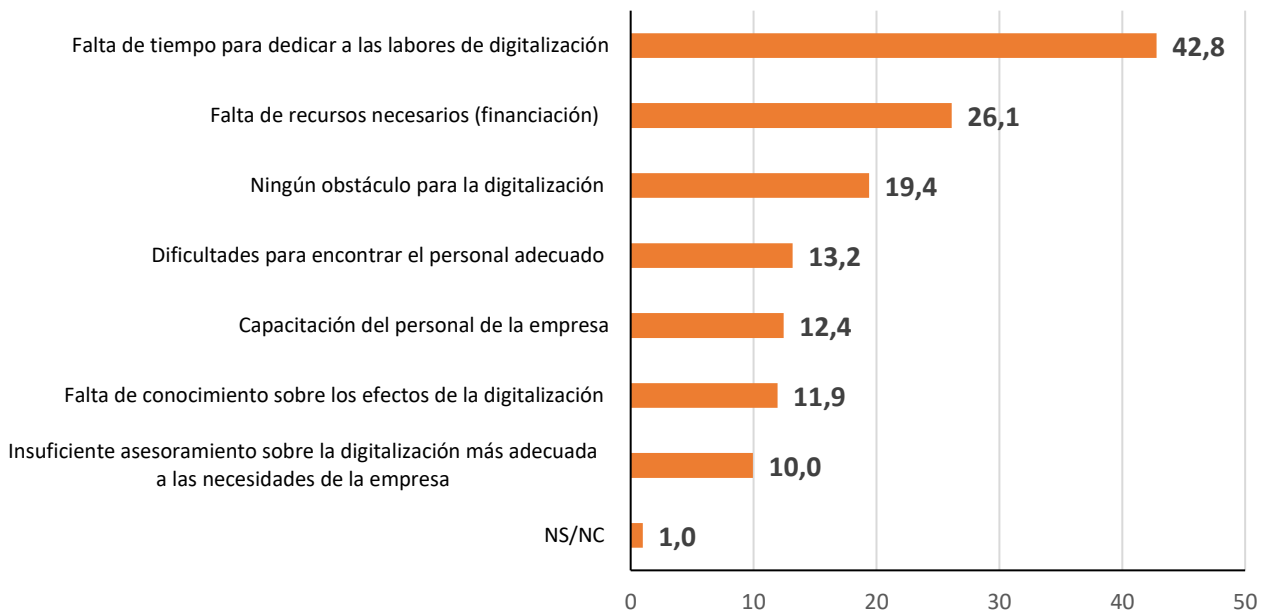
► Obstáculos a la digitalización de las empresas

Los **factores internos** de las empresas también influyen en su propia digitalización. Un porcentaje importante de las compañías encuestadas señala que **la falta de tiempo para dedicar a las tareas necesarias para la digitalización de su actividad constituye una clara barrera**. En concreto, el 42,8% lo percibe así, siendo el segundo mayor obstáculo de todos los identificados en los tres ámbitos analizados (entorno y clientes, factores internos y relación con las AAPP) y el primero en lo que se refiere a los factores internos de la empresa.

La falta de recursos financieros es señalada por el 26,1% de las empresas. Menor importancia conceden las empresas a aspectos como la dificultad para encontrar el personal adecuado, 13,2%; la capacitación del personal de la empresa, 12,4%; la falta de conocimiento sobre los efectos de la digitalización, 11,9%; o el insuficiente asesoramiento sobre la digitalización más adecuada para las necesidades de la empresa, 10,0%. Todos ellos, en suma, percibidos como elementos que dificultan la digitalización, pero de menor envergadura que la falta de recursos, ya sea en términos de tiempo o financieros.

Para el 19,4% de las empresas no existen factores internos de la empresa que contribuyan a una menor digitalización o que supongan una barrera para el propio avance.

Obstáculos digitalización: Factores internos  
(% de empresas)



Fuente: Cámara de Comercio de España



► **Obstáculos a la digitalización de las empresas**

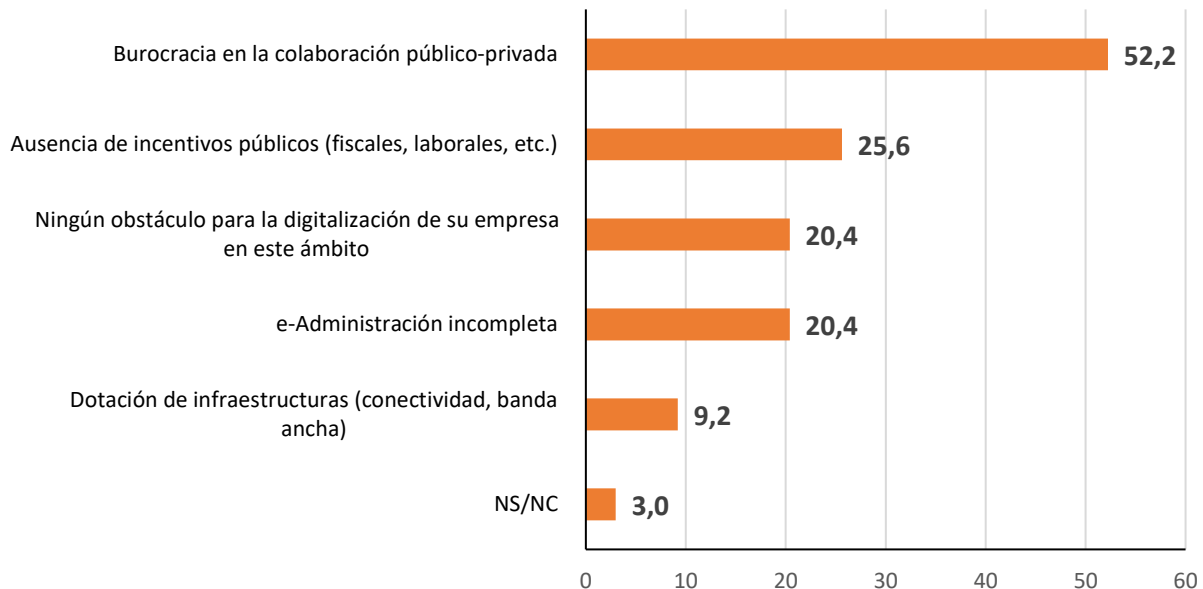
En los últimos años se han producido avances muy importantes en la digitalización de la relación de las empresas con las **Administraciones Públicas**, en cierta medida acelerada por la crisis sanitaria. Aún así, continúan existiendo barreras importantes en la interacción digital con las Administraciones, que afectan tanto a la digitalización de la propia empresa como a los aspectos relacionados con la tramitación administrativa (e-Administración).

Así, **más de la mitad de las compañías encuestadas consideran que la burocracia existente en la colaboración público-privada es un obstáculo para la digitalización**: el 52,2% de las empresas percibe dificultades en el establecimiento y el desarrollo de colaboraciones publico-privadas. De hecho, constituye la barrera a la digitalización señalada por un mayor porcentaje de empresas en las tres áreas analizadas (factores de entorno y clientes, factores internos y relación con las AAPP).

Otras dificultades para la digitalización de las empresas relacionadas con las Administraciones Públicas y señaladas por las empresas encuestadas son: la ausencia de incentivos públicos (fiscales, laborales...) para la digitalización, 25,6%; la existencia de una e-Administración incompleta, 20,4%; o la insuficiente dotación de infraestructuras (conectividad, banda ancha), 9,2%.

El 20,4% de las empresas encuestadas considera que no existen obstáculos para la digitalización de las empresas con origen en la relación con las Administraciones Públicas.

**Obstáculos digitalización: Relación con las AAPP**  
(% empresas)



Fuente: Cámara de Comercio de España



► Efectos de las TICs en la actividad empresarial

Los efectos de las TICs en la actividad empresarial son múltiples y las empresas son conscientes de los mismos. En particular, las empresas consideran que **la digitalización influye especialmente en su imagen de marca, reputación, transparencia y capacidad de promoción**. A continuación, le sigue de cerca la valoración de las empresas respecto a la capacidad de influencia de la digitalización en la **relación con los clientes y con otras empresas** (proveedores, gestorías, etc.). La **innovación** y la **productividad** también ofrecen un estrecho vínculo con el nivel de digitalización, a juicio de las compañías. Para todos estos aspectos de la actividad empresarial, las empresas conceden a la digitalización una capacidad de influencia de entre 3,8 y 3,5 puntos (siendo 5 el valor máximo).

Entre 3,0 y 3,5 puntos como valoración de la influencia de la digitalización en la actividad empresarial se sitúan otros parámetros empresariales como la formación continua de los empleados, la calidad en el trabajo, el incremento de las ventas, la reducción de costes, el crecimiento en el tamaño de la empresa, la calidad del producto/servicio y el desarrollo de nuevos productos/servicios.

Los ámbitos en los que las empresas consideran que la digitalización influye en menor medida es en la creación de empleo y la internacionalización, con una valoración promedio de 2,8 puntos sobre 5.

Efectos de la digitalización en la actividad empresarial  
(Valoración promedio 1- Ninguna influencia 5 - Mucha influencia)



Fuente: Cámara de Comercio de España



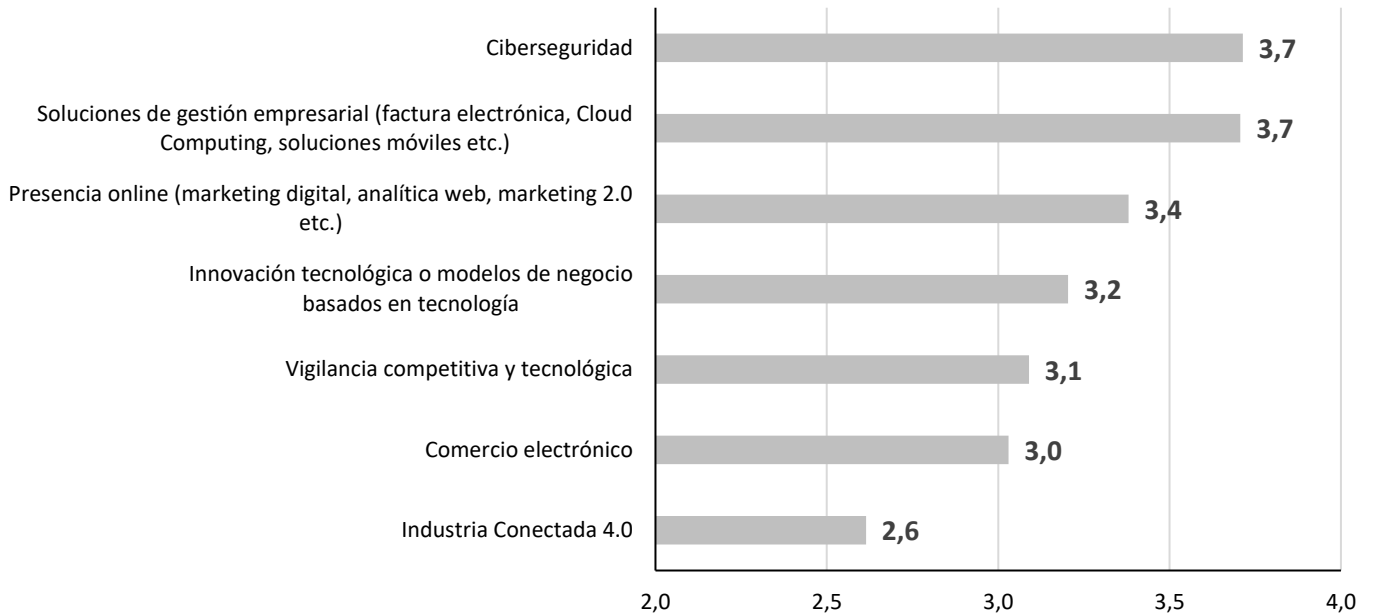
► Formación en TICs

La formación en TICs de los empleados es un aspecto al que las empresas conceden particular importancia. En concreto, la **formación en TICs relacionada con soluciones de gestión empresarial** (factura electrónica, *cloud computing*, soluciones móviles) **es la más relevante**, otorgándole las empresas una valoración promedio de 3,7 puntos sobre 5.

La presencia *online* es otro aspecto de la formación en TICs de los empleados que las empresas perciben como importante para el desarrollo de la actividad empresarial. En este caso, se incluye la formación relacionada con el marketing digital, la analítica web o el marketing 2.0., valorándolo con 3,4 puntos sobre 5.

En el entorno de una puntuación de 3 se encuentran la formación en innovación tecnológica o modelos de negocio basados en tecnología, vigilancia competitiva y tecnológica y comercio electrónico. La formación relacionada con la industria conectada 4.0 es aquella a la que las empresas conceden menor importancia.

Formación del personal de la empresa en TIC  
(Valor promedio 1- nada importante 5 muy importante)



Fuente: Cámara de Comercio de España





### Metodología

Los datos de este estudio se han obtenido a partir de una encuesta ad hoc realizada por la Cámara de Comercio de España en 2023.

La muestra se compone de 400 empresas distribuidas por todo el territorio nacional. El diseño de la muestra utilizada se ha basado en la estructura productiva de la economía española, combinando un triple criterio: geográfico (representación de la mayor parte de CCAA), sectorial (todos los sectores de actividad) y por tamaños empresariales (la muestra no permite obtener unos resultados estadísticamente significativos para cada tamaño de empresa).

El margen de error máximo para un nivel de confianza del 95% es de  $\pm 2,05\%$ .

*Fecha de cierre del documento: febrero de 2024.*

*Elaborado por el Servicio de Estudios de la Cámara de Comercio de España.*

