

# LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y LAS PYMES

El hecho de que el mundo se encuentra atravesando un proceso de cambio causado por las nuevas tecnologías digitales es evidente. Cada día salen al mercado nuevos productos y nuevas aplicaciones, cada vez más sectores se transforman y aparecen nuevos modelos de negocio que rompen con todo lo que ya existía. La digitalización está afectando a todos los aspectos de la vida, desde las relaciones sociales hasta la concepción de la economía, y es fácil intuir que este fenómeno no ha hecho más que comenzar.

El sector empresarial no se ha quedado atrás y ha incorporado las nuevas de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en sus procesos de negocio. Está comprobado que la inclusión de éstas y su uso adecuado puede aumentar notablemente la productividad. La transformación está empezando a ser tan significativa que pronto va a llegar a un punto en el que o te digitalizas o desapareces. Sin embargo, surge una duda: ¿está la digitalización al alcance de todos? Si la respuesta a esta pregunta es negativa nos encontraríamos ante una situación de gran desequilibrio donde las empresas que no puedan acceder a el cambio se verían en peligro.

Actualmente las empresas que mayor grado de transformación presentan son multinacionales y grandes empresas ya consolidadas, así como las empresas específicas del sector. Las primeras, aunque encuentran dificultades para cambiar su forma de funcionar, son conscientes de la importancia de la inclusión de nuevas tecnologías, como el *Big Data* o el *Cloud Computing*, y tienen los recursos suficientes para hacer que formen parte de su negocio. El segundo tipo de empresas con altos niveles de digitalización son aquellas empresas que ofertan servicios TIC, pudiendo ser empresas que ya estaban consolidadas en el sector o *Start-Ups*. Las empresas ya consolidadas en el sector han tenido que pasar, como cualquier otra empresa, por el proceso de cambio. Sin embargo, cuentan con una ventaja muy diferenciadora: son conocedoras de las tecnologías, de su funcionamiento y de todos sus avances y posibles usos. Las *Start-Ups* son empresas que han nacido con la tecnología debajo del brazo y que, en muchos de los casos, tienen como propósito ofrecer bienes y servicios a nivel global.. Esto hace que la digitalización sea una oportunidad en lugar de una barrera para ellas, al hacer más escalables sus productos y sus procesos.

No obstante, al pararse a pensar en el tejido empresarial español es sencillo darse cuenta que hay un número muy reducido de empresas con las características de una empresa líder en digitalización. En España aproximadamente un 99% de las empresas son *PYMEs*, teniendo prácticamente un 96% del total de empresas españolas diez o menos trabajadores. En consecuencia, cómo afecta el proceso de la digitalización a este tipo de empresas es de suma importancia en la economía española.

El proceso de digitalización de una empresa consta de dos vías que no tienen por qué estar relacionadas entre sí. La primera es la transformación interna de la empresa, es decir, la inclusión de tecnologías digitales en cualquiera de sus procesos (producción, organización, gestión, marketing, etc.), lo cual favorece a la empresa en términos de productividad y competitividad. El segundo ámbito es el del

comercio electrónico, lo que quiere decir que las empresas realizan sus transacciones comerciales, ya sean compras o ventas, a través de Internet, de manera que se abren mercados y se extiende el negocio.

Existen numerosas barreras para que las empresas lleven a cabo estas transformaciones. Según el informe: *Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation*<sup>1</sup> el principal problema de las empresas a la hora de adoptar la tecnología digital es la falta de una estrategia clara de digitalización. De esto deriva el hecho de que la tecnología no debe ser considerada un fin sino un medio que permite conseguir mejoras significativas en el negocio. Otro problema al que hace referencia el informe es la falta de cultura en cuanto al cambio y a la digitalización. En las *PYMEs* estas dificultades son mucho mayores y se juntan con otros factores también problemáticos.

Una de las principales barreras es la económica. El porcentaje de beneficios en una PYME en muchas ocasiones no es lo suficientemente alto como para poder invertir en la implantación de nuevas tecnologías, ya que esto requeriría cambio o adaptación de las infraestructuras y personal que se encargara de ello. La necesidad de personal enlaza con otra dificultad, que es la falta de profesionales cualificados para realizar actividades del sector TIC.

Como se mencionó anteriormente los factores culturales y sociales también son un freno en este proceso de cambio. Es general el temor al fracaso y como el cambio puede conducir a ello, asusta. Esto se debe a la falta de concienciación y de conocimiento de lo beneficioso que podría resultar para las empresas la adopción de las tecnologías digitales. Un ejemplo muy claro de esto es el uso de las redes sociales; con ellas se pueden incrementar los clientes potenciales y en cambio sólo un porcentaje muy pequeño de los empresarios las usan, porque no son conscientes de su impacto positivo. Otro impedimento es la falta de conocimiento respecto a las nuevas tecnologías por parte de los ciudadanos y el bajo nivel de competencias digitales de los españoles.

Específicamente, en la parte del comercio electrónico también existe un desconocimiento de la gran apertura de mercado que ofrece esta solución. Permite pasar de un mercado muy localizado a uno mucho más extenso, abriendo considerablemente el abanico de compradores. Sin embargo, muchos empresarios opinan que sus productos no son aptos para la venta a través de internet. Esto se suma a la falta de confianza del usuario en transacciones electrónicas y a los problemas administrativos y de derechos, sobre todo para compras y ventas transfronterizas.

En resumen, la transformación digital no es una de las prioridades de los pequeños empresarios españoles. Generalmente están más preocupados en resolver los problemas diarios que en planificar a futuro y establecer una estrategia de digitalización o simplemente opinan que su negocio no necesita un cambio. Sin embargo, si fueran conscientes de la importancia que dar el paso de transformarse pudiera tener en el futuro probablemente cambiarían su lista de prioridades.

Muchas de las pequeñas y medianas empresas se encuentran, cada vez más, amenazadas por los gigantes de la red, como Google o Amazon, o por los nuevos modelos de negocio mucho más beneficiosos para los consumidores, como son AIRB&B o UBER. Por ejemplo, una pequeña tienda de

---

<sup>1</sup> [http://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/?utm\\_source=release&utm\\_medium=pr&utm\\_campaign=%20dlrpt15](http://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/?utm_source=release&utm_medium=pr&utm_campaign=%20dlrpt15)

electrónica tiene cada vez menos sentido ya que la tendencia del comprador es buscar y comprar el producto por Internet para comparar características y precios y como mucho utilizar las tiendas, generalmente las grandes superficies, a modo de "escaparate". El número de servicios ofrecidos a través de la red, mayoritariamente por parte de las grandes compañías, crece a ritmo desmesurado creando una competencia que es muy difícil superar.

En conclusión, existe una clara necesidad en España de incentivar las actividades digitales en el sector de las *PYMEs*, ya sea con una ayuda económica, con formación para los ciudadanos o favoreciendo una cultura de aceptación del riesgo y del fracaso, ya que si no se produce el cambio pronto veremos cómo desaparecen una gran suma de empresas que aportan una importante contribución al PIB y al empleo español para dejar paso a las grandes compañías extranjeras.