

Cuatro años del Observatorio ADEI

[Tongofo Images]/Thinkstock

En sus más de cuatro años de existencia, el Observatorio ADEI se ha convertido en una referencia en el análisis y la divulgación del impacto de la digitalización en la economía y la sociedad españolas.

Diego Vizcaíno @diegovizcainod | Socio del área de Economía Aplicada de Afi
Pablo Hernández @HGPablo_I | Consultor sénior del área de Economía Aplicada de Afi

Algo más de cuatro años transcurren ya desde que naciese la alianza entre Google, el Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Alicante y Analistas Financieros Internacionales (Afi) para la fundación del Observatorio para el Análisis y el Desarrollo Económico de Internet (ADEI) en España.

Diversos son los motivos que le conceden un carácter singular a esta iniciativa en nuestro país, aunque de todos ellos sobresalen, especialmente, dos. El primero, su vocación –ciertamente pionera– de crear una unidad especializada de análisis económico del proceso de digitalización en España, en un contexto en el que muchos sectores de la sociedad española se encontraban todavía convalecientes tras los recientes episodios de recesión económica. De hecho, los fuertes desequilibrios macroeconómicos –seis millones de parados situaban la tasa de desempleo por encima del 27%– ocupaban la atención de los observadores tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. En este sentido, la preocupación por el cambio tecnológico que se estaba gestando desde algunos

años atrás no se visibilizaría ampliamente en la opinión pública hasta pasado algún tiempo. Sin embargo, el propósito originario del Observatorio ADEI fue precisamente tratar de visibilizar el potencial de Internet como herramienta de impulso al crecimiento y la modernización de la economía española.

El segundo, su estructura y metodología de trabajo. Presidido por Andrés Pedreño¹, ADEI se configura como un espacio de debate recurrente en el que interviene un nutrido elenco de expertos de reconocido prestigio vinculados, de una manera u otra, a la industria digital y la sociedad de la información. Dicho Consejo Asesor² –que ha ido incorporando a nuevos miembros a lo largo de estos últimos años– se encarga de orientar y validar la calidad de las investigaciones del grupo de trabajo, formado por profesionales de Afi bajo la dirección de Emilio Ontiveros, Presidente de Afi. La interacción de ambos grupos de trabajo ha permitido la publicación de numerosos estudios –once en total– en diversas áreas de interés, así como la celebración de otros eventos de di-

vulgación, tales como congresos y rondas de debate con agentes sociales, grupos políticos o representantes de la administración, entre otros.

Los primeros pasos de ADEI se dirigieron al análisis de la penetración de Internet y a detectar los obstáculos limitadores del avance de la digitalización en España. Asimismo, a diseñar recomendaciones de política pública que incidiesen precisamente en las barreras que frenaban su expansión. Si bien en el curso de estos años la posición digital española ha mejorado de manera sustancial en muchos ámbitos relevantes –como acreditan los Índices de Economía y Sociedad Digital (DESI) que elabora anualmente la Comisión Europea–, persisten deficiencias notables, ya señaladas por ADEI en este primer diagnóstico, como, por ejemplo, la escasez de capital humano tecnológico.

Tras aquel primer estudio, los trabajos que se han sucedido en estos años han permitido visibilizar el impacto de la digitalización en múltiples esferas de interés. Resulta oportuno –y es el objetivo de este artículo– repasar algunas de sus principales contribuciones.

En el ámbito del mercado laboral, figura la relación positiva entre el uso de internet para la búsqueda de empleo y el aumento de la probabilidad de encontrarlo. Precisamente, el [trabajo de ADEI](#) testaba la capacidad de Internet para reducir los costes de búsqueda y las fricciones para la coordinación entre agentes en el mercado laboral. Las estimaciones realizadas apuntaban a que si el 100% de los parados se valiese de Internet para la búsqueda de empleo, la tasa de paro podría reducirse en 1,2 puntos porcentuales, es decir, en unas 281.800 personas (alrededor del 23% del total).

El impacto de la digitalización en el tejido empresarial es otra de las líneas de investigación a las que ADEI ha dado prioridad en estos años. Las empresas españolas están ligeramente menos digitalizadas que las europeas y muy lejos de las ubicadas en el norte de Europa, tal y como describe el Índice ADEI de Digitalización Empresarial (IDE). En la nota técnica [«Digitalización y desempeño empresarial»](#), la evidencia aportada es que aquellas empresas con mayor grado de digitalización presentaron una mayor resistencia durante la crisis económica en términos de estabilidad en el empleo. La caída de la ocupación tan solo fue del 6%, frente al 21% que registraron las empresas menos digitalizadas que la media. Asimismo, si las empresas más rezagadas digitalmente avanzasen en su proceso de modernización, el aumento del EBITDA que podrían experimentar permitiría corregir desequilibrios financieros a un 4,2% de las mismas.

Por último, en el debate sobre crecimiento y digitalización, merece la pena citar dos importantes aportaciones de ADEI. Por orden de publicación, la primera se adentra en el [análisis de las implicaciones de la digitalización sobre la productividad del trabajo](#). Las ganancias de eficiencia derivadas del ahorro de tiempos y de costes en las funciones de las empresas que otorga la digitalización³ constituyen un canal clave para incrementar los rendimientos del trabajo por unidad de esfuerzo (horas o empleo de personas). El análisis estadístico presentado por ADEI sugiere, además, una relación positiva y significativa entre la productividad del trabajo y la digitalización. En particular, un incremento de 10 puntos porcentuales en el grado de digitalización se traduciría en un incremento cercano al 0,4% de la productividad del trabajo. Por otra parte, si el conjunto de los sectores económicos alcanzase un nivel cercano al máximo de digitalización, el incremento de la productividad llegaría a ser del 2%. Resulta conveniente recordar que en España la productividad del trabajo ha presentado un perfil muy débil –con tasas de crecimiento cercanas a cero e incluso negativas en las épocas de mayor auge y, lo que es peor, contra-cíclicas– en las últimas décadas, debido fundamentalmente al lento avance en la incorporación del progreso tecnológico, la sustitución del capital por trabajo relativamente más barato y otras razones de especialización productiva.

La segunda aborda uno de los debates públicos con mayor visibilidad en los últimos años: el futuro del trabajo en el contexto de la robotización. El grado de autonomía que las máquinas inteligentes podrían alcanzar en algunos entornos productivos ha situado el centro del debate en la potencial destrucción de puestos de trabajo. Sin embargo, a las nuevas oportunidades que este mismo proceso promete generar en el futuro se le ha dedicado una atención comparativamente más modesta. En este sentido, según las conclusiones de la nota [«El trabajo del futuro»](#), una articulación adecuada de las políticas de adopción de las nuevas tecnologías y la incorporación de los valores y principios técnicos de la economía digital podrían aumentar el número de empleados en más de 2 millones de personas hasta el año 2030, situando la tasa estructural de desempleo en el entorno del 7% (actualmente en torno al 15%). Asimismo, el incremento de productividad del trabajo (se considera un aumento medio anual del 1,3%) permitiría elevar el PIB per cápita desde los 24.000 euros de 2017 hasta los 33.000 euros en el año 2030 ::

¹ Catedrático de Economía Aplicada y director del Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Alicante.

² Actualmente, el Consejo Asesor del Observatorio ADEI se compone de los siguientes miembros (por orden alfabético): Borja Adsuara, Edmundo Bal Francés, Fernando Ballester, Senén Barro, María Benjumea, Ignacio Escolar, Francesc Fajula, Amuda Goueli, Ana María Llopis, Emilio Ontiveros, Mónica Oriol, Andrés Pedreño, Jorge Pérez, Segundo Píriz, Juan Carlos Rodríguez Ibarra, Francisco Ruiz-Antón y José Luis Zimmermann.

³ Entendida en este caso como el uso avanzado de herramientas digitales en los procesos internos y en las relaciones con los eslabones de la cadena de suministro y grupos de interés.