



Consecuencias de las TIC en la economía

Jacinto García

- *La integración acertada de las TIC en el núcleo del proceso empresarial es básica para garantizar una competitividad continua y sostenible.*
- *El aumento acelerado de la productividad y el crecimiento económico está estrechamente relacionado con los avances de las TIC.*
- *Ahorrar costes es una motivación clave para dedicarse al comercio digital.*
- *El entorno financiero europeo no es suficientemente favorable a la innovación.*

La Comisión Europea publicó a finales de 2001 en su página web (http://europa.eu.int/comm/enterprise/ict/policy/doc/com_2001_711_es.pdf) un comunicado al Consejo y al Parlamento Europeo en el que se examina el impacto de la economía electrónica sobre las empresas europeas, a la luz de los últimos avances del mercado. Vamos a analizarlo en dos capítulos: consecuencias de las TIC en la economía e implicaciones a nivel político.

El estudio propone medidas para fomentar la adopción de las TIC, integrarlas en las tecnologías de producción convergentes y aprovechar las oportunidades del mercado interior. Destaca, además, la necesidad de garantizar que las administraciones públicas no sólo recurran eficazmente a las TIC, sino que también se conviertan en catalizadores que extiendan su utilización.

Consecuencias de las TIC en la economía. La integración acertada de las TIC en el núcleo del proceso empresarial es básica para garantizar una competitividad continua y sostenible, desde una perspectiva tanto macro como microeconómica.

Crecimiento económico. Actualmente, las TIC afectan a casi todos los aspectos de la vida económica y sobre todo a la organización y dirección de empresas. El aumento acelerado de la productividad y el crecimiento económico de los años 90 está estrechamente relacionado con los avances de las TIC en el sector de los programas informáticos y de tecnologías de control, que no se caracterizan tanto por el descenso de los precios, como por aumentar la capacidad y la facilidad de uso, lo que mejora la calidad de productos y servicios. En el período 1996-2000 todos los países han registrado tasas de crecimiento del PIB superiores a las de crecimiento del empleo, experimentando así un aumento de la productividad. Irlanda, Finlandia, Países Bajos, España y EE.UU. presentan la mejor combinación de crecimiento de la producción y del empleo en dicho período. Por el contrario, países como Alemania e Italia registraron la peor. Sin embargo, en 2001, la brusca disminución del nivel de inversiones empresariales en TIC, tanto en EE.UU. como en Europa, afectó de modo negativo a las perspectivas de crecimiento económico.

Generación de empleo. El aumento de la productividad inducido por las TIC es una fuente de creación de empleo. El relanzamiento del crecimiento de la producción ha dado impulso al empleo tanto en Europa como en EE.UU., de forma que aunque pueden desaparecer puestos de trabajo en algunos sectores, el dinamismo global resultante de la utilización de las TIC provoca la generación de empleo en otros hasta compensar las pérdidas con creces.

A corto plazo, la inversión creciente para aumentar la productividad del capital de las TIC puede acarrear consecuencias desfavorables para los trabajadores que carezcan de la formación necesaria para servirse de las nuevas tecnologías. En general, la utilización de las TIC acaba con los trabajos repetitivos efectuados a menudo por mano de obra de baja cualificación. Así, los nuevos puestos de trabajo surgirán en sectores relacionados con las TIC y en servicios de contacto directo, que son los que requieren mayor y más diversa formación. Actualmente, los empresarios se encuentran con dificultades para contratar trabajadores formados en las TIC, por lo que se tiende a externalizar ciertas funciones TIC adquiriendo tecnología y conocimientos técnicos de un modo más rápido, pero no necesariamente más económico. Mucha de esta demanda procede de las PYME, que a menudo se encuentran con enormes dificultades para atraer profesionales cualificados en TIC y en comercio digital. Los desajustes en la formación plantean importantes retos, tanto en la concepción y gestión del mercado laboral, como en las políticas educativas de los Estados miembros: la falta de formación puede frenar la difusión de las TIC y limitar así el crecimiento.

Organización empresarial. Otro aspecto característico de la economía electrónica es que está modificando las condiciones de competencia y la estructura de los mercados. Básicamente son cuatro los canales de cambio: 1) *Competencia creciente*, fruto de la reducción de barreras y creación de nuevas vías de distribución, aumentando la transparencia en el precio. 2) *Nuevos modelos empresariales*, con menores costes y mayores exigencias de calidad. 3) *Nuevas formas de comprar y vender*, con mayor personalización de productos y servicios. 4) *Nuevas necesidades de formación*, ya que los nuevos procesos requieren nuevas cualificaciones.

En términos generales, ahorrar costes es una motivación clave para dedicarse al comercio digital. Se puede ayudar a reforzar la oferta de productos y servicios, seguir paso a paso los pedidos de los clientes y el servicio postventa en línea. Además, permite a las empresas responder con más rapidez y flexibilidad a las indicaciones del mercado y ofrecer un mejor servicio al cliente en ciertos sectores. Los sectores más dependientes de la información, como los servicios financieros y los productos y servicios de las TIC, son los que consiguen mayor ahorro en sus costes o mayor productividad y los que más profundizan en su transformación organizativa. Sin embargo, cuanto más se diversifica y especializa la estructura de mercado de un sector, mayores son los beneficios potenciales del comercio digital (véanse ejemplos como la industria textil o el turismo). En general, se acepta que las industrias tradicionales, y no las “punto.com”, seguirán siendo seguramente las fuerzas motrices de la economía electrónica en Europa, especialmente a través del B2B. El aspecto negativo lo encontramos en el entorno financiero europeo, el cual todavía no es suficientemente favorable a la innovación, ni tecnológica ni organizativamente.

Nuevos canales de distribución y nueva dinámica del mercado. En la economía electrónica, los productos se convierten paulatinamente en “productos ampliados”, que incluyen un elemento importante de servicio. En muchos sectores, el valor añadido procedente del segmento de servicios supera al del suministro de mercancías. La reorganización de los canales de distribución ha llevado a un aumento de la transparencia de los precios y a una mayor competencia; y en ciertos casos pone de manifiesto los efectos de los cuasi monopolios creados por la legislación o la normativa (farmacia, medicina, abogacía, ...). En este sentido, el comercio digital contribuye a erosionar los nichos de mercado extendiendo la competencia a nuevos sectores.

Como catalizadores potenciales del mercado interior aparecen los “cibermercados”, que forman unidades de compradores y vendedores y crean mecanismos que permiten que las empresas participen de manera rentable en los mercados globales. No obstante, la realidad es que la gran mayoría de cibermercados independientes no han logrado establecer una base viable de ingresos, al suscitar problemas de políticas públicas y problemas de confianza, lo que requiere un consenso y desarrollar normas empresariales a favor de la industria.

Por su parte, el B2C sigue careciendo de impulso. La incapacidad de las empresas para desarrollar ofertas precisas y modelos empresariales acertados y la mala gestión de los aspectos de seguridad, confidencialidad y entrega del producto o prestación del servicio, preocupan a los clientes y pueden haber provocado la ausencia de su despliegue real.