

# Economía Digital en la Comunitat Valenciana

FASE 1

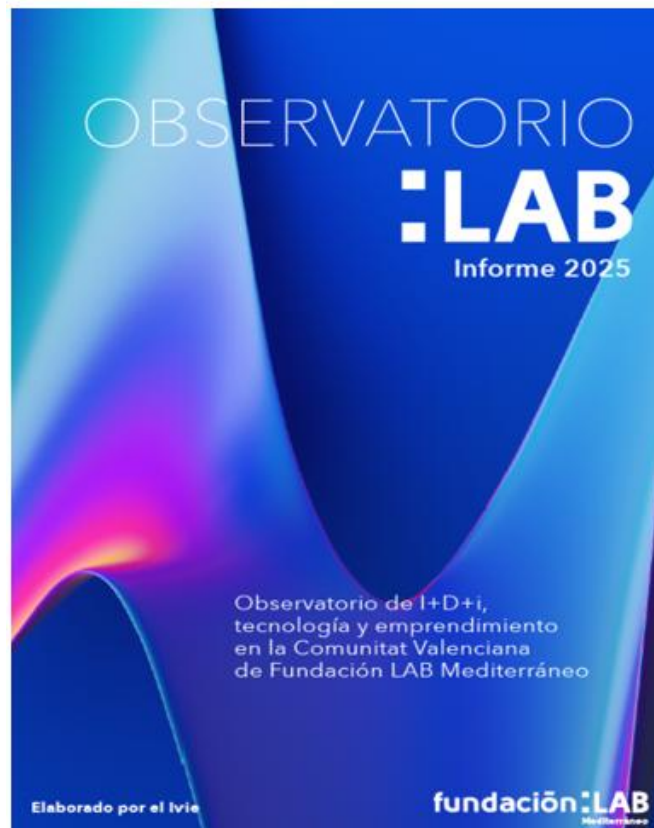
Empresas con presencia digital en la Comunitat Valenciana

Elaborado por el Ivie



# INTRODUCCIÓN

- Esta presentación forma parte del **Observatorio LAB de I+D+i, tecnología y emprendimiento de la Comunitat Valenciana**
- Uno de los objetivos del Observatorio es **analizar el grado de digitalización del tejido productivo de la Comunitat Valenciana**



## SU CONTENIDO...

### 50 INDICADORES

#### INVESTIGACIÓN

Gasto privado en I+D  
Gasto público en I+D  
Personal investigador  
Mujeres investigadoras

#### VISIÓN GENERAL

Población  
Empleo  
Productividad  
Competitividad

#### INTANGIBLES

Innovación  
Capital tecnológico  
Inversión en digitalización  
Patentes

#### DIGITALIZACIÓN

VAB digital  
Especialistas digitales  
Prima salarial digital  
Egresados STEM y TIC

#### EMPRENDIMIENTO

Empleo digital  
Nivel formativo del empleo  
Emprendedores  
Emprendimiento potencial

# INTRODUCCIÓN

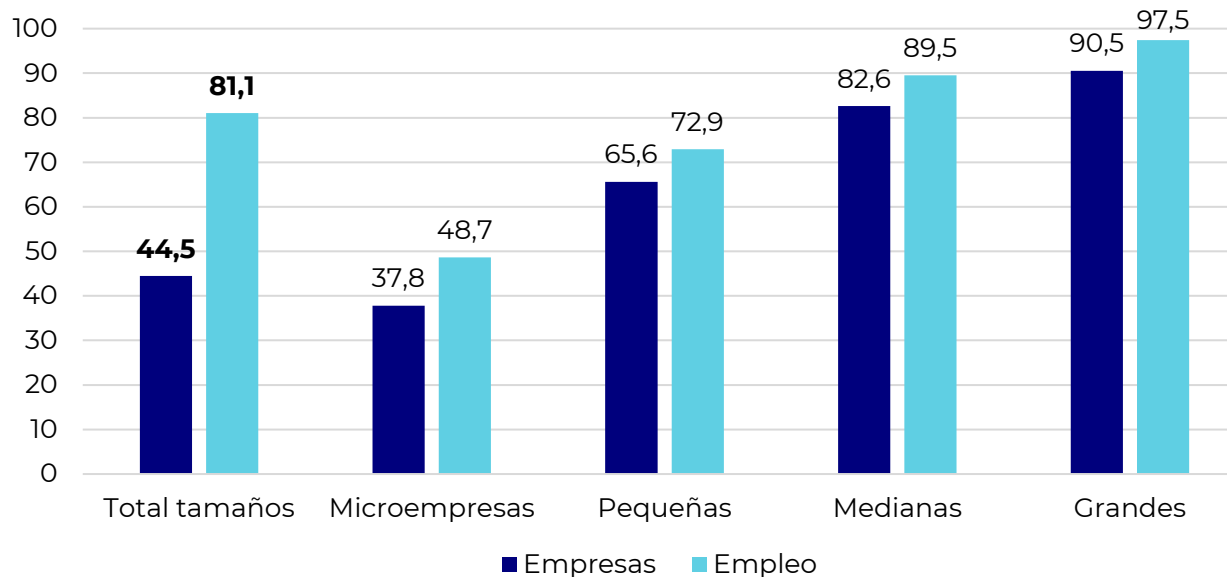
- Este informe se enmarca en el Observatorio, desarrollando métricas nuevas de un fenómeno tan poliedrico como es el de la digitalización utilizando herramientas innovadoras.
- Más en concreto, se presentan los primeros resultados de una propuesta de **medición de la presencia digital** en las empresas de la Comunitat Valenciana, basándose en una metodología novedosa
- La propuesta se articula en dos fases:
  - En la primera, se parte de un concepto de digitalización sencillo, pero complejo de medir:
    - Empresas con **página web**
    - Esta es una primera medición que utiliza una aproximación sencilla, considerada como una **condición básica para que una empresa pueda ser reconocida con presencia digital**
    - Esta métrica **descarta a las empresas que no tienen vocación digital por no haber creado ni siquiera un sitio web, por lo que no están en la economía digital**
  - En próximas anualidades, se profundizará en la métrica considerando distintos ámbitos de la digitalización (canal de comunicación y/o ventas, modelo de negocio, por la ciberseguridad que implementan, o por la contratación de especialistas digitales)

# METODOLOGÍA

- La base de este proyecto es **generar nuevos indicadores** utilizando procedimientos que van más allá de las estadísticas disponibles. **Utilizar herramientas digitales y de la IA para desarrollar nuevas medidas.**
- Para la identificación de las empresas de la Comunitat Valenciana con web activa se parte de un directorio de empresas: SABI Informa (consulta en septiembre de 2025)
- El proceso novedoso se basa en técnicas avanzadas de **web scraping** y **búsquedas automatizadas utilizando IA.**
  - SABI contiene información de la página web del 35% de las empresas de la Comunitat Valenciana. Para estas empresas se valida la web y se comprueba si están activas
  - Para el resto se han utilizado:
    1. Técnicas de *web scraping* en portales especializados en información empresarial (nombre y NIF)
    2. Herramientas de inteligencia artificial desarrolladas por OpenAI mediante procedimientos de búsqueda automatizados
      - Se han validado todas las direcciones web (accesibilidad mediante códigos de respuesta HTTP) y mediante controles adicionales
    3. Se ha combinado el *web scraping* con la IA para identificar y validar el uso de medios sociales

# PRESENCIA DIGITAL DE LA EMPRESA VALENCIANA

**Gráfico 1.** Empresas con web y empleo por tamaño. Comunitat Valenciana (porcentaje sobre el total de empresas y empleo del grupo)

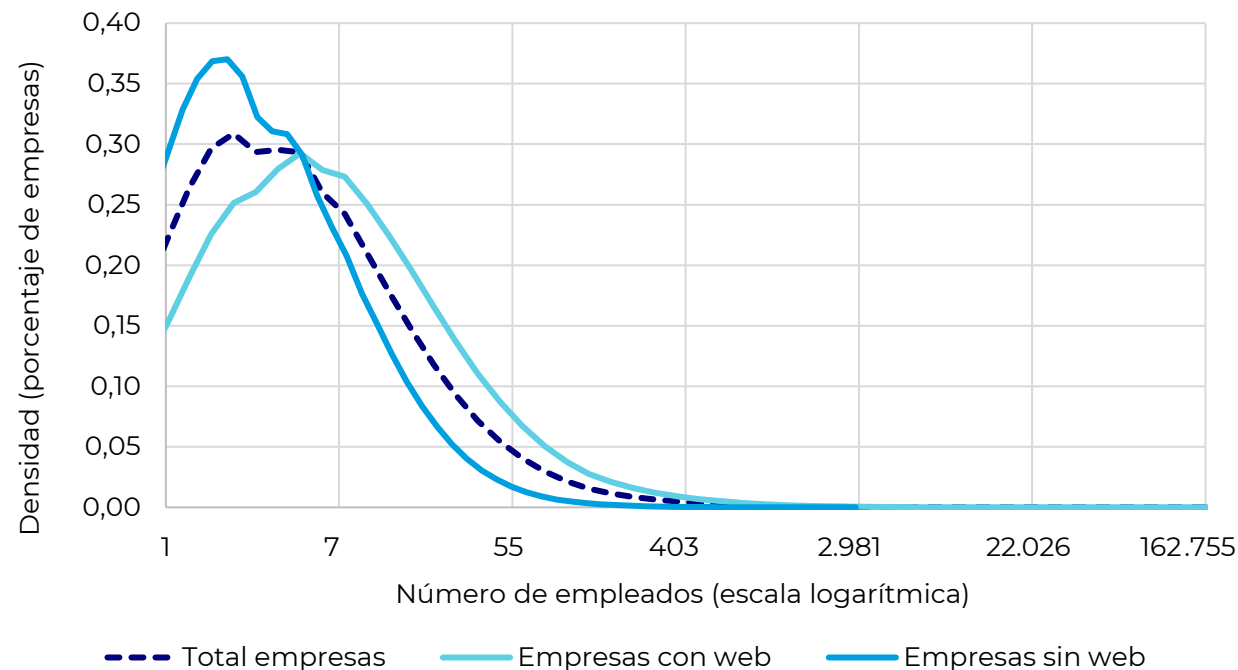


- El 44,5% del total de empresas de la Comunitat Valenciana tienen presencia digital al disponer de página web, y estas empresas representan el 81,1% del empleo de la región
- Existe una clara relación entre la presencia digital y el tamaño

Nota: Identificación de empresas a partir de SABI en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023). La clasificación de tamaño de las empresas de SABI es la oficial (Recomendación 2003/361/CE de la Comisión Europea): 1) Microempresas son aquellas que emplean a menos de 10 personas y cuyo volumen de negocio y/o su balance anual no supera los 2 millones de euros; 2) Pequeñas son las que emplean a menos de 50 personas y cuyo volumen de negocio y/o total del balance anual no superan los 10 millones de euros; 3) Medianas son las que emplean a menos de 250 trabajadores y tienen un volumen de negocio que no excede los 50 millones de euros y/o un total del balance anual que no excede los 43 millones de euros; y 4) Grandes empresas son todas aquellas que no se pueden clasificar en los anteriores grupos. Fuente: Bureau van Dijk (SABI Informa) y elaboración propia.

# PRESENCIA DIGITAL DE LA EMPRESA VALENCIANA

**Gráfico 2.** Distribución de probabilidad estimada del número de empresas según el tamaño (densidad de Kernel). Comunitat Valenciana (porcentaje)

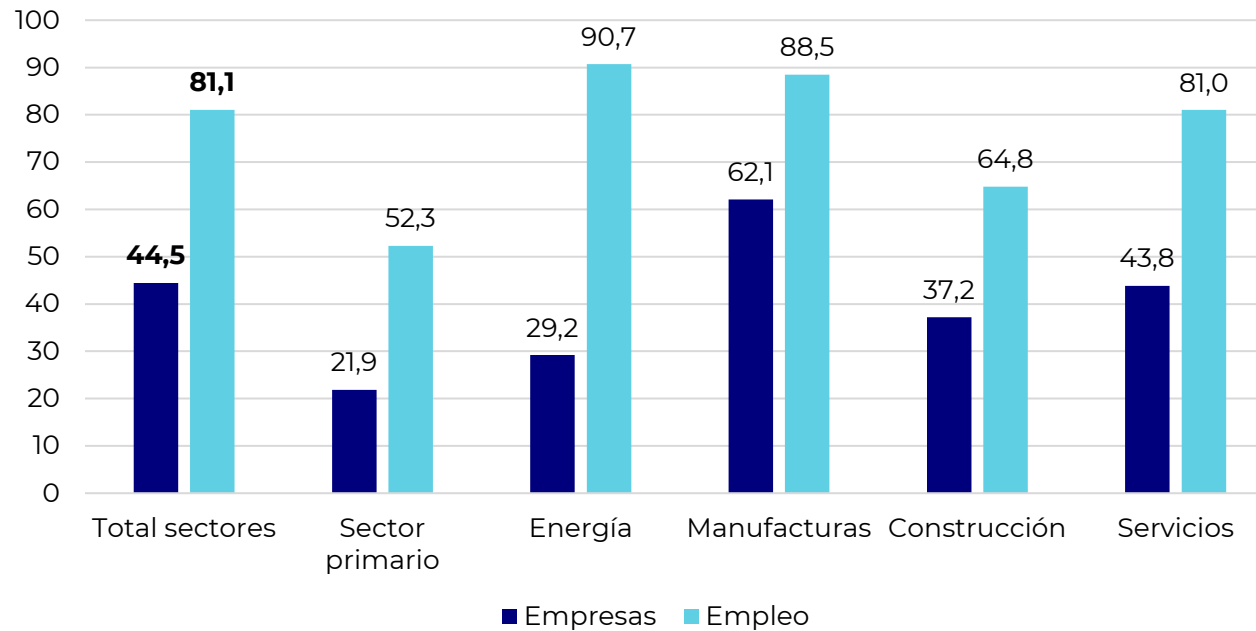


- La falta de presencia digital de empresas sin web es más severa entre las microempresas, especialmente entre las de menos de 6 trabajadores

Nota: Identificación de empresas a partir de SABI en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023).  
Fuente: Bureau van Dijk (SABI Informa) y elaboración propia.

# PRESENCIA DIGITAL DE LA EMPRESA VALENCIANA

**Gráfico 3.** Empresas con web y empleo por sector de actividad. Comunitat Valenciana (porcentaje sobre el total de empresas y empleo del sector)



- El sector de actividad marca también diferencias en la proporción del número de empresas, aunque no tanto en función del empleo
- En el sector primario y la construcción, la presencia digital es menor. En manufacturas y servicios, mayor
- El mayor detalle sectorial permite identificar que también hay sectores de servicios con alta presencia digital y que esta es mayor en los sectores donde el tamaño medio empresarial es también más elevado

Nota: Identificación de empresas a partir de SABÍ en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023).  
Fuente: Bureau van Dijk (SABÍ Informa) y elaboración propia.

# PRESENCIA DIGITAL DE LA EMPRESA VALENCIANA

**Gráfico 4.** Empresas con web y empleo por sector de actividad detallado (letras CNAE-09). Comunitat Valenciana (porcentaje sobre el total de empresas y empleo del sector)

## a) Empresas



## b) Empleo

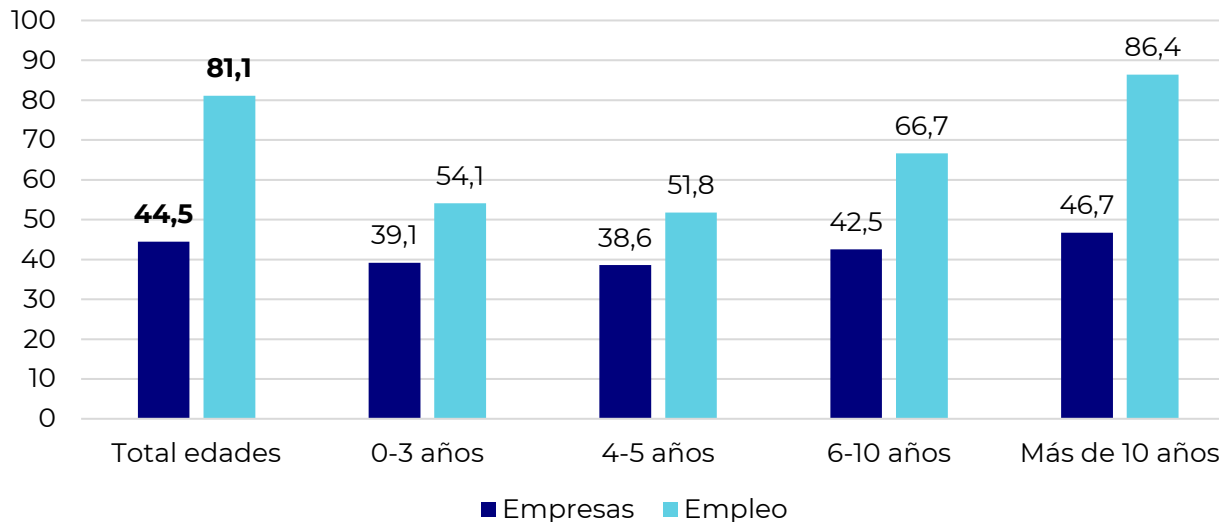


Nota: Identificación de empresas a partir de SABI en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023). Se excluyen los sectores de la administración pública (sección O de la CNAE-09) y las actividades de los hogares y extraterritoriales (secciones T y U) por su baja cobertura en SABI.

Fuente: Bureau van Dijk (SABI Informa) y elaboración propia.

# PRESENCIA DIGITAL DE LA EMPRESA VALENCIANA

**Gráfico 5.** Empresas con web y empleo por edad. Comunitat Valenciana (porcentaje sobre el total de empresas y empleo del grupo)



- La edad también marca diferencias, particularmente entre las de menos de 10 años y las de más
- Entre las empresas jóvenes hay pocas diferencias (39% - 43%), pero entre las de más de 10 años la presencia digital es mayor (46,7%)
- En términos de empleo, las diferencias aún son más elevadas, destacando las de más de 10 años (86,4%)

Nota: Identificación de empresas a partir de SABI en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023).  
Fuente: Bureau van Dijk (SABI Informa) y elaboración propia.

# INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS

**Cuadro 1.** Indicadores de las empresas según tengan o no web.  
Comunitat Valenciana

|                                                                                | Con web | Sin web |     |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|-----|
| Apalancamiento (Activo total-Recursos propios/Activo total, %)                 | 47,9    | 32,9    | *** |
| Endeudamiento (Deuda con coste/Activo total, %)                                | 25,7    | 24,3    | *   |
| Endeudamiento a largo plazo (Deuda a largo plazo/Activo total, %)              | 13,6    | 16,9    | *** |
| Rentabilidad (EBIT+ingresos financieros/Activo total medio, %)                 | 7,0     | 5,2     | *** |
| Liquidez (Tesorería / Activo total, %)                                         | 11,9    | 8,4     | *** |
| Liquidez a corto plazo (Activo corriente / Pasivo corriente)                   | 1,5     | 1,9     | *** |
| Ratio de cobertura de intereses (EBIT+Ingresos financieros/Costes financieros) | 6,1     | 3,8     |     |
| Periodo medio de pago a proveedores (Acreedores/Ingresos de explotación*360)   | 62,9    | 75,0    | *** |
| Ventas/empleo                                                                  | 242,7   | 137,0   | *** |
| Valor añadido/empleo                                                           | 57,4    | 54,4    |     |
| Riesgo de liquidez (% empresas)                                                | 18,8    | 27,8    | *** |
| Riesgo de fragilidad financiera (% empresas)                                   | 9,4     | 13,7    | *** |
| Empresas que exportan (% empresas)                                             | 13,6    | 4,1     | *** |

Nota: Identificación de empresas a partir de SABI en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023). El riesgo de liquidez es el porcentaje de empresas con una ratio de liquidez a corto plazo (ac/pc)<1. El riesgo de fragilidad financiera es el porcentaje de empresas con una ratio de endeudamiento por encima de la mediana del sector y con una ratio de cobertura de intereses (RCI)<1 o con rentabilidad ROA negativa. Significatividad de la diferencia de medias al 10% (\*), 5% (\*\*) y 1% (\*\*\*). En verde (rojo) se destacan los valores que suponen una mejor (peor) situación de las empresas con web.

Fuente: Bureau van Dijk (SABI Informa) y elaboración propia.

- Aunque no puede establecerse causalidad, tener presencia digital conlleva ventajas sobre no hacerlo, salvo en el endeudamiento
- Las empresas con presencia digital son 1,8 pp más rentables, disponen de mayor liquidez, así como ratios de ventas sobre número de empleados, de riesgo de liquidez o de fragilidad financiera más favorables

# INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS

**Cuadro 2.** Indicadores de las empresas según tengan o no web por tamaño.  
Comunitat Valenciana

|                                                                                   | Pymes   |         |     | Grandes |         |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|-----|---------|---------|-----|
|                                                                                   | Con web | Sin web |     | Con web | Sin web |     |
| Apalancamiento<br>(Activo total-Recursos propios/Activo total, %)                 | 44,4    | 33,0    | *** | 52,9    | 32,4    | *** |
| Endeudamiento<br>(Deuda con coste/Activo total, %)                                | 26,8    | 24,2    | *** | 24,1    | 26,0    |     |
| Endeudamiento a largo plazo<br>(Deuda a largo plazo/Activo total, %)              | 14,8    | 16,4    | **  | 12,0    | 23,6    | *** |
| Rentabilidad<br>(EBIT+ingresos financieros/Activo total medio, %)                 | 6,5     | 4,8     | *** | 7,7     | 10,3    |     |
| Liquidez (Tesorería / Activo total, %)                                            | 11,3    | 8,4     | *** | 12,8    | 8,3     | *   |
| Liquidez a corto plazo (Activo corriente / Pasivo corriente)                      | 1,7     | 1,9     |     | 1,3     | 3,0     | **  |
| Ratio de cobertura de intereses<br>(EBIT+Ingresos financieros/Costes financieros) | 6,3     | 4,4     |     | 5,9     | 1,0     |     |
| Periodo medio de pago a proveedores<br>(Acreedores/Ingresos de explotación*360)   | 65,7    | 76,1    | *** | 60,5    | 59,9    |     |
| Ventas/empleo                                                                     | 197,6   | 133,7   | *** | 299,6   | 204,0   |     |
| VA/empleo                                                                         | 55,3    | 53,3    |     | 60,1    | 72,5    |     |
| Riesgo de liquidez (% empresas)                                                   | 18,8    | 27,8    | *** | 22,9    | 23,8    |     |
| Riesgo de fragilidad financiera (% empresas)                                      | 9,4     | 13,7    | *** | 8,7     | 23,8    | **  |
| Empresas que exportan (% empresas)                                                | 13,0    | 4,1     | *** | 22,9    | 23,8    |     |

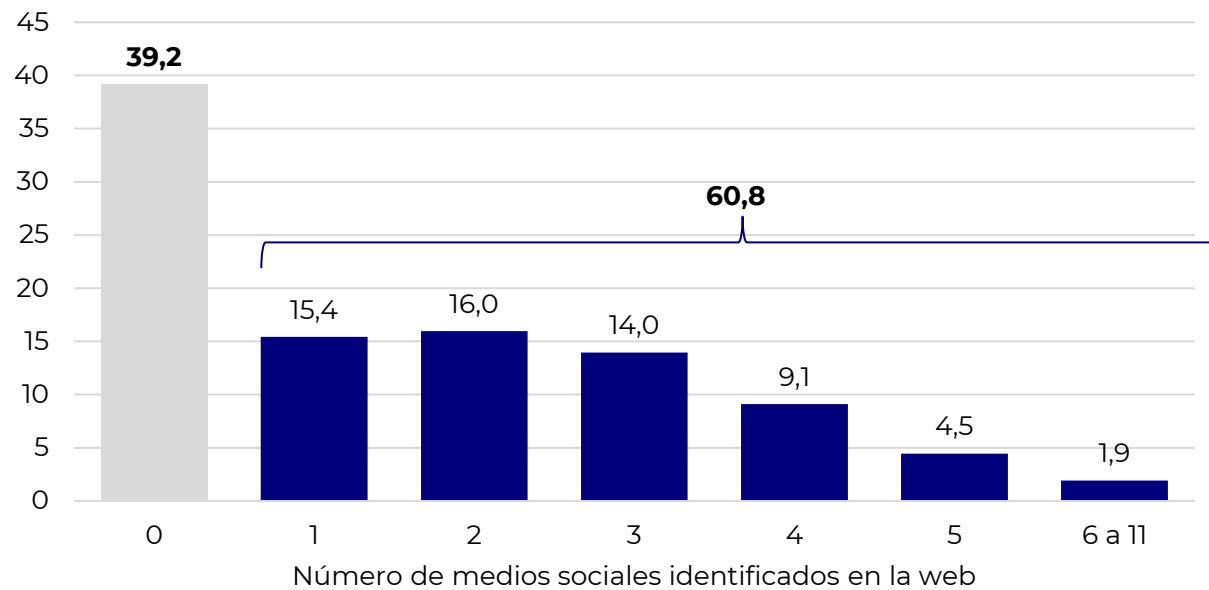
- El efecto positivo de tener presencia digital se produce fundamentalmente por las pymes, pues en las de mayor dimensión apenas hay diferencias

Nota: Identificación de empresas a partir de SABI en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023). El riesgo de liquidez es el porcentaje de empresas con una ratio de liquidez a corto plazo (ac/pc)<1. El riesgo de fragilidad financiera es el porcentaje de empresas con una ratio de endeudamiento por encima de la mediana del sector y con una ratio de cobertura de intereses (RCI)<1 o con rentabilidad ROA negativa. Significatividad de la diferencia de medias al 10% (\*), 5% (\*\*) y 1% (\*\*\*). Véase gráfico 1 para la clasificación de las empresas por grupos de tamaño. En verde (rojo) se destacan los valores que suponen una mejor (peor) situación de las empresas con web.

Fuente: Bureau van Dijk (SABI Informa) y elaboración propia.

# MEDIOS SOCIALES (redes sociales + otros canales)

**Gráfico 6.** Empresas con web por número de medios sociales. Comunitat Valenciana (porcentaje)

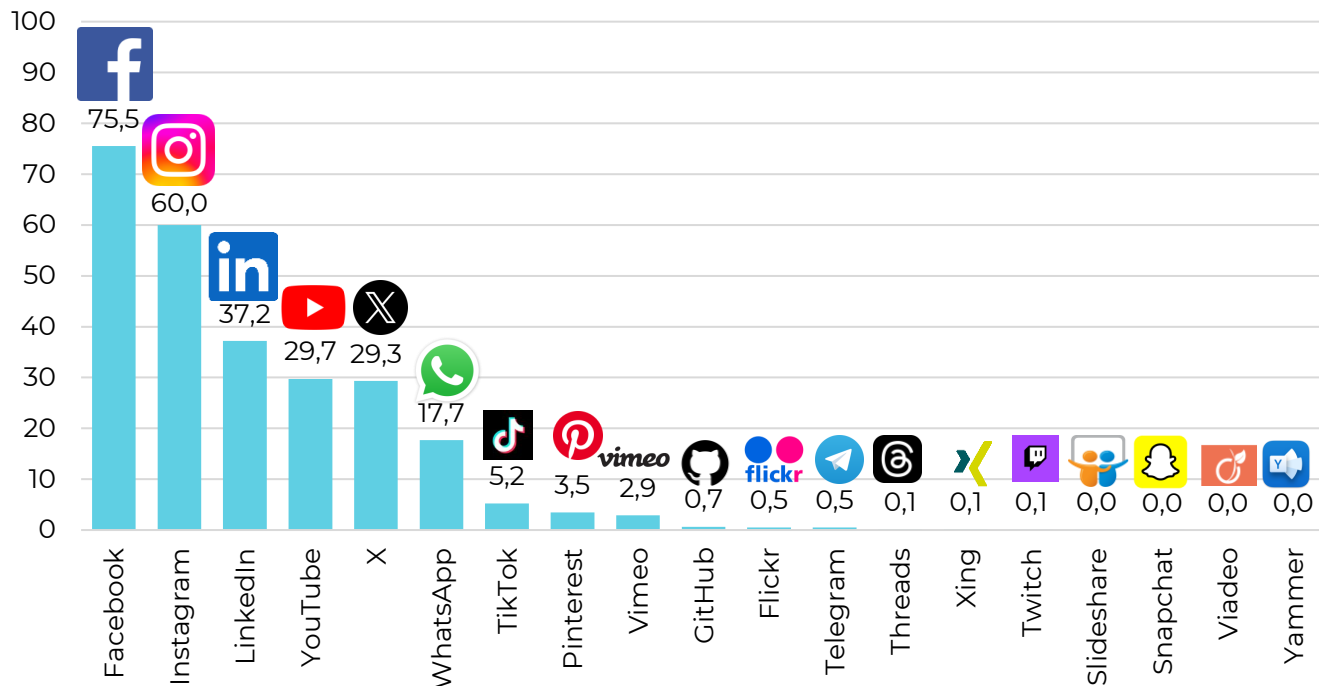


- Del total de empresas con página web, el 39,2% únicamente tiene como canal formal de comunicación con el exterior la página web y no utiliza medios sociales
- De estas empresas que no utilizan medios sociales, el 71,6% son microempresas, 24% pequeñas, 3,8% medianas y solo 0,6% grandes
- El 15,4% de las empresas con web dispone de un único medio social, mientras que el 30% dispone de entre dos y tres medios sociales. El 15,5% de las empresas dispone de cuatro o más medios sociales

Nota: Identificación de empresas a partir de SABI en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023).  
Fuente: Bureau van Dijk (SABI Informa) y elaboración propia.

# MEDIOS SOCIALES

**Gráfico 7.** Empresas con web y medios sociales por medio social.  
Comunitat Valenciana (porcentaje)



Nota: Identificación de empresas a partir de SABI en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023).  
Fuente: Bureau van Dijk (SABI Informa) y elaboración propia.

- Los dos medios sociales más vinculados en la página web de las empresas son Facebook e Instagram, presentes en el 75,5% y 60% de los sitios web de las empresas de la Comunitat Valenciana con algún medio social
- Les sigue LinkedIn (37,2%), YouTube (29,7%) y X (29,3%). WhatsApp está enlazado tan solo en el 17,7% de las empresas con web y algún medio social

# MEDIOS SOCIALES

## Tipos de medios sociales

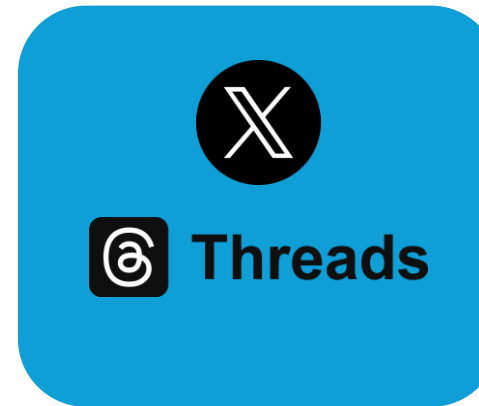
- **Multimedia**



- **Networking**



- **Microblogging**

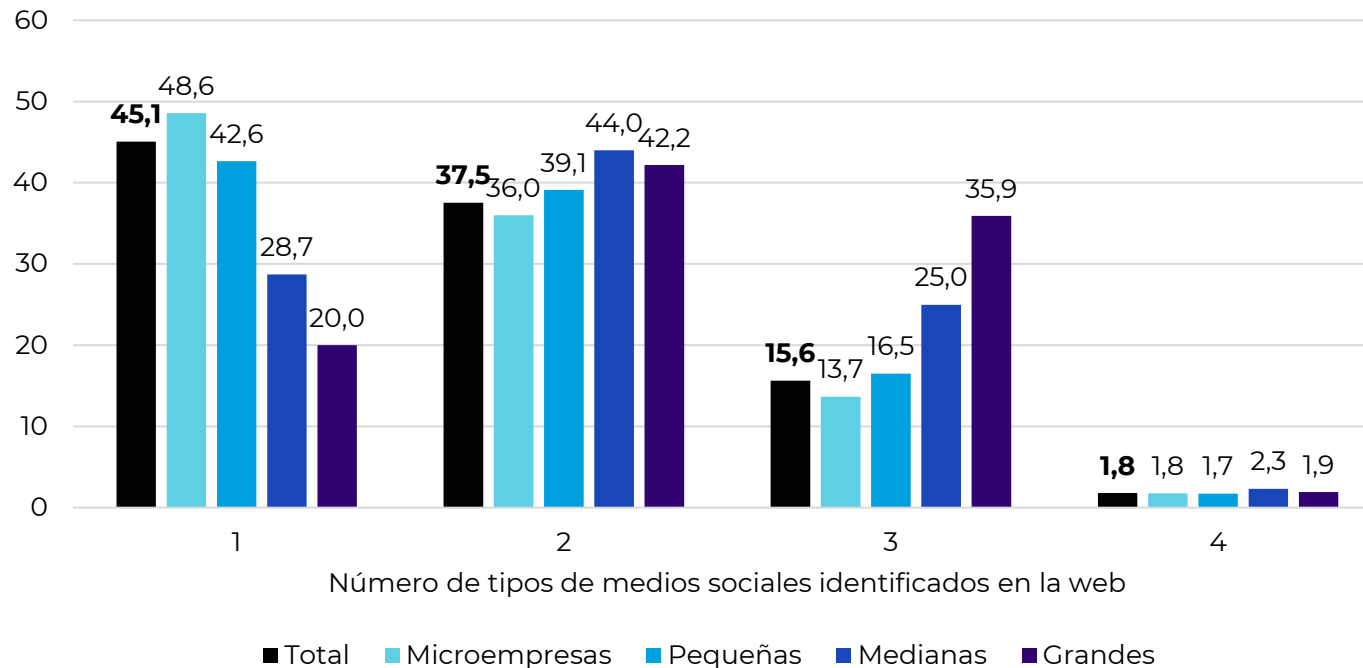


- **Mensajería**



# MEDIOS SOCIALES

**Gráfico 8.** Empresas con web y medios sociales por número de tipos según el tamaño. Comunitat Valenciana (porcentaje)

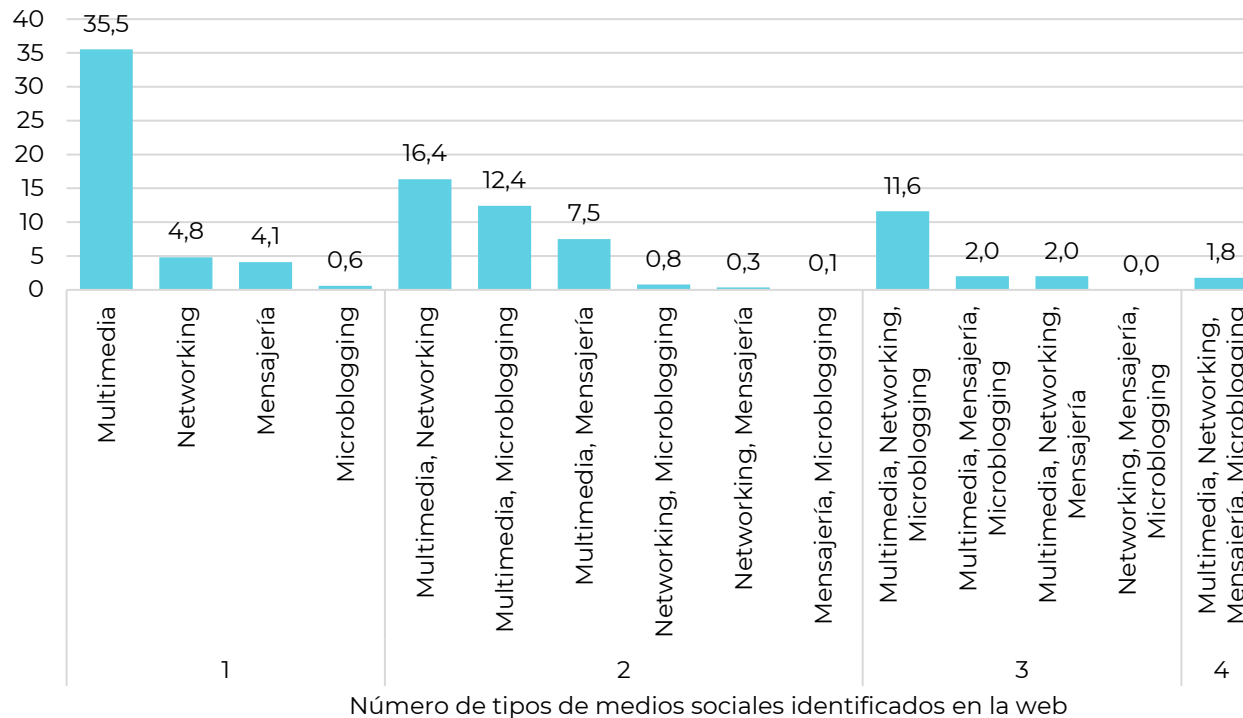


- El 45,1% de las empresas de la Comunitat Valenciana con página web y medios sociales, únicamente dispone de uno de los cuatro tipos de medios sociales identificados (multimedia, *networking*, mensajería o *microblogging*)
- El 37,5% utiliza dos tipos de medios sociales, el 15,6% tres tipos y tan solo el 1,8% combina los cuatro tipos de medios sociales
- Existen diferencias entre tamaños. Mayor dimensión está asociada a mayor número de tipos de medios sociales empleados

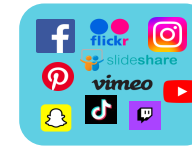
Nota: Identificación de empresas a partir de SABI en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023).  
Fuente: Bureau van Dijk (SABI Informa) y elaboración propia.

# MEDIOS SOCIALES

**Gráfico 9.** Empresas con web y medios sociales por número de tipos. Desagregación según la tipología de medio social. Comunitat Valenciana (porcentaje)



## Multimedia



## Networking



## Microblogging



## Mensajería



- El medio social más empleado es el de multimedia (35,5% de las empresas con medios sociales)
- Si se utilizan dos combinaciones, la opción mayoritaria es la de redes sociales de multimedia y *networking* (16,4% de las empresas), aunque también multimedia y *microblogging* (12,4%)
- En las empresas con tres tipos de medios sociales (15,6%) se suelen combinar mayoritariamente las dimensiones de multimedia, *networking* y *microblogging* (11,6%)

Nota: Identificación de empresas a partir de SABI en septiembre de 2025 (último ejercicio económico disponible: 2023).

Fuente: Bureau van Dijk (SABI Informa) y elaboración propia.

# CONCLUSIONES

- Este informe constituye la primera fase de un proyecto destinado a medir la digitalización empresarial en la Comunitat Valenciana
- En esta primera fase se mide la presencia digital de las empresas: **disponer de página web**. Se descarta a las empresas que no están en la economía digital al no tener vocación digital por no haber creado ni siquiera un sitio web
- El **44,5% de las empresas** y el **81,1% del empleo** tienen presencia digital
- **El tamaño empresarial es determinante**: la presencia digital es muy reducida en microempresas, especialmente **hasta las de 6 trabajadores**
- **Fuertes diferencias sectoriales**: manufacturas lidera, mientras que construcción y sector primario presentan los menores niveles. Estas brechas se explican en gran parte por el **tamaño medio** de las empresas en el sector
- **La edad empresarial** apenas influye, aunque las empresas más veteranas presentan una presencia digital algo mayor
- Las **empresas con presencia digital muestran mejor salud económico-financiera, aunque las diferencias son más relevantes entre las pymes**, pues entre las grandes no se observa tanto

# CONCLUSIONES

- Entre las empresas con página web, **el 60,8% utiliza medios sociales**. La falta de uso de redes sociales se concentra en micro y pequeñas empresas
- El uso de medios sociales también presenta **gradientes de sofisticación**:
  - 45,1% usa un único tipo (sobre todo multimedia)
  - 16,4% combina multimedia y *networking*, y 12,4% multimedia y *microblogging*
  - 11,6% adopta una estrategia más completa con multimedia, *networking* y *microblogging*
- Los resultados confirman la **centralidad del tamaño y del sector** en el proceso de digitalización, y abren la puerta a fases posteriores del proyecto que profundizarán en otras dimensiones de la digitalización empresarial para medir la economía digital

# Economía Digital en la Comunitat Valenciana

FASE 1

Empresas con presencia digital en la Comunitat Valenciana

Elaborado por el Ivie



**Gema Bravo** (Ivie)  
**Juán Fernández de Guevara** (Ivie y Universitat de València)  
**Consuelo Mínguez** (Ivie y Universitat de València)

