Publicado en el 26/11/2015

Un estudio muestra que menos del 30% de las empresas españolas han contratado profesionales para cubrir sus necesidades digitales

Un 63% de las compañías españolas tiene implementadas las funciones digitales fundamentales | El 85% de las empresas invertirán en proyectos digitales en los próximos dos años | Sólo el 19% de las empresas están preparadas para afrontar la transformación digital

El Instituto de la Economía Digital de ESIC (ICEMD), ha presentado esta mañana el 1er estudio sobre las competencias digitales en la empresa española, para el que ha contado con la colaboración de la consultora Millward Brown y en el que ha entrevistado a 442 empresas españolas de cinco sectores acerca de la situación actual con relación a las competencias digitales. Las conclusiones muestran un panorama en el que a pesar del esfuerzo que las organizaciones están haciendo para incorporarse a la economía digital, continúa habiendo una brecha entre necesidades de las empresas y los perfiles, especialmente en lo referente a especialización y formación.

Enrique Benayas, director general de ICEMD y Joos van Nispen, fundador y presidente de ICEMD en la presentación del primer estudio de competencias digitales de la empresa española

Los datos, obtenidos a través de un cuestionario elaborado con la colaboración de 45 expertos en economía digital y de diez destacados directivos pertenecientes al claustro de profesores del Instituto de la Economía Digital de ESIC (ICEMD), destacan que a pesar de que más de la mitad de las empresas (63%) tienen implementadas las principales funciones digitales, sólo una cuarta parte (27%) cuenta con un puesto específico que desarrolle estas funciones. Así, un 29% de empresas tiene un social manager, un 25% un responsable de e-commerce mientras que los puestos menos implantados en las empresas son el Business Intelligence Manager y el desarrollador de Apps, con un 24% y un 23%, respectivamente.

Entre los soportes digitales que han integrado las empresas españolas destacan la página web que ya tiene un 96% de las empresas, o la tienda online, que está implementada en el 56% de ellas. Por su parte, en cuanto a redes sociales casi un 73% de las empresas cuentan con una página y un 60% con canal en Twitter.

Aunque la página web propia es un soporte totalmente integrado en todos los sectores existen otras iniciativas que requieren mayor desarrollo y más implicación estratégica como la tienda online o las apps móvil con grandes diferencias en su grado de implementación dependiendo de la actividad de la empresa. Así, el 82% de las empresas de turismo y el 81% de retail tienen tienda online y también son las más punteras en apps móvil, 71% en retail y un 68% de turismo, seguidas por servicios con un 61% de empresas que lo tienen presente en su compañía de forma activa.

“El estudio nace con la vocación de ser una herramienta fundamental para los directivos y empresas que quieran conocer la situación del mercado, de sus sectores y de sus empresas respecto a las competencias digitales”

Inversión en proyectos digitales y en formación

Tras el análisis de los hábitos digitales de la empresa, el estudio desvela las necesidades de formación en competencias digitales, y muestra que continúa habiendo una carencia en formación, ya que el 72% de los directivos no la reciben de forma periódica y no se sienten al día. Sin embargo, un punto positivo es cómo las empresas, cada vez más conscientes de lo que implica esta carencia, piensan invertir en proyectos digitales en los próximos 2 años (85% de las encuestadas) y un 78% de ellas hará una inversión importante en formación en material digital.

En cuanto a la inversión por sectores, el turismo (46%) junto con retail (37%) son los dos que tienen previsto una inversión fuerte en los próximos dos años en formación digital mientras que en inversiones en proyectos digitales los sectores que tienen previsto inversiones más fuertes son el de turismo (44%) pero en este caso seguido por el de servicios (40%).

El Índice de Competencia Digital es bajo. 16,23 sobre una escala de 100

Teniendo en cuenta todos los factores de manera conjunta, ICEMD ha elaborado un Índice de Competencia Digital que otorga una “nota” a las empresas españolas en su relación con las competencias digitales. El resultado final es que sólo un 19% de las empresas tienen un ICD (Índice de Competencia Digital) alto, mientras que el resto tienen todavía que evolucionar mucho para poder afrontar la transformación digital y los retos del S.XXI. El resultado es desigual por sectores. Así, servicios alcanza un 24,61 en ICD mientras que los que peor nota obtienen son transporte e industria con un 9,72 y un 12,24 respectivamente.

“El Índice de Competencia Digital, ICD, es el termómetro que mide la relevancia que los propios directivos de las empresas españolas están otorgando a estas competencias digitales y con qué grado de cumplimiento las están implementando”, ha declarado Enrique Benayas, director general de ICEMD durante la presentación. Para quién, “el estudio nace con la vocación de ser una herramienta fundamental para los directivos y empresas que quieran conocer la situación del mercado, de sus sectores y de sus empresas respecto a las competencias digitales. Además, muestra una excelente foto de aspectos tan estratégicos como: cuales son las disciplinas digitales más importantes, las competencias digitales asociadas a esas disciplinas, los puestos digitales que las empresas las debieran cubrir”.

Descubre aquí los datos más reveladores del estudio.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: E-Commerce Recursos humanos Digital

NotasdePrensa

https://www.notasdeprensa.es