

ÍNDICE DE MADUREZ DIGITAL DE LAS EMPRESAS

PRIMER ESTUDIO EN ESPAÑA



íncipy

your digital
strategy partner



inesdi
Digital Business School

ÍNDICE DE MADUREZ DIGITAL DE LAS EMPRESAS

SEPTIEMBRE 2017

Imágenes: Thestocks.im & Picjumbo.com

Iconos: Graphic Burger

Ilustraciones: Incipy



LICENSE CREATIVE COMMONS: **CC BY NC ND**

Está permitida la descarga y distribución libre bajo atribución.

No está permitido el uso comercial ni la modificación de la obra.

ÍNDICE

OBJETIVO

05

EL ESTUDIO

07

RESULTADOS

10



OBJETIVO

Conocer el **estadio y grado de madurez digital de las empresas** en España a través de los catorce indicadores clave de la Transformación Digital.

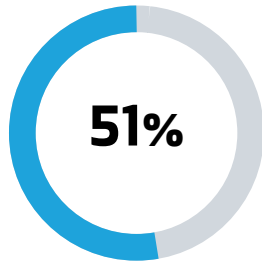


EL ESTUDIO

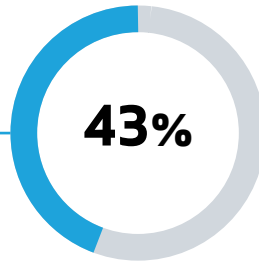


250 ENCUESTADOS

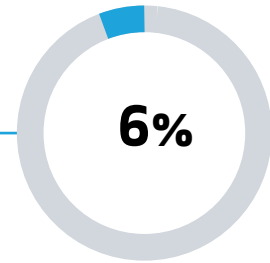
Directivos de diferentes ámbitos en la organización, con un grado de responsabilidad medio-alto en empresas de diversos sectores y tamaños en España.



Director o gerente



Mando intermedio
o profesional senior



Digital Manager
Chief Digital Officer

14 INDICADORES CLAVE DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL



VISIÓN, CULTURA Y LIDERAZGO

1. Hoja de Ruta Digital
2. Liderazgo senior del Plan de Transformación Digital
3. Presupuesto Dedicado



PERSONAS

4. Formación y Habilidades Digitales
5. Comunicación Interna Digital
6. Adopción de Herramientas Colaborativas



CLIENTES


7. Estrategia integral en relación al cliente
8. Estrategia Digital marca/producto
9. Ecosistema digital
10. CRM para Plan Relacional
11. Comunicación online en tiempo real
12. Venta Online
13. Evaluación online experiencia del cliente



NEGOCIO DIGITAL

14. Cuota de negocio procedente de Internet

5 ESTADIOS DE LA MADUREZ DIGITAL

Estadio	Concepto
 <i>Estadio 1</i>	Empresas que tienen ciertas iniciativas digitales diferentes, independientes y dispersas en la compañía.
 <i>Estadio 2</i>	Empresas que empiezan a formalizar algún plan digital en alguna área concreta de la compañía.
 <i>Estadio 3</i>	Empresas que están trabajando en la Hoja de Ruta Digital de forma holística e integrada.
 <i>Estadio 4</i>	Empresas que están implemetando el Plan de Transformación Digital en varios frentes con líderes digitales en posiciones clave.
 <i>Estadio 5</i>	Empresas que han desarrollado su negocio digital. Organizaciones innovadoras, ágiles, flexibles, conectadas, colaborativas y abiertas que se adaptan continuamente a los cambios.

RESULTADOS

The background is a solid blue color with a network of white lines forming a hexagonal grid. Several hexagons contain white icons: a document with a folded corner, a speech bubble with a plus sign, a cloud with an upward arrow, a circular arrow, and a square with a dot.



1 VISIÓN, CULTURA Y LIDERAZGO

2 PERSONAS

3 CLIENTES

4 NEGOCIO DIGITAL



01



VISIÓN, CULTURA Y LIDERAZGO

La visión y el liderazgo en la Transformación Digital desde la alta dirección tiene un impacto directo en el incremento de la cuota de negocio.

Sin embargo, la mayoría de las empresas reconocen que aún no destina una parte importante de su presupuesto total a la Transformación Digital.

Más de la mitad de las empresas no tiene un plan de Transformación Digital, no dispone de un líder senior responsable del proceso, o han delegado esta responsabilidad en un perfil junior.



01



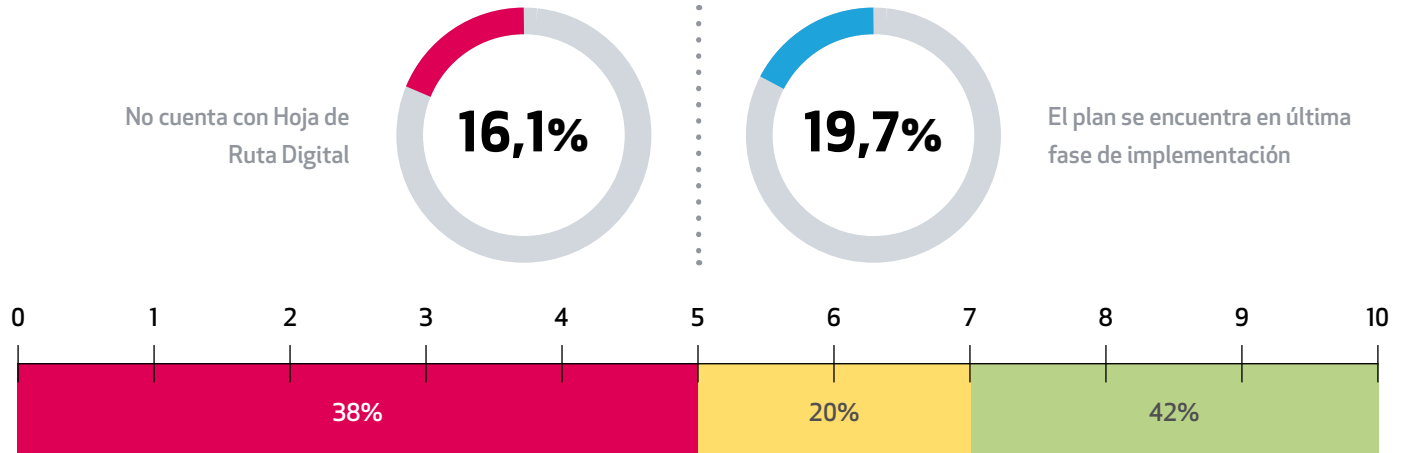
VISIÓN, CULTURA Y LIDERAZGO

Queda patente que por parte de la Dirección General todavía existe una falta de apuesta por la Transformación Digital.


El 38% de las empresas en España, se encuentran aún en una fase muy inicial, con un nivel bajo de madurez digital, y un 20% tienen un nivel medio.


Menos de la mitad de los entrevistados (42%) declaran trabajar en una empresa con una Hoja de Ruta Digital formalizada.


GRADO DE MADUREZ DIGITAL SEGÚN HOJA DE RUTA DIGITAL



© Incipy e Inesdi


Grado bajo (0-4)


Grado medio (5-6)


Grado alto (7-10)

01

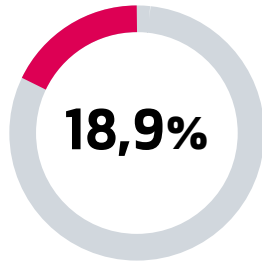


VISION, CULTURA Y LIDERAZGO

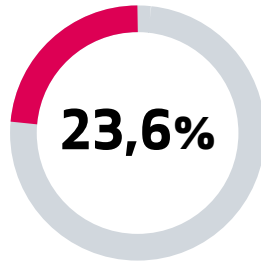
El 66% de los encuestados manifiesta que su empresa no tiene un plan de Transformación Digital, no lo gestiona nadie en concreto o la persona responsable de su gestión es un perfil junior. Por lo tanto, para este porcentaje de compañías, no parece que la Transformación Digital sea una prioridad.

Tan solo el 34% de las empresas cuentan con un responsable senior que coordina y gestiona el Plan de Transformación Digital.

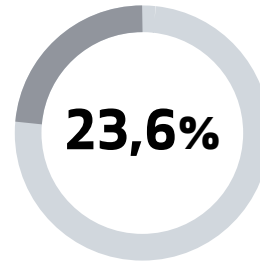
GRADO DE MADUREZ DIGITAL SEGÚN **EL LIDERAZGO DEDICADO A SU GESTIÓN**



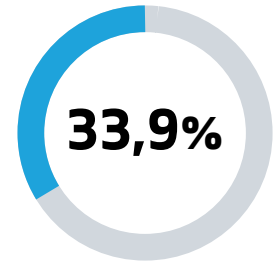
No tiene Plan de Transformación Digital



No lo gestiona nadie en concreto



Sí hay una persona encargada, aunque no es un senior



Sí, existe la figura de responsable senior, que coordina y gestiona el Plan de Transformación Digital



01

VISIÓN, CULTURA Y LIDERAZGO

El 28% de los entrevistados constata que su empresa dedica menos del 10% del total de su presupuesto a acciones digitales, lo que indica un grado de madurez bajo en relación a este indicador. Es destacable, asimismo, que el 15% de los profesionales entrevistados desconoce el presupuesto que la empresa destina a acciones orientadas a la digitalización.

Podemos afirmar que no siempre un mayor presupuesto dedicado se traduce de forma directa en un grado más avanzado del plan de Transformación Digital. A pesar de ello, **el 58,5% de las empresas que no cuentan con una Hoja de Ruta Digital apoyada por la Dirección General destinan hasta un 10% de su presupuesto a acciones orientadas a la Transformación Digital.** Esto lleva a pensar que, muy posiblemente, parte de los presupuestos no se orientan o asignan adecuadamente.

GRADO DE MADUREZ DIGITAL SEGÚN PRESUPUESTO DEDICADO

Presupuesto dedicado			Grado del Plan de Transformación Digital										
Nivel de inversión		Total	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nivel bajo	<10%	28%	67,6%				16,9%		15,5%				
Nivel medio	10%-30%	35%	31,5%				24,7%		43,8%				
Nivel medio	30%-50%												
Nivel alto	50%-70%	22,4%					17,5%		75,4%				
Nivel alto	70%-90%		7%										
Nivel alto	>90%												
Desconocen		14,6%	43,2%				16,2%		40,5%				

18
19



Grado bajo (0-4)



Grado medio (5-6)



Grado alto (7-10)



02



PERSONAS

La Transformación Digital es una transformación de negocio, que no se consigue sin foco en las personas para involucrarlas y empoderarlas activamente en el proceso con formación, nuevas herramientas de trabajo en red, canales innovadores de comunicación interna, *employer branding* y digitalización de los procesos clave.

En este sentido, la formación en materia digital es aún una asignatura pendiente en el proceso de Transformación Digital de las organizaciones. Además, a un gran número de empresas le queda mucho camino por recorrer en lo que respecta al uso de herramientas colaborativas digitales y de trabajo en red.





02



PERSONAS

El grado de madurez digital de las empresas en España según el nivel de formación y habilidades digitales de los empleados es medio-bajo.

En concreto, cuando preguntamos a los profesionales con responsabilidad alta en su compañía por el nivel de conocimientos digitales que posee la plantilla, nos encontramos con que **más de la mitad, desconoce el nivel de formación y habilidades digitales de sus empleados** y que únicamente el 23% afirma que al menos la mitad de la plantilla posee los conocimientos digitales adecuados.

GRADO DE MADUREZ DIGITAL SEGÚN EL NIVEL DE FORMACIÓN Y HABILIDADES DIGITALES DE LOS EMPLEADOS

53%

El 53% de los encuestados no conoce el grado de formación digital de su plantilla.

24%

El 24% considera que menos de la mitad de su plantilla está correctamente formada en materia digital.

23%

Tan solo un 23% opina que más de la mitad de la plantilla posee los conocimientos digitales adecuados

11%

Tan solo el 11% afirma que todos los trabajadores de su empresa tienen habilidades digitales.



02

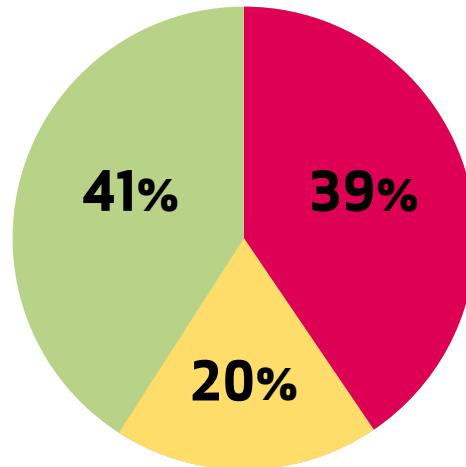


PERSONAS

El **59%** de los profesionales considera que su empresa tiene un **grado medio-bajo de madurez digital** (puntuación 0-6) en lo que respecta a la implementación de los **canales digitales de comunicación interna**.

Además, **el 11% de los profesionales entrevistados otorgaría a su empresa la mínima puntuación (0)** en lo que respecta a la implementación de canales digitales de comunicación interna.

GRADO DE MADUREZ DIGITAL SEGÚN **LA COMUNICACIÓN INTERNA DIGITAL**



© Incipy e Inesdi



Grado bajo (0-4)



Grado medio (5-6)



Grado alto (7-10)



02

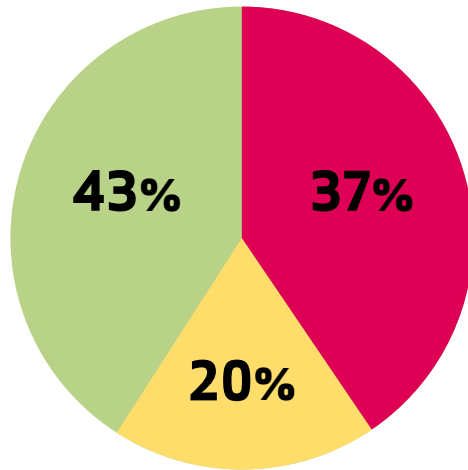


PERSONAS

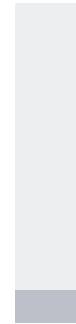
El **57%** de los profesionales entrevistados considera que a su empresa le queda mucho camino por recorrer en lo que respecta al uso de **herramientas colaborativas digitales** teniendo un **nivel medio-bajo** (0-6).

Existe una relación directa entre el uso de canales digitales para la comunicación interna y el uso de herramientas colaborativas, que evidencia la apuesta clara de las empresas por impulsarlas de forma conjunta.

GRADO DE MADUREZ DIGITAL SEGÚN **USO DE HERRAMIENTAS COLABORATIVAS DIGITALES**

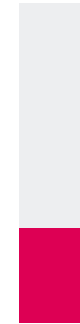


10%



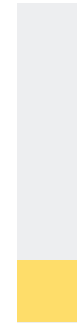
Uso nulo (0)

27%



Nivel bajo (1-4)

20%



Nivel medio (5-6)

© Incipy e Inesdi



Grado bajo (0-4)



Grado medio (5-6)



Grado alto (7-10)



03

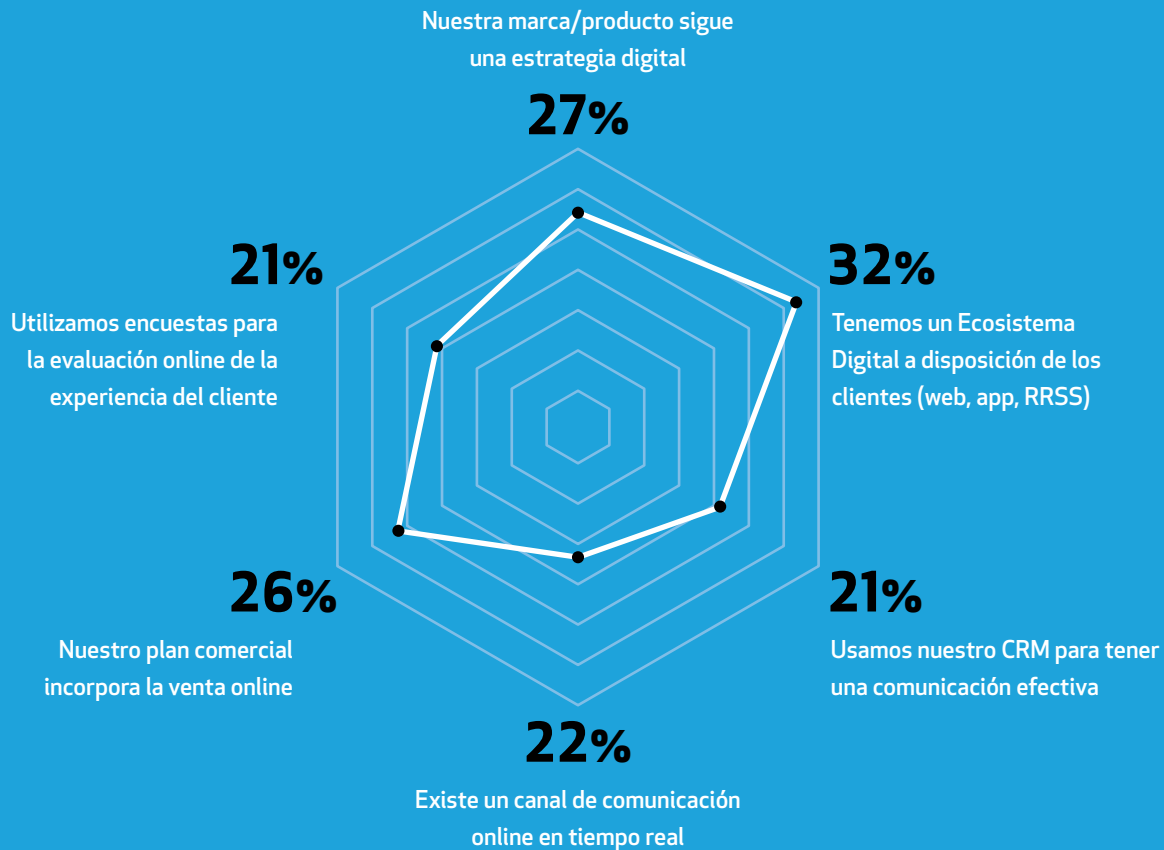
CLIENTES

Tener una estrategia integral en los canales digitales para potenciar la escucha, la conversación, la relación y la vinculación con los clientes es un punto de mejora para el 88% de las empresas.

El 19% de los profesionales encuestados no hace uso de ninguna herramienta ni canal digital que ayude a situar a sus clientes en el centro de la estrategia de la empresa.

En lo que respecta a la relación con los clientes, hay una dispersión absoluta en las acciones digitales implementadas, sin que ninguna de ellas destaque claramente por su uso mayoritario. **Se ha demostrado que las empresas no siguen una estrategia integral en relación al cliente y que realizan acciones de forma aislada.**





GRADO DE MADUREZ DIGITAL SEGÚN **LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES**

19%

El 19% de los profesionales entrevistados no estaría realizando ninguna de estas acciones digitales.

57%

El 57% solo tendría puesta en marcha una de las seis acciones en relación a los clientes en el ámbito digital.

12%

El 12% de las empresas tienen implementadas un mínimo de cuatro acciones digitales; y por tanto cuentan con una Estrategia Integral Digital centrada en el cliente.

3,5%

Tan solo el 3,5% de las empresas encuestadas tienen implementadas todas las acciones y, por tanto, cuentan con una estrategia digital integral centrada en el cliente.

04



NEGOCIO DIGITAL

Los nuevos escenarios digitales permiten identificar, globalizar, innovar, expandir o crear nuevas oportunidades de negocio.

Podemos afirmar que la disrupción en la transformación de los modelos de negocio **todavía no es una realidad para las empresas que operan en España.**

Al menos el 35% de las empresas todavía se resiste a dar el salto a los entornos digitales; manifestando que su cuota de negocio digital es menos del 20%.

GRADO DE MADUREZ DIGITAL SEGÚN CUOTA DE NEGOCIO PROCEDENTE DE INTERNET

20%
De las empresas afirma que:
Entre un 20 y un 50% del negocio
viene de internet



35%
De las empresas afirma que:
Menos de un 20% del negocio
procede de internet

ÍNDICE DE MADUREZ DIGITAL DE LAS EMPRESAS EN ESPAÑA



VISIÓN, CULTURA Y LIDERAZGO

Nota

3,9

- Hoja de Ruta Digital
- Liderazgo senior del Plan de Transformación Digital
- Presupuesto dedicado



PERSONAS

Nota

4,3

- Formación y Habilidades Digitales
- Comunicación Interna Digital
- Adopción de Herramientas Colaborativas

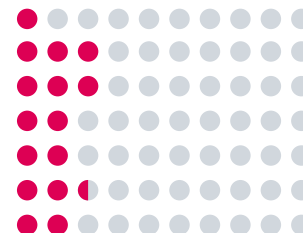


CLIENTES

Nota

2,1

- Estrategia integral en relación al cliente.
- Estrategia Digital marca/producto
- Ecosistema Digital
- CRM para Plan Relacional
- Comunicación online en tiempo real
- Venta online
- Evaluación online experiencia del cliente



NEGOCIO DIGITAL

Nota

3,2

- Cuota de negocio procedente de Internet



Aspectos a mejorar



Estatus intermedio



Situación adecuada



VISIÓN, CULTURA Y LIDERAZGO

- El 42% de las empresas declaran trabajar con una Hoja de Ruta Digital formalizada.
- Tan solo el 34% cuenta con un Plan de Transformación Digital coordinado y dirigido por un senior.
- El 28% dedica menos del 10% del presupuesto a acciones digitales.



PERSONAS

- El 23% piensa que la mitad de la plantilla tiene la formación adecuada en materia digital.
- El 40% considera que su empresa tiene un grado de madurez bajo en cuanto a comunicación interna digital.
- El 37% asegura que su empresa tiene un nivel bajo en el uso de herramientas colaborativas digitales.



CLIENTES

- Tan solo el 12% cuenta con una Estrategia Integral Digital centrada en el cliente.
- Un 27% sigue una Estrategia Digital marca/producto.
- El 32% tiene un Ecosistema Digital.
- El 21% usa un CRM para Plan Relacional.
- Un 22% tiene un canal de Comunicación Online en tiempo real.
- Para el 26% el plan comercial incorpora la Venta Online.
- El 21% recoge la evaluación online de la experiencia del cliente.



NEGOCIO DIGITAL

- Para el 35% de las empresas, menos de un 20% de su cuota de negocio procede de Internet.



(Valoración sobre 10)








ÍNDICE DE MADUREZ DIGITAL DE LAS EMPRESAS EN ESPAÑA

A nivel global, las empresas en España suspenden en **Transformación Digital**, obteniendo una nota de **3,7** sobre 10 puntos. El **76%** de las empresas en España actualmente se encuentra en un **estadio Básico o Inicial** de la Transformación Digital. Tan solo el **4%** de las empresas encuestadas están ubicadas en los estadios 4 y 5 correspondientes a las empresas **Transformadoras e Innovadoras**, respectivamente.

Sin duda, los dos aspectos prioritarios a trabajar son, por una parte la **visión y el establecimiento de un Plan y una Hoja de Ruta holística** y con presupuesto asignado para tener éxito en la Transformación Digital de las empresas. Y por otra parte, la **formación adecuada de la plantilla** en competencias, conocimientos y habilidades digitales.

5 ESTADIOS DE LA MADUREZ DIGITAL

Estadio	Concepto	% Empresas
 <i>Estadio 1</i> Básica (1-3)	Empresas que tienen ciertas iniciativas digitales diferentes, independientes y dispersas en la compañía.	42,9%
 <i>Estadio 2</i> Inicial (4-6)	Empresas que empiezan a formalizar algún plan digital en alguna área concreta de la compañía.	33%
 <i>Estadio 3</i> Estratégica (7-8)	Empresas que están trabajando en la Hoja de Ruta Digital de forma holística e integrada.	12,6%
 <i>Estadio 4</i> Transformadora (9)	Empresas que están implemetando el Plan de Transformación Digital en varios frentes con líderes digitales en posiciones clave.	2,8%
 <i>Estadio 5</i> Innovadora (10)	Empresas que han desarrollado su negocio digital. Organizaciones innovadoras, ágiles, flexibles, conectadas, colaborativas y abiertas que se adaptan continuamente a los cambios.	1,2%

AGRADECIMIENTOS

Directora del Estudio



Joana Sánchez

Directoras técnicas



Andrea Iborra



Cristina Morán

Colaboradores



Mireia Ranera



Francisco González



Belén Cuadrillero



Ana Sánchez-Blanco



Marta Fernández

Agradecemos la participación en este estudio a la consultora de investigación **nPeople** y la colaboración de los equipos de **Íncipy**, **Inesdi** e **Indigital Advantage**.



www.incipy.com



www.inesdi.com

©  incipy   inesdi



incipy

your digital
strategy partner



inesdi
Digital Business School

Con la colaboración de:



Investigación e Innovación Digital



Descárgate este estudio y descubre más sobre Transformación Digital en [incipy.com](https://www.incipy.com) y en [inesdi.com](https://www.inesdi.com)