

FICHA TÉCNICA

Título: Índice de Madurez Digital de las empresas

Año: 2019

Fuente: INCIPY-INESDI

Nº de páginas: 49

Acceso/coste: Gratuito

Localización: Disponible en el siguiente [link](#)



CONCLUSIÓN PRINCIPAL

En un entorno económico tan dinámico y cambiante como el actual, la transformación digital se convierte en un factor esencial para todas aquellas empresas que aspiran a mantener su **competitividad** y **crecimiento en el mercado**, así como a optimizar el funcionamiento, **maximizar las ganancias** y garantizar la **satisfacción de los clientes**.

La importancia de medir el grado de madurez digital de una empresa, en España, radica en la necesidad de **evaluar la capacidad que tienen las organizaciones** para abordar los nuevos **retos** que plantea la **digitalización** de muchos procesos y para establecer una **sólida estrategia** y **cultura empresariales**.

Ello nos lleva al concepto de **madurez digital**. Se puede considerar digitalmente madura a una empresa cuando, una vez desplegada e implementada su estrategia digital, tiene la destreza, la versatilidad y la **flexibilidad de adaptarse** de manera incesante a los cambios y hacer frente a los problemas, con **propuestas innovadoras** y apoyándose en **el análisis y la interpretación de los datos**, lo que se conoce como **“data driven”**. La evaluación de estas cuestiones es, precisamente, el objetivo de este informe, que acaba constituyendo un **modelo en el mercado**, el cual permite a las empresas **calibrarse**, conocer el nivel en el que se enmarcan, que puede ser: básico, inicial, estratégico o innovador-disruptivo, con el objeto de hallar aquellos ámbitos en los que conviene centrar la atención para lograr alcanzar la madurez digital.

AUTORÍA

El informe: Índice de madurez digital de las empresas ha sido elaborado por la Consultora de Transformación Digital INCIPY Digital Disruption Partner, cuyo objetivo principal es ayudar e impulsar la transformación digital de las empresas. Con la colaboración de INES-DI Digital Business School, encargado de la formación de perfiles competitivos en un entorno global, mediante la optimización de los conocimientos y las habilidades del ámbito digital vinculados con las necesidades reales y actuales de las compañías.

DESCRIPCIÓN Y CONTENIDO

En el informe se analiza el grado de madurez digital que tienen las empresas en territorio español, asimismo se realiza un estudio de la evolución de este índice en el tiempo, mediante doce indicadores que se agrupan en cuatro categorías: Estrategia y organización, clientes, negocio digital y personas. Algunos de los indicadores que hallamos en dichas categorías son el liderazgo transformacional, el presupuesto dedicado, la experiencia del cliente, la innovación de modelo de negocio o la formación y conocimientos de los empleados. Todos ellos revelan la Transformación Digital y muestran las estrategias de las empresas en España para alcanzarla en el año 2020.

Para este estudio, han efectuado una encuesta a 350 directivos de distintas áreas en la organización, con un alto grado de responsabilidad en empresas pertenecientes a diferentes sectores en España.

ESTRUCTURA DEL INFORME

- 1. Objetivo**
- 2. El estudio**
- 3. Resultados**
- 4. Conclusiones**

OTRAS CONCLUSIONES

El informe revela el ascenso cada vez **mayor del número de empresas que apuestan por la transformación digital**. En 2019, España se sitúa **cerca del aprobado**, con 4,6 puntos sobre 10. Es la evidencia del tránsito de empresas desde el estadio inicial hacia la transformación digital a los niveles más óptimos, con un 29% de las empresas enmarcadas en el estadio estratégico y un 7% en el innovador-disruptivo. Sin embargo, **solamente el 16% llevan a cabo proyectos de transformación digital** y el 41% de las empresas aún no tienen un plan de Transformación Digital, lo que posiciona a las empresas españolas a mucha distancia de llegar a desplegar modelos de innovación disruptivos de negocio. La **estrategia**, la **organización**, el **Customer Centric**, el **negocio digital** y las **personas** son las bases sobre las que asienta el estudio para determinar las conclusiones extraídas.

Aunque cada empresa tiene sus propias singularidades y algunas acaban alcanzando la **“madurez digital”**, de la lectura se desprende que no debe confundirse dicho término con un clímax empresarial en el que estancarse, al contrario, debe tomarse como un **concepto dinámico y abierto**, de manera que si no se incorporan las mejoras y las oportunidades que proponen las nuevas tecnologías, la empresa correrá el riesgo de caer en la obsolescencia.

Aspectos como vincular el crecimiento del negocio al grado de conocimiento del cliente, mediante **Customer Intelligence**, para individualizar la oferta de la empresa a las necesidades concretas de sus clientes y aprovechar su efecto catalizador del **uso de nuevas tecnologías**, la aplicación real del **Business Intelligence**, del **Big Data** o la **Inteligencia Artificial** como **nuevas soluciones** al alcance de la empresa, la apuesta por los **Digital Workplaces** o la formación de nuevos perfiles laborales en el ámbito digital, entre otros, poseen una transcendencia clave en el informe y pueden ser la catapulta hacia la madurez digital.

La importancia de este estudio no sólo radica en su aspecto puramente informativo, sino en la posibilidad de configurarse como **un estándar y una referencia para las empresas** que tienen como propósito coronar la evolución digital.

Si bien es cierto que la nota obtenida en este tercer Índice de Madurez Digital de las empresas en nuestro territorio es más próxima al aprobado y supera a las anteriores, la transformación digital sigue siendo la **asignatura pendiente** de las empresas españolas.