

**Competencias** Un estudio pionero analiza por sectores cuál es la situación actual

## Hábitos digitales en la empresa española

► Sólo el 27% de las compañías han creado puestos para cubrir estas necesidades

L. DORRONSORO

A pesar del esfuerzo que las organizaciones están haciendo para incorporarse a la economía digital, sigue existiendo en la actualidad un brecha entre las necesidades de las empresas y los perfiles profesionales más demandados, especialmente en lo que se refiere al grado de formación y especialización de los trabajadores.

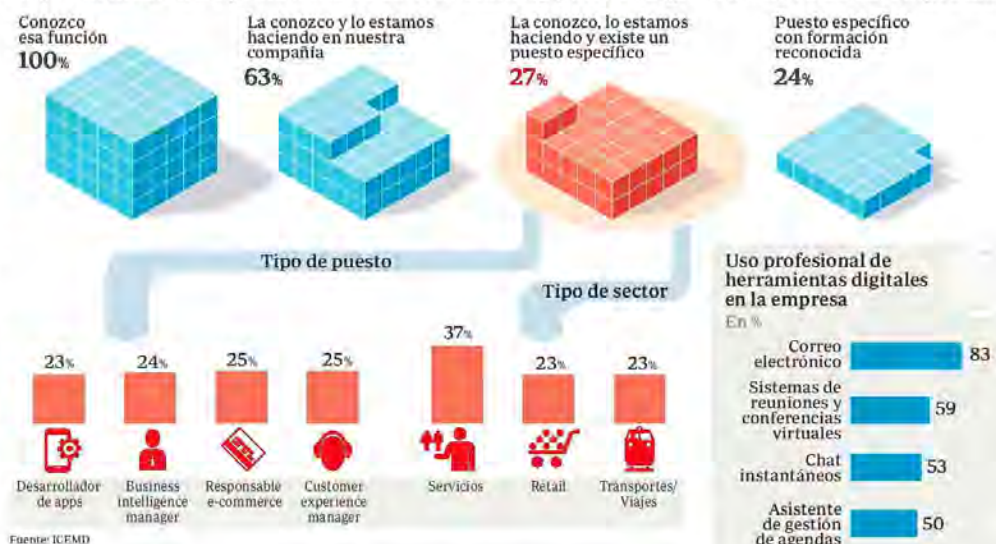
El Instituto de la Economía Digital de ESIC (ICEMD) presentó hace unos días el primer estudio sobre las competencias digitales que se centra en la empresa española, realizado junto a la consultora Millward Brown, y del que se desprenden esta y otras conclusiones con las que sacar una fotografía del panorama actual.

Según este pionero informe, aunque más de la mitad de las empresas (63%) españolas tienen implementadas las principales funciones digitales, sólo una cuarta parte (27%) cuentan con un puesto específico que desarrolle estos cometidos. Frente a nuevos perfiles más conocidos como el del «social manager» (29%) o el responsable de ecommerce (25%), cobran protagonismo otras categorías como la del «Business Intelligence Manager» o el desarrollador de aplicaciones (apps), con un 24% y un 23% de presencia en las empresas, respectivamente.

Entre los soportes digitales que más han integrado las compañías españolas destacan la página web, con la que ya cuentan un 96% de las empresas; o la tienda online, implementada en el 56% de ellas. En redes sociales, casi un 73% de estos negocios disponen de página propia, y un 60%, de canal en Twitter.

Aunque la página web propia es un

Implementación de profesionales con funciones y perfiles digitales dentro de las empresas



soporte que ya se utiliza en todos los sectores, existen otras iniciativas que requieren mayor desarrollo y más implicación estratégica como la tienda online o las aplicaciones (apps) móviles, con grandes diferencias en su grado de implementación que dependen de la actividad de la empresa.

Por sectores, el 82% de las compañías de turismo y el 81% de retail tienen tienda online y también son las más punteras en apps móviles: 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.

**Los negocios que obtienen «buena nota» en su evaluación digital no llegan al 20%, según**

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 este campo, 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 falta, piensan invertir en proyectos digitales en los próximos 2 años. De ellas, un 78% hará una inversión importante en formación en material digital.

Tanto el sector del turismo como el del retail (37%) tienen prevista una fuerte inversión en los próximos dos años en formación digital, mientras que en proyectos invertirán también el sector del turismo (44%) y, en segundo lugar, el de servicios (40%).

El estudio incluye también un Índice de Competencia Digital (ICD) que otorga una especie de «nota» a las em-

presas españolas, según sea su nivel de digitalización. El resultado final es que sólo un 19% de las empresas tienen un ICD alto, mientras que el resto tienen todavía que evolucionar mucho para poder afrontar la transformación digital y los retos del siglo XXI. «Este índice –explicó durante la presentación del estudio Enrique Benayas, director general de ICEMD– sirve de termómetro que mide la relevancia que los propios directivos de las empresas españolas están otorgando a estas competencias digitales».