

Tirada: 49.455	Expansión economía digital	Superficie: 665 cm²	
Difusión: 32.013		Ocupación: 60.34%	
Audiencia: 112.045	Nacional	Valor: 7.403,61 €	
Ref: 7504813	Economía	Página: 7	1 / 1
	2ª Edición	Semanal	
		24/05/2016	

#PULSE

El factor cultural, clave en el éxito de la digitalización

Sólo una de cada tres empresas españolas está preparada para abordar este reto, según un estudio de Siemens. La resistencia al cambio y la falta de competencias digitales frenan el proceso. **Por M. P. (Madrid)**

Las empresas españolas tienen que hacer los deberes para afrontar la transformación digital con garantías de éxito. Según un reciente estudio elaborado para Siemens por Roland Berger sobre la base de una encuesta a más de un centenar de directivos, sólo una de cada tres empresas españolas está preparada para abordar el reto de la digitalización.

Si bien la economía española ocupa en el mundo el puesto 14 por volumen de PIB, se sitúa en el 45 en lo que respecta al desarrollo de la digitalización. “En los dos últimos años, España ha perdido dos puestos en este ranking”, señala Rosa García, presidenta de Siemens.

Roland Berger estima que la digitalización de los principales sectores analizados en el informe (telecomunicaciones e Internet, turismo, finanzas, transporte, infraestructura, farmacia, sanidad, energía e industria) podría incrementar en 120.000 millones de euros el VAB (Valor Añadido Bruto) de la economía española en 2025.

Los directivos encuestados en este estudio coinciden en señalar que la transformación digital aporta claros beneficios gracias a la posibilidad de incrementar sus cifras de negocio y a la optimización de costes, que pueden verse reducidos en hasta un 20%.

Barreras

Sin embargo, hay que superar muchas barreras. La mayoría de ellas no tienen que ver con la tecnología, que debe ser vista como un medio, y no un fin, para avanzar en el camino digital. Por eso, no hay que perder de vista que la digitalización tiene que estar alineada con unos objetivos claros de negocio y una premisa clara: el cliente debe estar en el centro de la estrategia.

Para no fracasar, es imprescindible contar con un liderazgo claro de la alta dirección y desarrollar una cultura corporativa que fomente la adopción de las nuevas estrategias de negocio que impulsan las nuevas tecnologías.

En esta línea, los directivos españoles encuestados por Roland Berger señalan barre-



ras como la resistencia al cambio, los costes que exige el proceso de transformación y la falta de competencias digitales necesarias para abordar este proceso.

Icemd, el Instituto de la Economía Digital de ESIC, ha elaborado un índice para

evaluar estas destrezas digitales. Según este estudio, sólo el 19% de las compañías analizadas tiene un nivel alto de aptitudes digitales en la organización.

Los empleados tienen, pues, la llave del éxito de la digitalización. De ahí la necesi-

dad de gestionar adecuadamente el cambio cultural y dotar a la organización de capacidades digitales.

Es un reto de calado, puesto que requiere de la formación de los empleados en habilidades digitales y la incorporación de nuevos perfiles profesio-

sionales que, en muchos casos, escasean en el mercado laboral.

Según Roland Berger el 20% de las empresas españolas no está realizando en la actualidad ningún tipo de formación digital a sus empleados.

LOS DATOS
120.000
millones de euros

↓
La digitalización de la economía española podría incrementar el Valor Añadido Bruto en 120.000 millones de euros en 2025.

45
en el ranking

↓
España ocupa el puesto 14 del ranking mundial por volumen de PIB, pero su posición desciende al puesto 45 en digitalización.

26%
sin jefe digital

↓
Según el estudio de Siemens, un 26% de las empresas españolas no cuenta con un responsable del área digital.