

EcoAula.es

elEconomista.es

N. García MADRID.

El tamaño sí importa, y más cuando se trata de invertir en formación. Las grandes empresas son las que más invierten en formar a su equipo y lo hacen en ciberseguridad (69 por ciento), atención al cliente (65 por ciento) y *cloud* & virtualización (63 por ciento). Por su parte, las pequeñas y medianas empresas dedican su inversión a *ecommerce* (56 por ciento), seguido de ciberseguridad, atención al cliente y posicionamiento en buscadores (las tres con un 55 por ciento), según el tercer estudio sobre las competencias digitales en la empresa española de ICEMD, el Instituto de la Economía Digital de ESIC Business & Marketing School.

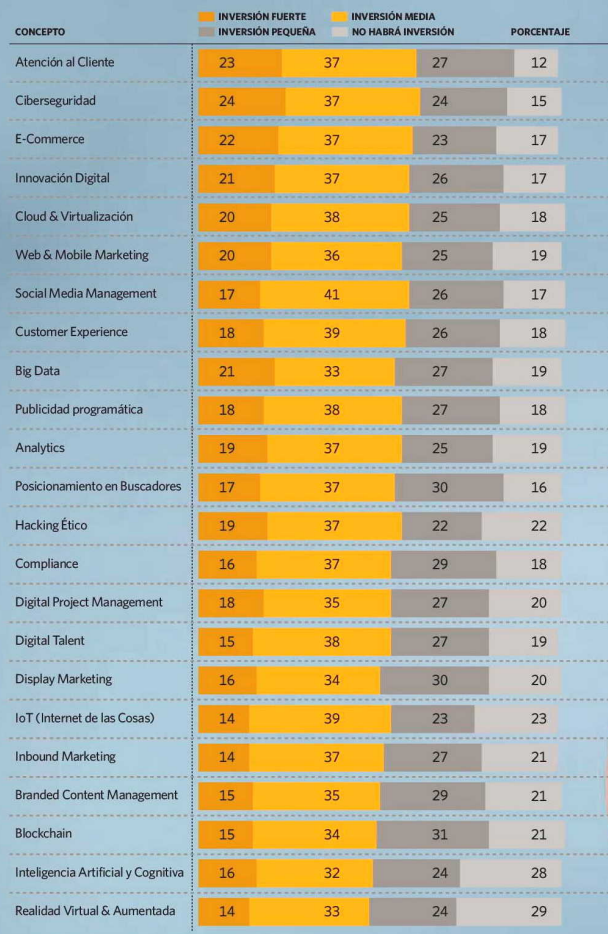
Joost van Nispen, presidente del ICEMD, afirma que las “pymes demandan habilidades y conocimientos y, por consecuencia, se forman en aquellas áreas que les aportan beneficios a corto plazo, les solucionan problemas a corto plazo o les protegen legalmente (como, por ejemplo, requisitos legales en áreas de la privacidad y el tratamiento de datos)”.

El nivel de inversión de las empresas en formación se desarrolla en gran medida con una inversión fuerte en atención al cliente (23 por ciento), ciberseguridad (24 por ciento), *ecommerce* (22 por ciento), innovación digital (21 por ciento) y *web & mobile marketing* (20 por ciento). Con una inversión media, que en este estudio predomina, las competencias más destacadas son *social media management* (41 por ciento), *customer experience* e Internet de las Cosas (ambas con un 39 por ciento) y *cloud* & virtualización y *digital talent* (ambas con un 38 por ciento).

Si se atiende al sector industrial se dirige en mayor medida a la formación en ciberseguridad y *analytics*. Por su parte, el turismo está dedicando mayor inversión en formación en posicionamiento en buscadores y *retail* (empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios

Nivel de inversión en formación

La formación sigue un esquema parecido, se apoya en mayor medida a las dos principales disciplinas y luego con mayor intensidad otras menos asentadas



Fuente: Estudio ICEMD. Competencias digitales en la empresa española.

elEconomista

Pasa a la página siguiente >>>

INVERSIÓN

Las empresas forman a sus equipos en atención al cliente y ciberseguridad

>>> Viene de la página anterior

uniformes a grandes cantidades de clientes) que también invierte en *analytics*.

La inversión en formación digital también es muy superior entre los directores generales frente al resto. Los directores de innovación sitúan al *compliance* –formación para ser responsables del diseño e implementación del programa de prevención de responsabilidades en la empresa, así como de su aplicación, seguimiento y control– en primer lugar, mientras que los de RRHH lo hacen con el *digital talent*.

No obstante las empresas buscan personas que sean buenos comunicadores y colaboradores y que pueden adaptarse fácilmente a entornos que cambian rápidamente. Buscan a aquellos que inspiran un liderazgo que genera innovación, cambio y transformación empresarial. Los analistas de reclutamiento coinciden en que no se puede depender sólo de la contratación y el sistema educativo tradicional como fuentes para reorganizar o encontrar nuevos talentos. Se necesitan empleados que estén listos para trabajar en un mundo competitivo y más digital. Asimismo, es muy valorado que los candidatos quieran prosperar en un entorno de traba-

La inversión en formación digital es mayor entre los directores frente al resto

jo diverso y dinámico y que tengan un compromiso con los más altos estándares de honestidad, integridad y respeto.

Formación periódica

El informe también destaca que, de forma general, poco más de una cuarta parte de los directivos consideran que reciben la formación de forma periódica. Esto difiere por sector; así, en el ámbito de los servicios, llega al 40 por ciento mientras que en transporte se queda en el 20 por ciento.

En relación a la valoración de la formación recibida, los directores de *marketing* declaran una satisfacción mayor que el resto, seguidos por directores generales y de tecnología, si bien estos últimos son a su vez, junto con los de innovación, los más críticos. También se destaca que entre un 40 por ciento y un 60 por ciento de las empresas españolas, no cuenta con un responsable con formación específica en estas disciplinas clave para la transformación digital y cómo más de un 70 por ciento de los directivos consideran que no reciben la formación necesaria para competir con garantías de éxito en un entorno crecientemente digital y global.