

Nota de prensa

Fecha 21 de octubre de 2015

Contacto **Itziar Fernández, PwC**
 Tel: 91 568 59 20
 e-mail: itziar.fernandez.garcia_de_eulate@es.pwc.com

Páginas 3

Séptima Encuesta Mundial del Coeficiente Digital, elaborada por PwC

Las empresas españolas, mejor preparadas que la media global en materia digital pero lejos de las más avanzadas

Madrid, 21 de octubre de 2015 – Las empresas españolas están mejor preparadas y han avanzado más que la media mundial en el proceso de transformación digital. Sin embargo, todavía se encuentran lejos del grupo de compañías punteras y por debajo de las empresas de Europa Occidental. Esta es una de las principales conclusiones que se desprende de la **Séptima Encuesta Mundial del Coeficiente Digital de las empresas, elaborada por PwC**, que mide el grado de digitalización de las compañías entendido por cómo estas afrontan, valoran e integran las tecnologías digitales en su organización -lo que hemos denominado el coeficiente digital- a partir de diez comportamientos digitales clave. El informe se ha realizado a partir de entrevistas a casi 2.000 directivos y líderes de IT de empresas de 10 sectores en 51 países (entre las que se encuentran 70 compañías españolas).

Las empresas españolas han obtenido un coeficiente digital total de 77,5 puntos –sobre 100-, ligeramente por encima de la media global -77,2 puntos- pero por debajo del grupo de compañías más avanzadas, con 81 puntos, -en el estudio, *top performers* (integrado por aquellas cuyos márgenes han crecido más de un 5% en los últimos tres años y que tiene previsto incrementar sus ingresos un 5% en los próximos tres)- y por debajo de las de Europa Occidental, con 78.

 **La digitalización de las empresas españolas versus mundiales**

	Media global	Las mejores	España
Coeficiente digital total (sobre 100)	77,2	81,0	77,5
Liderazgo del CEO	4,1	4,4	4,0
Involucración de los CIOs y/o CDOs	4,1	4,3	4,4
Compromiso del equipo directivo	4,2	4,4	4,4
Estrategia digital compartida por toda la empresa	3,9	4,2	3,7
Entorno como fuente de inspiración	3,9	4,0	3,7
Lo digital como ventaja competitiva	4,2	4,5	4,3
Buen uso de la información	3,7	3,9	3,3
Proactivos en materia de seguridad y privacidad	4,2	4,4	3,8
Una única hoja de ruta digital	3,8	3,9	3,4
Evaluación consistente	4,1	4,4	3,8

Puntuación sobre 5

Los diez indicadores clave para el éxito de un proceso de transformación digital, que contempla el informe son: el liderazgo del CEO, la involucración del *Chief Information Officer (CIO)*

y/o el *Chief Digital Officer (CDO)*, el compromiso del resto de la directiva, el conocimiento de la estrategia digital por parte del resto de profesionales de la empresa, el análisis externo o del entorno como fuente de inspiración, la digitalización como ventaja competitiva, el buen uso de la información, el ser proactivos en materia de seguridad y privacidad, contar con una única hoja de ruta digital y medir y evaluar de forma consistente.

España, mejor que la media en...

Las compañías españolas superan a la media en cuanto a la involucración de sus CIOs y CDOs a la hora de elaborar su estrategia digital. Así, destacan con una puntuación de 4,4 –sobre cinco-, por encima de la media global -4,1 puntos- y, lo que es más importante, por encima de las top performers -4,3 puntos-. Más allá del CIO y/o CDO, las empresas españolas, en general, también están logrando comprometer al resto de la alta dirección (CFO, COO...). Superan a la media global –que obtiene 4,1 puntos- y de los mejores -que alcanzan una puntuación de 4,3- con una puntuación de 4,4.

No obstante, **hay algún comportamiento digital clave en el que las compañías españolas puntúan por debajo de la media global y que, por tanto, tienen margen de mejora.** Así, nuestras empresas no han logrado aún potenciar al máximo el uso de la información, necesario para que guíe las decisiones estratégicas de la compañía. En este sentido, registran la puntuación más baja de los diez atributos, con 3,3 puntos, lejos de la media global de 3,7. En cuanto la captación de dicha información, para los encuestados no todas las fuentes son igual de valiosas. La mayoría de los directivos españoles (49%) considera que las fuentes de datos más importantes son las de terceras partes -información demográfica, de comportamiento...- y las redes sociales, seguido de la que proviene del móvil (39%). También se encuentran por detrás de la media global en cuanto a la elaboración de una hoja de ruta digital, que sirva de base para la toma de decisiones más tácticas en la compañía. En este caso, las empresas españolas registran un puntuación de 3,4.



Tendencias

A pesar de las diferencias de coeficiente digital según regiones, sectores e indicadores, del estudio se desprenden una serie de tendencias comunes a la hora de poner en marcha con éxito cualquier proceso de transformación digital y que pasan por contar con el liderazgo del máximo responsable de la organización, estar dispuesto a invertir y hacerlo desde todas las áreas de la compañía y no solo desde la de IT.

En este contexto, el 86% de los CEOs encuestados considera crucial para triunfar en sus respectivos mercados que sean ellos los que lideran dentro de sus organizaciones el uso de las nuevas tecnologías digitales. Esta apuesta desde arriba se está traduciendo en un fuerte crecimiento de la inversión. El 31% de los directivos entrevistados asegura que sus compañías están reinvertiendo más del 15% de sus ingresos en tecnologías digitales. En España, el nivel de inversión está todavía lejos,



según reconocen los propios directivos: sólo el 13% asegura reinvertir más del 15% de su facturación. Lo más significativo es que esta inversión digital se extiende a todas las áreas del negocio. De hecho, el 68% viene ya de presupuestos distintos al del área de IT.

Por otro lado, la tecnología tradicionalmente ha sido un ámbito que ha recaído exclusivamente bajo responsabilidad del *Chief Information Officer* (CIO). Sin embargo, ahora su papel se está fragmentando con la creación de nuevos responsables dentro de la organización. Si en 2012 el 75% de las empresas señalaba al CIO como *dueño* de lo digital, hoy sólo el 40% sigue manteniendo esta postura y se prevé que dentro de tres años este porcentaje caiga hasta el 35%. Destaca la figura incipiente del *Chief Digital Officers* (CDO), designado en muchas compañías para liderar la transformación digital. En España, el CIO sigue aglutinando mayoritariamente esta papel, según el 49% de los encuestados.

Para César Calleja, socio responsable de Consultoría de PwC en España y experto en procesos de transformación digital y tecnológica, “este año está siendo un punto de inflexión en la apuesta de las empresas por lo digital. Y hay una serie de consideraciones muy relevantes a la hora de poner en marcha con éxito cualquier proceso de transformación en el ámbito digital que tienen que ver, por ejemplo, con contar con el liderazgo del máximo responsable de la organización, estar dispuesto a invertir e involucrar en el proyecto no sólo a todo el equipo directivo sino a toda la organización”.

Nota:

El propósito de PwC es generar confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas presente en 157 países con más de 208.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y transacciones. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.es