

Elementos fundamentales de la transformación digital

La transformación digital tiene que venir apoyada por el factor humano, con la seguridad como premisa y el dato como elemento diferencial, sin olvidar al cliente en el centro de su estrategia. Una transformación digital que, sin duda alguna, sigue siendo una oportunidad para las empresas españolas.

Una oportunidad que varía en función del tamaño de las empresas, ya que un 74 % de las que cuentan con una facturación por encima de los 3.000 euros integran dentro de su estrategia la transformación de sus negocios a través de la digitalización. Por su parte, el 42 % de las que tienen una facturación inferior a los 30 millo-



nes de euros tienen una estrategia implantada. Por sectores, el tecnológico es el más maduro digitalmente, seguido por el financiero. Ambos

cuentan con una clara estrategia digital con la tecnología embebida en sus procesos y en su modelo de negocio. Así se pone de manifiesto

en el Barómetro de Empresas llevado a cabo por la consultora Deloitte, publicado por El País.

Una digitalización que se lleva a cabo, en el 82 % de los casos, de las 256 empresas consultadas, para reducir costes, mejorar la eficiencia de los procesos y del cliente, así como para conseguir una ventaja competitiva.

Entre las capacidades digitales, la comercial y de marketing son las que tienen mayor repercusión, así lo manifiesta el 73 % de las empresas, seguidas por tecnología, con el 58 %, el área financiera, con el 31 % y recursos humanos con el 30 %. A la hora de invertir para el desarrollo futuro: la ciberseguridad, tecnología en la nube, la analítica y el marketing digital.

Ciberseguridad y factor humano

Con la ciberseguridad, como elemento fundamental para garantizar la transformación digi-



Por sectores, el tecnológico es el más maduro digitalmente

tal, el 50 % de las empresas destinará entre un 1 y un 5 % de su presupuesto a capacidades digitales relacionadas con la misma, aunque un 7 % quiere invertir entre un 15 y un 25 %.

No podía ser menos, el cambio de la transformación digital tiene que ir apoyado por el factor humano. Un 81 % de los encuestados valora como positivo su impacto en las personas y en el clima laboral. Fundamental también la figura del líder que impulse y acompañe el proceso de transformación. Cambio que en el 72 % de las empresas está siendo llevado a cabo por el máximo nivel ejecutivo, sobre todo entre las que

facturan entre 300 y 3.000 millones de euros. Y todo ello sin olvidar la captación del talento, un caballo de batalla que necesita incorporar un 61 % de las empresas encuestadas, con el sector tecnológico y energético donde se esperan los mayores incrementos.

El cliente en el centro

El conocimiento del cliente también es importante, con el fin de proporcionarle la mejor experiencia. Una experiencia de cliente en la que la digitalización ha permitido al 69 % de los encuestados incrementar el acceso directo y personalizado al mismo y al 43 % tener un mayor conocimiento del mismo.

Entre los objetivos a conseguir, un tercio señala una mayor capacidad para obtener nuevos clientes y segmentos, así como la capacidad de anticiparse al mismo, tal y como señala un 28 %.

Y el dato como elemento diferencial

Todo ello con un elemento fundamental: las empresas que basan sus decisiones de negocio en las evidencias de los datos consiguen extraer el máximo valor de los mismos, empleándolo a la hora de tomar sus decisiones estratégicas, con el *big data analytics* como elemento diferencial a la hora de activar el valor de sus datos. De nuevo son las empresas que más facturan las



El cambio de la transformación digital tiene que ir apoyado por el factor humano

más comprometidas con la extracción del valor del dato a través de *data analytics* propios, externos o mixtos.

Entre los retos a los que se enfrentan las organizaciones en torno al dato figuran la integración de los mismos, su estructuración, una estrategia en torno al dato y su cualificación.