

## *Índice de digitalización del Ibex 35. Análisis por sectores 2020-2021*

### **Las empresas del IBEX 35 lideran la transformación digital del tejido empresarial español, aunque aún no han completado su transformación**

- *El estudio de Adigital, realizado por Opinno, confirma que el 95% de las compañías del IBEX 35 dispone de una estrategia digital definida y ha puesto en marcha acciones para llevarla a cabo*
- *Los sectores tecnológico y de telecomunicaciones se sitúan a la cabeza en digitalización, aunque la pandemia ha favorecido una aceleración sin precedentes en los procesos de transformación digital de todas las compañías*

**Madrid, 24 de junio de 2021.** La Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) ha presentado hoy su *Índice de digitalización del IBEX 35. Análisis por sectores 2020-2021*; un estudio realizado por Opinno con el que Adigital pretende ofrecer una radiografía del nivel de digitalización de los diferentes sectores que componen el IBEX 35.

Este estudio, en el que han participado los principales ejecutivos de 19 empresas del selectivo español, confirma que la digitalización es una prioridad para las cotizadas y que se encuentran en la senda correcta, liderando la transformación digital del tejido empresarial español, aunque ninguna de ellas ha completado aún su transformación. Es decir, todos los sectores analizados obtienen al menos un aprobado, pero ninguno de ellos alcanza el sobresaliente.

En ese sentido, **lideran tecnología y telecomunicaciones** con un 8,2 y un 8,1 sobre 10 en digitalización, respectivamente. También se acerca al notable el sector energético, con un 6,9 sobre 10. Mientras, los sectores industrial, de la construcción e inmobiliario, y farmacéutico presentan un menor grado de digitalización, obteniendo un 6,3, un 6,1 y un 6,1 respectivamente sobre 10 en los parámetros de digitalización analizados por este estudio.

“La relevancia de estas empresas y su gran visibilidad las convierte en un modelo a seguir para el resto de compañías españolas, por eso nos parecía tan relevante obtener esta radiografía de su nivel de digitalización. Saber cómo han llegado hasta aquí y qué retos tienen aún por delante nos ofrece una guía clara de qué aspectos tenemos que reforzar, desde el ámbito público y privado, para digitalizar las medianas y pequeñas empresas y crear una economía más competitiva y una sociedad más próspera”, afirma **Carina Szpilka, presidenta de Adigital**.

## Contar con una estrategia digital, clave para las empresas

El estudio analiza el grado de digitalización de los sectores que componen el IBEX 35 desde 3 ejes. Un eje transversal, centrado en su nivel de transformación digital desde un punto de vista estratégico, organizacional y de procesos; un eje interno, centrado en el equipo humano, los recursos y la relación con el cliente; y un eje externo, que evalúa el modelo de negocio y el ecosistema empresarial en el que se integran estas empresas.

Destaca, entre las conclusiones principales, que **el 95% de las compañías del IBEX entrevistadas dispone de una estrategia digital definida** y ha puesto en marcha acciones para llevarla a cabo, apoyándose, principalmente, en la búsqueda de una mayor automatización y eficiencia, y el fomento de relaciones más ágiles con los clientes.

El nivel de comprensión que estas empresas tienen de la digitalización y su impacto se ve reflejado en su manera de abordarla: todas coinciden en señalarla como un verdadero cambio cultural en el que debe involucrarse a los miembros de la dirección, incluido el CEO. Por eso, **el 47% de las empresas entrevistadas establece objetivos digitales entre sus directivos para impulsar el cambio.**

## Metodologías y herramientas para digitalizar procesos

En lo que se refiere a cómo están llevando a cabo ese proceso de transformación digital, uno de los principales focos de trabajo de estas compañías es la mejora de sus procesos internos. Aunque ningún sector está muy avanzado en esta materia todavía, **el 79% de las empresas entrevistadas asegura estar incorporando las metodologías ágiles** en el desarrollo de sus productos y servicios.

En cuanto a la implementación de herramientas tecnológicas, **el 3 de cada 4 organizaciones dispone de aplicaciones y datos integrados en la nube.** Además, el mismo porcentaje ha digitalizado su logística y, de ellas, la mitad cuenta con una cadena de suministro totalmente digitalizada mediante sistemas de control y rastreo de productos, soluciones de inteligencia artificial para la gestión de inventario o desarrollos de software para optimizar procesos. La flexibilidad, la eficiencia, la escalabilidad y la reducción de costes son las principales ventajas que perciben las compañías tras la implementación de este tipo de tecnologías y metodologías digitales.

## El talento digital y una estrategia de ventas omnicanal, las asignaturas pendientes

Impulsar las capacidades digitales de los empleados e incorporar talento digital es de vital importancia para impulsar la transformación digital empresarial, aunque, según el estudio de Adigital, **el 63% de las compañías no conoce con exactitud las capacidades digitales de sus empleados.**

No obstante, el 84% sí prioriza la contratación de personal con esos conocimientos, como el manejo de **técnicas de big data, sistemas de ciberseguridad, diseño de experiencia de usuario o marketing digital.**

En lo que se refiere a la relación con el cliente, este análisis deja entrever otra de las asignaturas pendientes: **la falta de estrategias de venta digital omnicanal.** Aunque la mayoría de las empresas cuentan con estrategias multicanales mediante la utilización de redes sociales, páginas webs, 'apps' y portales con asistentes virtuales para atender a los clientes, solo el 32% de las compañías coordina sus canales digitales para ofrecer una experiencia totalmente omnicanal. Además, solo el 26% usa dichas tecnologías para alcanzar nuevos nichos de mercado.

## Refuerzo digital tras la pandemia

Así pues, cabe destacar el impacto que la pandemia ha tenido sobre el proceso de digitalización de las empresas del IBEX 35. Si bien ninguna de las empresas entrevistadas ha realizado una profunda transformación digital a raíz de la crisis, los acontecimientos del último año han llevado al 89% de estas compañías a aprovechar más herramientas y procesos ya instaurados y a invertir en nuevas herramientas digitales. En este sentido, se ha acelerado la implantación de procesos como **la firma electrónica, la logística y la comunicación interna.**

Del mismo modo, el teletrabajo se implantó de forma masiva. **El 53% de las compañías reforzó las políticas de trabajo ya existentes** o creó un plan de 'ad hoc' y facilitó estas opciones a sus empleados. Además, el 42% de las empresas ha impulsado la formación digital en materias como el trabajo colaborativo o ciberseguridad.

“Si algo nos puso de manifiesto la pandemia, fue la aceleración de la transformación digital de todas las compañías. Tanto fue así, que aquellas que contaban con una buena definición estratégica asociada a planes de acción, tuvieron una transición mucho más sencilla tanto en el momento confinamiento, como en la implantación del teletrabajo. Desde Opinno, hemos sido testigos de

que aquellas organizaciones que habían apostado con anterioridad por la transformación digital de sus organizaciones han sido las que han mantenido sus posiciones de liderazgo en sus sectores”, afirma **Elena Rodríguez, directora de Market Intelligence & Open Innovation de Opinno.**

**El informe completo está disponible en [este enlace](#).**

\*\*\*\*\*

### **Sobre el estudio**

El *Índice de digitalización del IBEX 35. Análisis por sectores 2020-2021* se ha diseñado para obtener un conocimiento cuantitativo y cualitativo de la madurez digital de las compañías del IBEX 35. Para ello, se han realizado entrevistas en profundidad con los principales ejecutivos y tomadores de decisiones de estas compañías (directores de Tecnología, Recursos Humanos, Digital, Innovación, etc.) de 19 empresas que formaban parte del IBEX 35 en la horquilla temporal en la que se ha desarrollado la fase de recopilación de información del estudio, es decir, entre mayo de 2020 y octubre de 2020.

Las empresas participantes son: Acerinox, Almirall, Amadeus, ArcelorMittal, Banco Santander, Cellnex, Enagás, Endesa, Ferrovial, Iberdrola, Indra, MERLIN Properties, MásMóvil, Naturgy, PharmaMar, Red Eléctrica Corporación, Repsol, Siemens Gamesa y Telefónica. Para realizar el estudio, las empresas se han agrupado en siete sectores (banca, construcción e inmobiliario, energía, farmacéutico, industria, tecnología y telecomunicaciones), si bien banca no ha podido ser incluido como elemento de estudio en la comparativa al solo participar una empresa del sector.

A partir del análisis de las entrevistas, se ha llevado a cabo un mapeo de los *insights* dentro de cada uno de los focos o perspectivas desde las que puede comprenderse una organización (foco transversal, foco interno y foco externo). Dentro de estos focos se han estudiado diferentes elementos que pueden ser objeto de transformación digital. La determinación del grado de digitalización se realiza con la asignación de un nivel y una puntuación en cada uno de los elementos estudiados en función del grado de avance digital, teniendo en cuenta las posibilidades que ofrece la tecnología y la operativa habitual de las empresas.

### **Sobre Adigital**

La Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) es la organización empresarial que impulsa la digitalización de la economía española. Su misión es contribuir al desarrollo económico y social facilitando la transformación digital del tejido empresarial nacional.

Formada por una red de más 500 empresas de los sectores clave, Adigital impulsa el desarrollo de la Economía Digital a través de la representación y defensa de los intereses de sus asociados (Policy), la divulgación, investigación y creación de sinergias (Labs) y la generación de confianza en el entorno digital (Trust).

Adigital apuesta, en definitiva, por la digitalización para el crecimiento económico y la generación de empleo, así como para la construcción de sociedades más cohesionadas y sostenibles.

### **Sobre Opinno**

Opinno es una compañía global de innovación nacida en Silicon Valley en 2008 que transforma organizaciones mediante el uso de metodologías innovadoras diseñadas por emprendedores. Cuenta, en la actualidad, con más de 250 empleados y con presencia en 7 países (España, Estados Unidos, México, Ecuador, Perú, Argentina e Italia).

Es una de las consultoras líderes en innovación y está especializada en el diseño de estrategias de innovación y digital, transformación cultural/corporativa y nuevas formas de trabajar (Agile, Lean, modelos colaborativos), diseño de productos y servicios digitales, 'reskilling' digital de la fuerza de trabajo, prototipado y diseño e implementación de estrategias de innovación abierta.

Opinno es, además, el editor de la revista del 'MIT Technology Review' en español y ha consolidado un ecosistema de innovación y tecnología que cuenta con grandes expertos en innovación y tecnología de todo el mundo.

#### **Contactos prensa**

Jon Nagore / [jnagore@kreab.com](mailto:jnagore@kreab.com) 618 14 53 28

Sarai Iborra / [siborra@kreab.com](mailto:siborra@kreab.com) 653 49 85 99

Álvaro Litrán / [alitrán@kreab.com](mailto:alitrán@kreab.com) 635 57 67 23