



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL EMPLEADO EN ESPAÑA 2016



Resultados del estudio sobre la transformación digital de las empresas en España en relación al puesto de trabajo

ÍNDICE

1. Sobre el estudio
2. Estrategia digital en las empresas españolas
3. Inversión en transformación digital
4. Madurez del puesto de trabajo digital
5. Puesto de trabajo digital
6. Hoja de ruta: construyendo el puesto de trabajo digital del 2020, re-imaginando el futuro

1. Sobre el estudio: introducción

En el actual contexto de transformación digital, el **empleado se convierte en pieza clave motor del cambio**. Los espacios de trabajo se transforman y diversifican en un entorno de progresiva “consumerización”, en el que los **trabajadores demandan conectividad y acceso a recursos personalizados y contextualizados** desde cualquier lugar, en cualquier momento y desde cualquier dispositivo.

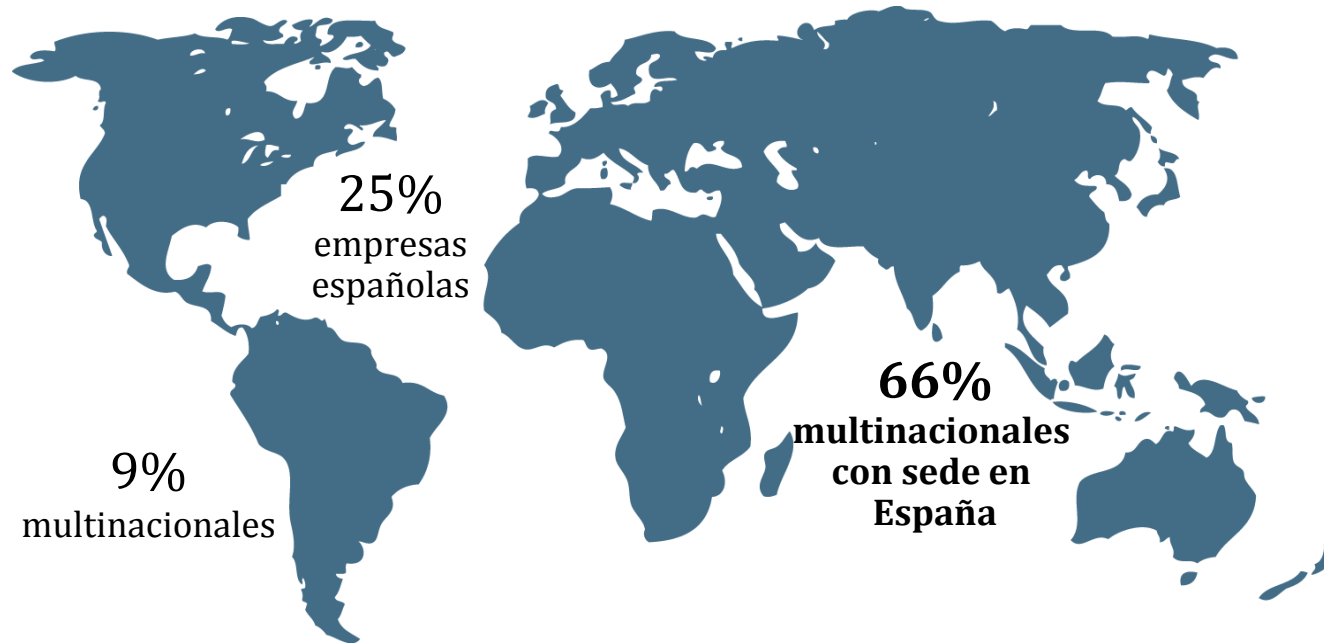
Gartner predice que, en 2020, la mayor fuente de ventaja competitiva para el 30% de las organizaciones procederá de la capacidad de los trabajadores para explotar de forma creativa las tecnologías digitales.

En **España**, las organizaciones afrontan este reto desde **posiciones de madurez distintas**. No obstante, **existe un patrón común**: el **puesto de trabajo digital se encuentra entre las prioridades** en la agenda de transformación digital, pero **las organizaciones desconocen el impacto real** que tiene en productividad o en la mejora de la satisfacción y *engagement* del empleado.

Para realizar este estudio **hemos contado con la colaboración de 32 grandes empresas españolas**, la mayoría líderes en sus sectores. **El estudio confronta los resultados** obtenidos a partir de entrevistas a los líderes del puesto Digital en España (en su mayoría CIOs) con los obtenidos a partir de una **encuesta de ámbito global realizada a 2.000 empleados** en el ámbito del puesto de trabajo digital.

1. El estudio en España: perfil de empresas

El estudio ha contado con la colaboración de **32 empresas del mercado español**. La mayoría (**66%**) son **empresas multinacionales con sede central en España** y con **más de 5000 empleados en plantilla (72%)**



46%
CIO

3%
CTO

41%
Director TI

10%
Innovación

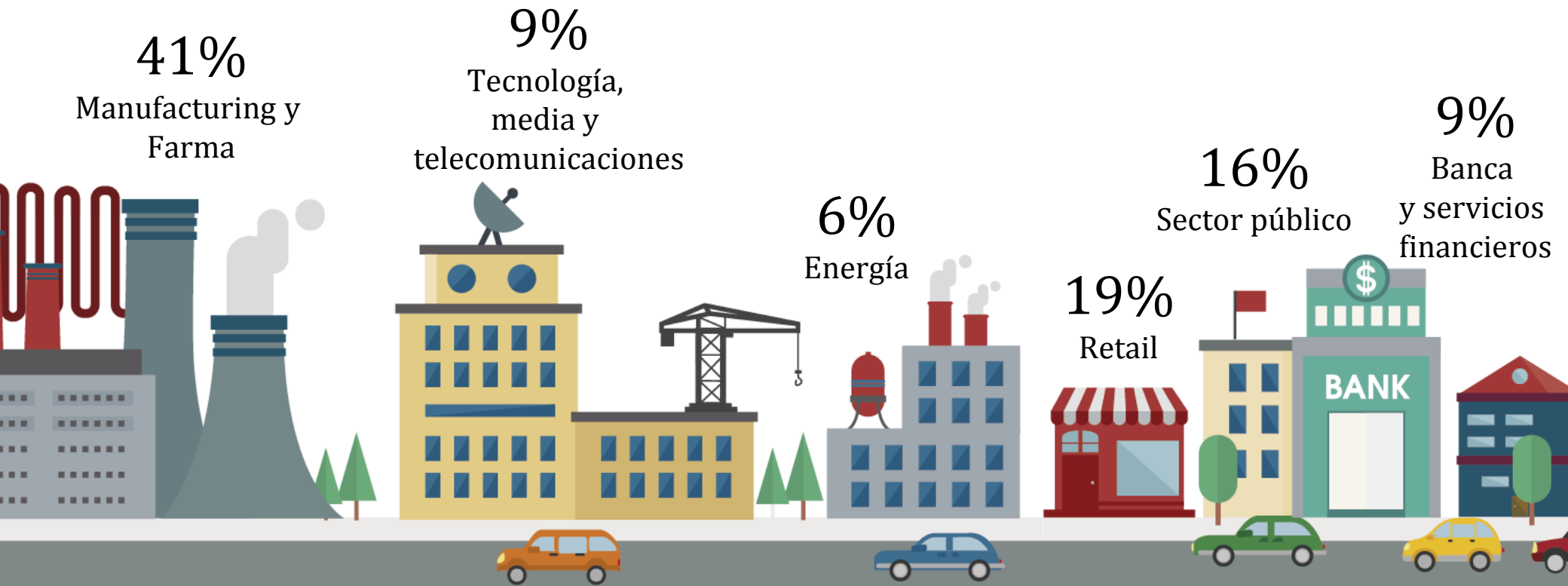
Perfil de los entrevistados:



1. El estudio en España: distribución por sectores



A continuación se muestra la **distribución de sectores a los que pertenecen las 32 empresas españolas** que colaboran en este el estudio:



32 empresas

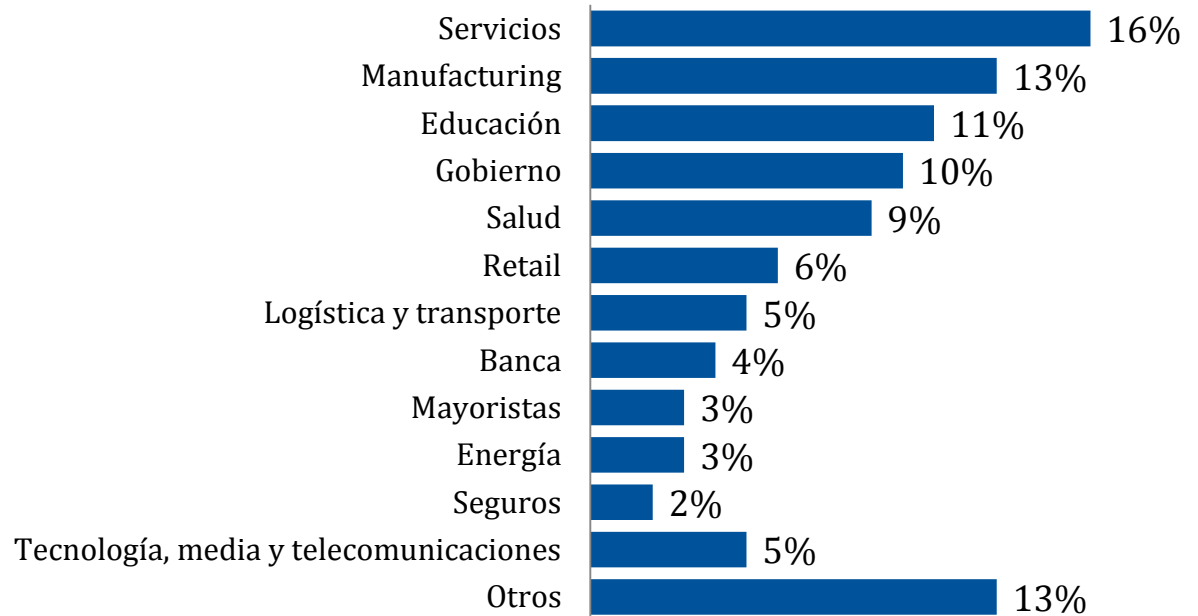
1. Sobre la encuesta global a empleados



El estudio global “**Gartner Digital Workplace Consumer Study, 2016**” se ha realizado a **2.000 empleados de empresas europeas y estadounidenses** con más de 100 empleados cada una. Los sectores a los que pertenecen dichas empresas se representan a continuación:



2.000 empleados
encuestados



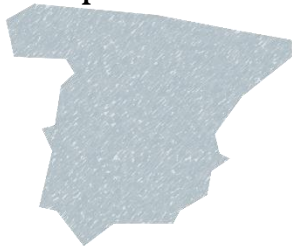
1. ¿Cómo leer este documento?

A lo largo de este estudio se mostrarán los resultados obtenidos de las encuestas/entrevistas a **32 responsables de las tecnologías de la información y de la digitalización de grandes empresas del mercado español (la mayoría CIOs, Directores de TI e Innovación)**.

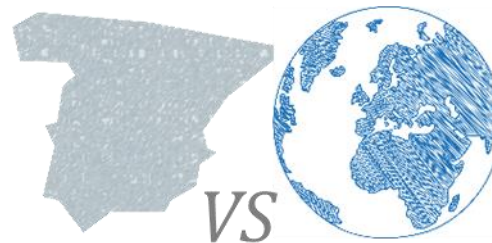
Asimismo, en algunas secciones, se mostrarán resultados arrojados por el global **“Gartner Digital Workplace Consumer Study, 2016”**, realizado a **2.000 empleados de empresas europeas y estadounidenses**.

Para entender correctamente el estudio, se especificará la fuente de información del siguiente modo:

Los datos extraídos del estudio elaborado en España a responsables del puesto de trabajo (CIOs en su mayoría) se representarán con:



Las datos que contrasten las respuestas de España Vs las respuestas del estudio global a empleados se representarán con:



Los datos que se hayan obtenido de la encuesta global a empleados se representarán con:





2. Estrategia Digital en las empresas españolas

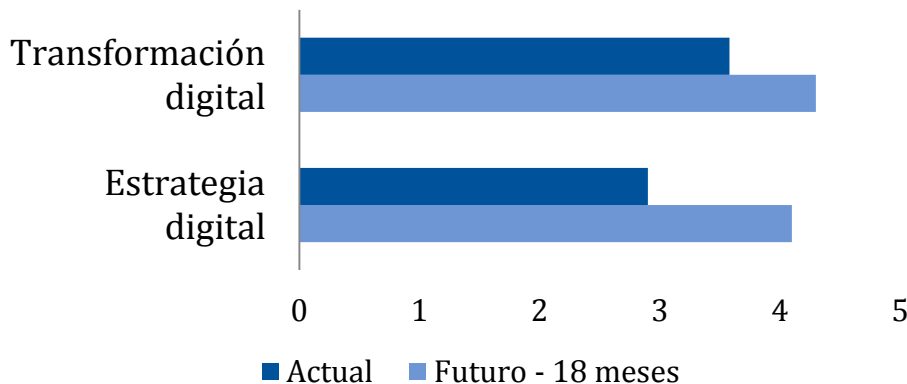
Se pidió a los encuestados valorar la situación actual y la esperada en 18 meses en relación a:

¿Tiene su empresa una estrategia digital formalizada?

- 1 No existe estrategia digital ni ningún plan para desarrollarla
- 2 Ha comenzado la planificación pero no contamos con ninguna estrategia digital documentada.
- 3 Desarrollo de la estrategia en proceso, se espera finalizar en los próximos 3-6 meses.
- 4 Estrategia formalizada y documentada
- 5 Estrategia en ejecución y con actualizaciones periódicas planificadas.

¿La transformación digital de su empresa es determinante para llevar a cabo las actividades del día a día?

- 1 N/A – No tenemos una estrategia digital
- 2 La transformación digital solo es aplicable a pocos usuarios
- 3 La transformación digital mejora en cierta medida la ejecución de las actividades cotidianas
- 4 La transformación digital mejora en gran parte la ejecución de las actividades cotidianas
- 5 La transformación digital es esencial para nuestra empresa



La transformación digital impacta en gran medida en las actividades cotidianas de la empresa (3,6 sobre 5 en media), y se espera que el impacto sea mayor en 18 meses (4,3 sobre 5 en media).

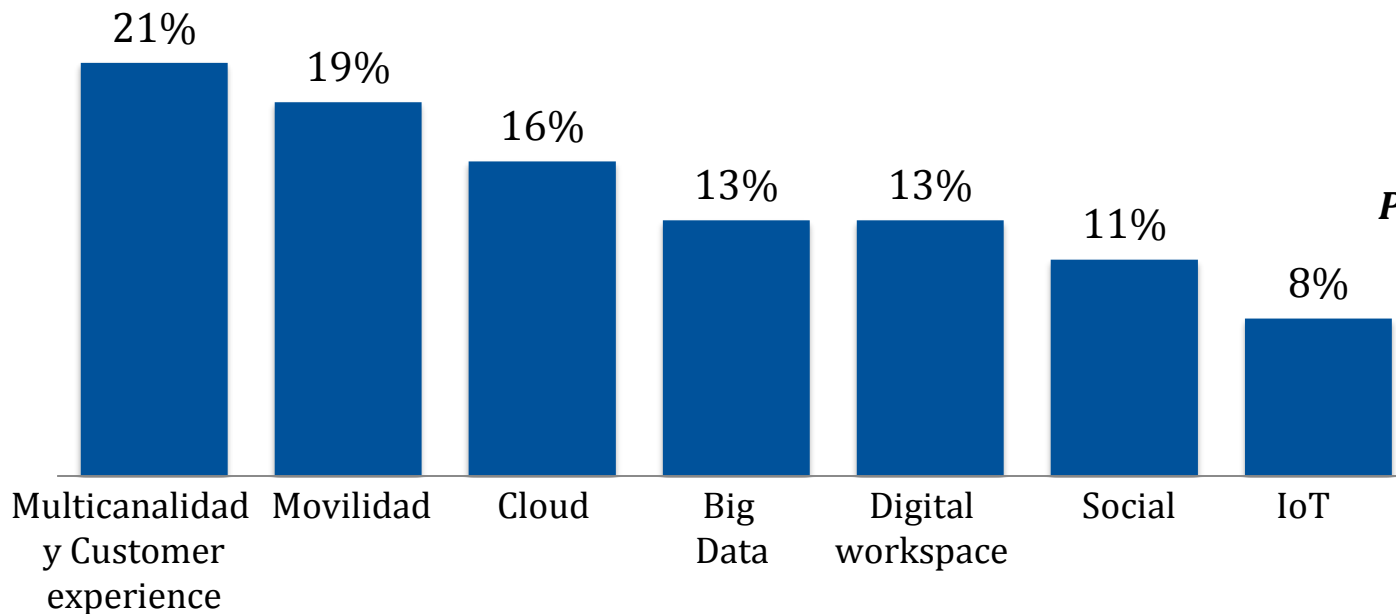
Sin embargo, la mayoría de las empresas encuestadas **no cuentan con una estrategia digital formalizada o está en vías de desarrollo (2,9 sobre 5 de media).**

Las empresas tecnológicas y banca despiertan con 5 sobre 5 y 4,5 sobre 5 respectivamente.

2. Estrategia Digital en las empresas españolas: prioridades

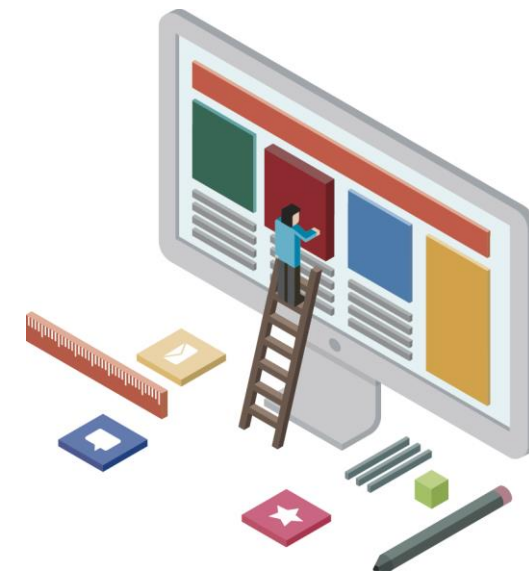


Para evaluar las prioridades dentro de la estrategia digital de las empresas, los participantes del estudio debían **ordenar**, en función del orden de **prioridad**, **siete de los pilares fundamentales de la transformación Digital**:



El 47% de las empresas encuestadas valora la experiencia de cliente como prioridad número uno para la transformación digital

Puesto de trabajo Digital empata con Big Data



Las tres prioridades (Multicanalidad y Customer Experience, Movilidad y Cloud) en la transformación digital de las empresas que participan en el estudio es consistente las prioridades que se extraen del estudio de Gartner a CIOs “2015 CIO Agenda: A Spain and Portugal Perspective”.

3. Inversión en transformación digital: Principales hallazgos



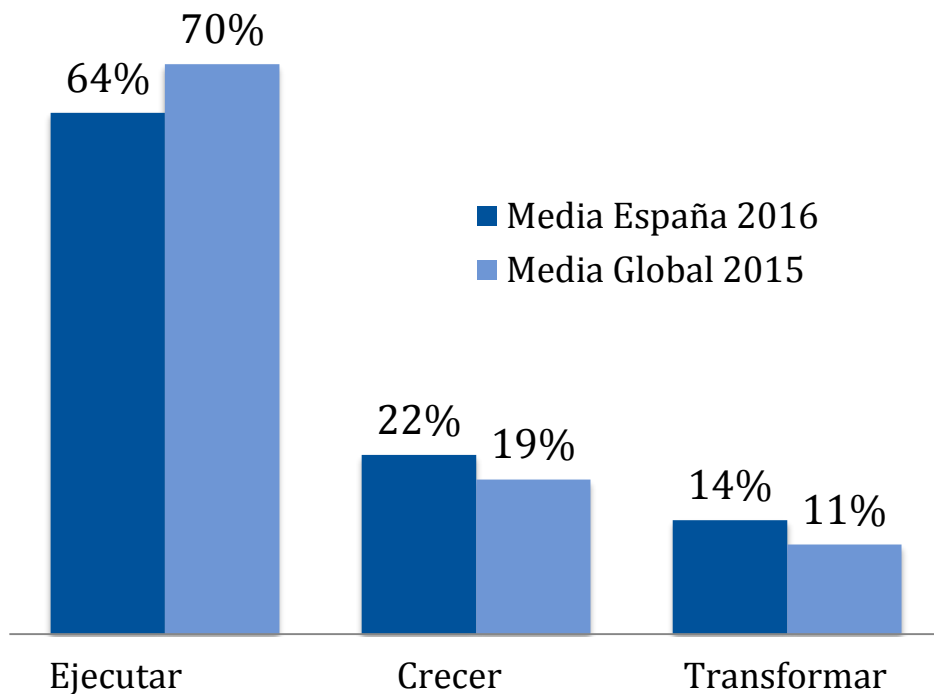
- Cuando se pregunta a los **empleados** (encuesta global) en qué áreas de TI **invertirían**, las prioridades son la **seguridad, aplicaciones específicas de la industria, infraestructuras de data center y movilidad.**
- En un **reparto de presupuesto de TI** entre **Ejecutar** (mantener activos los productos y servicios actuales), **Crecer** (aumentar y mejorar las competencias) y **Transformar** (crear nuevos negocios y entrar en nuevos mercados), las empresas españolas encuestadas **inverten 2,8% más en crecer y 3,2% más en transformar** que la media internacional (datos 2015).
- El **62% de los encuestados no tiene identificado** o desconoce el presupuesto de **inversión en productos y servicios digitales.**
- Sólo el **19% de los encuestados declara conocer el retorno de la inversión** realizada en productos y servicios digitales, y estima valores de **ROI entre el 1-3%.**
- Aproximadamente el **36% del presupuesto TI anual de las empresas encuestadas se dedica a pilares tecnológicos clave de la transformación Digital** (Big Data, Social, Movilidad, Cloud, Digital Workplace, IoT, Multicanalidad y Customer Experience).
- **Se invierte más en Cloud**, pese a ser la **tercera prioridad estratégica** para la transformación digital de las empresas españolas encuestadas. **Movilidad y Digital Workplace** le siguen en volumen de inversión.





3. Inversión en transformación digital: ¿Cómo está repartido el presupuesto de TI?

¿Cómo es el reparto del presupuesto de TI entre **Ejecutar** (mantener activos los productos), **Crecer** (aumentar y mejorar las competencias) y **Transformar** (crear nuevos negocios y entrar en nuevos mercados)? En este apartado se compara el resultado en España VS el resultado global:



Los empresas españolas encuestadas invierten 2,8 % más en crecer y 3,2 % más en transformar que la media internacional de 2015



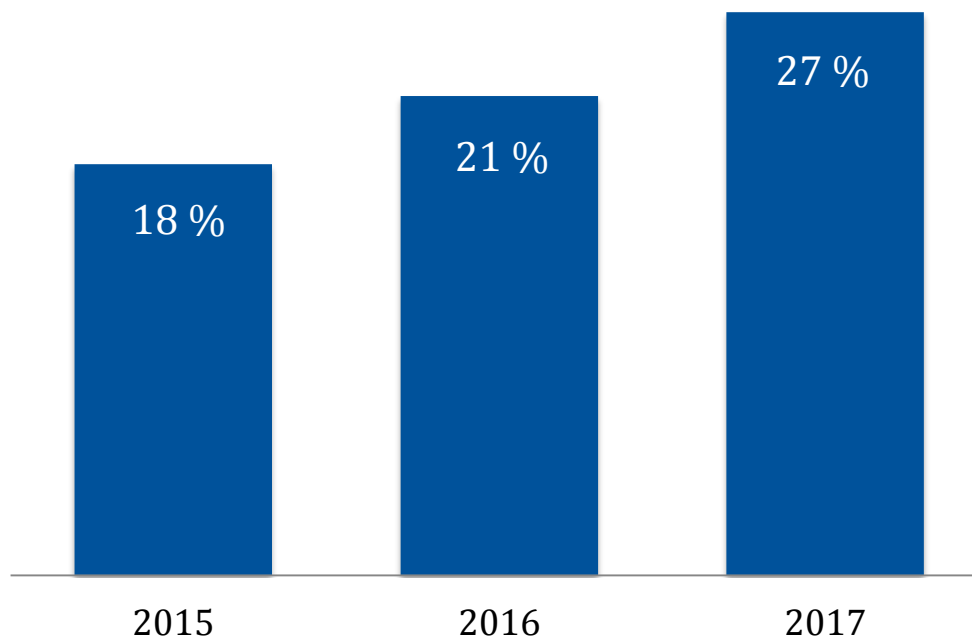
3. Inversión en transformación digital: ¿Qué tanto por ciento del presupuesto está destinado a productos y servicios digitales?



*El 62% de los encuestados **no tiene identificado o desconoce el presupuesto de inversión en productos y servicios digitales***



Los encuestados que conocían el presupuesto de inversión en productos y servicios digitales **prevén un incremento de inversión en tecnologías digitales** frente al presupuesto del TI en 2016 y 2017 respecto a 2015



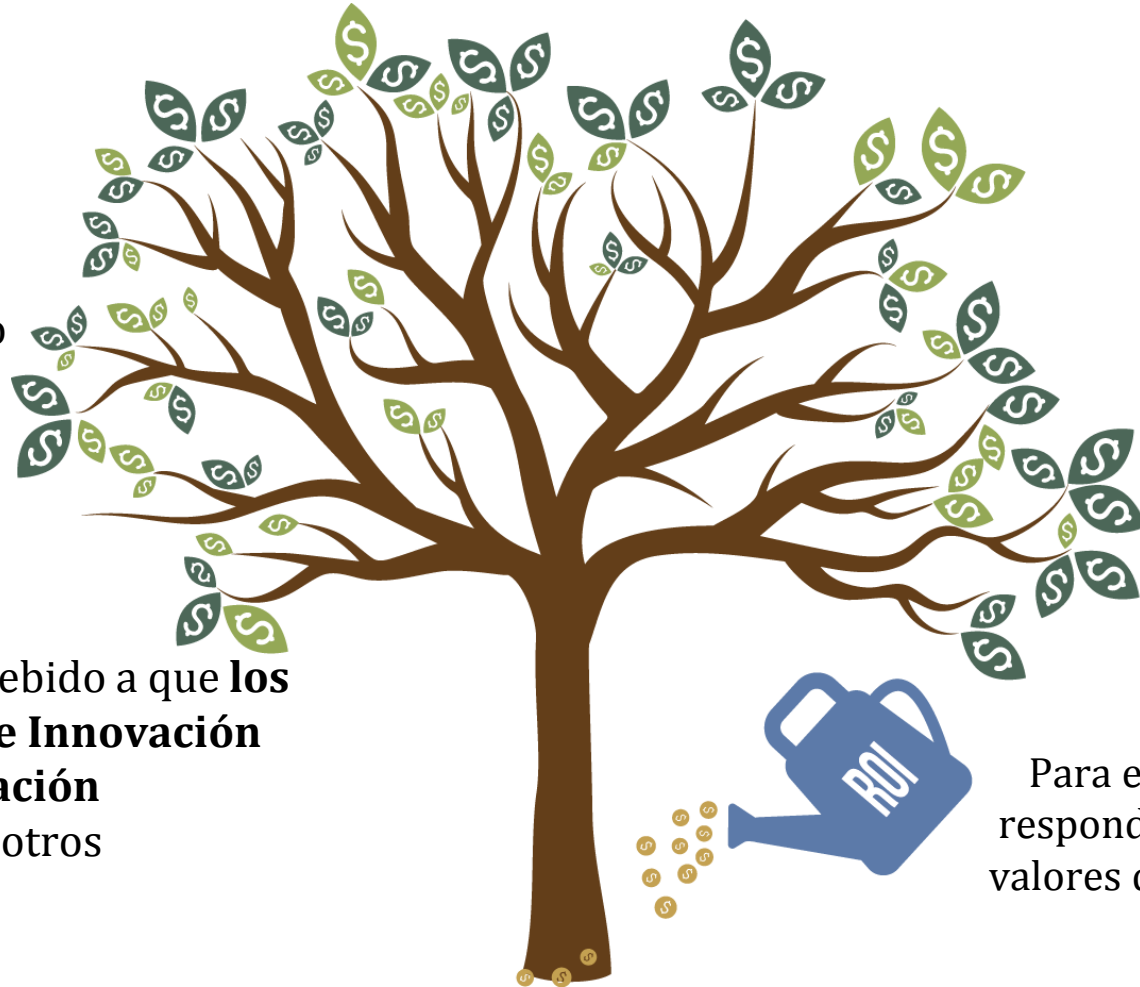
**: Solo para el 48% que han identificado el presupuesto anual asignado a inversión en productos y servicios digitales*

3. Inversión en transformación digital: ¿Cuál es el retorno de la inversión esperado?



Sólo un **19 %** de las **empresas encuestadas mide el retorno de la inversión** realizada en productos y servicios digitales, aún considerando estratégica la transformación digital.

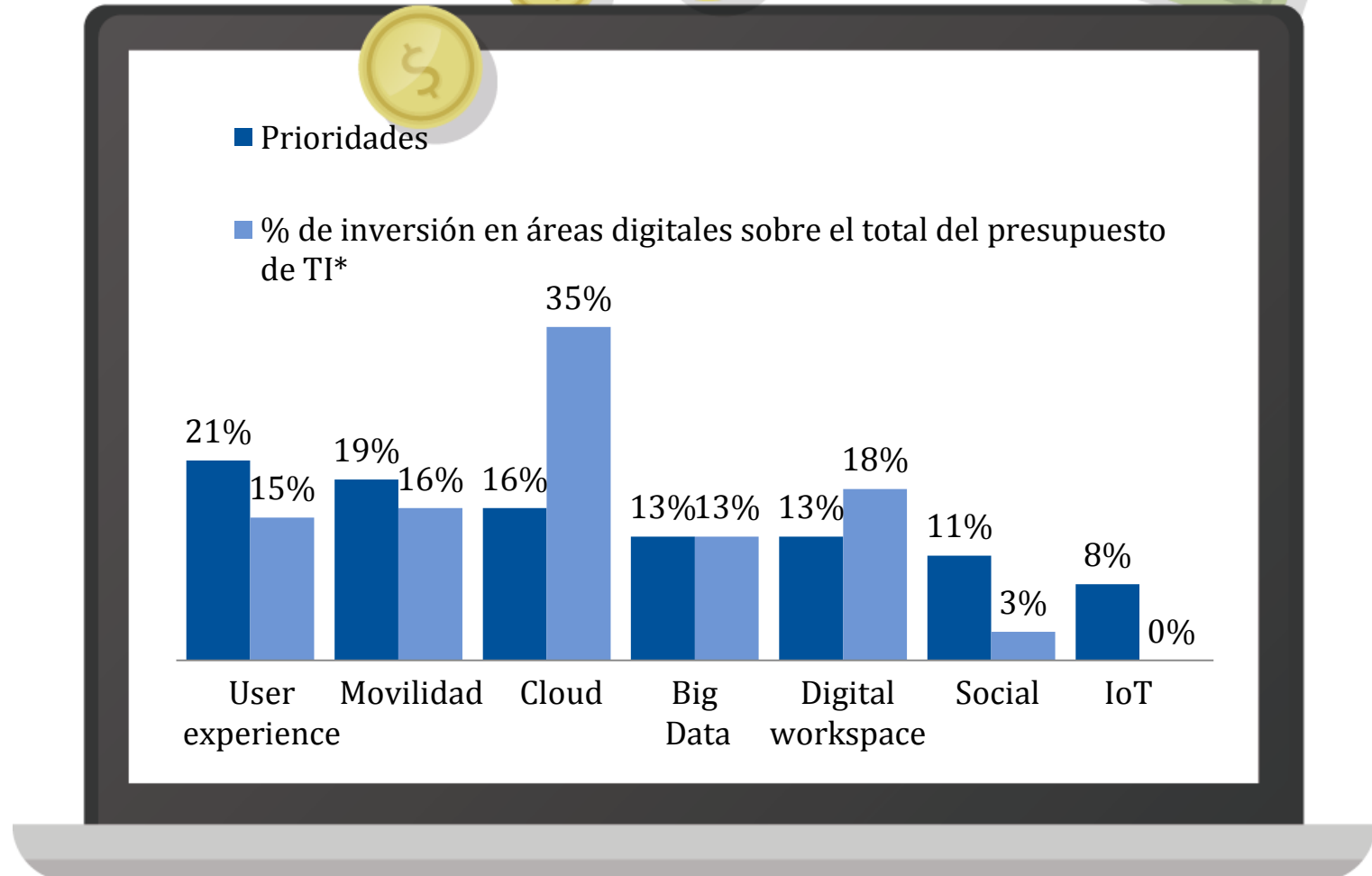
En algunos casos, esto es debido a que **los CIOs/CDOs/Directores de Innovación carecen de dicha información financiera** (manejada por otros departamentos).



Para el 19% que ha respondido se estiman valores de **ROI entre el 1-3%**

3. Inversión en transformación digital: Prioridades estrategia digital vs. inversión

Siendo el **Cloud** la **tercera prioridad estratégica** para la transformación digital de las empresas, se convierte en **el primer foco de inversión** en áreas digitales.

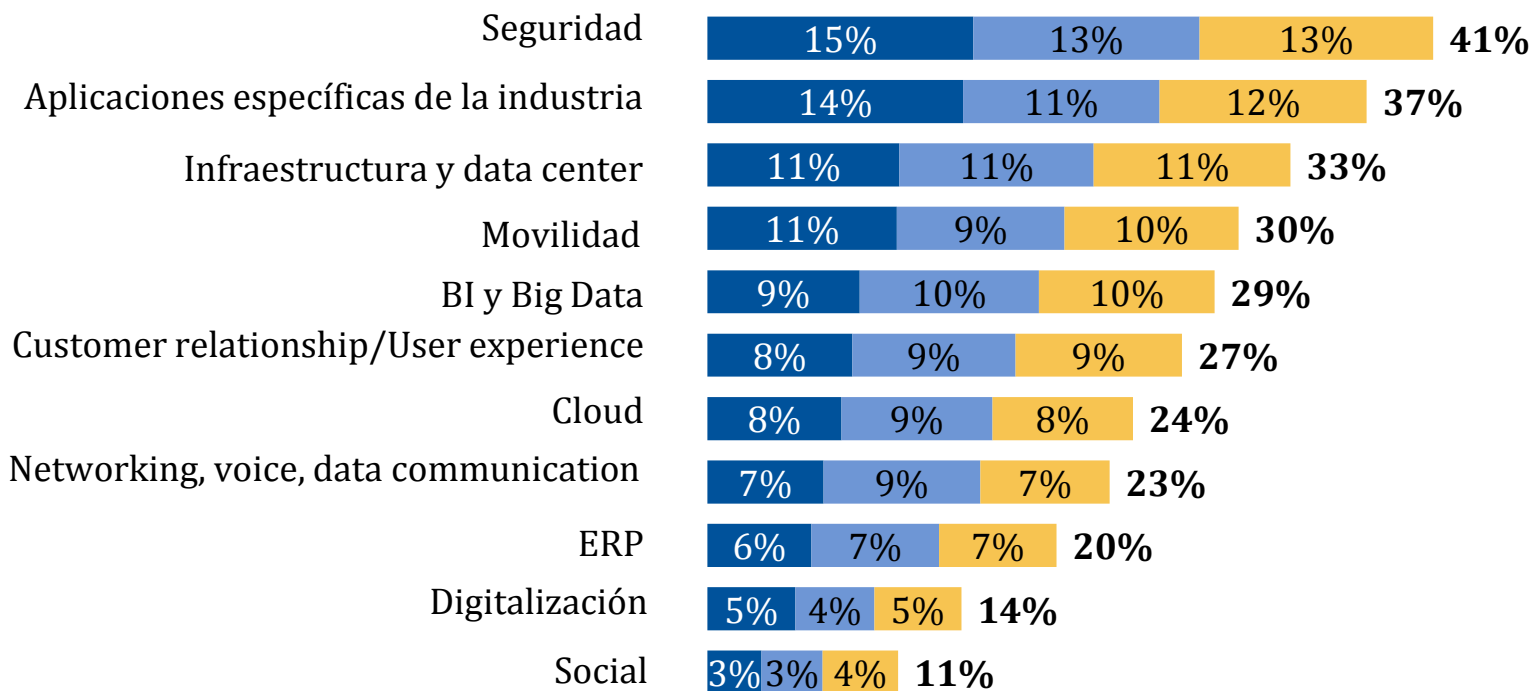


3. Inversión internacional en digitalización: Las prioridades de los CIOs no coinciden con las de los empleados



El estudio global de Gartner sobre el puesto de trabajo digital a empleados manifiesta que la prioridad de los empleados a la hora de invertir no coincide con las prioridades de inversión de los CIOs/CDOs. Los empleados invertirían de forma prioritaria en **seguridad** y en **aplicaciones específicas de la industria**.

■ Primera opción ■ Segunda opción ■ Tercera opción



4. Madurez del puesto de trabajo digital en España: Principales hallazgos



- En un **análisis de madurez del puesto de trabajo** a través de seis **dimensiones clave** en una valoración de 1 a 5, las **empresas españolas encuestadas obtienen un 2,5 sobre 5** en promedio, siendo los **valores más altos** los referentes a **Visión y Estrategia** y **Gestión de la Información**.
- El **suspenseo en métricas** es consistente: **el puesto de trabajo digital importa y se invierte en él, pero no se mide el impacto** de su transformación en los empleados, en la organización o en los resultados de la compañía.
- **Existe intención y en muchos casos planes por mejorar en todas las áreas:** en el año 2017, las empresas prevén un grado de madurez más alto (3,54 sobre 5 en promedio).



4. Madurez del puesto de trabajo digital



Para medir la madurez del puesto de trabajo digital se ha utilizado un *framework* adaptado de Gartner en el que se evalúan 6 dimensiones (Visión y Estrategia, Cambios en la organización, Procesos Existentes, Colaboración y Gestión de la Información, Métricas y Tecnologías Disponibles). En cada pregunta se evalúa la madurez de cada dimensión con una escala del 1 al 5, siendo 5 el valor de mayor madurez.

“El puesto de trabajo digital importa y se invierte en él, pero no se mide el impacto de su transformación”

El gráfico muestra que actualmente las **empresas españolas encuestadas tienen un grado de madurez medio (2,51 sobre 5 en promedio)**, siendo los valores más altos los referentes a **Visión & Estrategia (2,84)** y la **Compartición de la Información (2,88)**.

En el año 2017, las empresas prevén un grado de madurez más alto (3,54 sobre 5 en promedio).





4. Madurez del puesto de trabajo digital: Visión y estrategia

“¿Cómo evalúa la visión de su empresa sobre la digitalización del puesto de trabajo?”

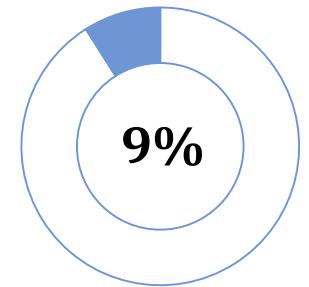
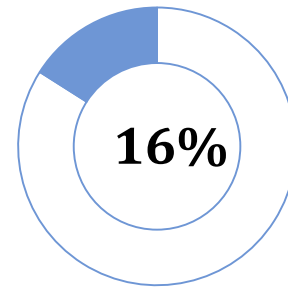
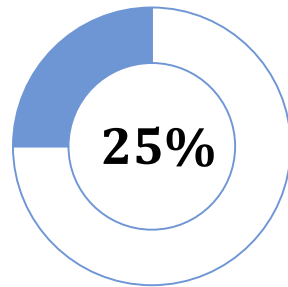
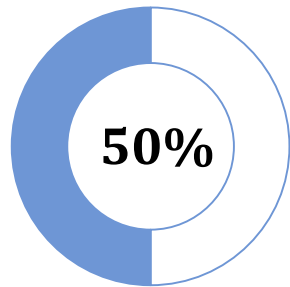
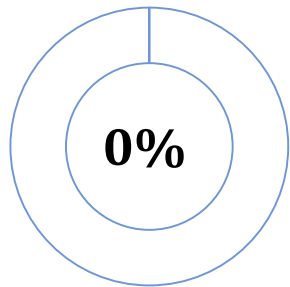
Nivel 1: No existe necesidad en toda la empresa para digitalizar el puesto de trabajo. No hay intención de invertir en la digitalización.

Nivel 2: Ligero conocimiento de la necesidad de la digitalización del puesto de trabajo. Existe un plan informal que no llega a ser realmente una estrategia.

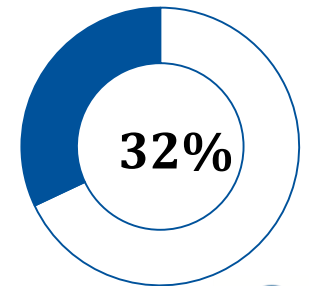
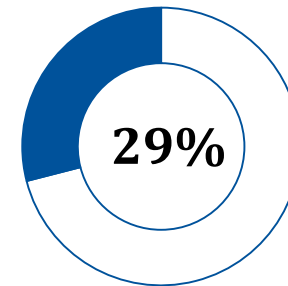
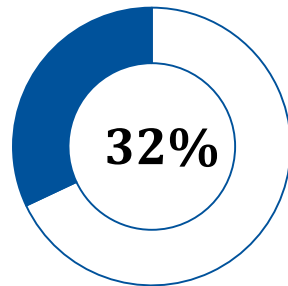
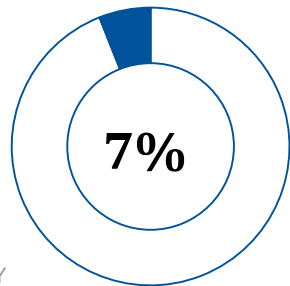
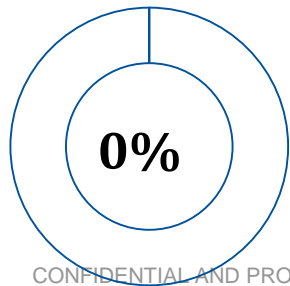
Nivel 3: Los directivos del puesto de trabajo digital tiene una percepción sobre cómo desarrollar el puesto de trabajo digital y han desarrollado una estrategia.

Nivel 4: Los directivos del puesto de trabajo digital tienen una percepción clara sobre la digitalización. Se ha creado un plan estratégico que aún encuentra barreras para implementarse.

Nivel 5: La percepción global corporativa del puesto de trabajo digital es consistente y está alineada con el plan de acción de negocio estratégico para lograr la digitalización deseada.



HOY



2017



4. Madurez del puesto de trabajo digital: Cambios en la organización

“¿Cómo evalúa la visión de su empresa sobre la digitalización del puesto de trabajo?”

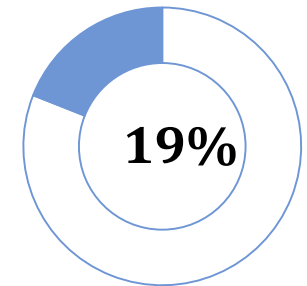
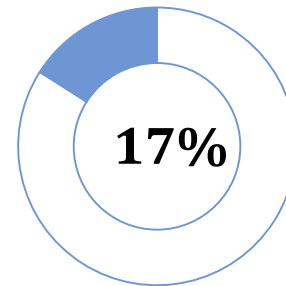
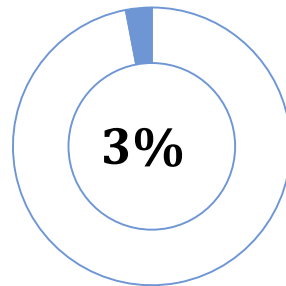
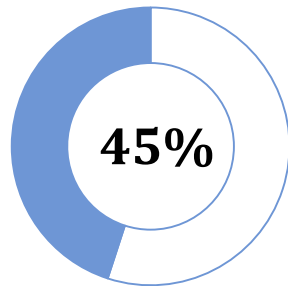
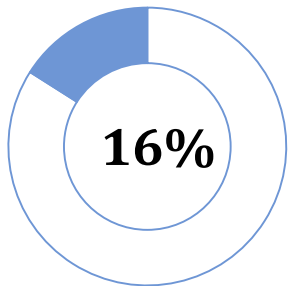
Nivel 1: No existe ningún programa de cambio organizativo para lograr la digitalización del puesto de trabajo.

Nivel 2: Existe un plan, pero no hay ningún enfoque coherente sobre qué cambios deben llevarse a cabo.

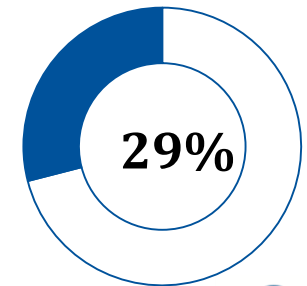
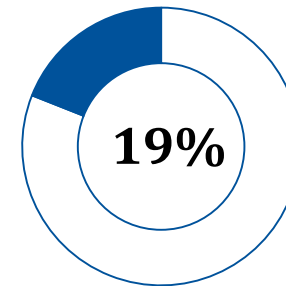
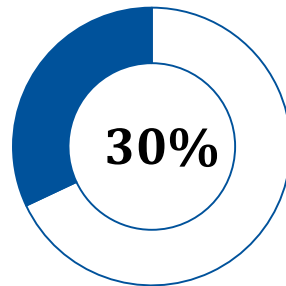
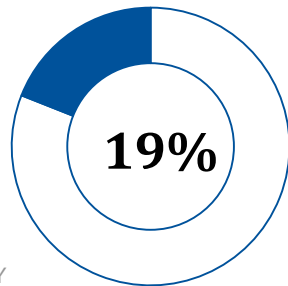
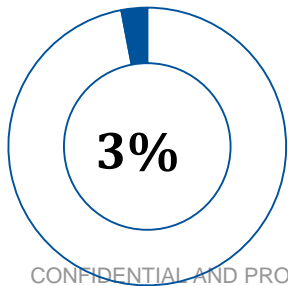
Nivel 3: Los directivos del puesto de trabajo digital, junto con recursos humanos, han desarrollado un plan de gestión de los cambios necesarios en la organización para lograr la digitalización del puesto de trabajo en algunas áreas de la organización.

Nivel 4: Existe un proceso bien establecido de comunicación y formación - definido conjuntamente con recursos humanos- para toda la empresa, en el que se desarrollan los cambios organizativos necesarios en toda la empresa.

Nivel 5: Mejorar el compromiso del empleado para lograr la digitalización del puesto de trabajo es el objetivo común para recursos humanos y para el departamento de TI. La gobernanza está establecida de manera que fomente la cooperación.



HOY



2017



4. Madurez del puesto de trabajo digital: Procesos

“¿Cómo evalúa los procesos que se llevan a cabo para lograr la digitalización del puesto de trabajo?”

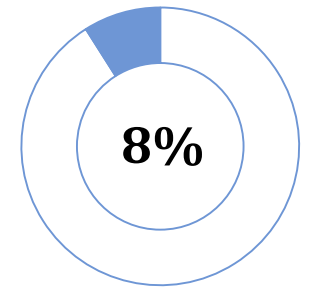
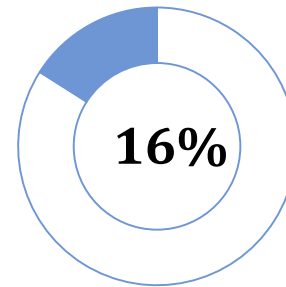
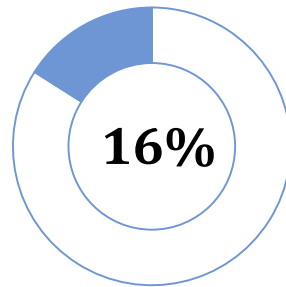
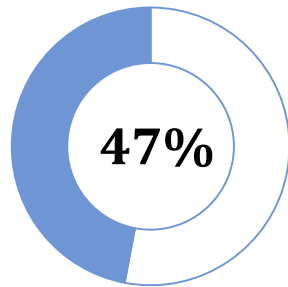
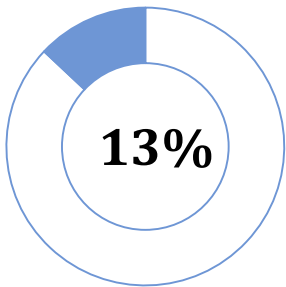
Nivel 1: No existen procesos nuevos para abordar situaciones específicas y los existentes no pueden modificarse fácilmente para responder a las circunstancias cambiantes.

Nivel 2: Se admiten pequeños cambios en los pilotos para la digitalización del puesto de trabajo, pero los procesos existentes globales siguen intactos.

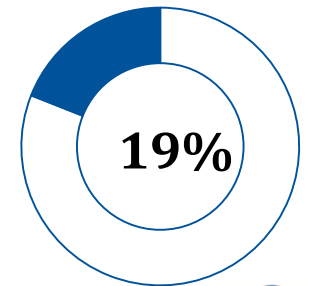
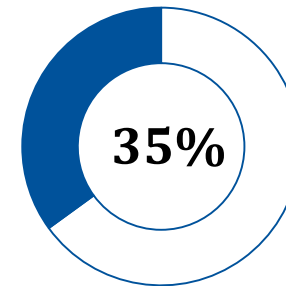
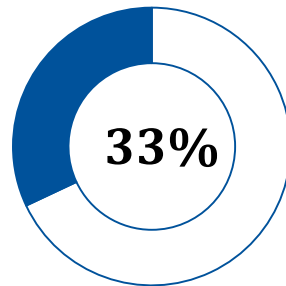
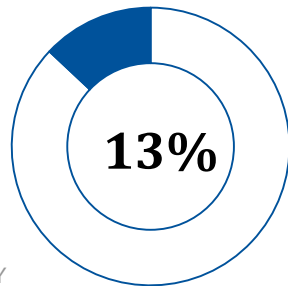
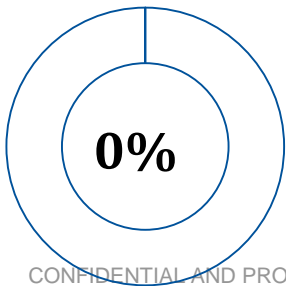
Nivel 3: El líder del puesto de trabajo digital prueba y testea nuevas formas de trabajo y garantiza la integridad de los procesos ad hoc que se desarrollan en cada departamento.

Nivel 4: Los líderes del puesto de trabajo digital facilitan el cambio de los procesos tradicionales a procesos más ágiles, con mayor capacidad de respuesta y colaboración.

Nivel 5: La organización emplea procesos ágiles y colaborativos que no dependen de las reglas de "one size fits all" y puede responder y adaptarse rápidamente.



HOY



2017

4. Madurez del puesto de trabajo digital: Compartición de la información y colaboración



“¿Cómo evalúa la información disponible y su gestión para facilitar la colaboración en el puesto de trabajo?”

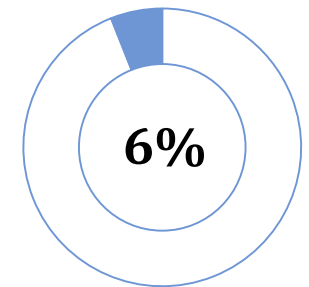
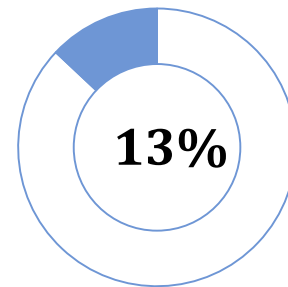
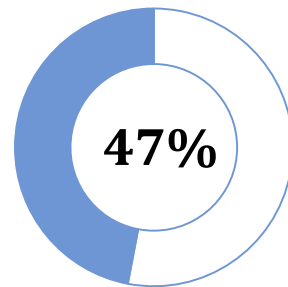
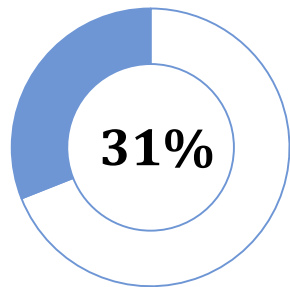
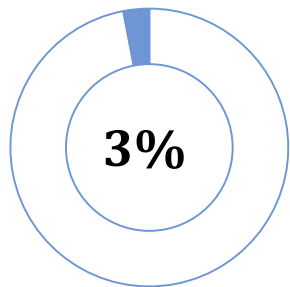
Nivel 1: Los líderes de la organización no ven el valor estratégico de la gestión información ni de la colaboración.

Nivel 2: Evitar que se duplique la información es una prioridad. Algunos empleados promueven el uso de aplicaciones y repositorios de gestión de contenidos.

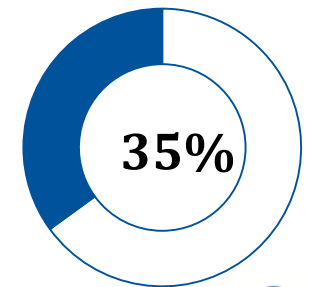
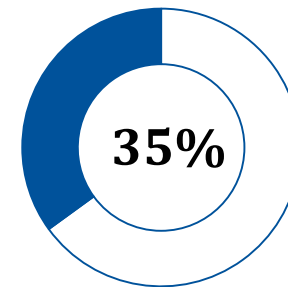
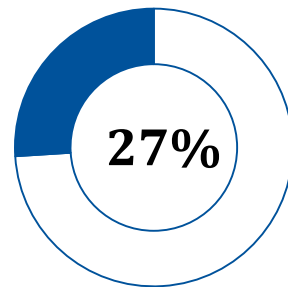
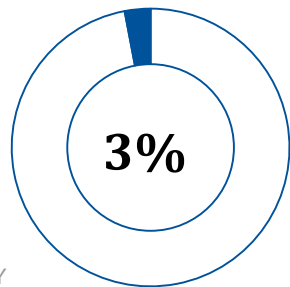
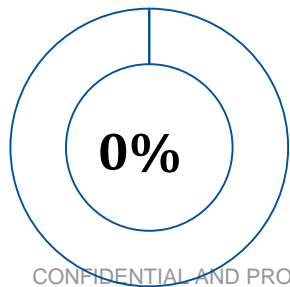
Nivel 3: Existen herramientas que permiten formas de trabajo sociales y colaborativas que apoyan el intercambio de información en tiempo real y la conexión entre profesionales de forma efectiva.

Nivel 4: Los directivos del puesto de trabajo digital fomentan e incentivan una estructuración de la gestión de la información corporativa y fomentan el uso de herramientas de colaboración.

Nivel 5: Existen plataformas y tecnologías que permiten la cooperación, sincronización, acceso y búsqueda inteligente y contextualizada a todo tipo de información, desde cualquier ubicación y dispositivo.



HOY



2017



4. Madurez del puesto de trabajo digital: Tecnología disponible

“¿Cómo evalúa su tecnología para el puesto de trabajo digital?”

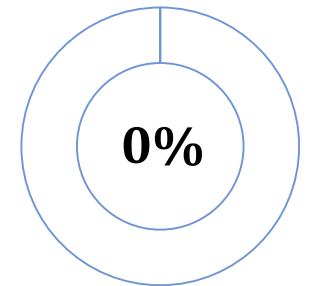
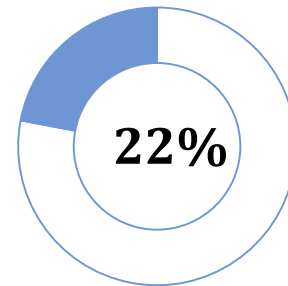
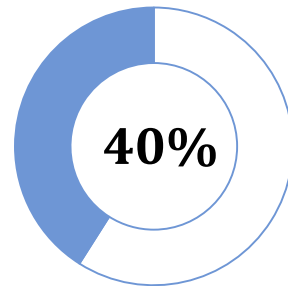
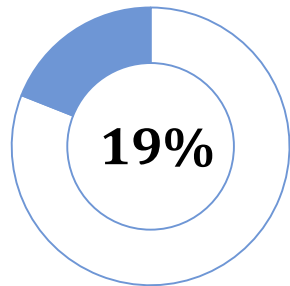
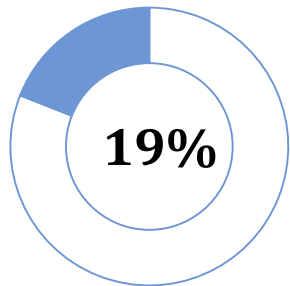
Nivel 1: La organización aporta una variedad de sistemas TI que han sido adquiridos a terceros y que son utilizados de manera aleatoria y sin control por los empleados. El coste tiene mayor importancia que la agilidad.

Nivel 2: Los departamentos llevan a cabo proyectos para poder seleccionar tecnología para la digitalización del puesto de trabajo independientemente de la organización. Uso de SaaS por parte de departamentos sin coordinar con el área de TI.

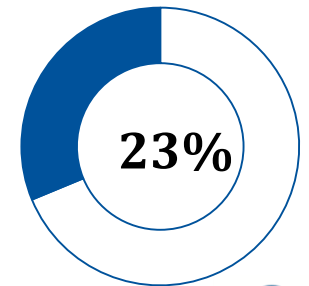
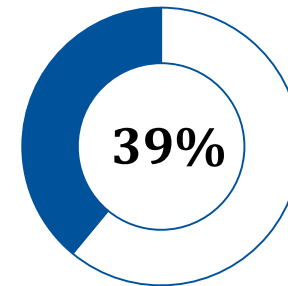
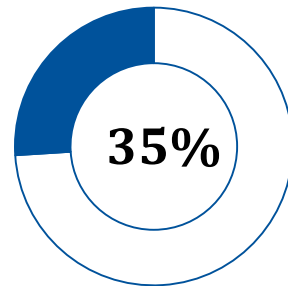
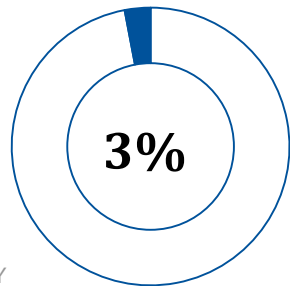
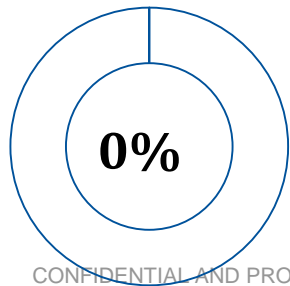
Nivel 3: Los directivos del puesto de trabajo digital comienzan a abordar problemas derivados de la duplicidad de plataformas de puesto de trabajo digital para reducir complejidad y confusión.

Nivel 4: Los directivos encargados del puesto de trabajo digital fomentan la participación de los empleados, guiándoles en la utilización de herramientas más sociales, móviles y accesibles.

Nivel 5: A las tecnologías más "tradicionales" del puesto de trabajo digital (social, móvil, colaboración...) se suman tecnologías como IoT y máquinas inteligentes.



HOY



2017



4. Madurez del puesto de trabajo digital: Métricas

“¿Cómo evalúa las métricas utilizadas para valorar la digitalización del puesto de trabajo?”

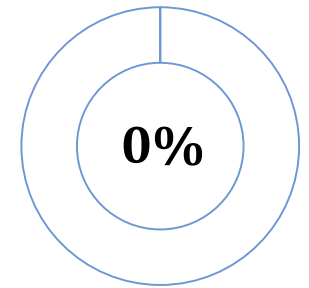
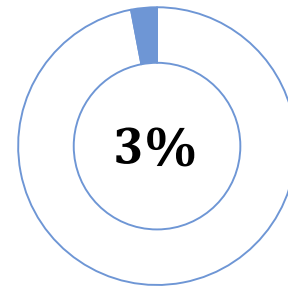
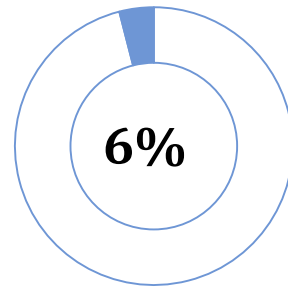
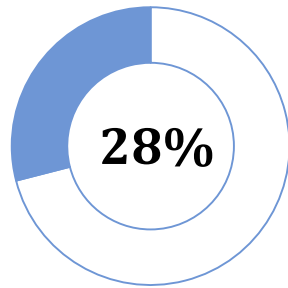
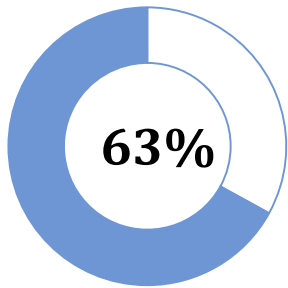
Nivel 1: no existen métricas para medir los resultados de la digitalización del puesto de trabajo.

Nivel 2: algunos directivos nominan explícitamente a sus empleados como responsables de cómo se realiza el trabajo y la eficacia de trabajo en los equipos.

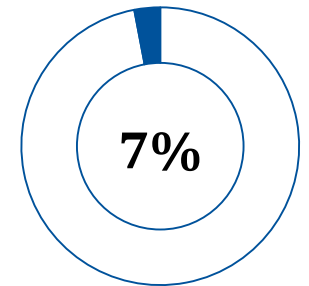
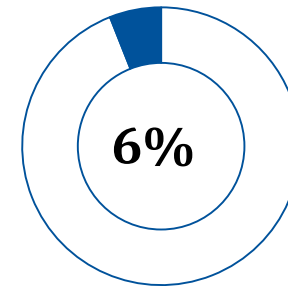
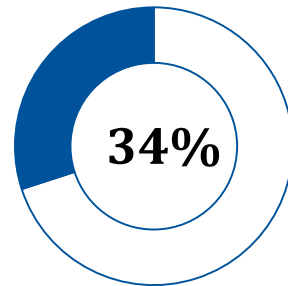
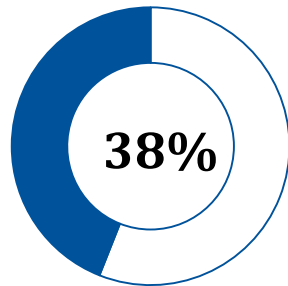
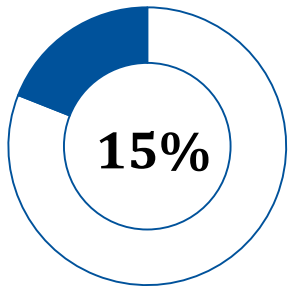
Nivel 3: la medición de la efectividad de los empleados se lleva a cabo de manera extensiva y es prioritaria para los puestos/equipos clave.

Nivel 4: el liderazgo ha adoptado una mentalidad de “fail fast” que anima a asumir riesgos. Los indicadores recogidos permiten tomar decisiones, no culpabilizar.

Nivel 5: son evaluadas continuamente para monitorizar el impacto de la digitalización del puesto de trabajo en los resultados corporativos globales.

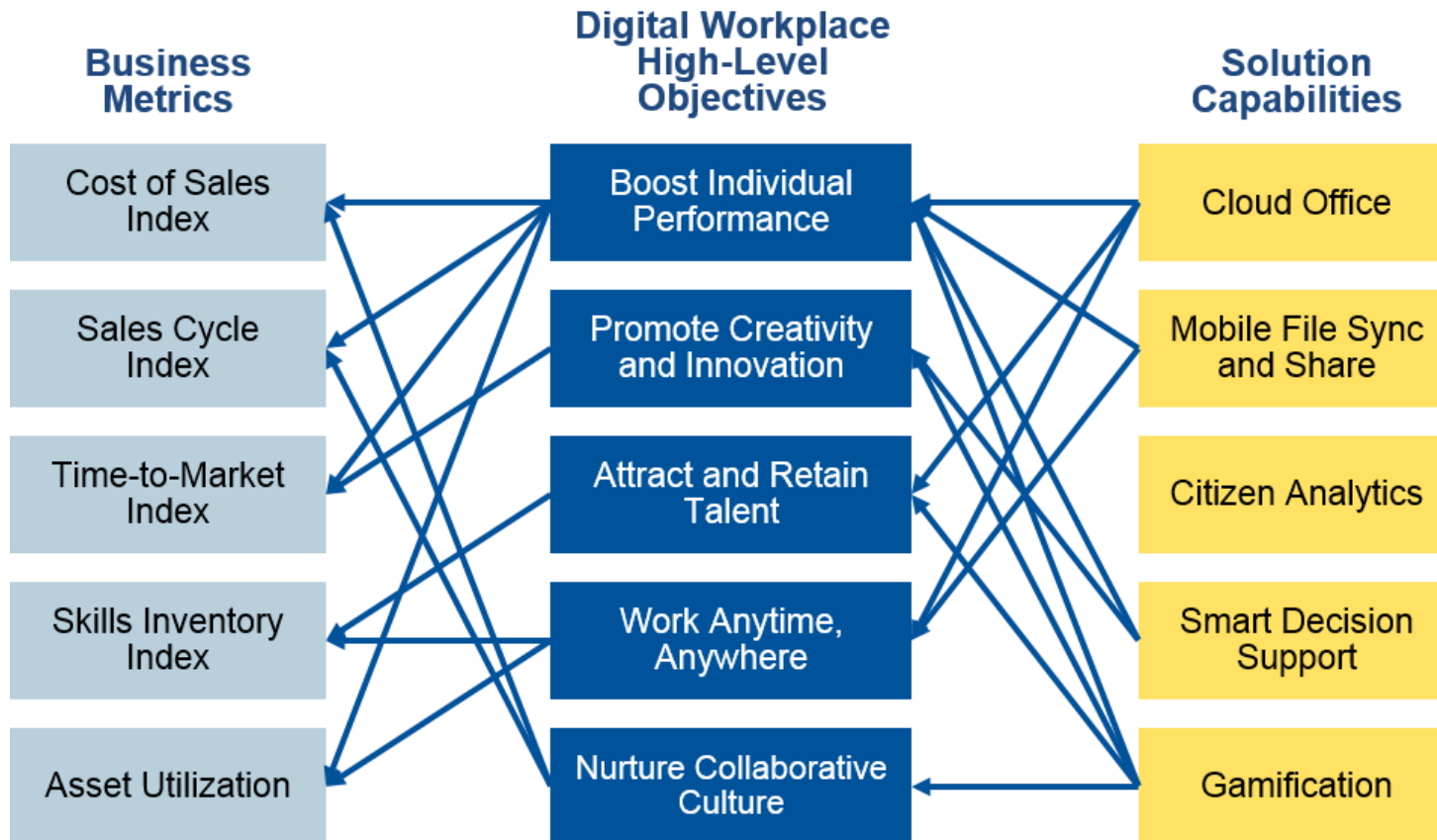


HOY



2017

4. Madurez del puesto de trabajo digital: Métricas - ¿Cómo construir el caso de negocio para el puesto de trabajo digital?



Source: Gartner, January 2016

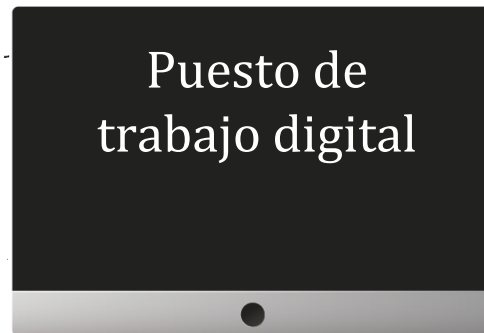
5. El Puesto de trabajo digital

El **puesto de trabajo digital** es una **estrategia de negocio** para promover la agilidad, la satisfacción y el compromiso (el *engagement*) del empleado a través de un ambiente más “digitalizado”. Esta estrategia asegura que la inversión realizada en productos y servicios digitales favorece la **autonomía del empleado, el aprendizaje continuo y la colaboración efectiva**, mejorando el *engagement*, lo que suele traducirse en un **incremento en la productividad del empleado** y por ende del negocio. Para su análisis, este estudio recorre los siguientes elementos fundamentales del puesto de trabajo digital:

Herramientas de colaboración, Comunicaciones Unificadas y Productividad



Dispositivos de acceso: desktops, tablets, smartphones, IoT (wrist bands, glasses...)



Movilidad



Conectividad



5. El empleado, motor de la transformación digital

Explotar de forma creativa las tecnologías digitales será la mayor fuente de ventaja competitiva para el 30% de las organizaciones

El 50% de las organizaciones de IT soportará activos y servicios fuera de su cartera

El 20% de las org. incluirá la mejora del compromiso del empleado (*engagement*) como un objetivo de rendimiento compartido por RRHH y TI

El 65% de los “trabajadores del conocimiento” se verá afectado por las máquinas inteligentes en formas positivas y negativas

Los espacios de trabajo se transforman y diversifican en un entorno de progresiva “consumerización”, en el que los trabajadores demandan conectividad y acceso a recursos personalizados y contextualizados desde cualquier lugar, momento y dispositivo.

En 2020...

5. Puesto de trabajo digital, *engagement* y rendimiento

- El puesto de trabajo digital es una **estrategia de negocio** para **promover la agilidad, la satisfacción y el compromiso** (el *engagement*) del empleado a través de un ambiente más “digitalizado”. Esta estrategia favorece la **autonomía del empleado, el aprendizaje continuo y la colaboración efectiva**, mejorando el *engagement*.
- Las organizaciones en el **cuartil más alto de puntuaciones de engagement** de empleados también **superan a sus competidores** en términos de **rendimiento de sus negocios** (10-20% aumento en productividad y rentabilidad).
- **Distinguir entre el valor real del *engagement* y el atribuido** es un reto.



5. Puesto de trabajo digital: tecnología para el uso personal y profesional



El **80% de empleados encuestados** consideran que las nuevas tecnologías son muy importantes y facilitan su trabajo, pero **se sienten más satisfechos con sus herramientas/dispositivos personales**

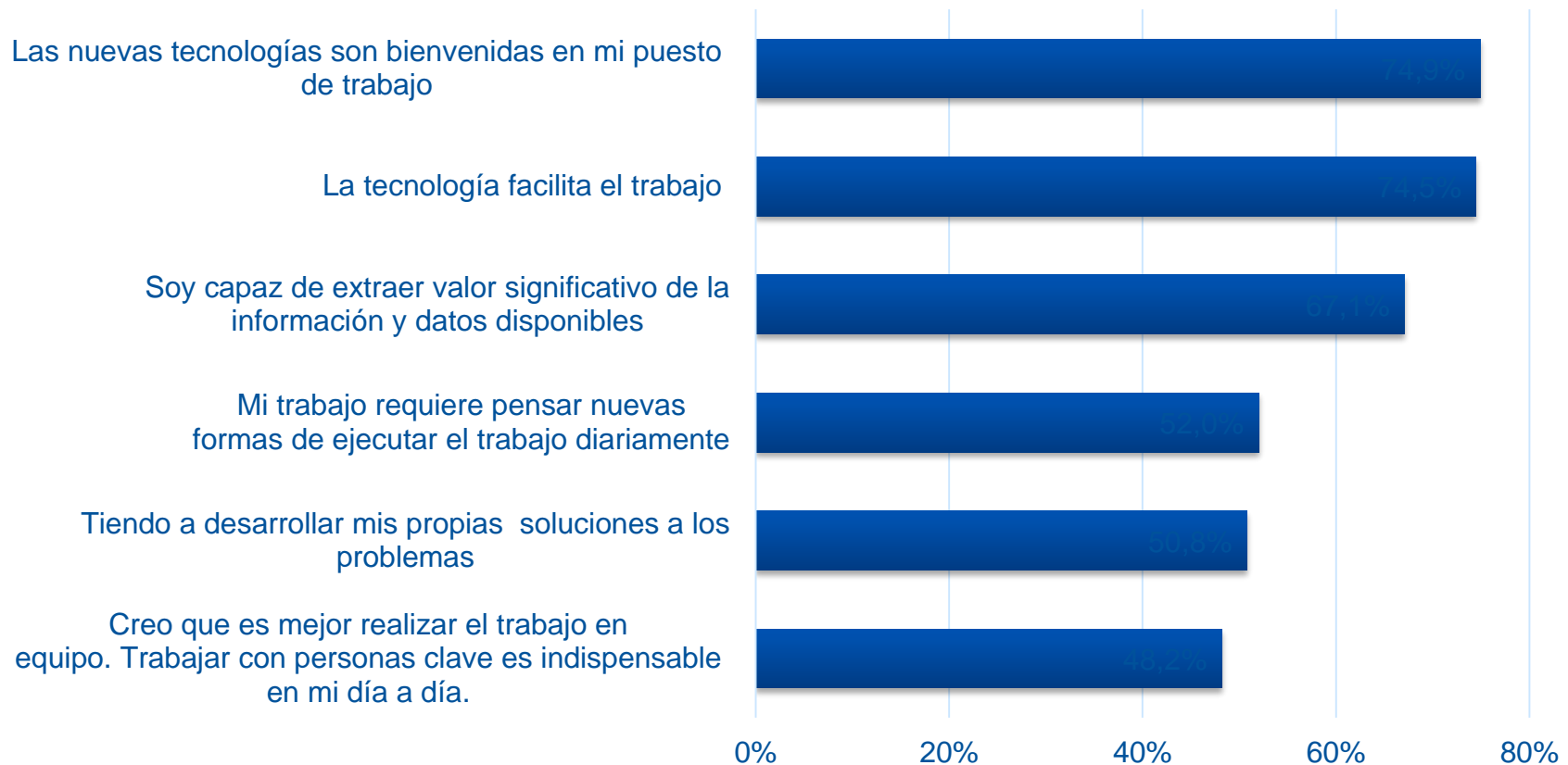
Gartner dice: “Una de las principales preocupaciones de los responsables del puesto de trabajo son los *millennials*; sin embargo, **el reto principal es conocer las necesidades individuales de cada empleado**”



5. Puesto de trabajo digital: actitud de empleados en relación al puesto de trabajo digital



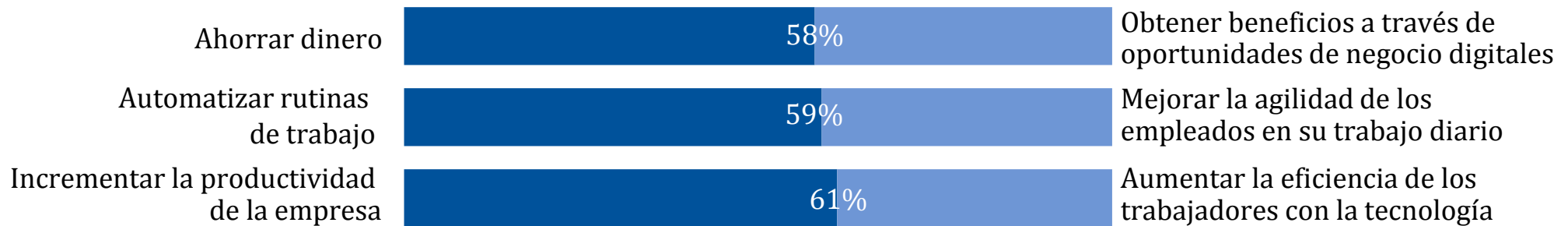
El estudio global de Gartner a empleados muestra los hábitos y preferencias de los empleados cuando utilizan las tecnologías relativas al puesto de trabajo digital. La tecnología en el puesto de trabajo se valora muy positivamente como facilitador del trabajo.



5. Puesto de trabajo digital: Percepción de los trabajadores sobre el departamento de TI



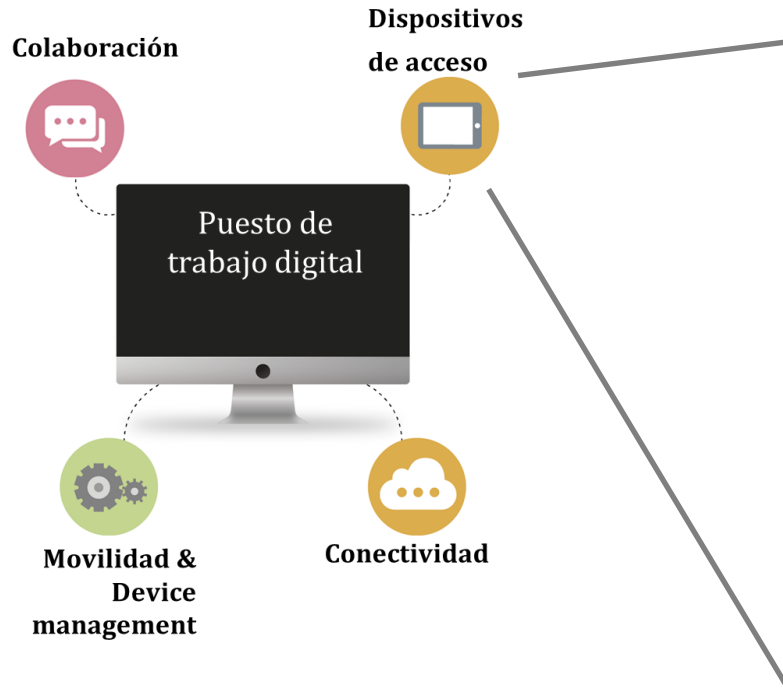
“¿Cuál es en su opinión el papel, la misión y el principal objetivo del departamento de TI?”



Source: Gartner Digital Workplace Consumer Study, 2016, n=2.000 empleados,



5.1 Dispositivos de acceso: principales hallazgos



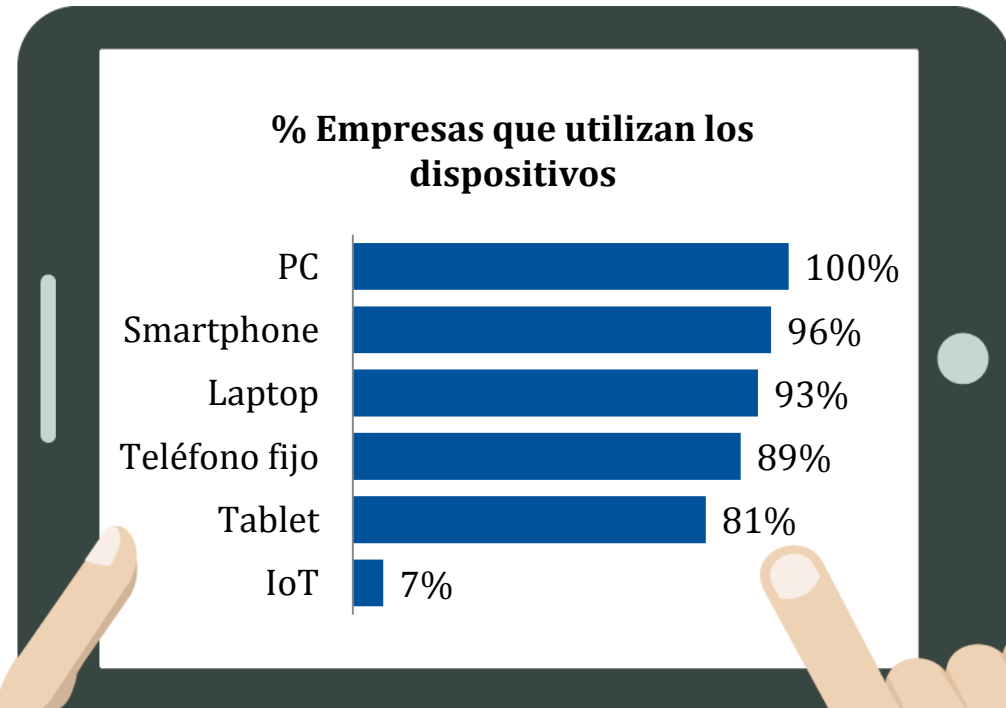
- La **movilidad iguala al acceso “fijo”** en el puesto de trabajo. Un 11% de los encuestados afirma haberlo eliminado el teléfono fijo de su empresa.
- Tan solo un 7% de las empresas afirman dotar de **IoT** en alguno de sus departamentos.
- Existen tres tipos de **perfiles generalizados de puesto de trabajo**: trabajador de oficina, trabajador en movilidad/desplazado y equipo ejecutivo.

5.1. Dispositivos de acceso al puesto de trabajo



La movilidad iguala al acceso “fijo” en el puesto de trabajo: Hoy en día casi todas las empresas dotan a sus empleados de **smartphones, portátiles y/o PC** de sobremesa. Va perdiendo relevancia el **teléfono fijo** (un **11% de los encuestados afirma haberlo eliminado** de su empresa). Sin embargo, la Tablet, va ganando posiciones a medida que se desarrolla la tecnología. En España, el **81% de las empresas afirma que al menos alguno de sus empleados la utiliza.**

Tan solo un **7% de las empresas afirman dotar de IoT** en alguno de sus departamentos



Estos datos hacen referencia al uso de estos dispositivos en **al menos un departamento de las empresas encuestadas*

5.1. Dispositivos de acceso al puesto de trabajo: ¿Qué perfiles utilizan estos dispositivos?



Perfil movilidad:

Personal cuyas funciones se desempeñan normalmente fuera de la oficina (en otras ubicaciones físicas fijas o en movilidad)

- 37,8% laptop
- 32,4% smartphone
- 18,9% tablet
- 8,1% PC
- 2,7% teléfono fijo



Perfil ejecutivo:

Puestos directivos de la empresa

- 30,4% laptop
- 30,4% smartphone
- 17,9% tablet
- 10,7% teléfono fijo
- 8,9% PC
- 1,8% IoT

Perfil oficina:

Personal en una ubicación física "fija" u oficina

- 37,2% PC
- 30,2% teléfono fijo
- 16,3% smartphone
- 14% laptop
- 2,3% móvil

5.2 Colaboración: principales hallazgos

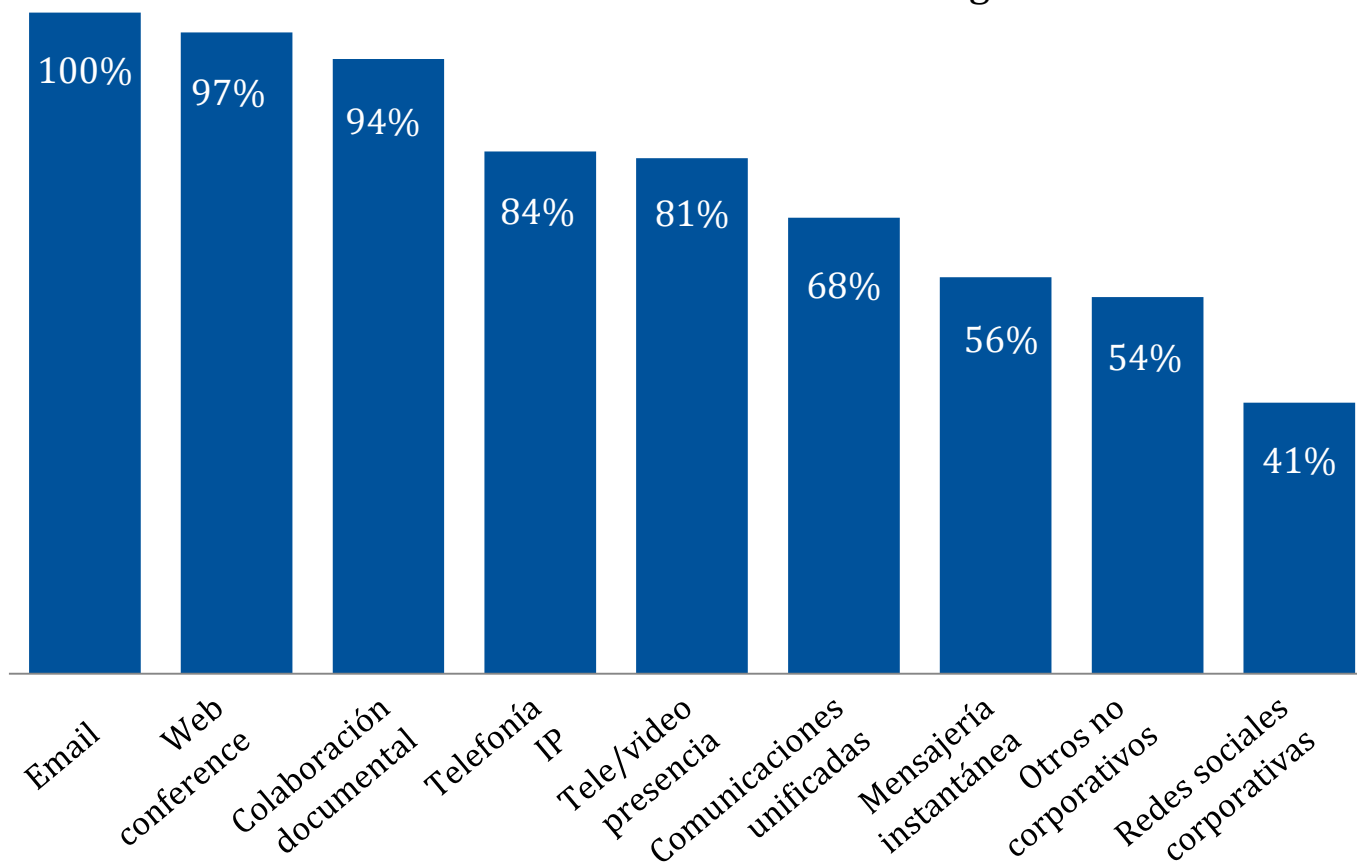
- Cerca del 100% de las empresas proporcionan herramientas de Email, Web Conference y colaboración documental, pero las herramientas sólo están disponibles en casi la mitad de los casos **para algunos departamentos**. El 19% de empresas encuestadas proporcionan servicios de tele/video presencia **sólo a equipo ejecutivo**.
- El uso de las **herramientas no corporativas por parte de los responsables del puesto de trabajo** se estima en un 54%. Por su parte, casi la mitad de los empleados reconocen usar herramientas no corporativas.
- El 39% de los encuestados estima que sus empleados usan estas tecnologías **durante el 0-20% de la jornada**. El 69% de las empresas (frente al 76% de empleados) cree que el uso de las herramientas de colaboración **aumenta entre un 20-40% la productividad** de los empleados.
- La mitad de los encuestados afirma que el **grado de satisfacción** con las herramientas de colaboración es alto.
- La mayoría de los encuestados tiene planificada una **inversión en tecnologías de colaboración**.
- El 31% de las empresas carecen de tecnologías de **colaboración en cloud**. La **Seguridad** sigue percibiéndose como el principal obstáculo para ir a la nube.



5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: Tecnologías de colaboración



La encuesta muestra la percepción que tienen los encuestados sobre las tecnologías de colaboración que utilizan sus empleados. La gráfica a continuación muestra el % de empresas que disponen de cada una de las tecnologías indicadas:



Cerca del 100% de las empresas proporcionan herramientas de **Email, Web Conference y colaboración documental**, pero las herramientas sólo **están disponibles en un 45% de los casos para algunos departamentos.**

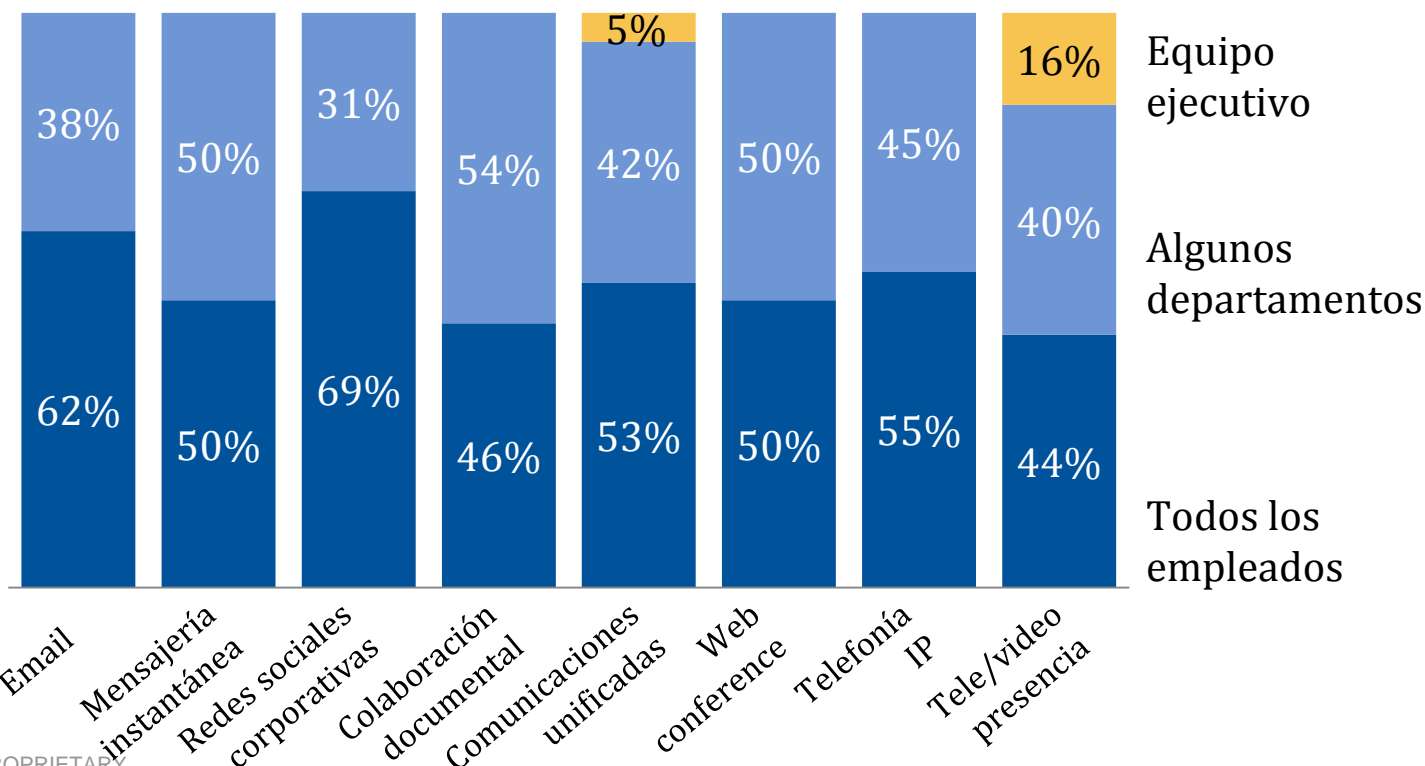
Las **redes sociales corporativas** están aún en estado embrionario de implantación y uso.

El uso de las herramientas no corporativas (conocido) se estima en un 54%.

5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: ¿Las mismas herramientas para todos?



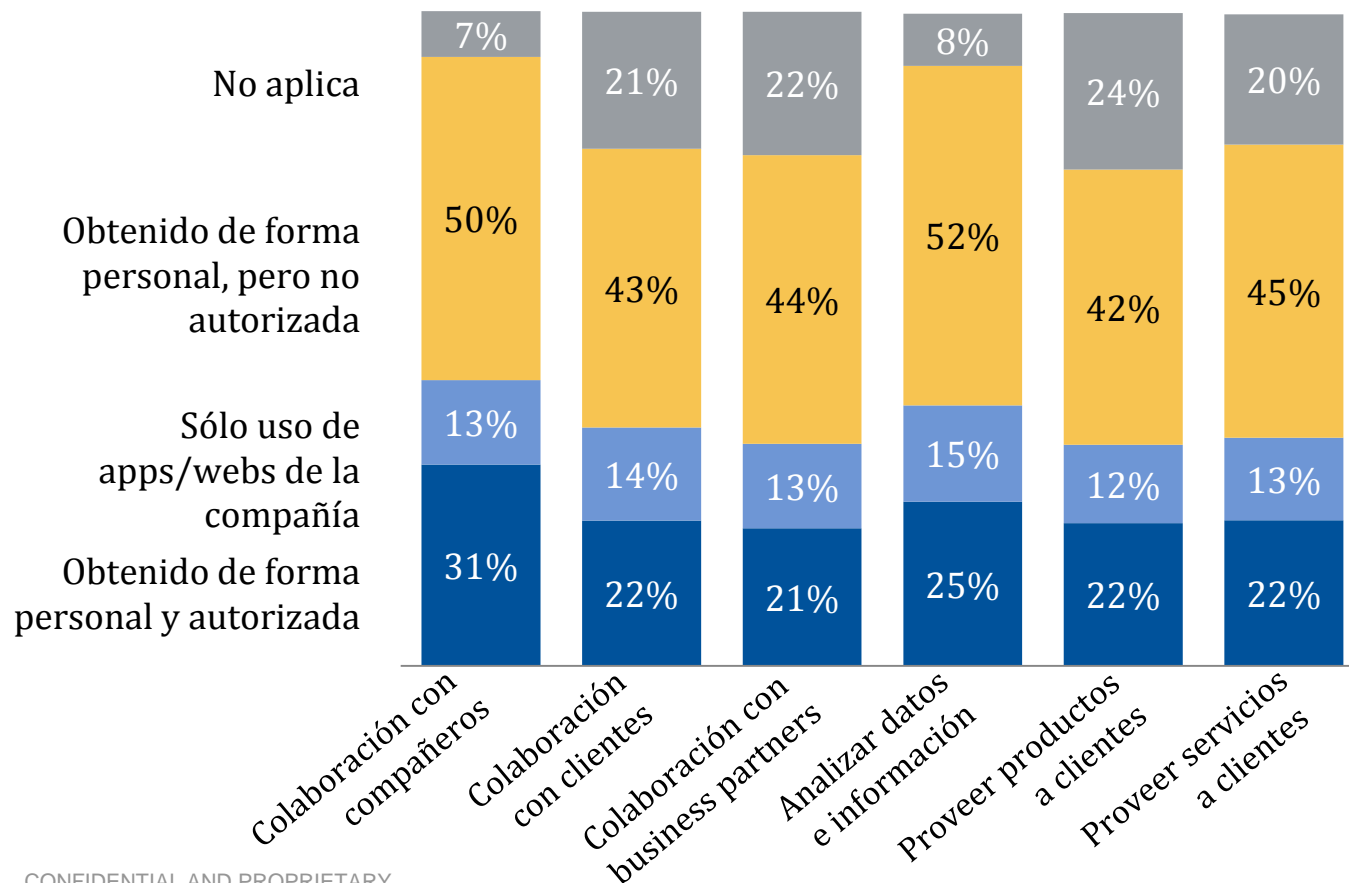
En aproximadamente el **50% de las empresas** encuestadas las **herramientas de colaboración y comunicaciones unificadas están disponibles sólo para algunos grupos de empleados / departamentos**. El **16%** de empresas encuestadas proporcionan servicios de **tele/video presencia sólo a equipo ejecutivo**.



5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: ¿Qué herramientas usan los empleados y quién se las proporciona?



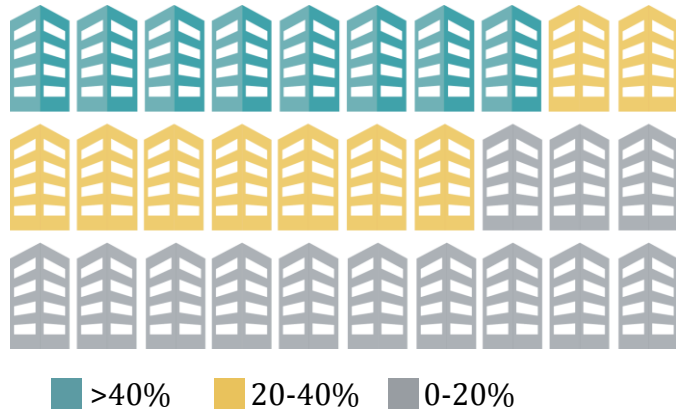
En el estudio global se preguntó a los empleados qué tecnologías de colaboración usan y quién les ha proporcionado / cómo han obtenido dichas tecnologías:



El **46%** de los empleados reconoce que ha obtenido las herramientas de colaboración de manera **independiente y no autorizada**.

Los casos de uso más frecuentes (¿para qué usas las tecnologías de colaboración?) son la **colaboración con compañeros** y el **análisis de datos e información**.

5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: ¿Qué uso de herramientas de colaboración cree que hacen los empleados?

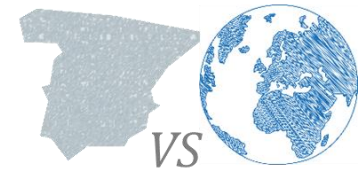


Para el **26%** de los encuestados, el uso por parte de los empleados de las herramientas de colaboración **supera las 16 horas a la semana.**

El **39%** de los encuestados estima que sus empleados usan estas tecnologías entre el **0- 20% del tiempo durante la jornada.**

Los ejecutivos **empleados que mayor uso** realizan sobre las tecnologías de colaboración no sorprende, siendo los trabajadores en **movilidad** y el **equipo ejecutivo** los número 1 y 2 respectivamente. Seguidos por el personal presencial que trabaja en varias y una oficina y finalmente los trabajadores a tiempo parcial.

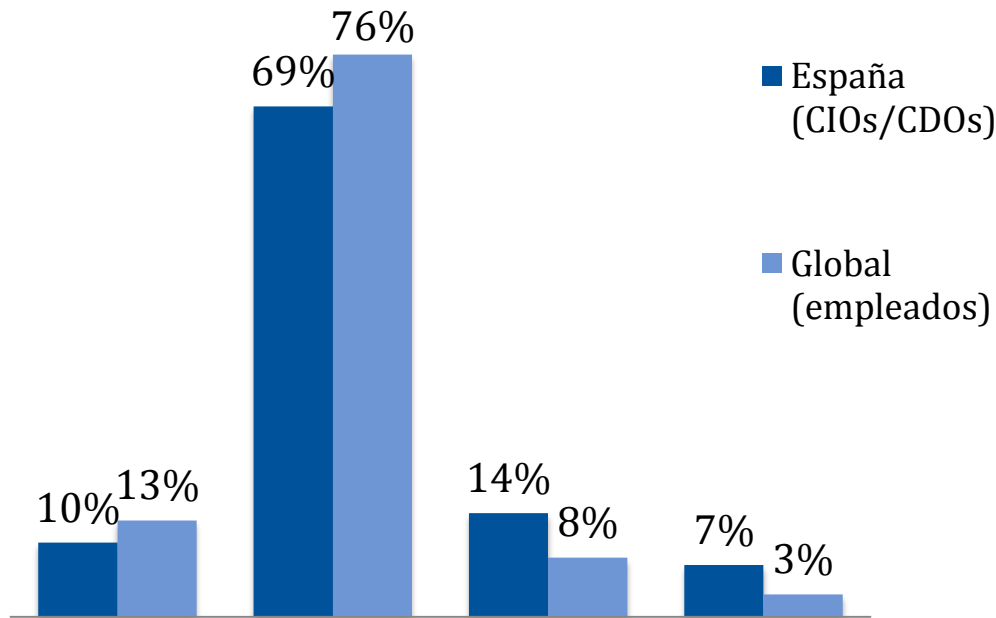




5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: Aumento de la productividad

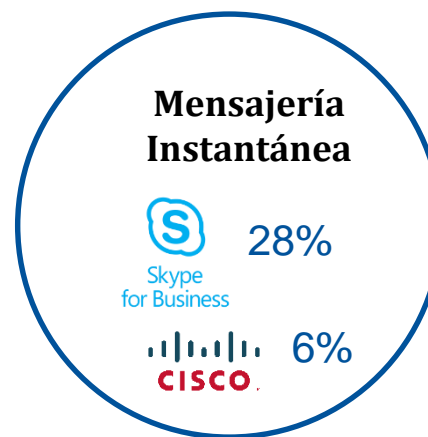
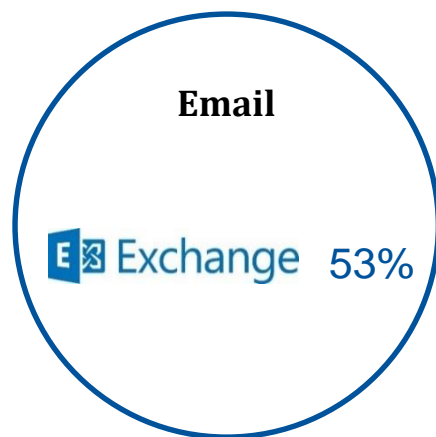
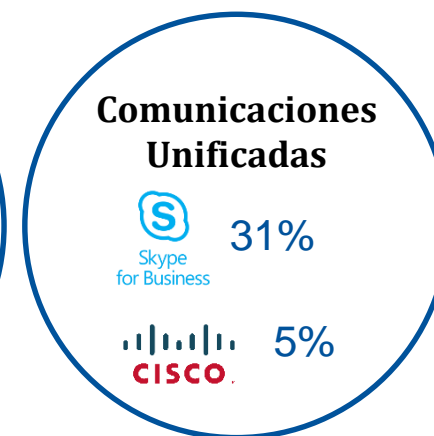
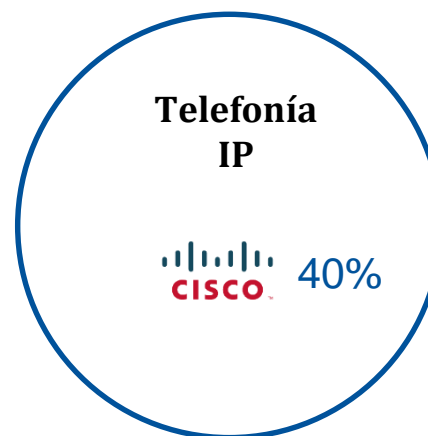
El **69% de las empresas encuestadas** cree que el uso de las herramientas de colaboración y comunicaciones unificadas **aumenta entre un 20-40% la productividad de los empleados.**

Los empleados también valoran positivamente el impacto en productividad: el **76%** de empleados coincide en que las herramientas de colaboración **incrementan la productividad de forma significativa.**



Empleados: Muy significativa Significativa Media No
CIOs/CDOs: >40% 20-40% 0-20% 0%

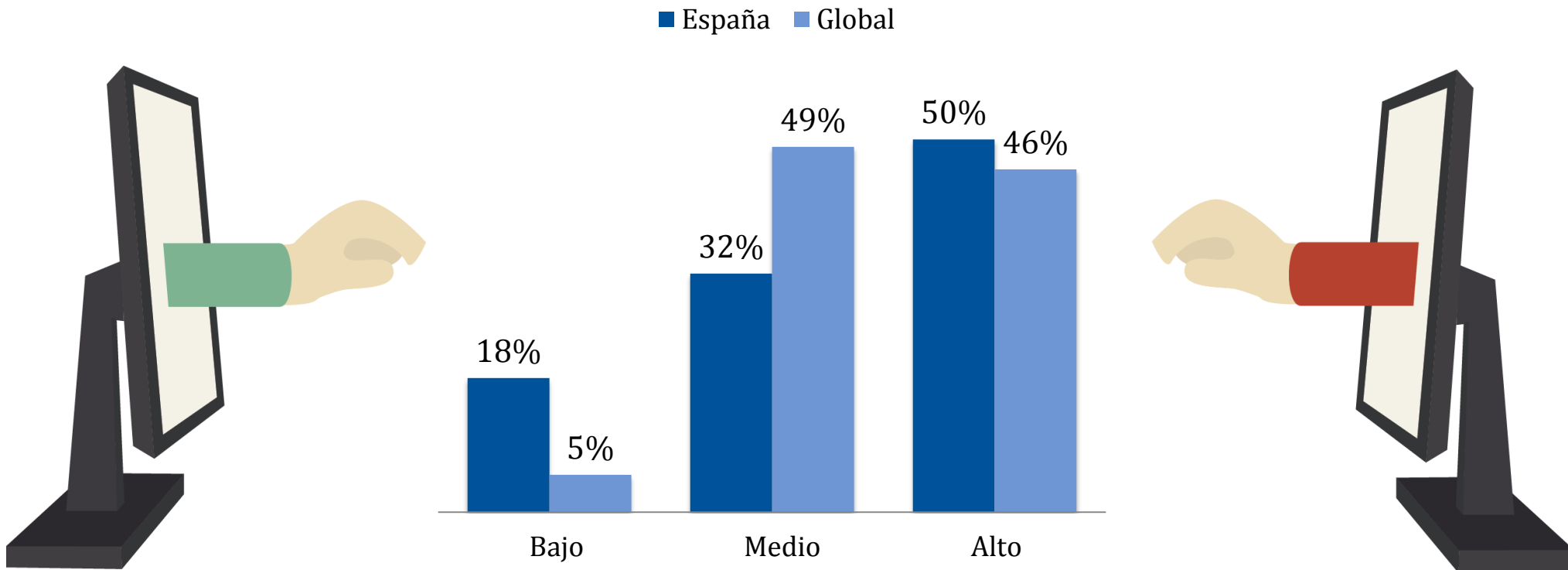
5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: Ecosistema de soluciones



5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: ¿Qué nivel de satisfacción cree que tienen los empleados?



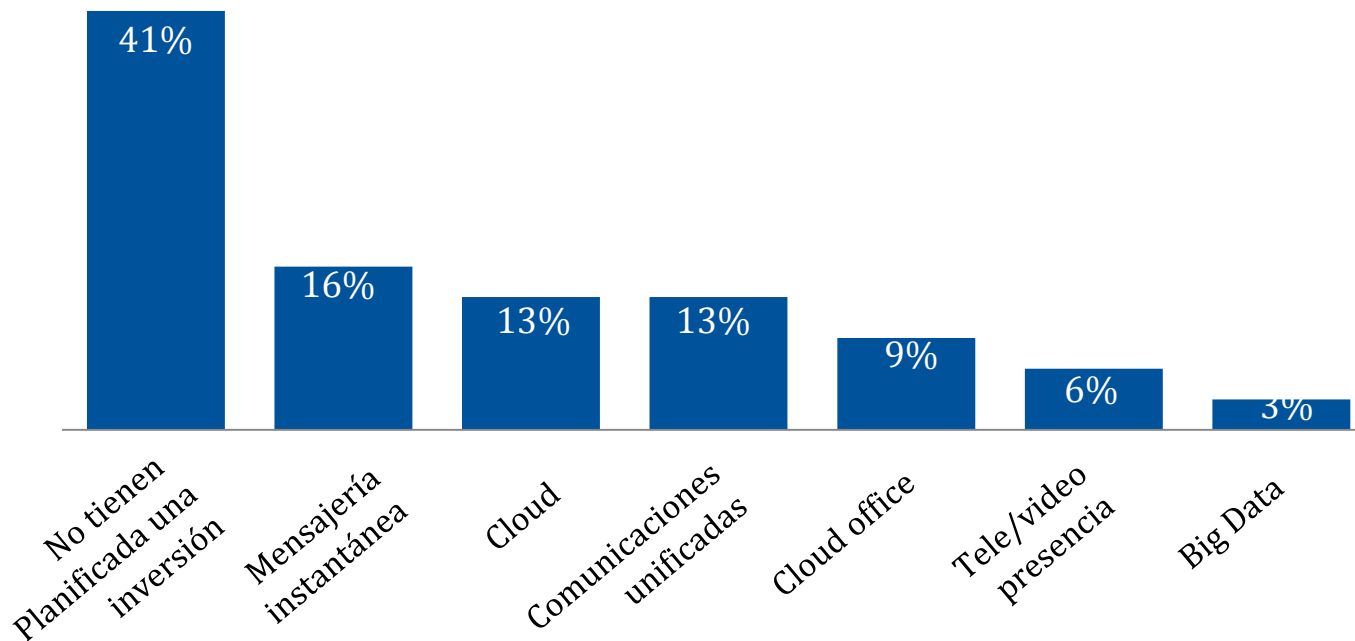
El **50%** de los encuestados afirma que el **grado de satisfacción** de las herramientas de colaboración es **alto**. Los resultados del estudio Global a empleados son menos optimistas; **el 49% de empleados valora como medio** su nivel de **satisfacción**.



5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: ¿Cuáles son las prioridades de inversión?

El 59% de los encuestados tiene planificada una inversión en tecnologías de colaboración en los próximos 18 meses.

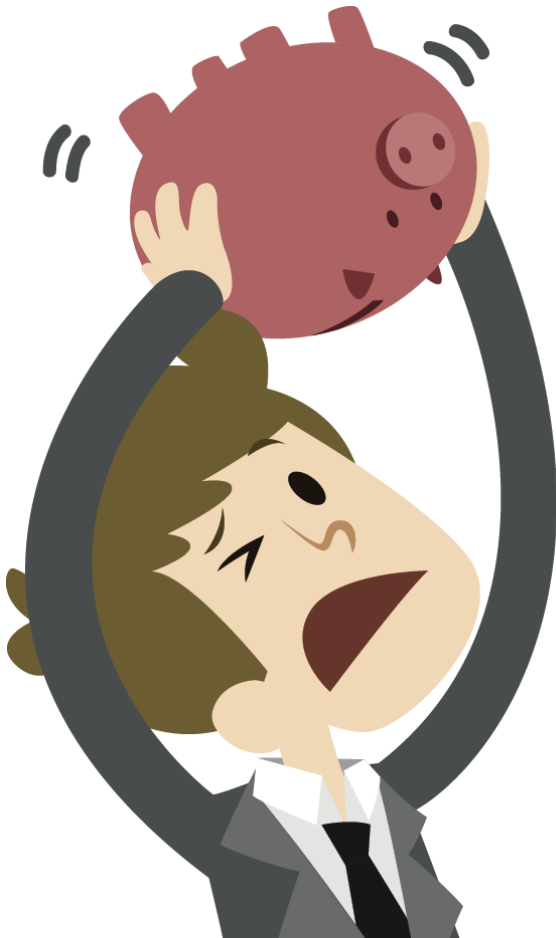
Las **inversiones están repartidas entre distintas herramientas:** mensajería instantánea, pasar a cloud y comunicaciones unificadas.



5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: Barreras de implantación

A la hora de **implantar nuevas soluciones para colaboración** en el puesto de trabajo, las empresas entrevistadas señalan como principales **barreras de implantación**:

- La **falta de presupuesto** e inversión con un 39%.
- **Falta de estrategia/planificación** con un 26%.
- **Infraestructuras de base insuficientes** con un 11%.
- **Falta de recursos/competencias** del equipo con un 18%.
- **No se considera relevante** implantar estas tecnologías con un 5%

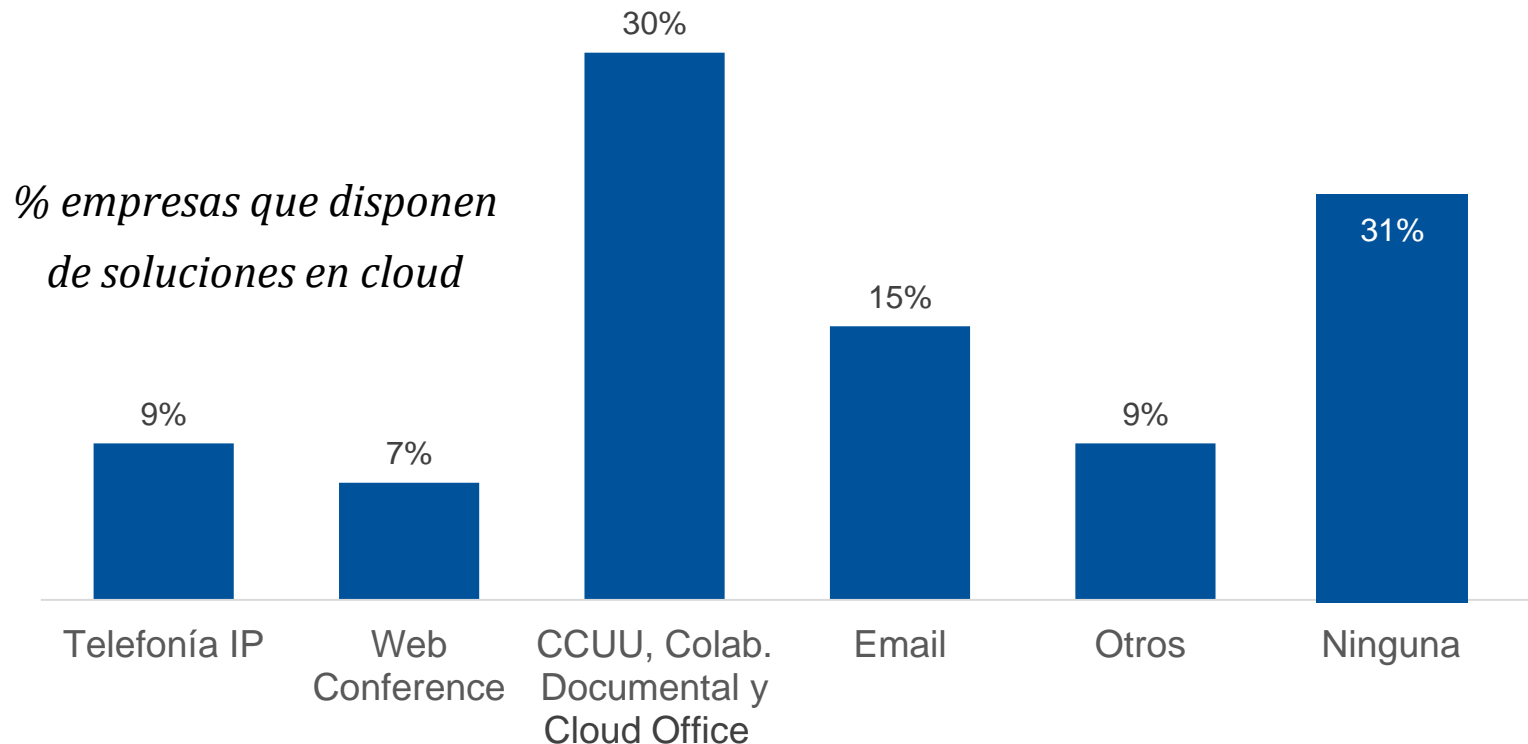


5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: Tecnologías adquiridas en cloud



Las **principales soluciones** implementadas en modo cloud son el **Email**, herramientas de **colaboración documental**, **Cloud Office** y **Telefonía IP**.

A día de hoy, el **31%** de las empresas entrevistadas **carecen de tecnologías de colaboración** en modo cloud



5.2. Colaboración en el puesto de trabajo: Tecnologías adquiridas en cloud



“Motivos por los que las herramientas de colaboración no se adquieren en cloud”

- **50%** la Seguridad sigue siendo el gran obstáculo para ir a la nube.
- **23%** de las herramientas de colaboración utilizadas no están disponibles en la nube pero sería preferible si lo estuvieran.
- **16%** quiero que mis técnicos tengan el control de la plataforma.
- **8%** es política no comprar aplicaciones como servicio.
- **3%** disponer de un servicio en cuotas mensuales no es una ventaja.



5.3 Conectividad: principales hallazgos



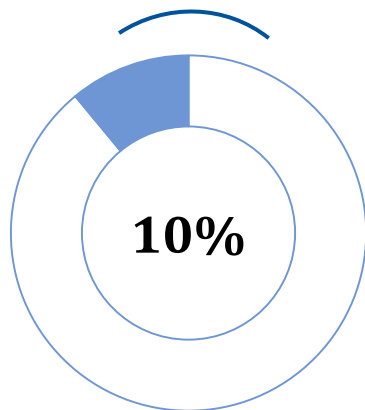
- La conectividad no es barrera para implantar con éxito las **herramientas** de puesto de trabajo digital **más avanzadas**.
- Los atributos que más se **valoran a la hora de invertir en conectividad** son la **seguridad (37%)**, la capacidad de **disponer y adaptar servicios** a las necesidades de forma ágil (**26%**) y la **fiabilidad (28%)**.
- La **principal barrera** para adoptar **servicios avanzados de conectividad** es el **coste (41%)**, seguida de la **madurez tecnológica (7%)**.

5.3. Conectividad en el puesto de trabajo: ¿Es la conectividad una barrera?

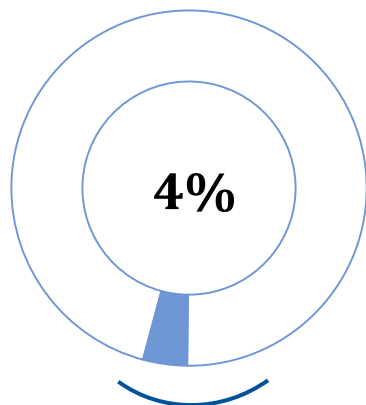
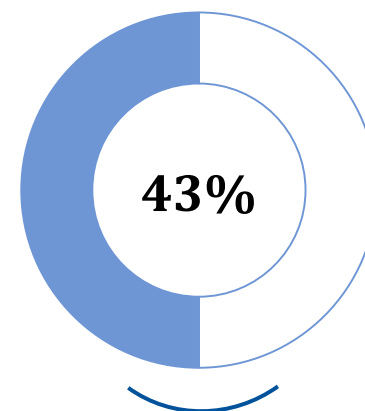


“La conectividad en su empresa (LAN, WAN, WiFi, Internet, acceso a cloud,...) permite, en relación al puesto de trabajo digital...”

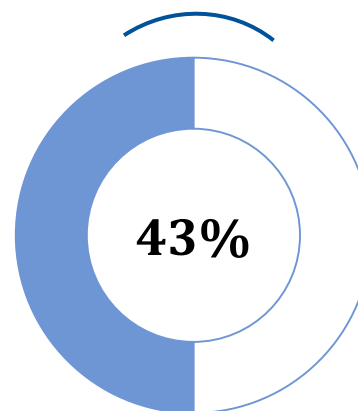
No me permiten implantar con éxito herramientas de puesto de trabajo digital. No cuento con funcionalidad suficiente para asegurar fiabilidad y seguridad.



Implantar con éxito **herramientas** de puesto de trabajo digital **básicas de forma generalizada**, con trazabilidad de tráfico y limitada gestión de ancho de banda.

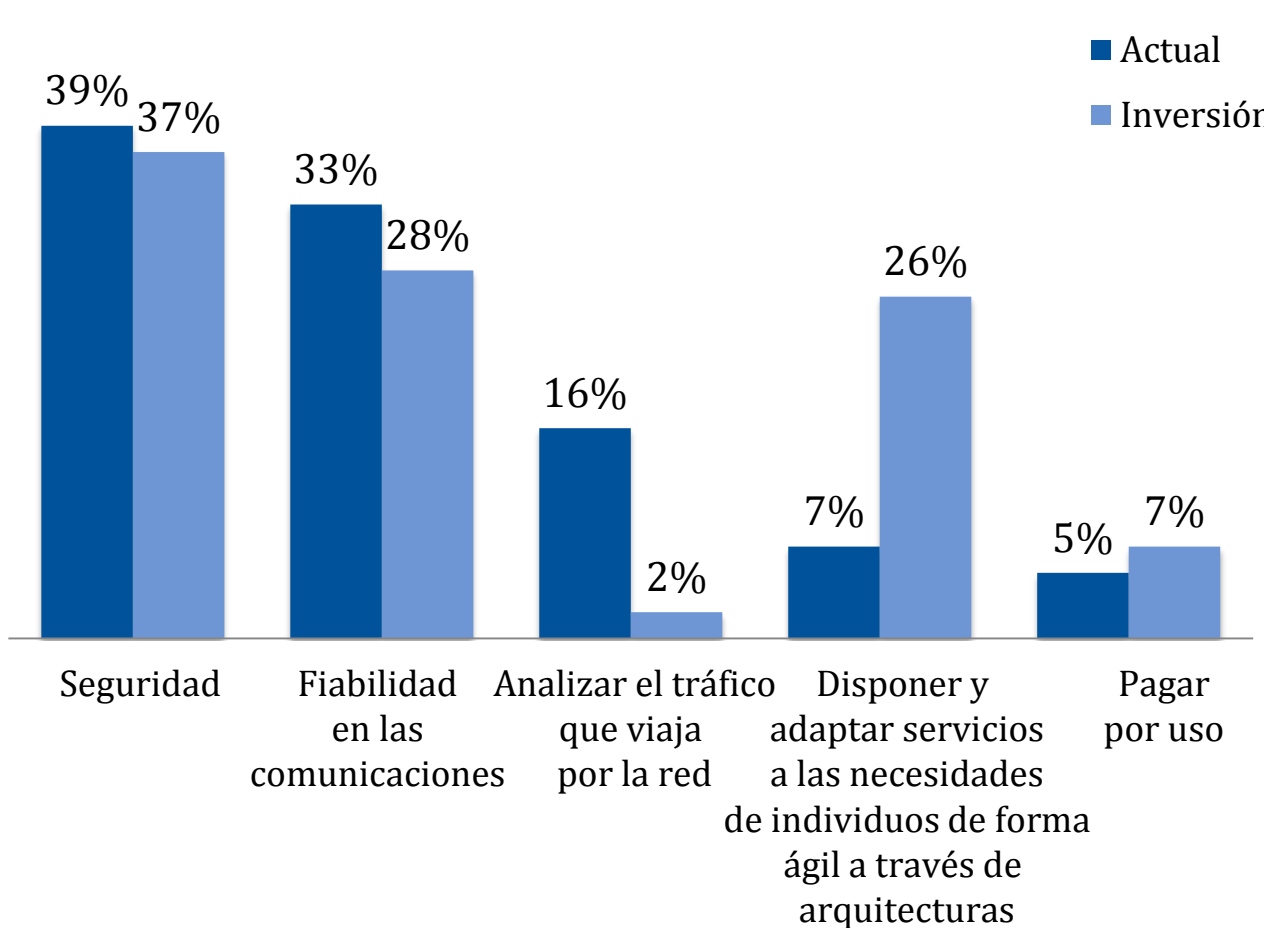


Implantar con éxito **herramientas** de puesto de trabajo digital **básicas** para un **subconjunto de empleados**



Implantar con éxito las **herramientas** de puesto de trabajo digital **más avanzadas**, incluyendo **vídeo y comunicaciones unificadas con picos de demanda variables** y total seguridad y trazabilidad.

5.3. Conectividad en el puesto de trabajo: ¿Qué atributos están actualmente cubiertos y en qué se invertiría?



Sobre los **servicios actuales de conectividad** de los que disponen los encuestados, los atributos que se cumplen en mayor medida son la **seguridad** (39%) y la **fiabilidad** de las comunicaciones (33%).

Los atributos que más se **valoran para invertir** son la **seguridad** (37%), la capacidad de **disponer y adaptar servicios** a las necesidades de forma ágil mediante arquitecturas flexibles (26%) y la **fiabilidad** de las comunicaciones (28%).

5.3. Conectividad en el puesto de trabajo: Principales soluciones y barreras de implantación



soluciones

Telefónica y Cisco son el binomio operadora-fabricante más extendido (+45%)



barreras de implantación

La **principal barrera** para adoptar los **nuevos servicios avanzados de conectividad** es el **coste** (41%), seguido de la **madurez tecnológica** (7%).



5.4 Movilidad: principales hallazgos



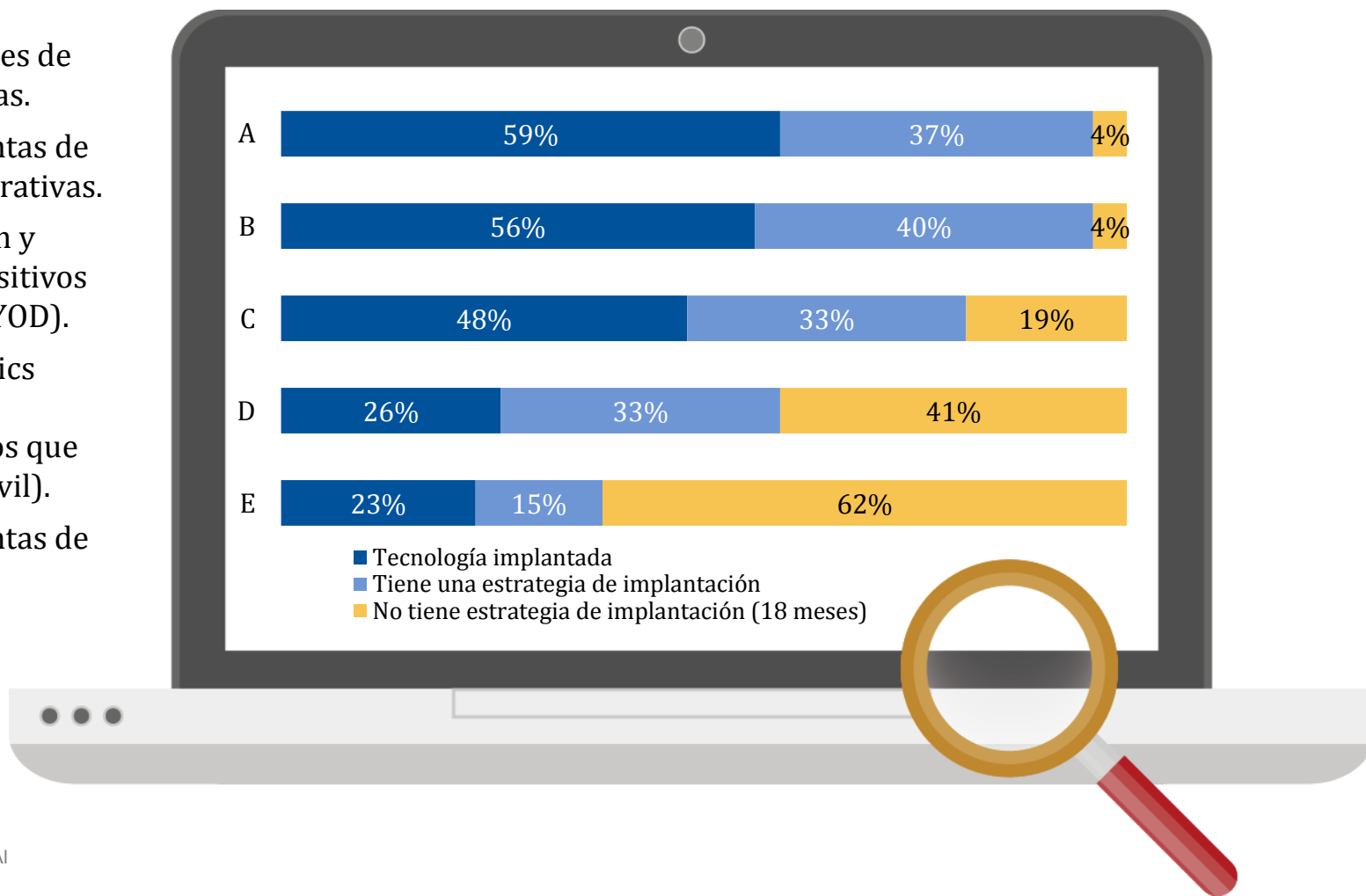
- **Sólo el 19% de empleados afirma ser productivo viajando o en desplazamientos.**
- El 66% de empresas **no tienen una estrategia corporativa** que regule el **BYOD**.
- La **prioridad a la hora de “movilizar” aplicaciones es:**
 - En primer lugar, **aplicaciones de negocio**
 - En segundo lugar, herramientas de colaboración corporativas
 - Por ultimo lugar, herramientas de colaboración no corporativas.



5.4. Movilidad y Device Management: ¿Qué tecnologías/herramientas están implantadas en movilidad?



- A. Acceso a aplicaciones de negocio corporativas.
- B. Acceso a herramientas de colaboración corporativas.
- C. Servicios de Gestión y seguridad de dispositivos móviles (incluye BYOD).
- D. Servicios de Analytics (conocimiento y explotación de datos que viajan en la red móvil).
- E. Acceso a herramientas de colaboración no corporativas.

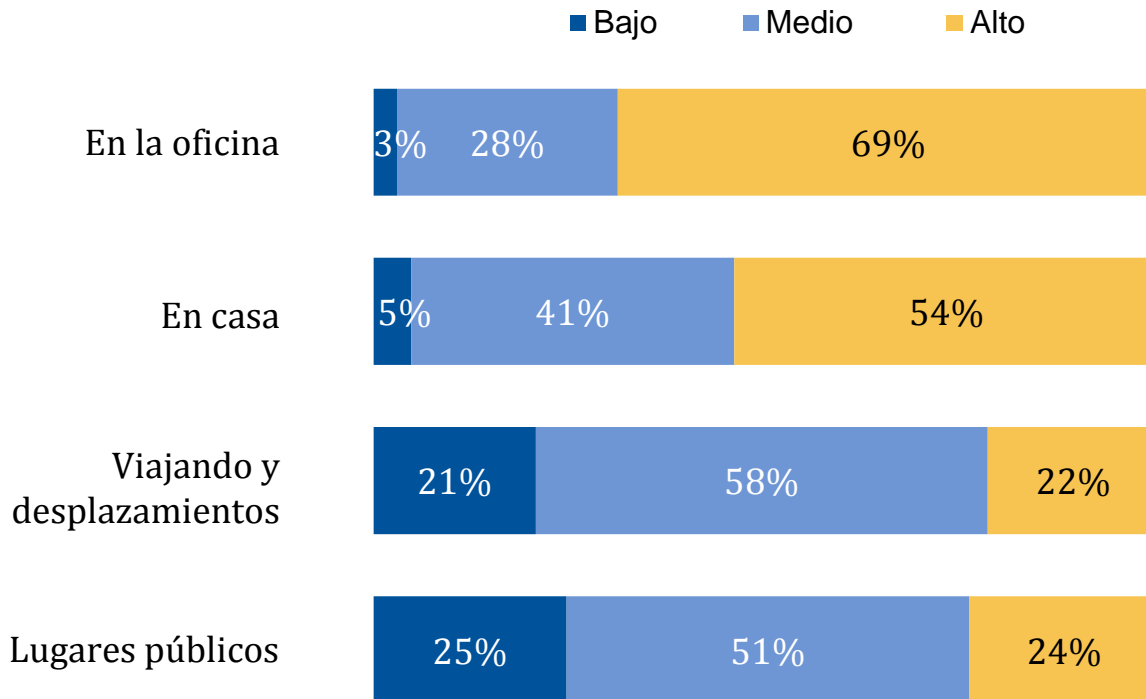


5.4. Movilidad y Device Management: Productividad en movilidad percibida por los empleados



“¿Dónde se siente más productivo trabajando?”

La movilidad sigue siendo la asignatura pendiente: sólo un **22% de empleados afirma ser productivo viajando o en desplazamientos.**



5.4. Movilidad y Device Management: ¿Cuáles son las barreras de implantación de movilidad en el puesto de trabajo?



31%
coste



32%
madurez
organización

18%
seguridad



17%
madurez
tecnológica



2%
Los
proveedores
no las ofrecen

De forma análoga a la adquisición
de tecnologías del puesto de
trabajo en cloud, **coste y
madurez en la organización** se
repite como **barreras a la hora
de potenciar los servicios
disponibles en movilidad** en el
puesto de trabajo



5.4. Movilidad y Device management: ¿Dispone de una estrategia BYOD?



La mayoría de las empresas (66%) **no tienen una estrategia corporativa** que regule el **BYOD**.

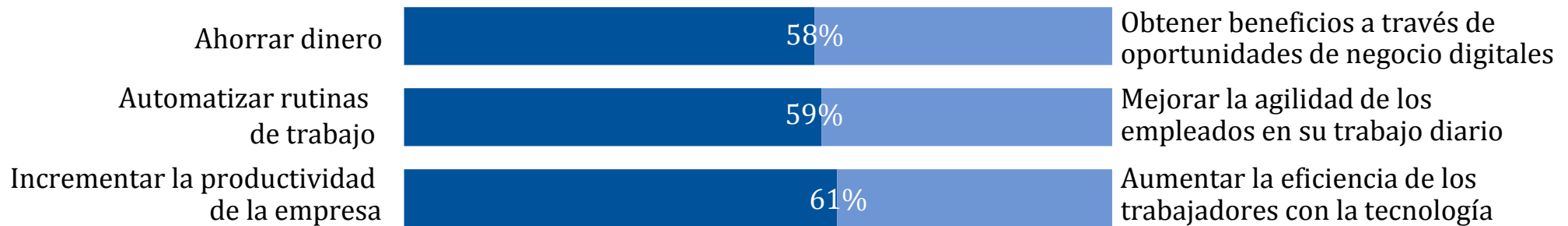
Un **34%** de los encuestados está estudiando e implantando una esta estrategia de **Mobile Device Management (MDM)**



5.4. Movilidad y Device management: Percepción de los trabajadores sobre el departamento de TI



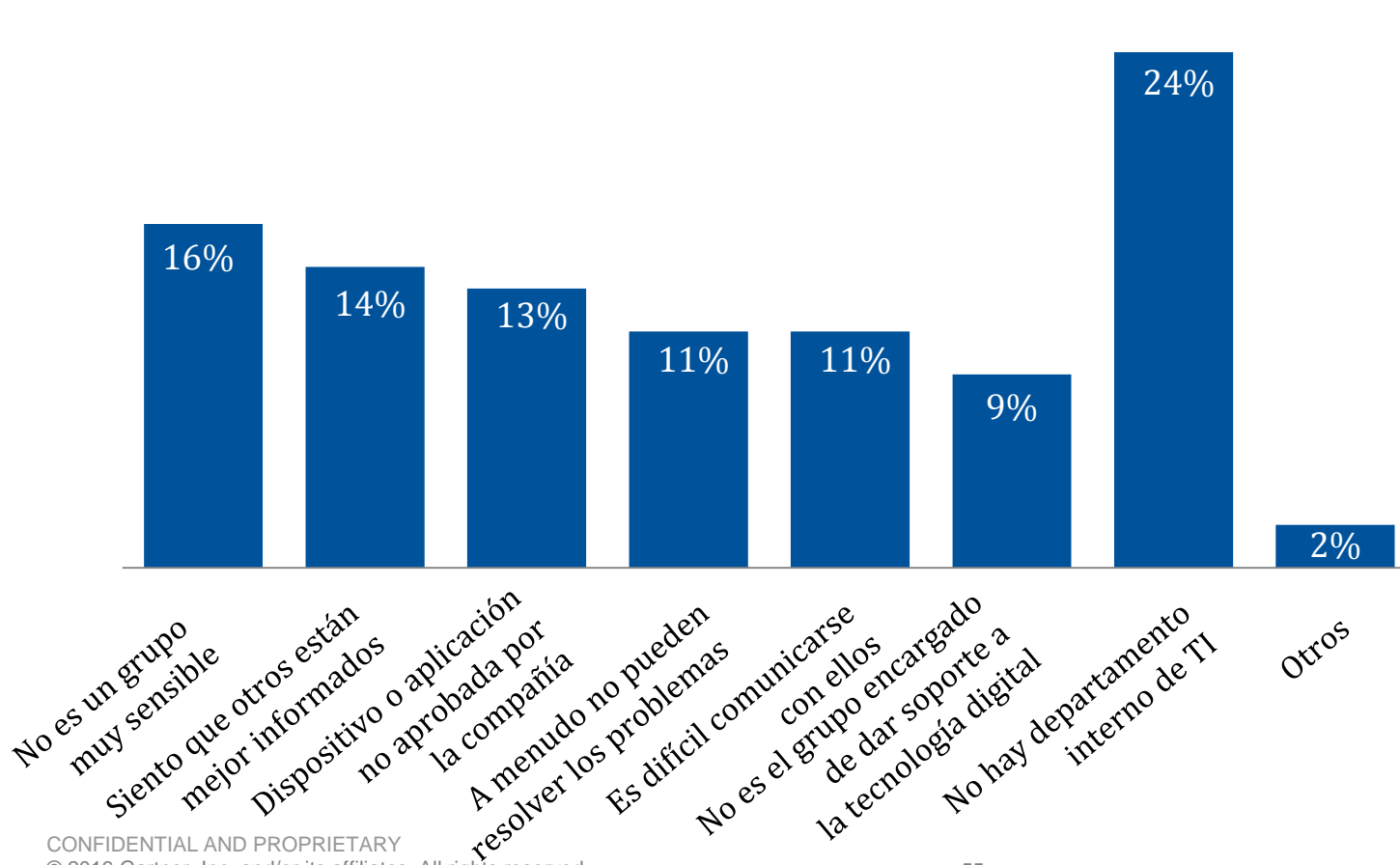
“¿Cuál es en su opinión el papel, la misión y el principal objetivo del departamento de TI?”



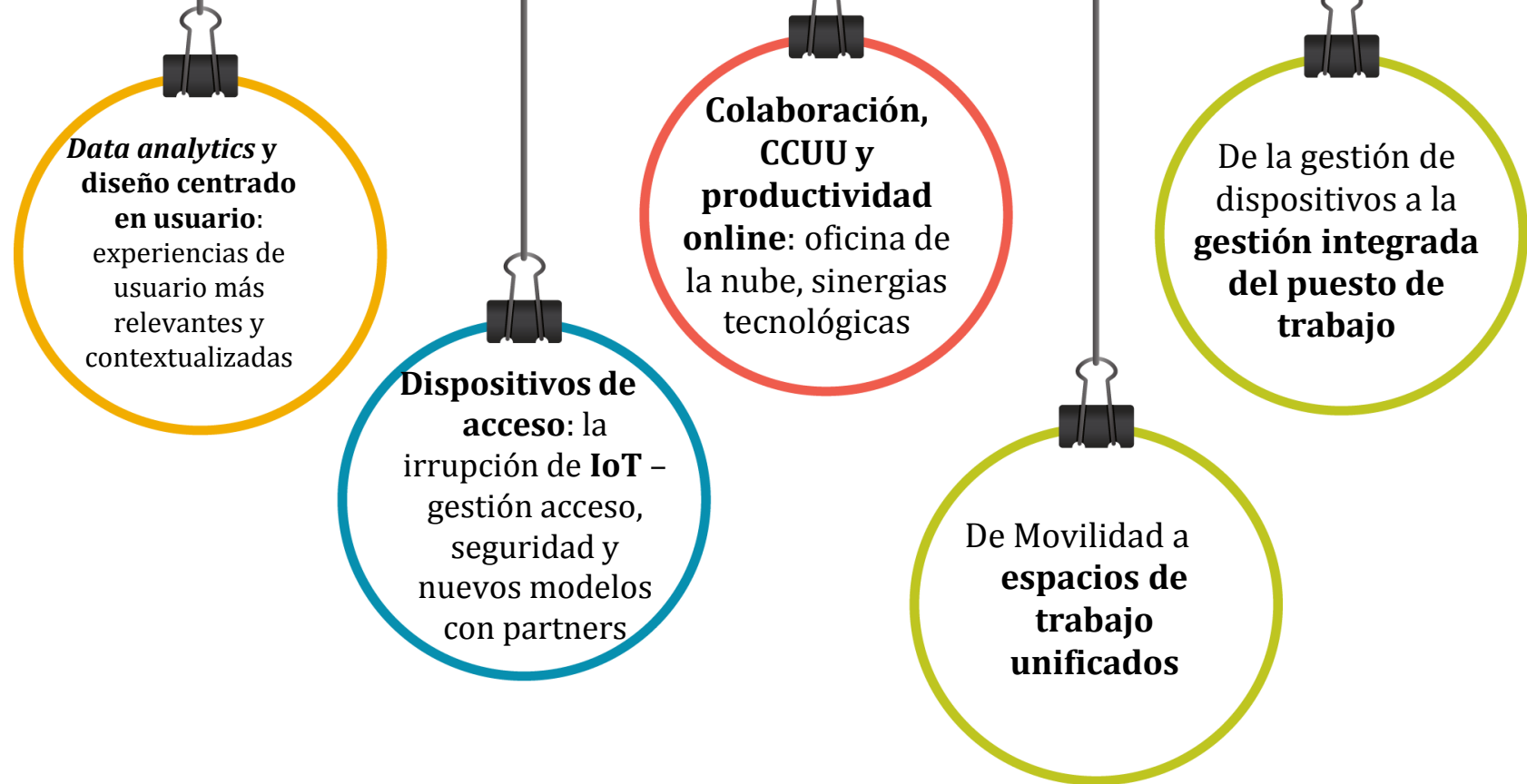
5.4. Movilidad y Device management: Motivos para no acudir al departamento de TI



“¿Cuál sería la razón principal por la que duda ponerse en contacto con el departamento de TI de su compañía para resolver incidencias?”



6. Hoja de ruta: construyendo el puesto de trabajo digital del 2020



6. Hoja de ruta: construyendo el puesto de trabajo digital del 2020

- El **puesto de trabajo de 2020** tiene como principales atributos **el diseño centrado en el usuario, la conectividad inteligente y la capacidad de identificar el contexto del empleado. Apoya el trabajo dinámico, no rutinario, y aprovecha las nuevas tecnologías estableciendo sinergias**, de modo que la suma de tecnologías sea siempre mejor que el uso de las herramientas individuales.
- Las **5 tendencias clave alrededor del puesto de trabajo de 2020** pueden resumirse en:
 1. *Data analytics* y diseño centrado en usuario
 2. Dispositivos de acceso: la irrupción de IoT (Internet of Things)
 3. Colaboración, comunicaciones unificadas y productividad online
 4. De Movilidad a espacios de trabajo unificados
 5. De la gestión de dispositivos a la gestión integrada del puesto de trabajo

6. Hoja de ruta: construyendo el puesto de trabajo digital del 2020

Data analytics y diseño centrado en usuario

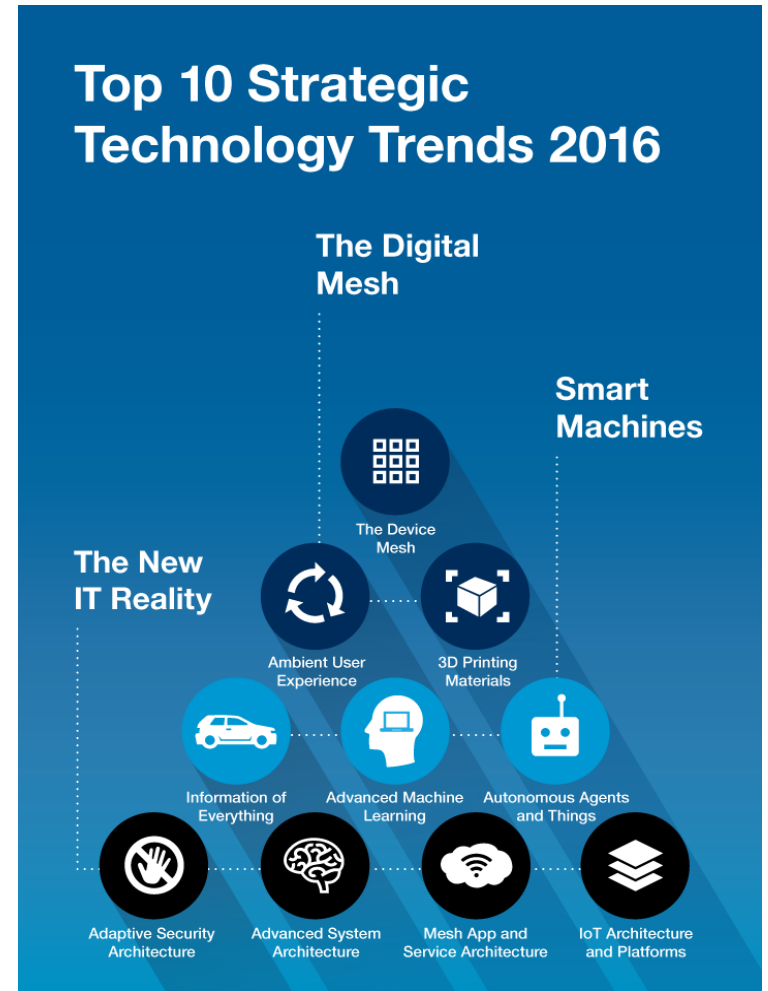
- La plataforma del puesto de trabajo digital debe ser capaz **comprender e interpretar situaciones y entregar información y servicios apropiados a cada individuo/dispositivo/repositorio** de forma dinámica.
- Debe habilitar **sistemas sensibles al contexto** que pueden acceder a fuentes de datos conectadas e inteligencia, reaccionar a eventos relevantes, ejecutar procesos de forma más eficaz y **ofrecer experiencias de usuario más relevantes**.
- La capacidad para **combinar tecnologías de base comunes y personalizar las herramientas** a las necesidades de cada grupo e individuo es clave para conseguir adopción y efectividad.
- Las herramientas desarrolladas sin una comprensión de la forma de trabajar y que no incorporan **prácticas de diseño centradas en el usuario** pueden ser infrutilizadas o incluso rechazadas por los usuarios.



6. Hoja de ruta: construyendo el puesto de trabajo digital del 2020

Dispositivos de acceso: la irrupción de IoT (Internet of Things)

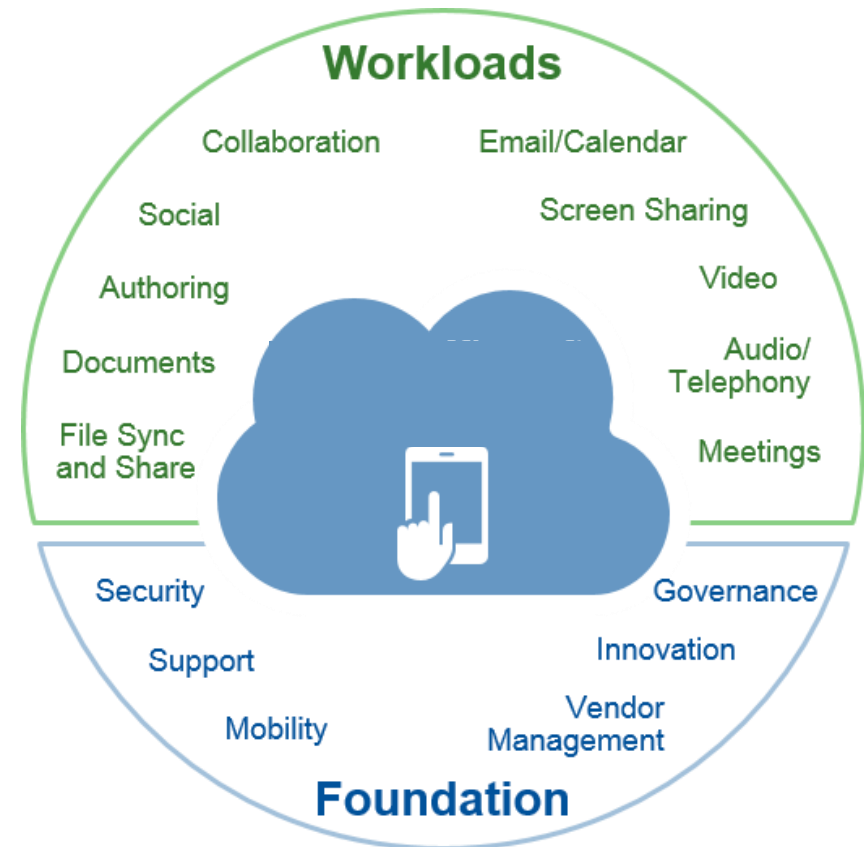
- La aparición de la **IoT en el puesto de trabajo impacta directamente** cómo los usuarios finales comparten información, colaboran y utilizan los recursos, imponiéndose nuevas tecnologías de conectividad e integración en los dispositivos.
- La adopción de IoT va a transformar la **gestión de identidades**, el control de acceso a ubicación y datos y la **seguridad** para muchas organizaciones.
- La implantación de IoT permitirá la vinculación de los mundos físico y digital, alentando a los proveedores de dispositivos a expandir y crear asociaciones en torno a las **soluciones de inmersión y de colaboración**.



6. Hoja de ruta: construyendo el puesto de trabajo digital del 2020

Colaboración, comunicaciones unificadas y productividad online

- Casi cada organización debe decidir si (y cómo) se moverá a la "**oficina de la nube**".
- Las **comunicaciones unificadas y soluciones de colaboración avanzan** y permiten a usuarios y dispositivos acoplarse entre sí utilizando los métodos de comunicación más relevantes y convenientes disponibles.
- El objetivo es conectar a las personas, la información, las actividades y los dispositivos de una manera tal que fomenta la sinergia: **el total de la tecnología debe ser más eficaz que la suma de sus partes.**



6. Hoja de ruta: construyendo el puesto de trabajo digital del 2020

De Movilidad a espacios de trabajo unificados

- El viaje desde el PC de sobremesa hacia la movilidad no ha terminado.
- La visión para el trabajo se centra ahora en los **espacios de trabajo unificados**: proporcionar las aplicaciones e información adecuadas al usuario correcto, en los dispositivos adecuados, en el momento y lugar precisos.

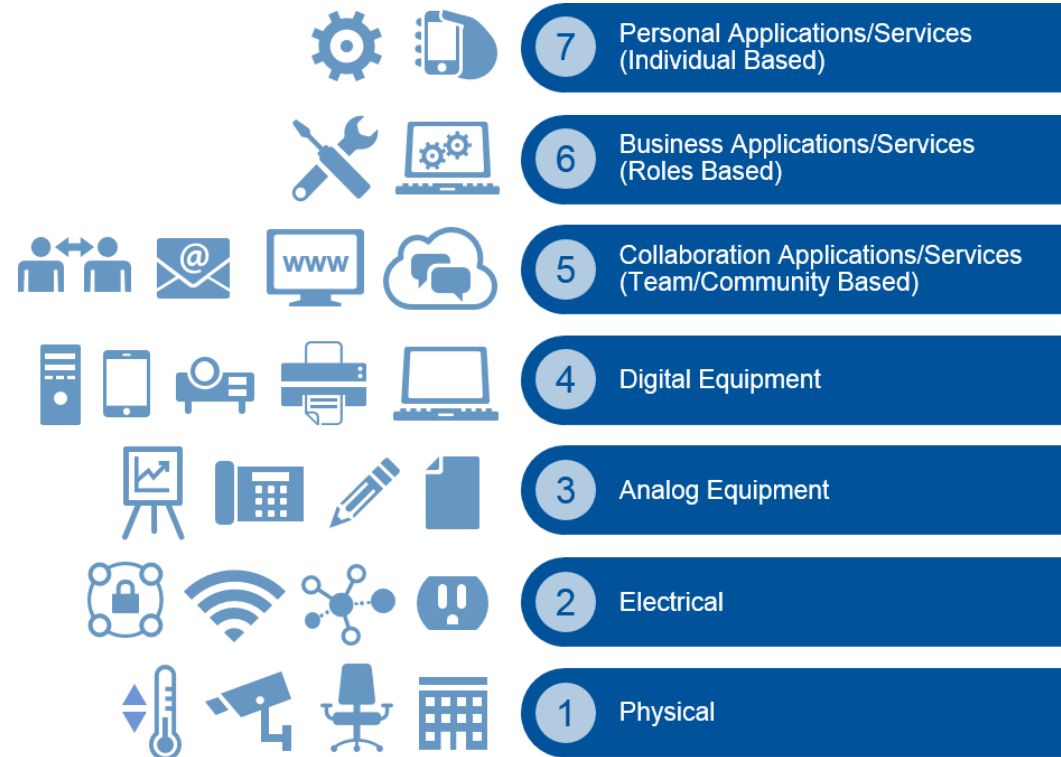


6. Hoja de ruta: construyendo el puesto de trabajo digital del 2020

De la gestión de dispositivos a la gestión integrada del puesto de trabajo

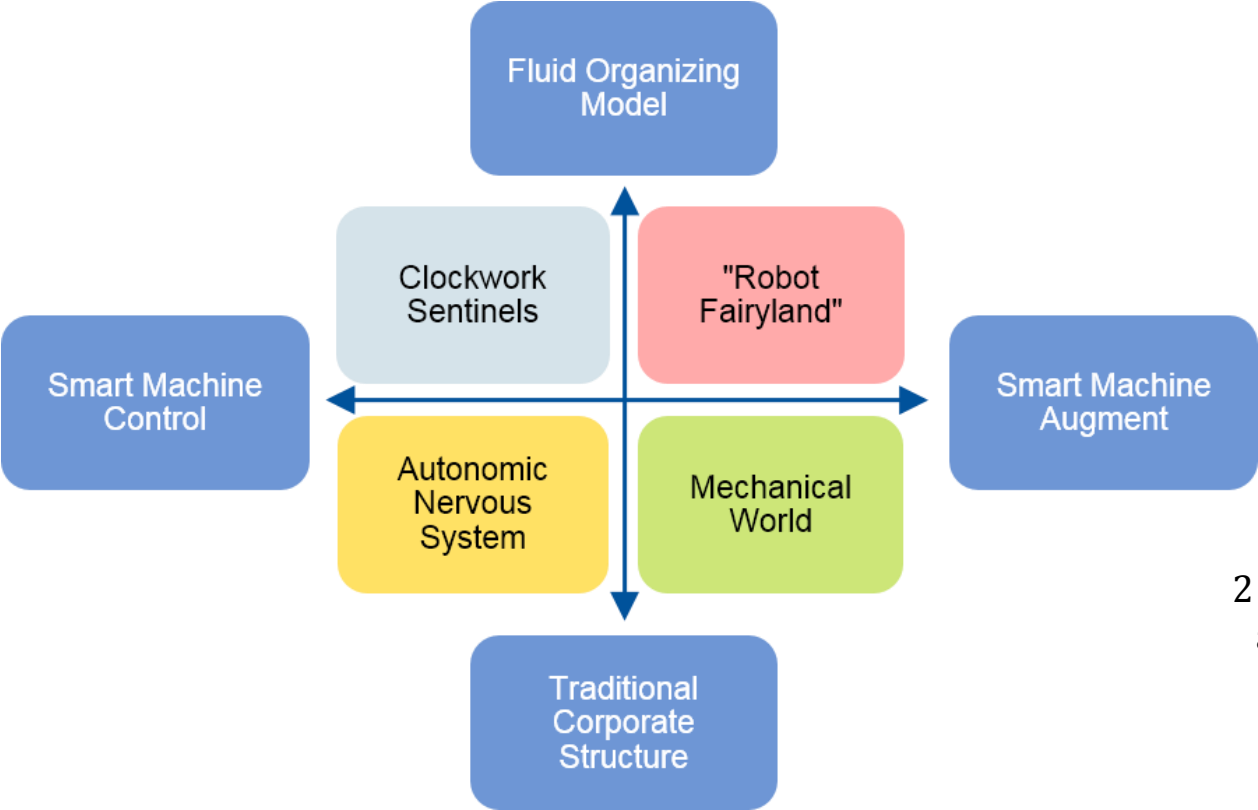
- En 2020, el 25% de las organizaciones tendrá un **catálogo de espacios de trabajo inteligentes** mantenidos por los departamentos de TI y gestión de instalaciones. Gartner recomienda seguir **un modelo de capas** (*Gartner's Workspace Integration model*) en la gestión del espacio de trabajo integrado.
- En 2020, el **90% de las organizaciones tendrá que gestionar el trabajo en áreas que no son propiedad de la empresa**, sino propiedad de individuos o de los lugares en los que trabajan.

Gartner's Workspace Integration model



6. Imaginando el Workplace del futuro

En 2025, 1 de cada 2 trabajos serán realizados por software, robots y smart machines.



2 incertidumbres dan forma a los escenarios del futuro:

¿Cómo se asigna el trabajo?

¿Cómo impactan las máquinas inteligentes en el trabajo?



Gartner.

rebeca.gmarciel@gartner.com



@ Rebeca García Marciel



<https://es.linkedin.com/in/rebecamarciel>



@ RebecaMarciel



+34 607149609



r.marciel