

La confianza digital ejerce un impacto directo en el rendimiento de las empresas

Un estudio realizado por ISACA revela la existencia de una brecha en la confianza digital en las empresas que es necesario subsanar: aunque el 84% de ellas reconoce su importancia, sólo una de cada diez cuenta con personal dedicado a ello

A medida que las empresas compiten en la carrera por la transformación digital, un estudio realizado a nivel europeo por la comunidad global, que ayuda a profesionales y organizaciones en conseguir sus objetivos en materia de confianza digital, ISACA, muestra la existencia de importantes brechas entre lo que las empresas hacen actualmente y lo que deberían hacer para convertirse en líderes y ganarse la confianza de los clientes en el ecosistema digital del futuro ecosistema.

Aunque la gran mayoría (84%) de los responsables empresariales y de TI en Europa reconocen la importancia de la confianza digital y un 65% declare que la confianza digital es relevante para su trabajo, menos de una de cada diez (8%) empresas europeas tienen una posición específica dedicada a esta cuestión, según el citado estudio.

ISACA define la confianza digital como la confiabilidad en la integridad de las relaciones, interacciones y transacciones entre proveedores y usuarios dentro de un ecosistema digital asociado. Se trata de un factor que influye en las decisiones de los consumidores y la resiliencia de las empresas en un entorno dominado por lo digital.

De cara al futuro, el 86% de los encuestados afirma que la confianza digital será aún más importante dentro de cinco años, pero sólo una cuarta parte (27%) ofrece formación sobre confianza digital a su personal.

"Las empresas consideran que la confianza digital es fundamental, y que su importancia irá aumentando a medida que se vaya priorizando la transformación digital, la confianza de los clientes y la seguridad empresarial. Sin embargo, todavía son muchas las organizaciones que no han adoptado las medidas necesarias para alcanzar un nivel de confianza digital maduro, lo que podría tener graves consecuencias de reputación, normativas y financieras", señala Chris Dimitriadis, director de estrategia global de ISACA.

Una ruptura de la confianza digital puede tener un impacto devastador para una empresa. Los encuestados reconocen que las organizaciones con bajos niveles de confianza digital sufren el deterioro de su reputación (66%), además de un aumento de brechas de seguridad (56%), más ciberataques (54%), pérdida de clientes (54%) y datos poco fiables (47%), entre otras consecuencias.

Las empresas necesitan de las métricas y los análisis de datos para conocer el rendimiento de sus inversiones. Sin embargo, menos de una de cada cinco empresas (19%) afirma que su organización

mide sus prácticas de confianza digital.

Construyendo un futuro digital

Las empresas reconocen la importancia de la confianza digital, pero según los datos de la encuesta, su desarrollo se ve frenado por la falta de capacitación y formación (53%), la falta de alineación con los objetivos empresariales (42%), la falta de compromiso de los líderes (37%), la falta de presupuesto (37%) y la falta de recursos tecnológicos (30%).

"La confianza digital debe ser respaldada por toda la empresa. Todos los departamentos deben incorporar políticas a su actividad y determinar cómo pueden promover la confianza digital tanto entre los clientes como entre los empleados. Las organizaciones que sitúan la confianza digital en un primer plano tienen muchas más probabilidades de ver su negocio prosperar y de obtener rendimientos más rápidos sobre sus inversiones", comenta Rolf Von Roessing, evangelista de ISACA.

Más de tres cuartas partes (76%) de los encuestados reconocen la importancia de la confianza digital para la transformación digital. En consecuencia, las empresas están realizando cambios en sus estructuras organizativas, y el 29% afirma que es probable que en cinco años su organización cuente con una posición directiva dedicada a la confianza digital.

Según los encuestados, los tres principales componentes de la confianza digital son la seguridad, la integridad de los datos y la privacidad, pero menos de la mitad considera que hay suficiente colaboración entre los profesionales relacionados con la confianza digital.

Según los resultados de la encuesta, las tres principales funciones de la confianza digital que hay que reforzar son: la estrategia/gestión de TI (85%), la seguridad (82%) y las propias Tecnologías de la Información (69%). Muchas organizaciones se encuentran todavía en las primeras fases de la transformación digital, por lo que la necesidad de contar con una confianza digital apropiada les ofrece una oportunidad inigualable para que sus profesionales se muestren proactivos, adquieran conocimientos y lideren un equipo multidisciplinar.

Datos de contacto:

Sandra Gonzalez
sandra@fjcommunications.com
690813626

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Derecho](#) [E-Commerce](#) [Otras Industrias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>