

INFORME

ENCUESTA SOBRE DIGITALIZACIÓN EN LAS EMPRESAS DE LA PROVINCIA DE ZAMORA

Subvención directa concedida a CEOE Castilla y León por la
Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Castilla y León

*IV Acuerdo
Marco para la
Competitividad
e Innovación
Empresarial de
Castilla y León
2021-2027*

Tabla de contenido

1.- INTRODUCCIÓN.....	1
BLOQUE I: DATOS GLOBALES	2
2.- UBICACIÓN DEL PRINCIPAL CENTRO DE TRABAJO EN EL MUNDO RURAL.....	2
3.-SECTOR EN EL QUE SE ENCUENTRA LA EMPRESA.....	2
4.-RANGO DE FACTURACIÓN DE LAS EMPRESAS	4
5.- NÚMERO DE EMPLEADOS.....	5
6.-PROCEDIMIENTOS PARA EL CIERRE DE PEDIDOS CON PROVEEDORES	6
7.-FACTURACIÓN ELECTRÓNICA CON LOS PROVEEDORES	7
BLOQUE III: GESTIÓN DE CLIENTES	8
8.- UTILIZACIÓN DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA CON LOS CLIENTES.....	8
9.-PROCEDIMIENTO PARA EL CIERRE DE PEDIDOS CON CLIENTES	9
BLOQUE IV: PERSONAL.....	10
10.-PERSONAL CON COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS	10
11.-IMPORTANCIA PARA LAS EMPRESAS DE LAS TECNOLOGÍAS AVANZADAS.....	11
12.-IMPORTANCIA PARA LAS EMPRESAS DE LAS COMPETENCIAS DIGITALES.....	12
13.-IMPORTANCIA PARA LAS EMPRESAS DE LA CIBERSEGURIDAD	13
14.- DIFICULTAD PARA ENCONTRAR PERSONAL CON COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS.....	14
15.- DIFICULTAD PARA ENCONTRAR PERSONAL CON COMPETENCIAS DIGITALES	15
16.- DIFICULTAD PARA ENCONTRAR PERSONAL CON COMPETENCIAS EN CIBERSEGURIDAD.....	16
17.-COMPETENCIAS DIGITALES DEL PERSONAL.....	17
18.-MEDIDAS INTERNAS DE FORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	18
19.- EXPECTATIVAS EN CONTRATACIÓN DE PERSONAL ESPECIALISTA EN TIC	19
BLOQUE V: CONEXIÓN Y USO DE DISPOSITIVOS.....	20
20.-TIPO DE CONEXIÓN	20
21.-TIPO DE DISPOSITIVO UTILIZADO PARA LA CONEXIÓN.....	21
BLOQUE VI.- HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	22
22.-HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS UTILIZADAS EN SU NEGOCIO	22
23.-HERRAMIENTAS ERP DE PLANIFICACIÓN DE RECURSOS	23
24.-UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS AVANZADAS.....	24
25.- IMPLANTACIÓN TELETRABAJO.....	25
26.-PLANTILLA EN TELETRABAJO.....	26
27.-IMPLANTACIÓN DE LA MODALIDAD DE TELETRABAJO DE FORMA HÍBRIDA.....	27
28.-VENTA A TRAVÉS DE PLATAFORMA VIRTUAL	28
29.-PLATAFORMAS DIGITALES IMPLANTADAS EN LA EMPRESA.....	29
30.- USO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES.....	30

31.-USO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LA CAPTACIÓN DE CLIENTES	31
32.-DISPOSITIVOS DE ALMACENAMIENTO DE INFORMACIÓN	32
33.-IMPORTANCIA DE LA CIBERSEGURIDAD EN LA EMPRESA	33
34.- MEDIDAS IMPLANTADAS RESPECTO AL NIVEL DE VULNERABILIDAD	34
35.- PROTECCIÓN DE LA SEGURIDAD INFORMÁTICA.....	35
36.-ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN	36
37.- BARRERAS EN LA IMPLANTACIÓN DE LA DIGITALIZACIÓN	37
38.-NECESIDAD DE PLAN DE DIGITALIZACIÓN	38
39.- OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS DIGITALES	39
40.- NECESIDAD DE INCENTIVOS PARA IMPULSAR LA DIGITALIZACIÓN	40

1.- INTRODUCCIÓN.

Los datos que se exponen son el resultado de una encuesta sobre digitalización en las empresas de la provincia de Zamora.

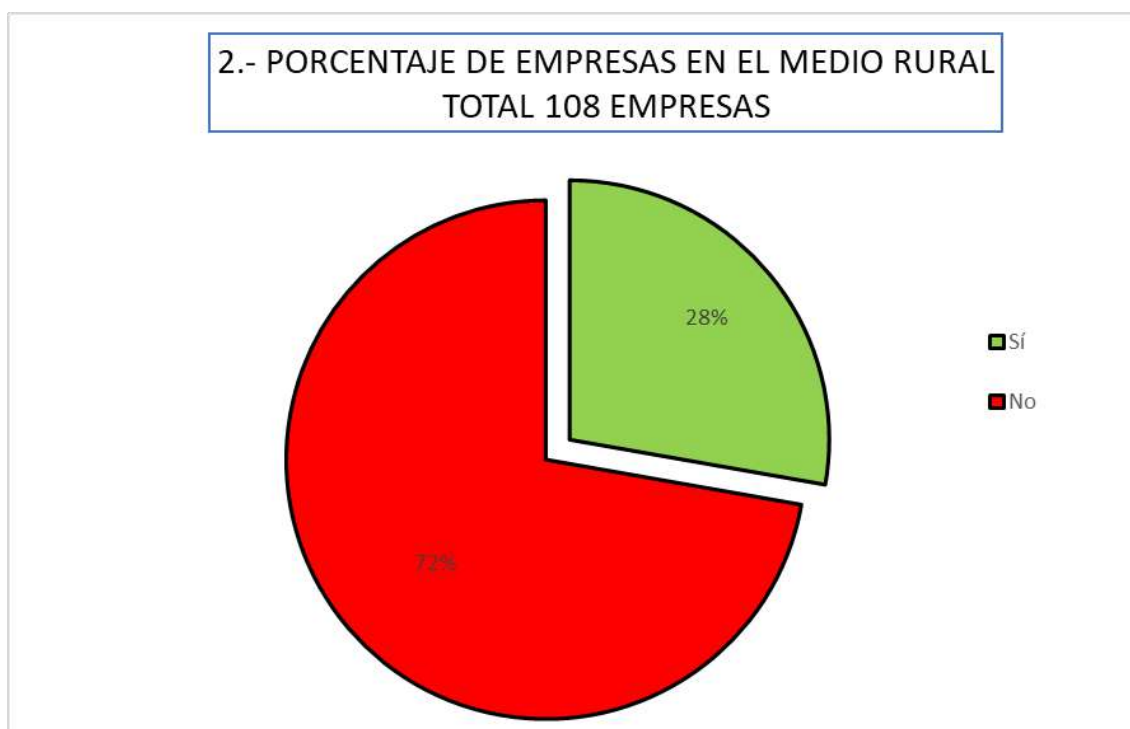
Esta actuación se realiza en el marco de la subvención directa concedida a CEOE Castilla y León por la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Castilla y León, para la difusión y seguimiento del IV Acuerdo Marco para la Competitividad e Innovación Empresarial de Castilla y León 2021-2027, en colaboración con sus Organizaciones Empresariales Territoriales.

BLOQUE I: DATOS GLOBALES

2- UBICACIÓN DEL PRINCIPAL CENTRO DE TRABAJO EN EL MUNDO RURAL.

La encuesta la han realizado 108 empresas de las cuales un 72% no tienen su centro principal en el mundo rural frente a un 28% que si lo tienen.

Por tanto, la encuesta sobre digitalización se cumplimenta en una gran mayoría por empresas no ubicadas en el medio rural, evidenciando la necesidad de potenciar el desarrollo eficiente del mismo y de la innovación, así como por la diversificación económica.

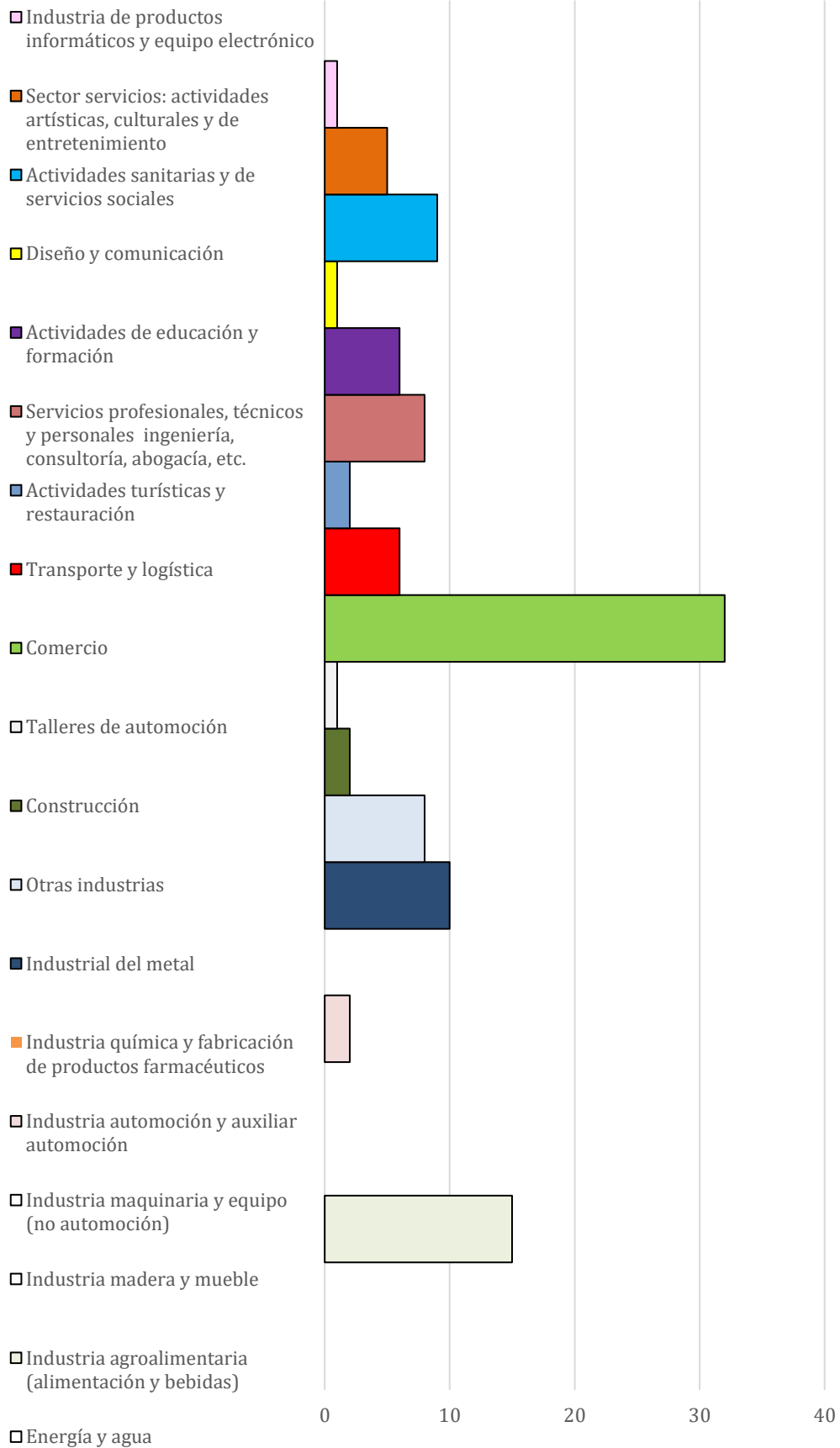


3.-SECTOR EN EL QUE SE ENCUENTRA LA EMPRESA.

En la encuesta se han incluido los principales sectores de actividad que operan en nuestra comunidad, tal y como se muestra en el gráfico. resultando en nuestra provincia que el principal sector en el que desarrollan su actividad las empresas encuestadas es **comercio** seguido de la **industria agroalimentaria** y los **servicios profesionales**, tal y como se muestra en el gráfico.

Siendo el comercio uno de los principales sectores empresariales en nuestra provincia, se hace necesario potenciar la digitalización de las empresas para favorecer su presencia en el mercado y la competitividad.

3.- ACTIVIDAD PRINCIPAL EN LA QUE SE ENCUADRA SU EMPRESA

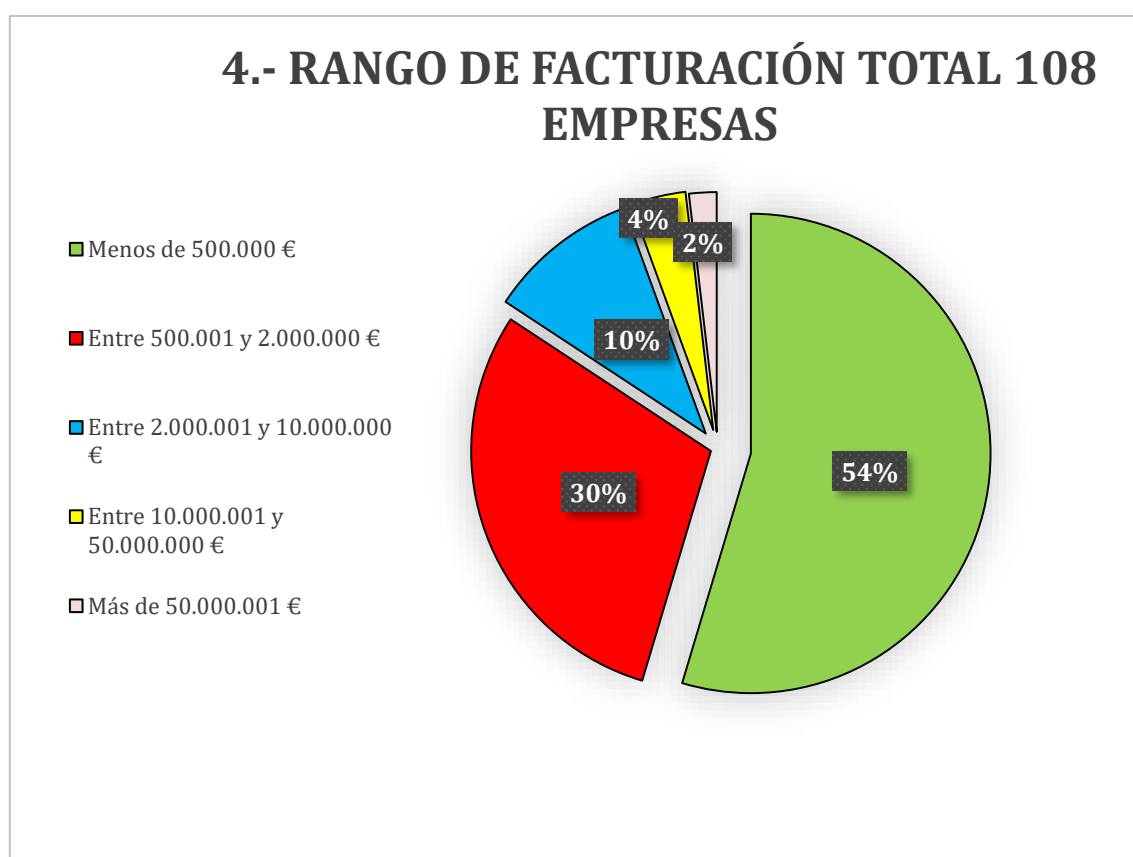


TOTAL 108 EMPRESAS

4.-RANGO DE FACTURACIÓN DE LAS EMPRESAS

Del análisis de las respuestas se extrae que un 54% de las empresas encuestadas tienen una facturación menor de 500.000€, seguido de un 30% las empresas que facturan entre 500.001€ y 2.000.000€. Ello evidencia que la mayor parte de las empresas encuestadas tienen una facturación menor de 2.000.000€, englobándose en la categoría de micropymes.

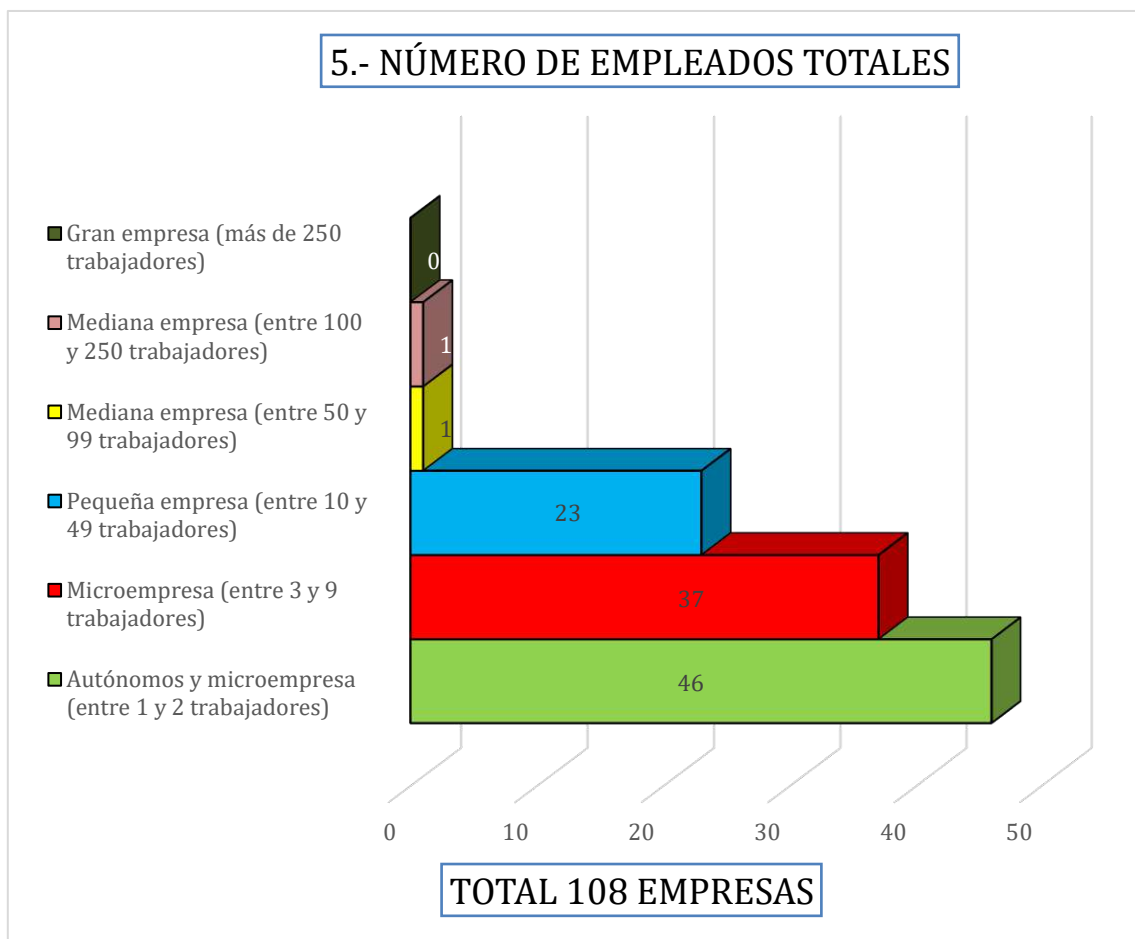
Esta situación pone de manifiesto una vez más la estructura empresarial de nuestra provincia, conformada fundamentalmente por micropymes, sector que por sus especiales características necesita de impulso y apoyo institucional para su innovación y digitalización.



5.- NÚMERO DE EMPLEADOS

En relación al número de trabajadores la mayoría de las empresas son autónomos y microempresas de menos de 9 trabajadores: 46 empresas entre 1 y 2 trabajadores, y 37 empresas entre 3 y 9 trabajadores, 23 empresas tienen entre 10 y 49 trabajadores, considerándose pequeña empresa. Solamente 2 son mediana empresa, una entre 50 y 250 trabajadores.

Enlazando con el resultado del punto 4, la creación de empleo es muy difícil debido a la estructura empresarial, necesitando apoyos e incentivos para crear empleo.



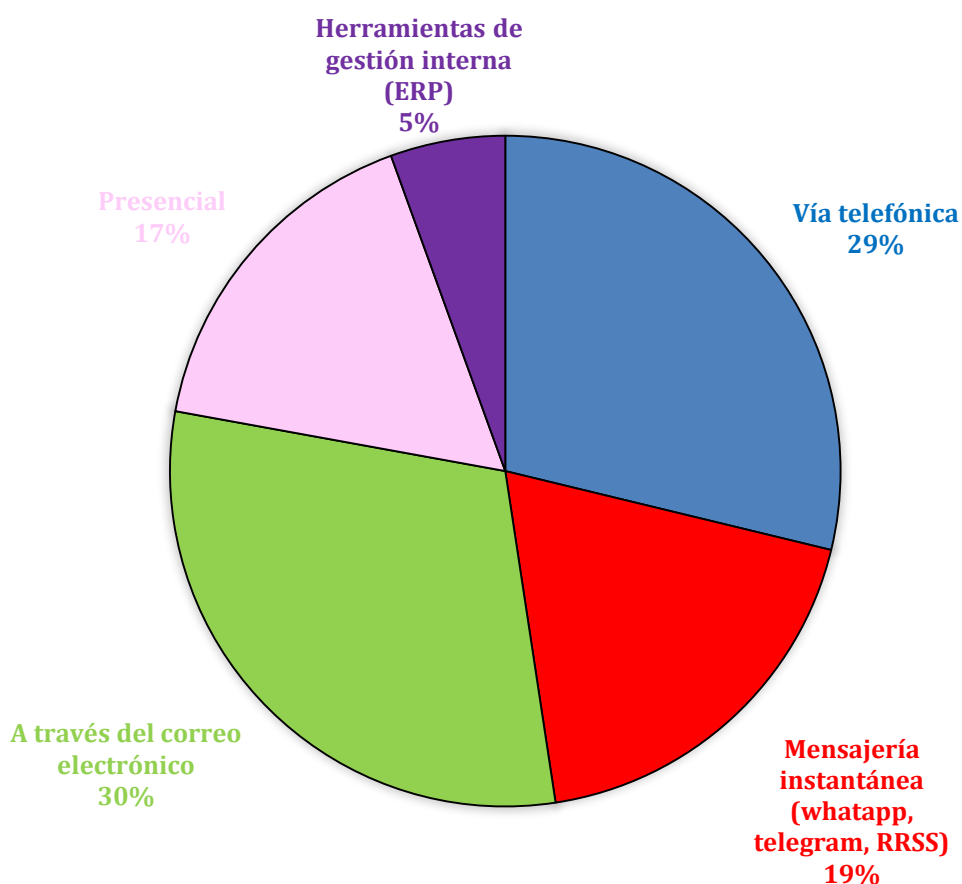
BLOQUE II: GESTIÓN DE PROVEEDORES

6.-PROCEDIMIENTOS PARA EL CIERRE DE PEDIDOS CON PROVEEDORES

En la relación con los proveedores las empresas apenas utilizan el contacto directo, imponiéndose el uso del correo electrónico y la mensajería instantánea. La utilización de herramienta de gestión interna es mínima, 5%.

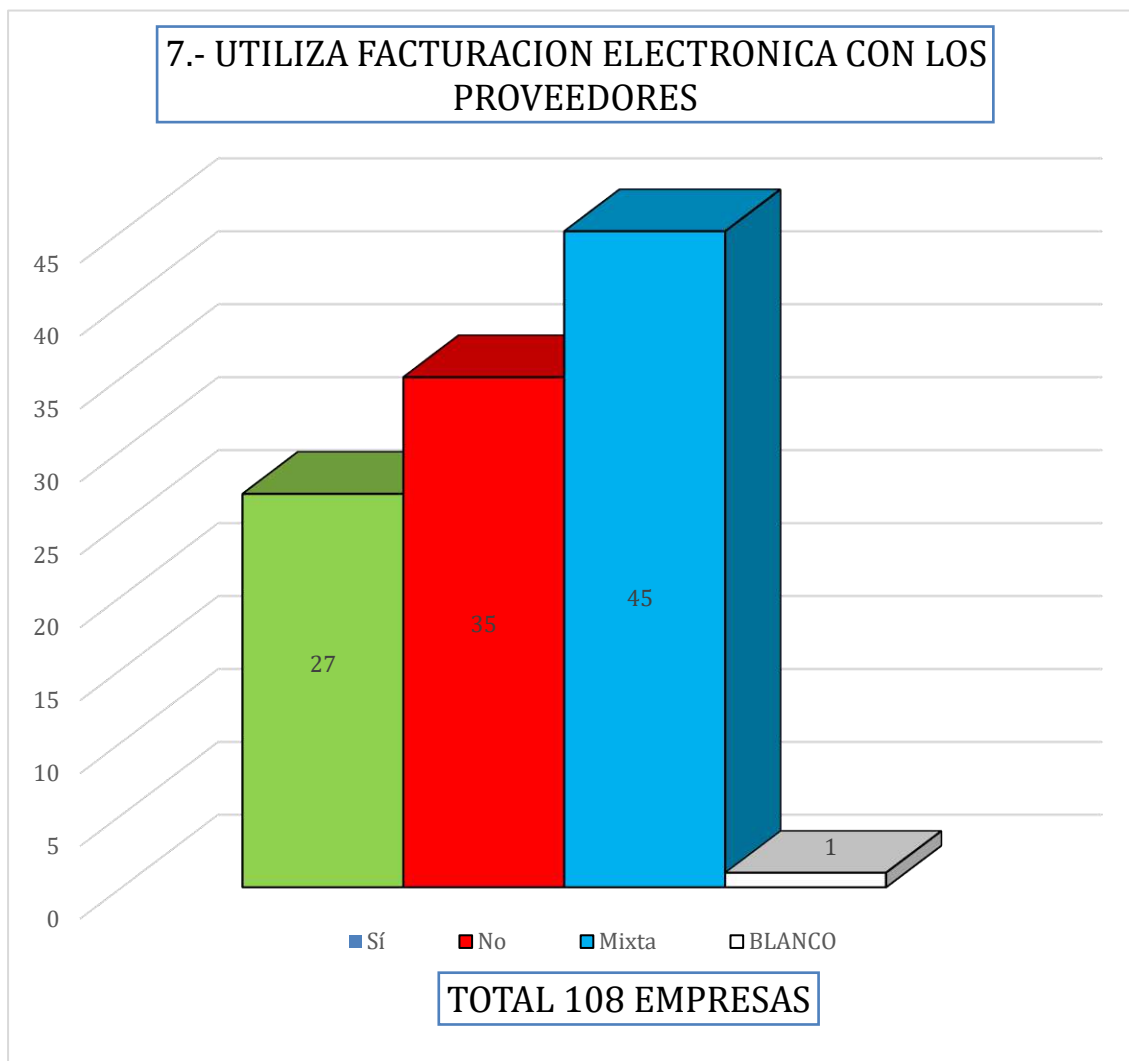
Lo cual viene a corroborar la necesidad de avanzar en la implantación en las herramientas digitales en la relación con los proveedores.

6.- PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO PARA EL CIERRE DE PEDIDOS CON PROVEEDORES TOTAL 108 EMPRESAS



7.-FACTURACIÓN ELECTRÓNICA CON LOS PROVEEDORES

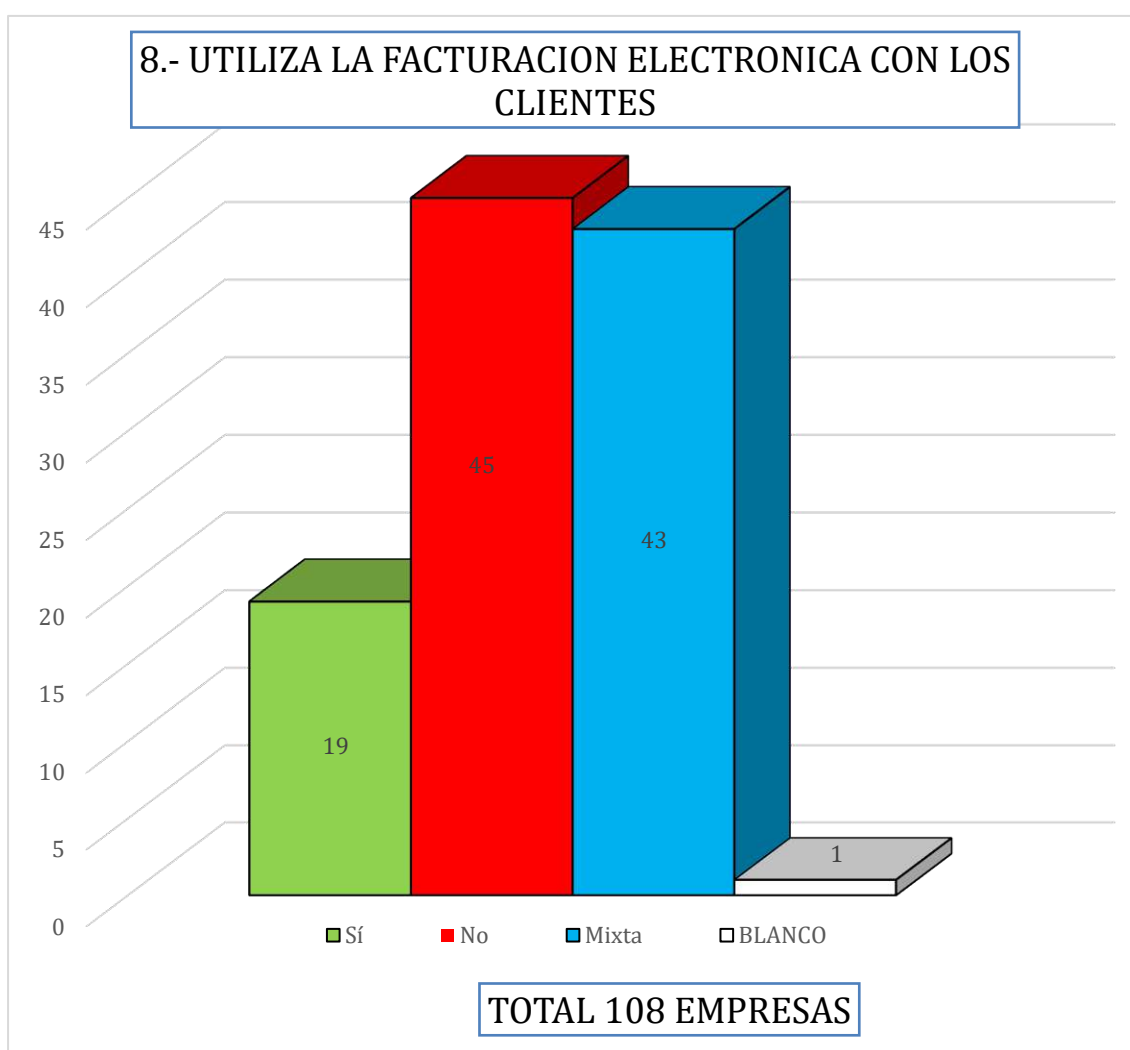
Atendiendo a los gráficos existe aún un importante número de empresas que no utilizan la facturación electrónica con sus proveedores, por contra mayor número de empresas utilizan la facturación mixta, otro aspecto en el que es necesario avanzar para facilitar las relaciones comerciales.



BLOQUE III: GESTIÓN DE CLIENTES

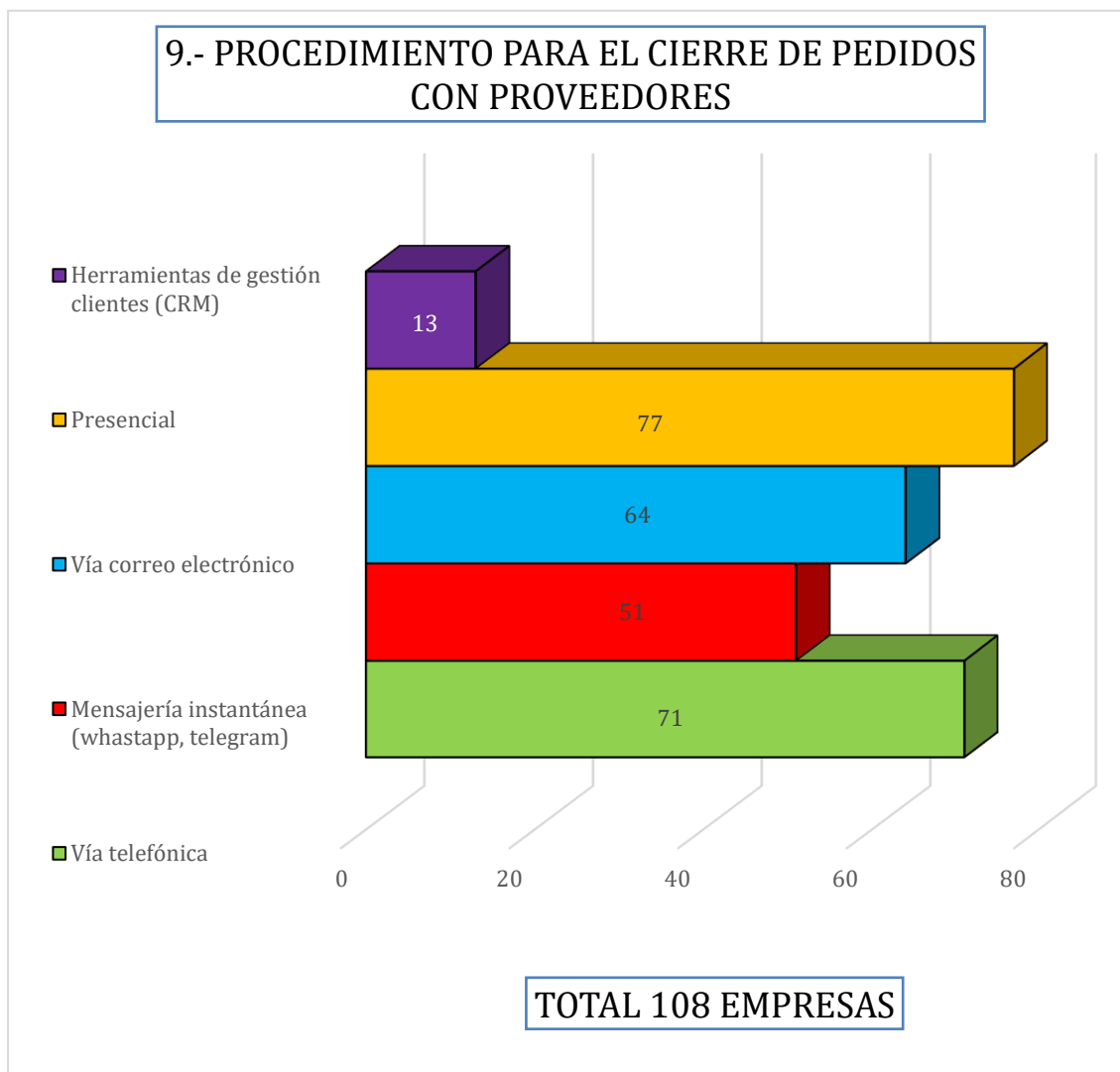
8.- UTILIZACIÓN DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA CON LOS CLIENTES

En su relación con los clientes la mayoría de las empresas no utilizan facturación electrónica, aunque un buen número de empresas utilizan la facturación mixta, por lo que al igual que en la relación con los proveedores es necesario avanzar en esta materia.



9.-PROCEDIMIENTO PARA EL CIERRE DE PEDIDOS CON CLIENTES

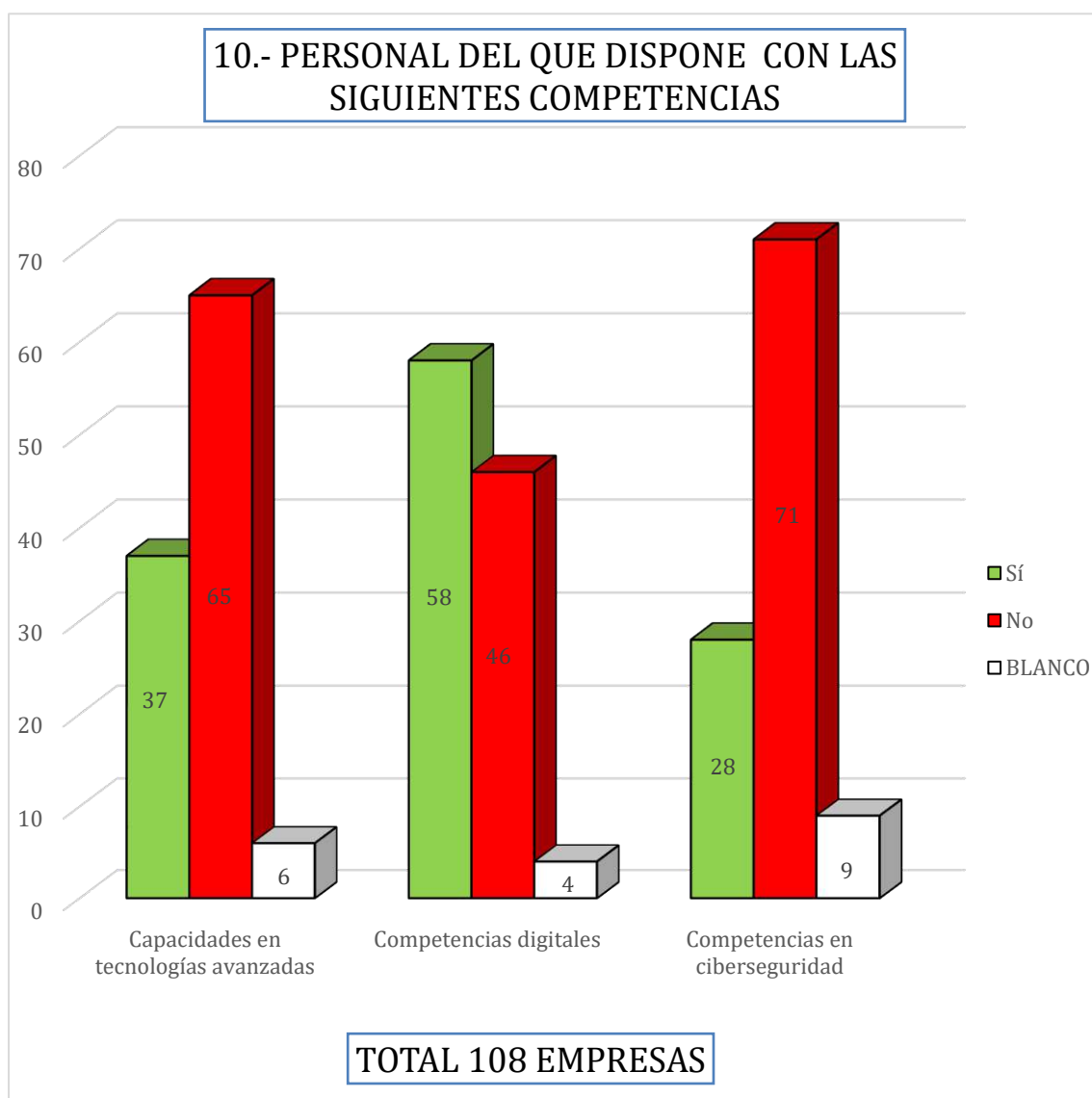
Se sigue observando que existe una gran carencia en las empresas de herramientas de gestión con los clientes, utilizándose la vía presencial en un número muy elevado, seguido de la telefónica.



BLOQUE IV: PERSONAL

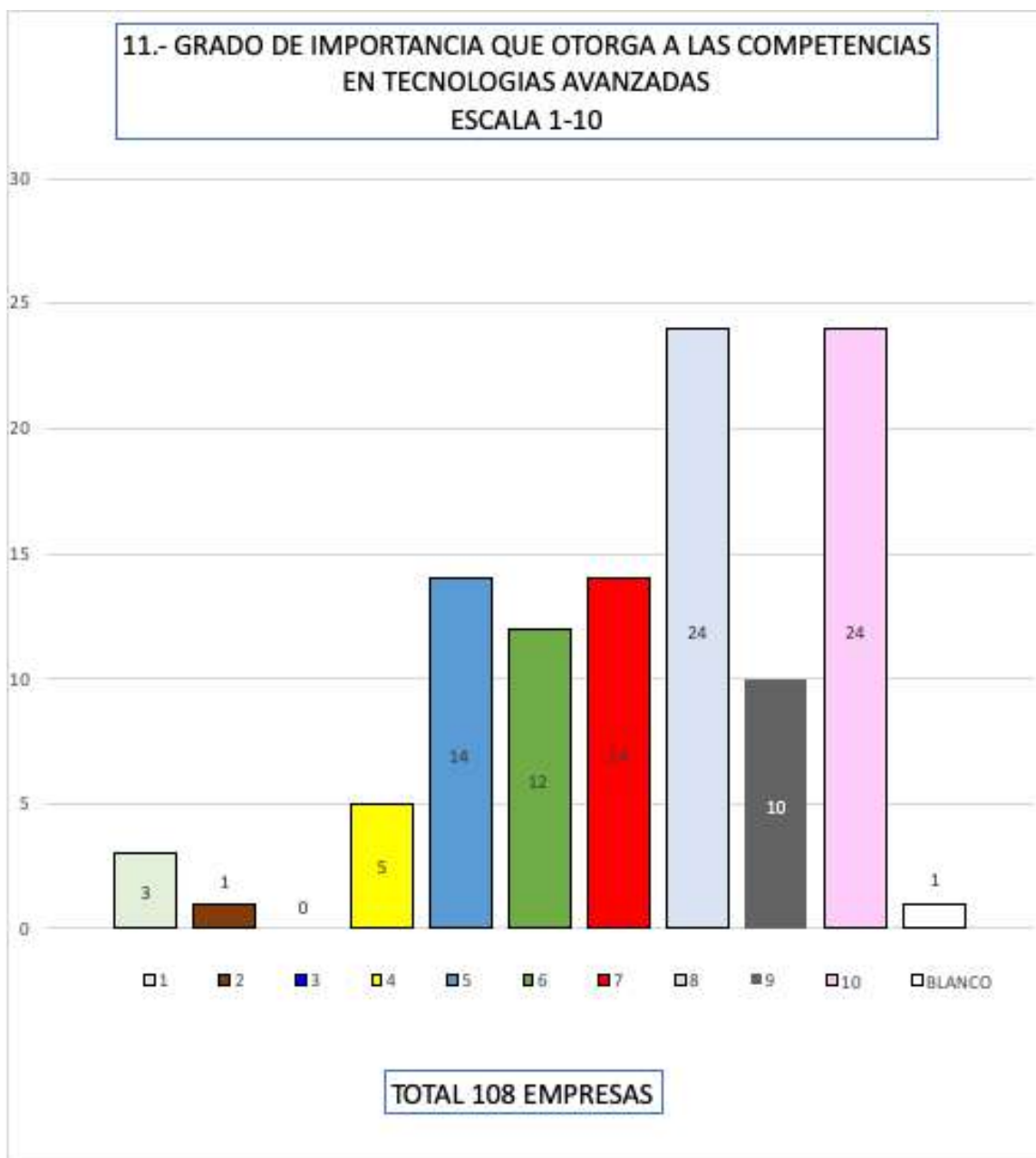
10.-PERSONAL CON COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS

Solamente 37 empresas cuentan con personal con formación en tecnologías avanzadas y 28 con personal formado en ciberseguridad. Por contra en competencias digitales cuentan las empresas con más personal formado 58 frente a 46 que no tiene.



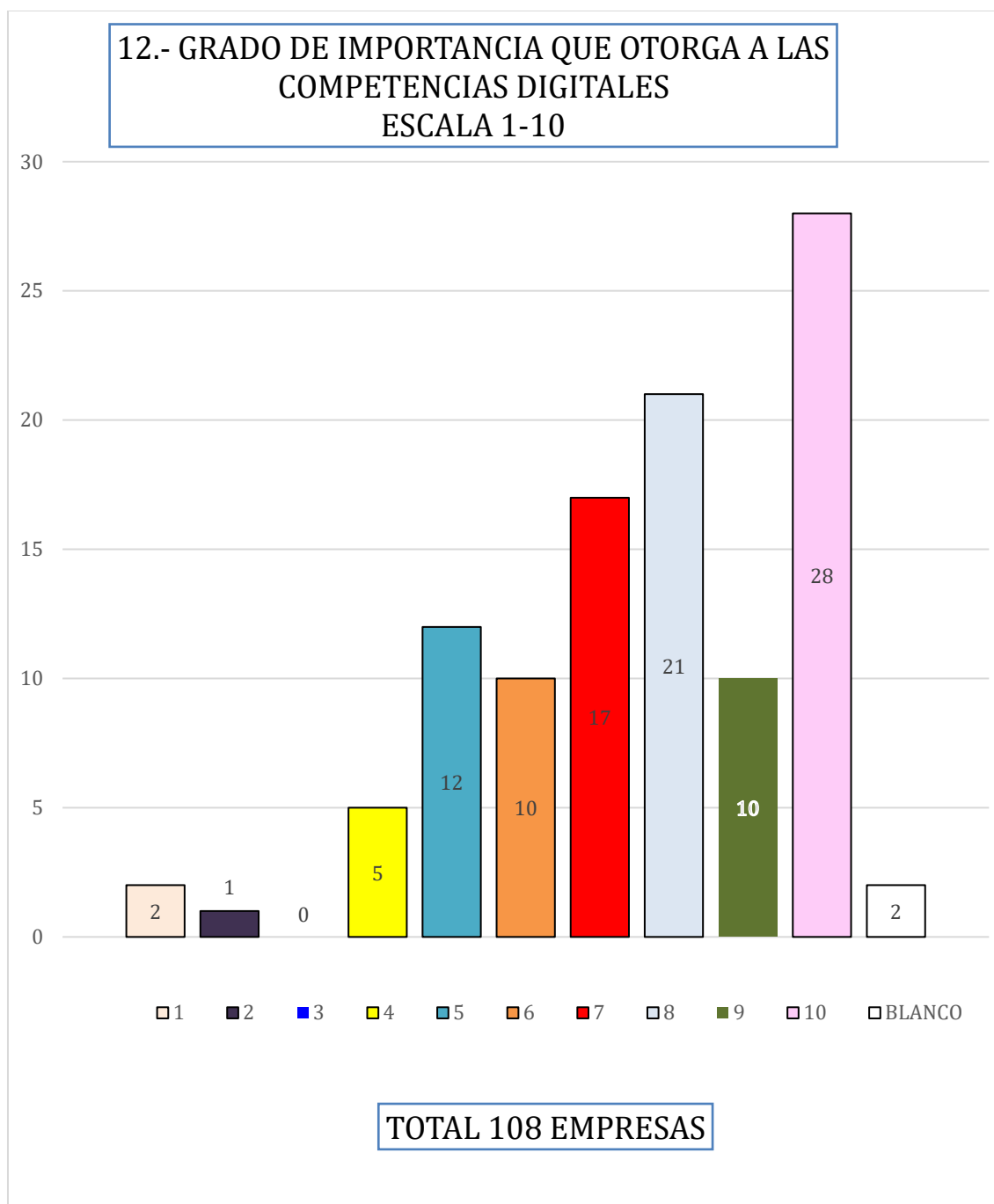
11.-IMPORTANCIA PARA LAS EMPRESAS DE LAS TECNOLOGÍAS AVANZADAS

De las 18 empresas que han cumplimentado la encuesta 58 empresas han otorgado un valor superior al 8, en una escala del 1 al 10. Aunque se observa un avance aún estamos muy lejos de integrar las tecnologías avanzadas en nuestro tejido empresarial.



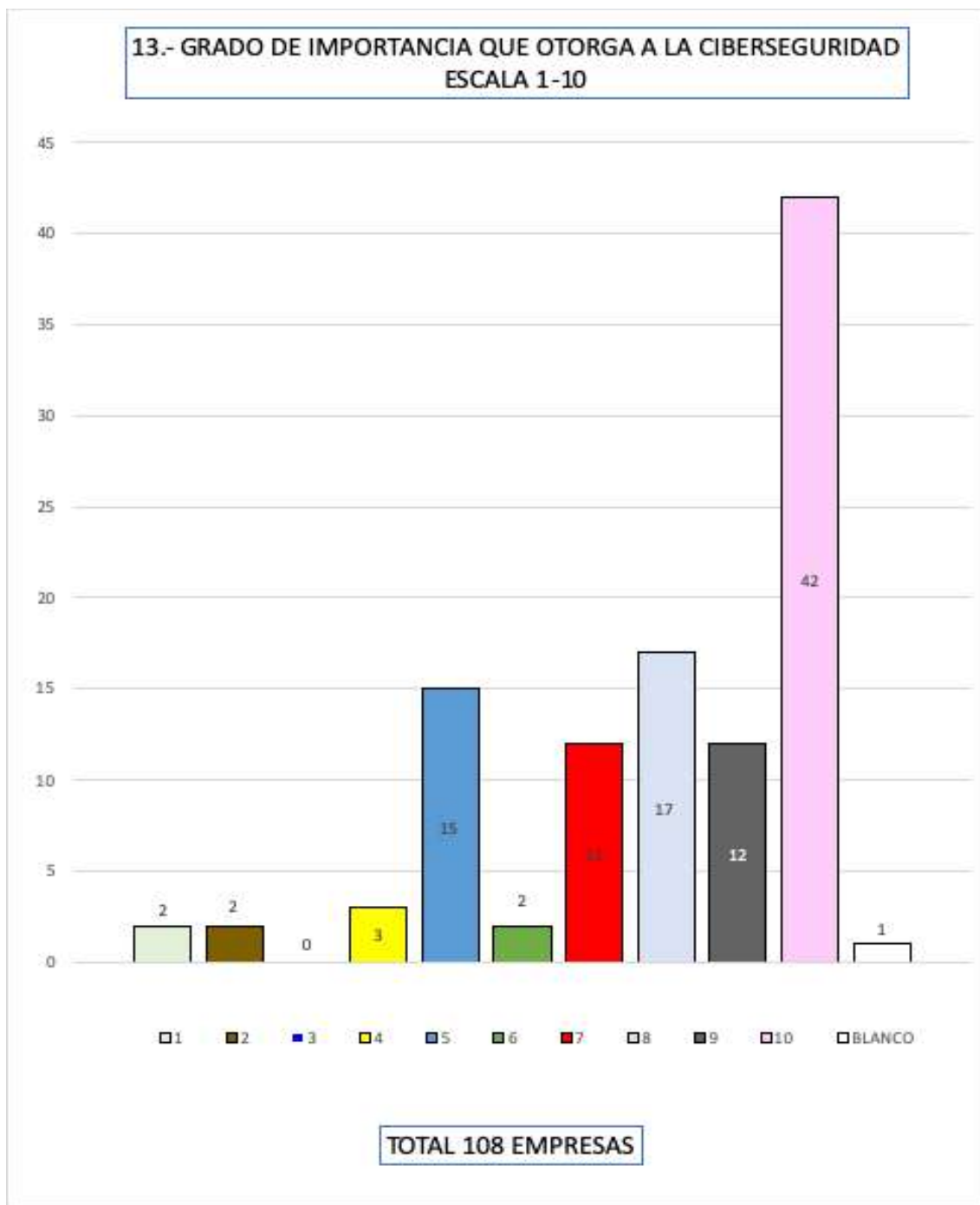
12.-IMPORTANCIA PARA LAS EMPRESAS DE LAS COMPETENCIAS DIGITALES

Al igual que en el apartado anterior 58 de las empresas en una escala del 1 al 10 otorga más de un 8 a la importancia de las competencias digitales. Seguimos aún lejos de que las competencias digitales alcancen un nivel importante en el tejido empresarial.



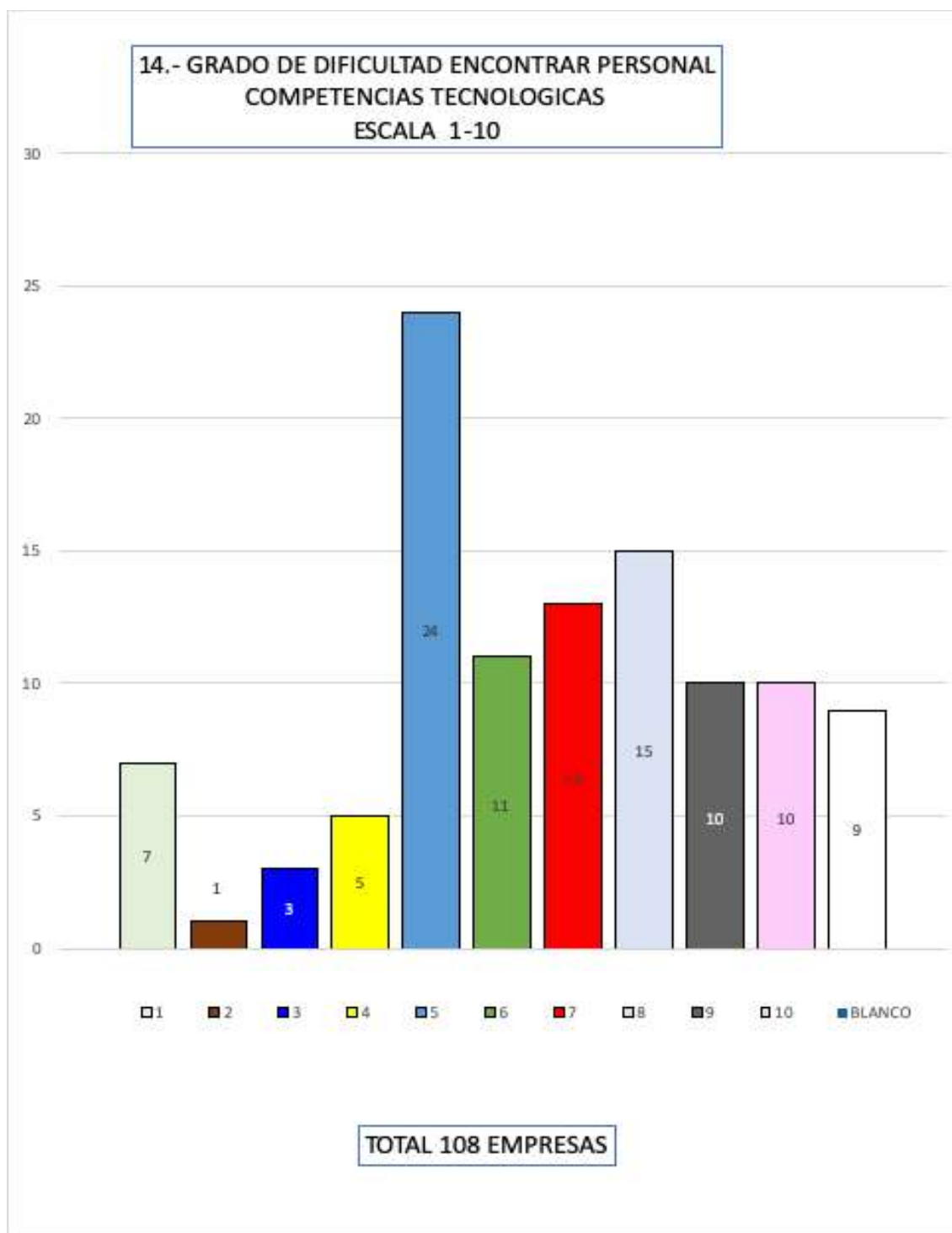
13.-IMPORTANCIA PARA LAS EMPRESAS DE LA CIBERSEGURIDAD

En relación a esta cuestión 49 de las 108 empresas encuestadas otorgan en una escala del 1 al 10 la puntuación máxima a la ciberseguridad, pero el cuadro nos muestra que aún falta mucha concienciación en relación a la ciberseguridad y las empresas.



14.- DIFICULTAD PARA ENCONTRAR PERSONAL CON COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS

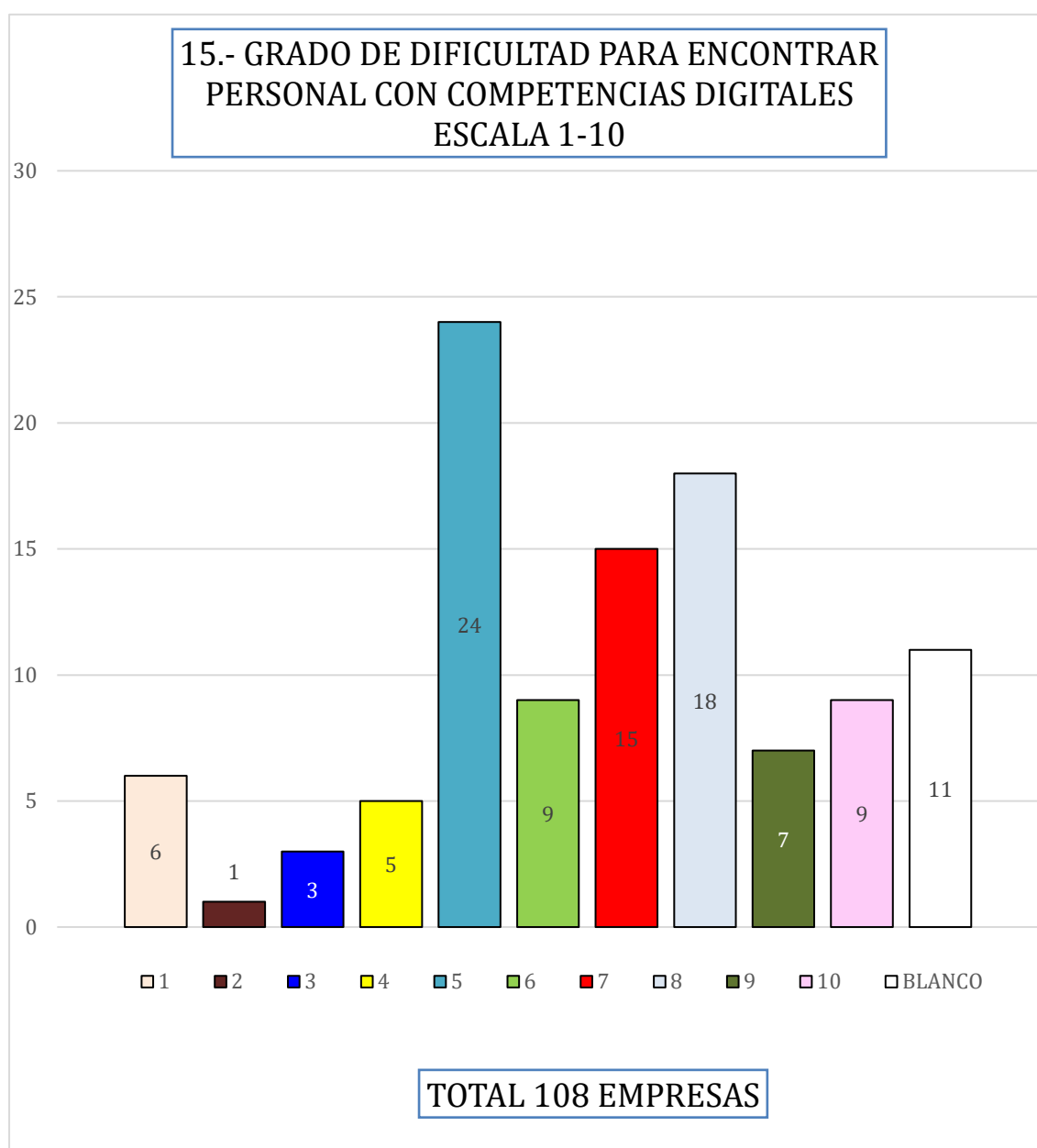
En una escala del 1 al 10 donde 1 es la menor dificultad y el 10 la mayor, el mayor número de empresas, 24 otorga un 5, siendo por tanto intermedia la dificultad de encontrar personal con competencias tecnológicas; 68 empresas contestan entre el 6 y el 10.



15.- DIFICULTAD PARA ENCONTRAR PERSONAL CON COMPETENCIAS DIGITALES

Ante el grado de dificultad para encontrar personal con competencias digitales la distribución es heterogénea con tendencia a un grado de dificultad relativamente más alto así por ejemplo veinticinco de las 18 empresas consideran un grado dificultad medio de cinco puntos seguidas de dieciocho empresas que consideran que el grado dificultad es de 8 puntos y quince con siete puntos también es relevante las empresas que no responden a este aspecto.

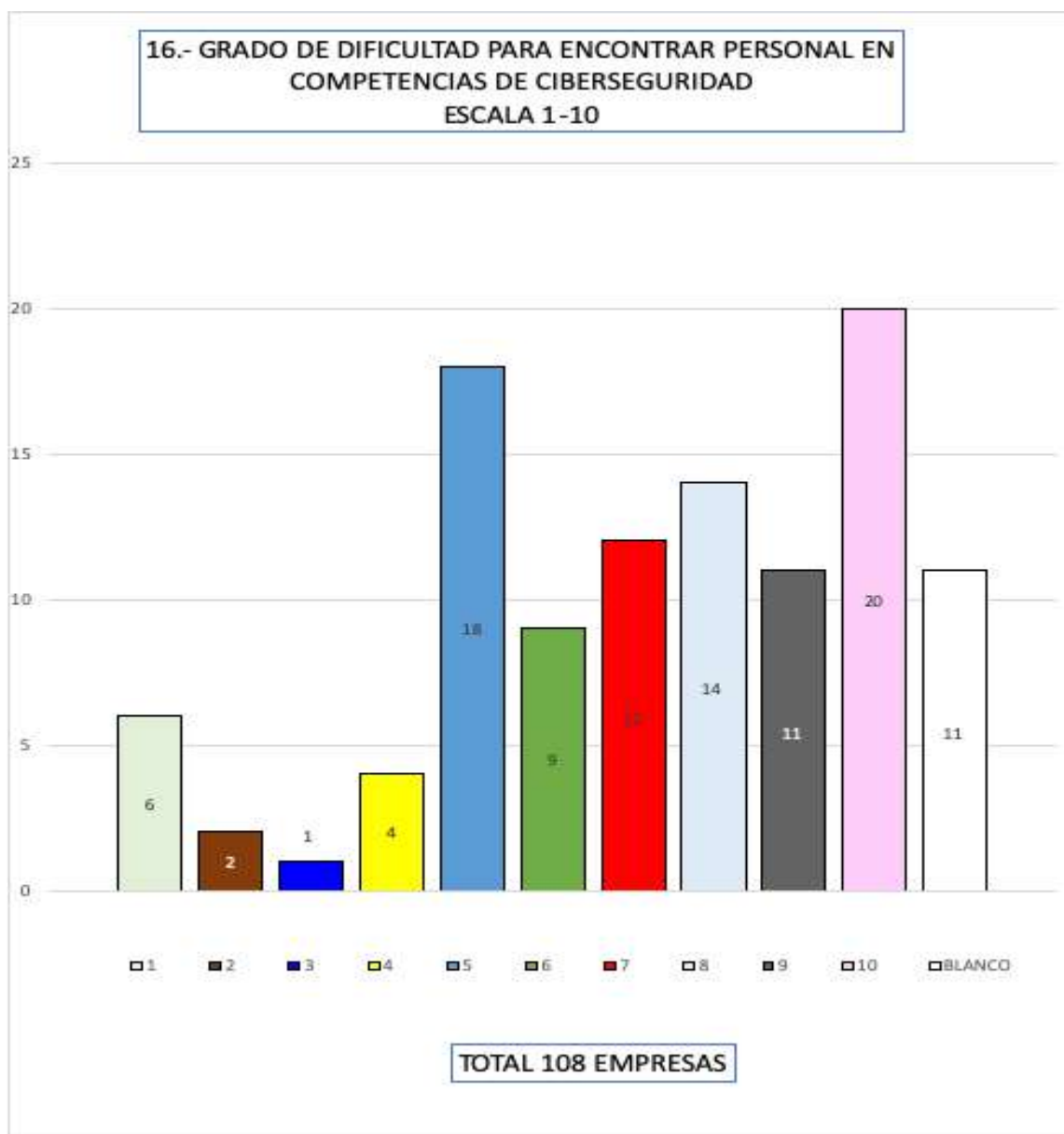
En conclusión y sumando las distribuciones de bandas gran parte de las empresas consideran que el grado dificultad está por encima de la media entre cinco y diez puntos Puede ser interesante integrar esta pregunta con el grado dificultad para encontrar otro tipo de perfiles de puestos porque no necesaria y o exclusivamente el grado dificultad tiene que estar vinculado con competencias digitales y quizás se den para múltiples aspectos de perfiles de puestos no solo digitales



16.- DIFICULTAD PARA ENCONTRAR PERSONAL CON COMPETENCIAS EN CIBERSEGURIDAD

Ante el grado de dificultad que consideran las empresas para encontrar personal con competencia en ciberseguridad de forma predominante las empresas consideran que es alto así por ejemplo prácticamente todas están por encima de 5 puntos en una escala de 1 a 10 20 de las 108 consideran que el grado dificultad es máximo con una puntuación de 10.

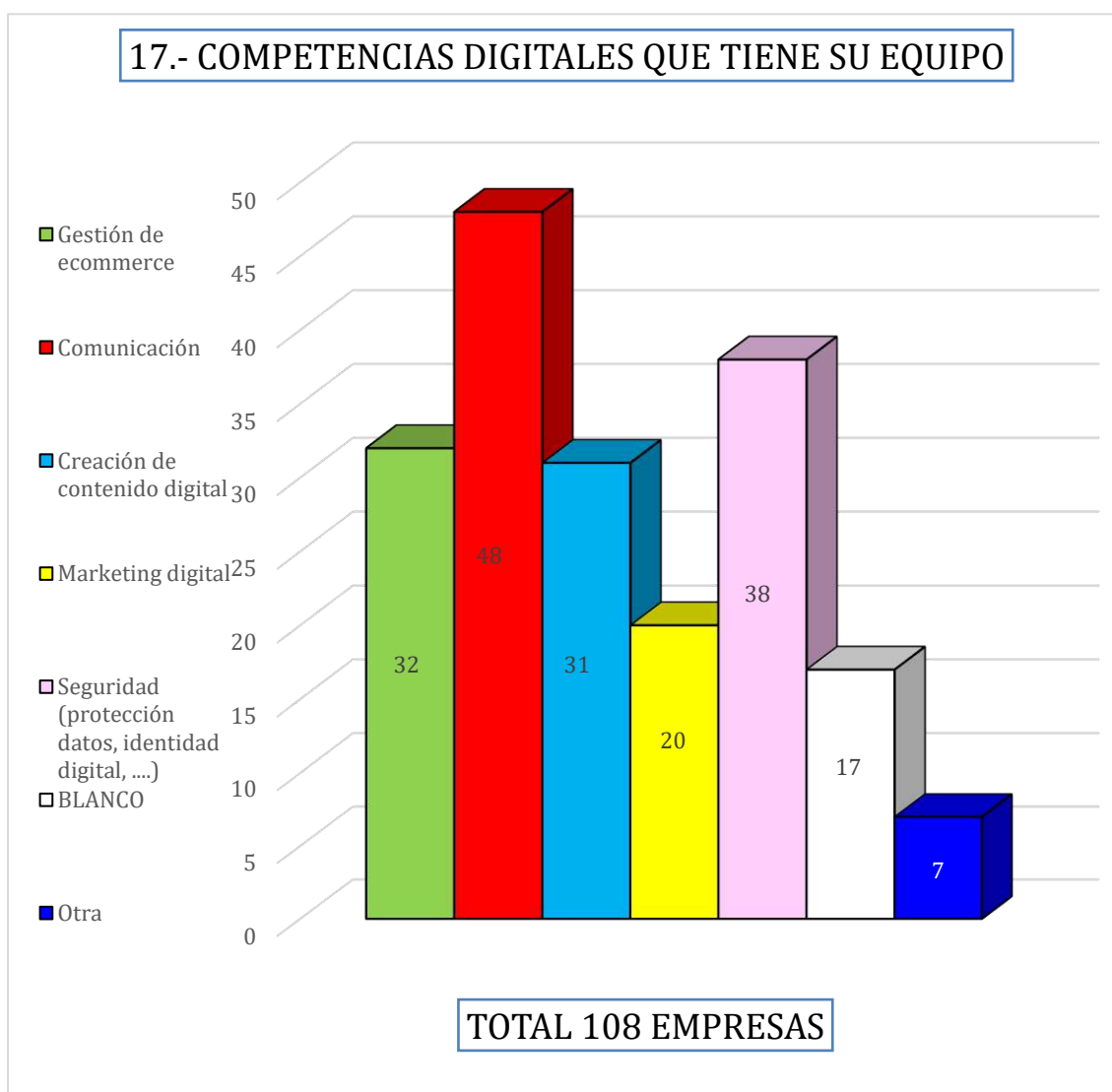
En conclusión a esta cuestión las empresas se identifican como sensibilizadas ante la problemática de la ciberseguridad y el encontrar personal que pueda tratarla, Puede ser de interés una difusión más masiva de órganos administrativos que potencian o facilitan estas herramientas como el Incibe <https://www.incibe.es/> o el Centro Nacional criptográfico <https://www.ccn-cert.cni.es/es/>, donde la labor de observatorio y difusión de técnicas asociadas a la ciberseguridad están muy diseñadas para reforzar las situaciones que se den en este sentido a nivel nacional.



17.-COMPETENCIAS DIGITALES DEL PERSONAL

En el gráfico se muestra que las empresas consideran competencias digitales más relevantes en comunicación, aunque no se sobrepasa 50% solo 48 de las 108 empresas consideran que los tienen seguidas de cerca por sistemas de seguridad certificados digitales protección de datos y posteriormente contenido digital y ecommerce.

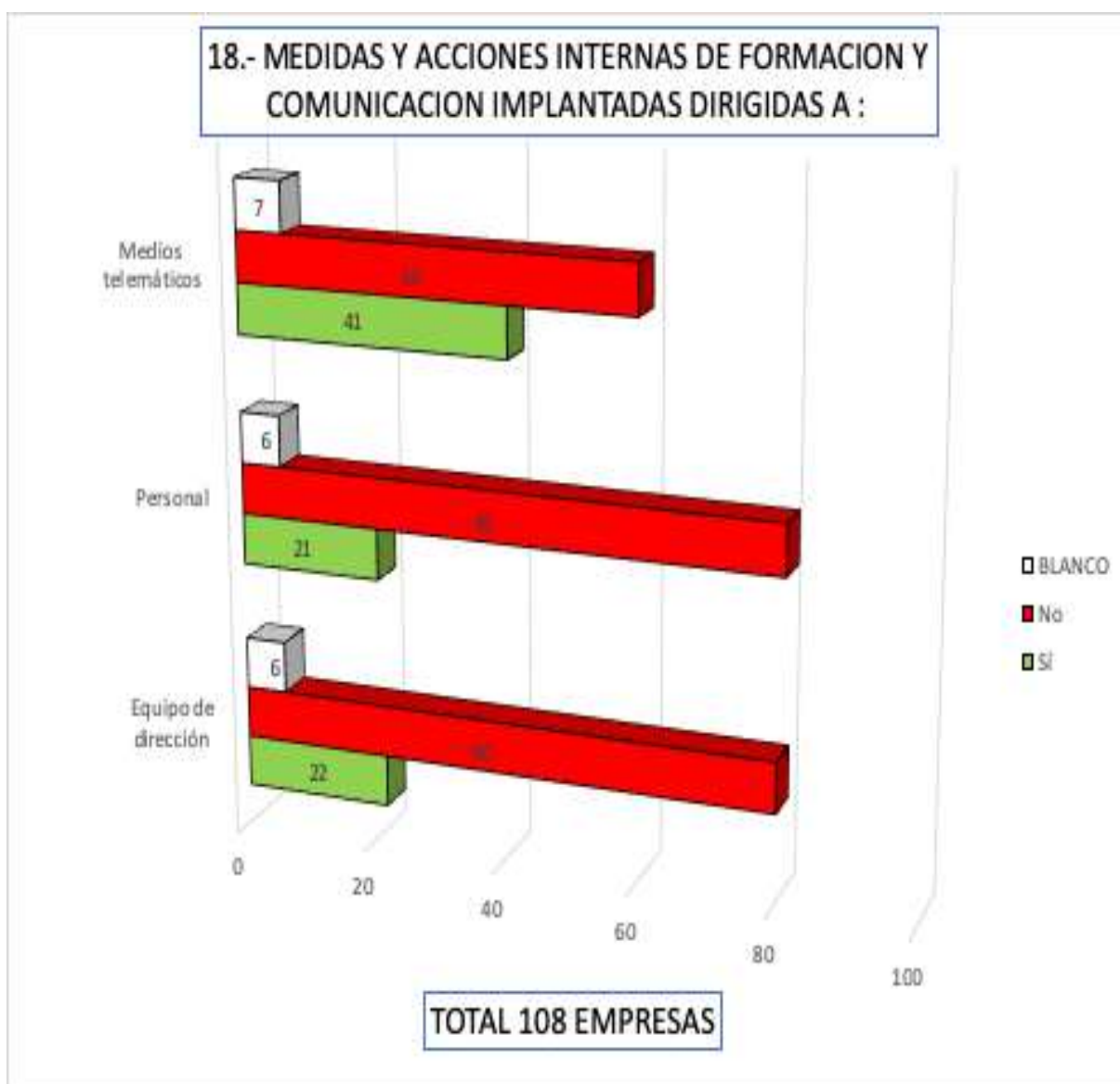
Dado que en la relación de competencias digitales no se sobrepasa al 50% al menos en mediciones subjetivas se considera que podría ser de interés hacer mediciones más objetivas y fomentar su incremento con formación abierta (contenidos MOOC) o normalizadas cualificaciones profesionales.



18.-MEDIDAS INTERNAS DE FORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

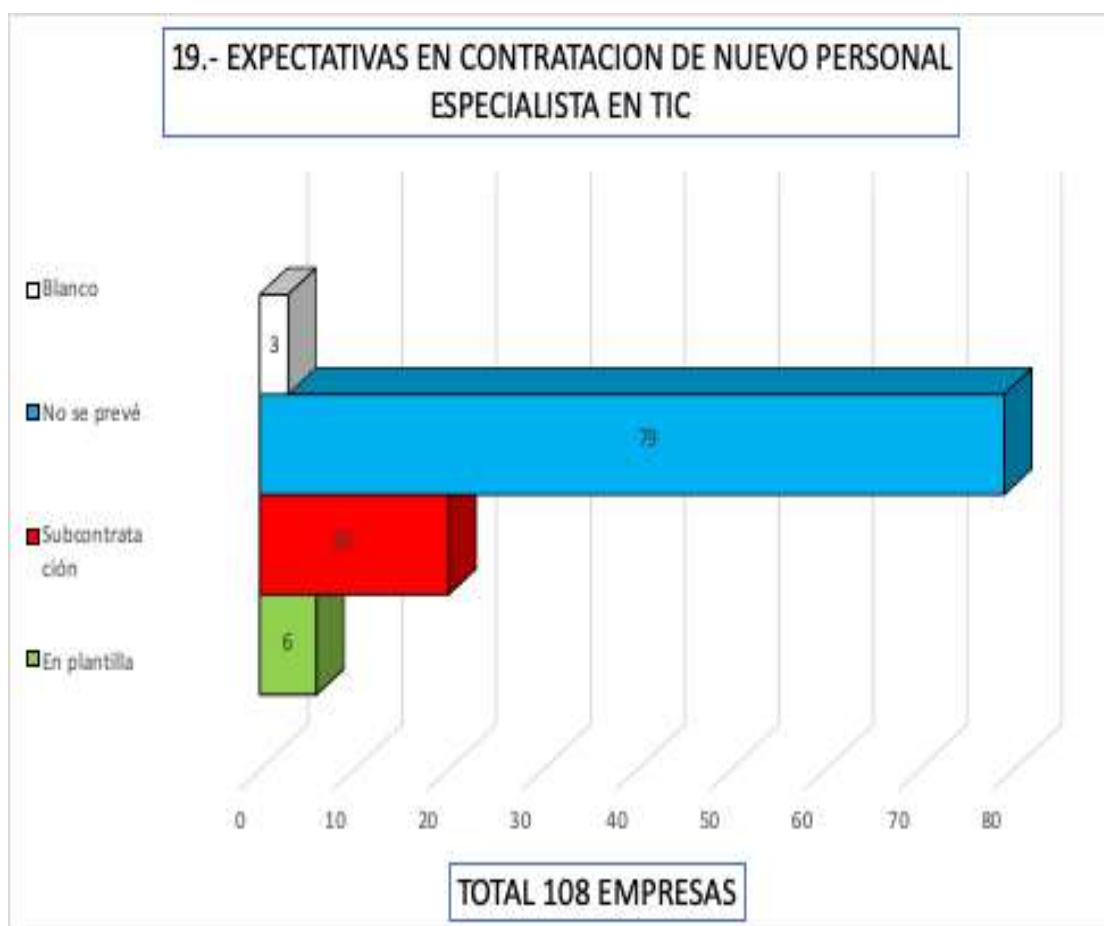
En la siguiente cuestión se plantean acciones de formación dirigidas a distintos perfiles se puede identificar en las respuestas que en general no hay acciones formativas y estas a su vez son más reducidas cuando se orientan de forma directa a personal (81 no tienen medidas de este tipo vs.21 que sí tienen) y al equipo de dirección (80 vs. 22).

Parecería muy adecuado poner foco en acciones de comunicación y formación dirigidas a el personal que más adelante pueda tener que hacer uso o implantar distintos tipos de sistemas digitales.



19.- EXPECTATIVAS EN CONTRATACIÓN DE PERSONAL ESPECIALISTA EN TIC

En esta cuestión la gran mayoría de las empresas no prevén la contratación de personal especialista en TIC, pero por contra hay un enfoque multidisciplinar, esto es trabajadores cuyo trabajo habitual responde perfiles tradicionales y se tengan que adecuar al empleo de herramientas TIC que sean afines a su propio perfil curricular

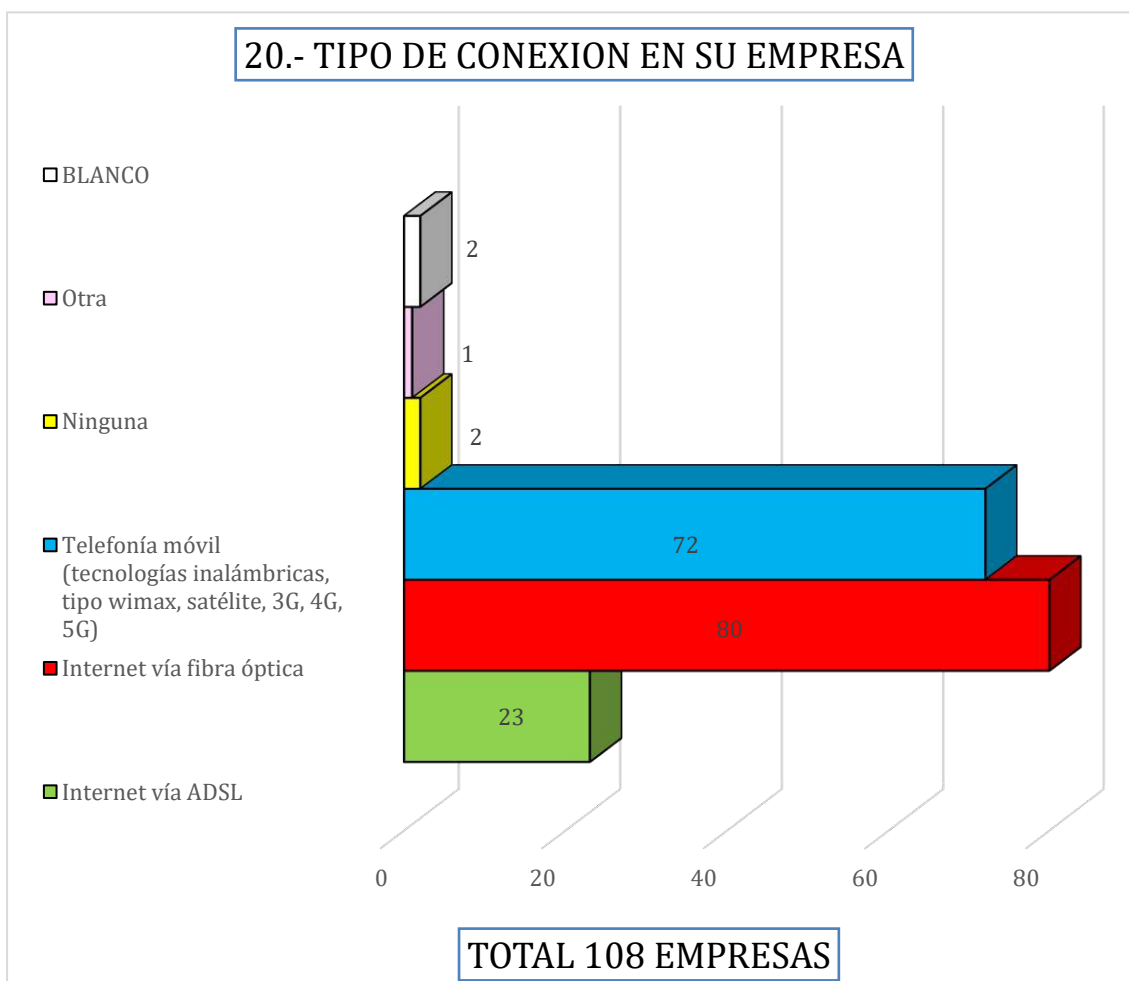


BLOQUE V: CONEXIÓN Y USO DE DISPOSITIVOS

20.-TIPO DE CONEXIÓN

La fibra óptica empleada por 80 de las 108 empresas encuestadas es el sistema de conexión predominante seguido muy de cerca de tecnologías móviles 4G 5g con 72 empresas.

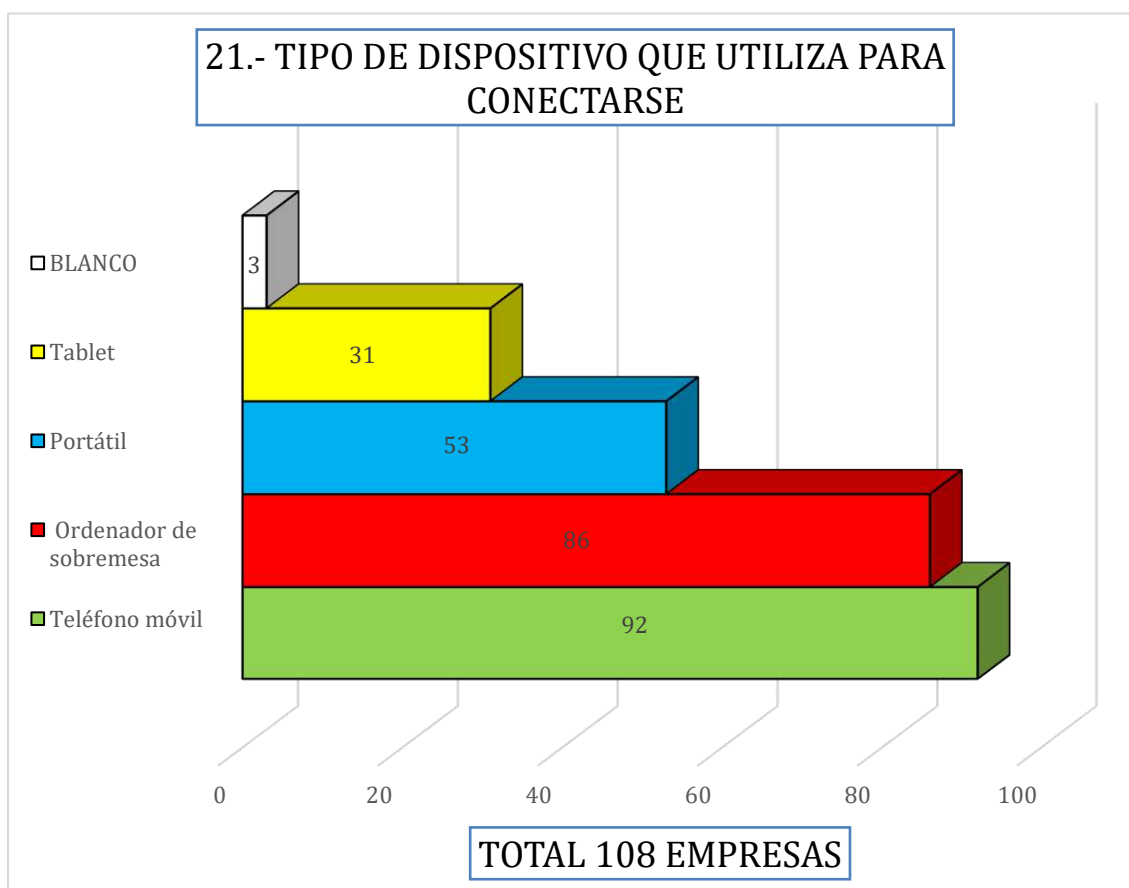
Los sistemas comunicativos tanto de fibra como de telefonía móvil son predominantes lo cual parece lógico en la conectividad de fibra se ha llegado un nivel tecnológico relativamente avanzado podría ser interesante que los dispositivos móviles pudieran acercarse sobre todo con tecnologías más emergentes como el 5G.



21.-TIPO DE DISPOSITIVO UTILIZADO PARA LA CONEXIÓN

Como sistemas de conexión empleados los dispositivos móviles son predominantes de forma mayoritaria sobrepasando las (92 empresas) seguidas de los ordenadores de sobremesa (86 empresas) y ya a cierta distancia portátiles y tabletas.

Como conclusión parece muy lógico que como equipo de comunicación se emplee el móvil dado que solapa trabajadores del conocimiento que de forma habitual tienen que trabajar con ordenadores y portátiles y perfiles de trabajo más de tipo operario donde el teléfono móvil da una autonomía frente a equipos más voluminosos y estáticos. Como conclusión podría ser de interés acercar los sistemas de gestión a los dispositivos más generalizados en este caso y de forma obvia los teléfonos móviles.

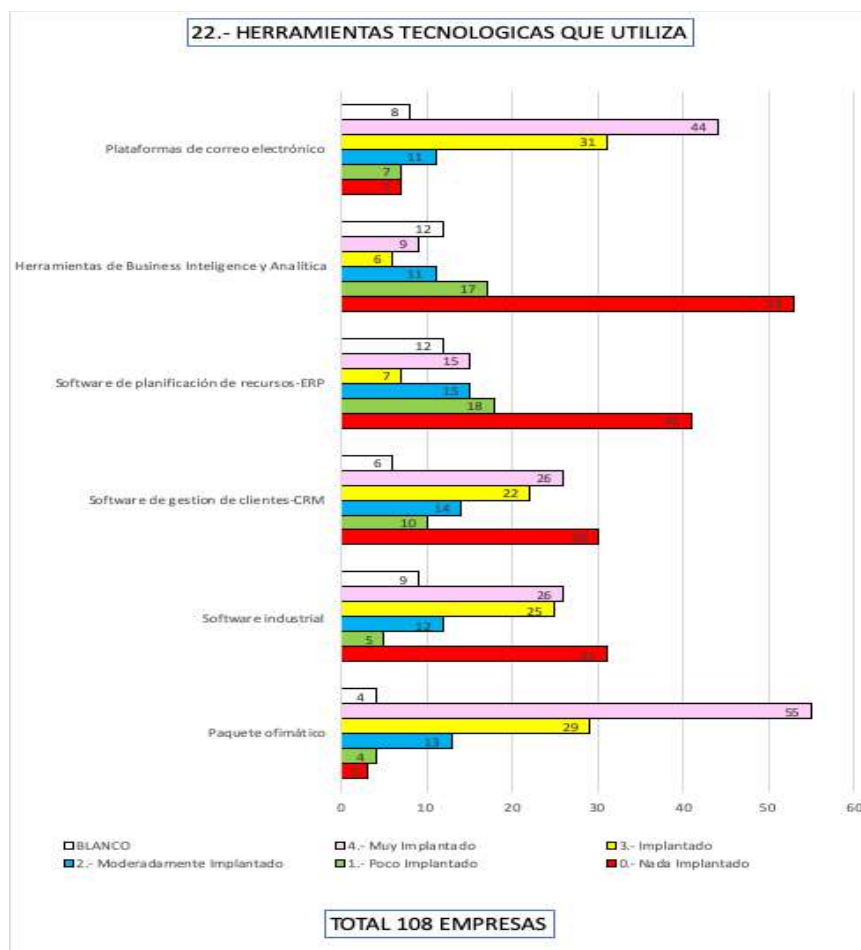


BLOQUE VI. - HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

22.-HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS UTILIZADAS EN SU NEGOCIO

Como herramientas tecnológicas utilizadas se puede identificar qué paquete es ofimático y sistemas de correo electrónico son muy utilizados (predominan en 55 y 44 empresas respectivamente). Le siguen sistemas como software de gestión propio dentro de la empresa para clientes y recursos. Ya con menor grado de implantación se identifican entornos como sistemas de analítica de negocio y software de tipo industrial.

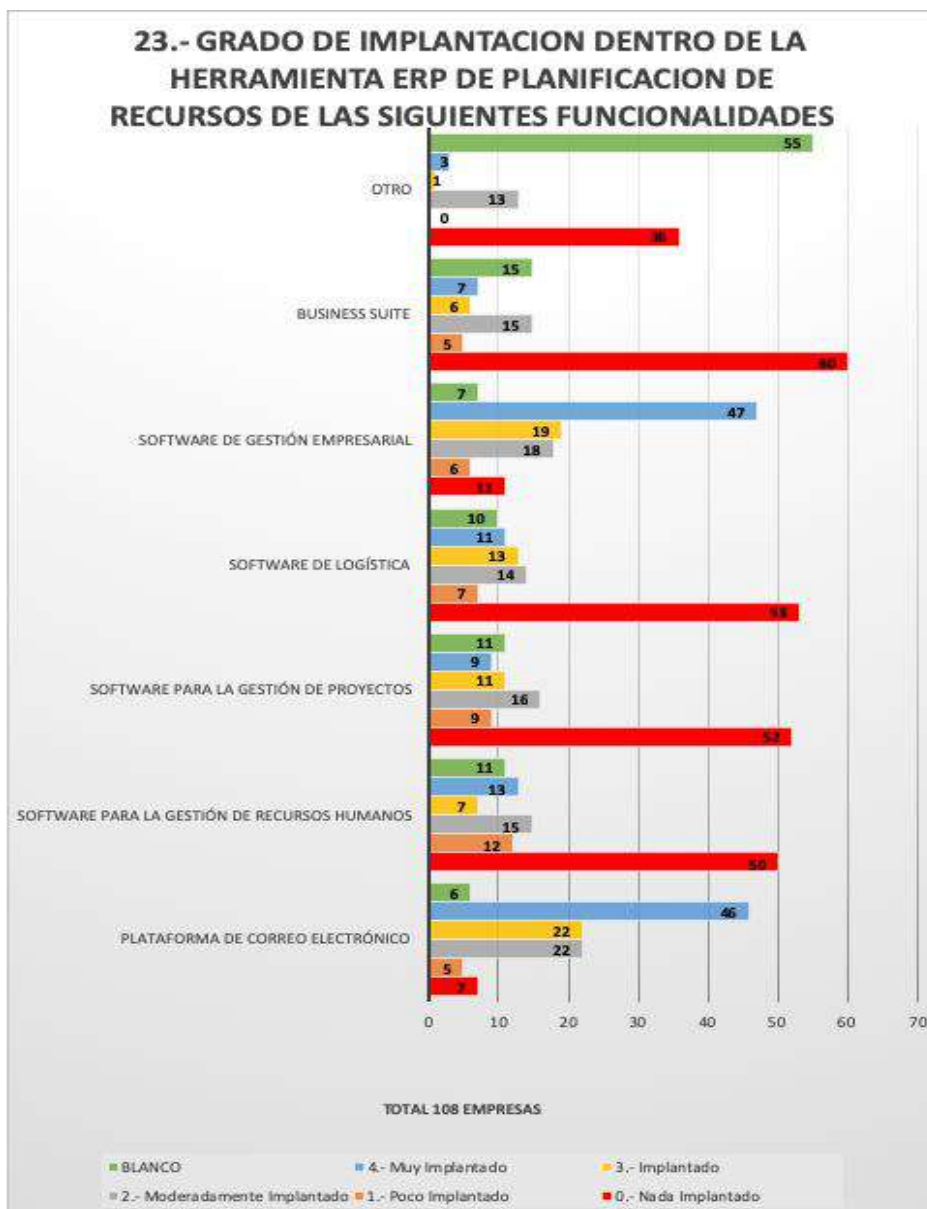
En conclusión, parece muy común una herramienta como el correo electrónico o los sistemas ofimáticos luego por supuesto hay empresas con particularidades que hacen que por ejemplo el software industrial sea de menos aplicación en medio hay herramientas como los núcleos de bases de datos software de gestión y planificación empresarial y sus datos de agrupada o como pueden ser los que den sistemas de ayuda a la decisión y analítica que estén menos implantados. Podría ser de interés reforzar los datos de agrupado dado que facilitan en gran medida buenas decisiones estratégicas dentro de la empresa



23.-HERRAMIENTAS ERP DE PLANIFICACIÓN DE RECURSOS

En esta cuestión se ha planteado el grado de implantación de software de gestión y planificación de recursos ERP con distintos entornos entre ellos comercio electrónico recursos humanos proyectos logística y en general gestión empresarial entre otros predomina como es lógico en empleo del ERP para el sistema de gestión empresarial (47 empresas de las 108 lo tienen muy implantado), las empresas también consideran su empleo integrado en el mail mientras que aspectos como logística y paquete ofimático o Business Suite queda menos desplegado.

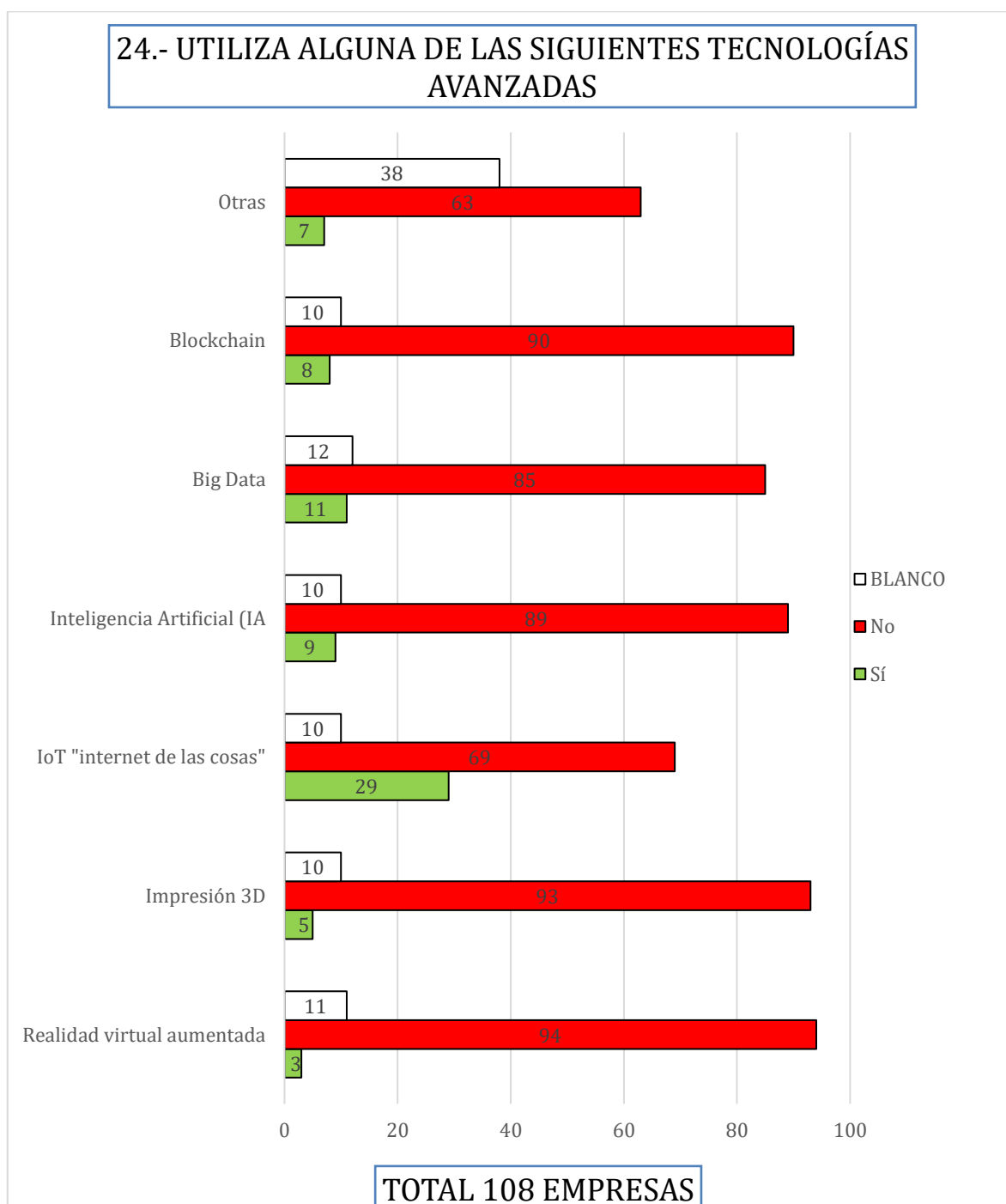
En conclusión, los sistemas de planificación de recursos tienen una orientación propia a los procesos empresariales troncales luego por supuesto en función del tipo de empresas puede o no generalizarse a módulos nuevos así por ejemplo logística o gestión de proyectos no tiene por qué aplicar a todas las empresas y por lo tanto su uso se identifica como no generalizado, pero en lo relevante o especialmente en el núcleo de facturación y proceso troncal si parece ser utilizado



24.-UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS AVANZADAS

A la cuestión si se utilizan tecnologías avanzadas como análisis por Big Data herramientas de Inteligencia Artificial Internet de las Cosas impresión 3D realidad aumentada o blockchain y en términos generales las empresas no los vienen utilizando de una forma mayoritaria con porcentajes que es sobrepasan al 50%, por ejemplo, en impresión 3D 93 empresas no la utilizan frente a cinco que sí.

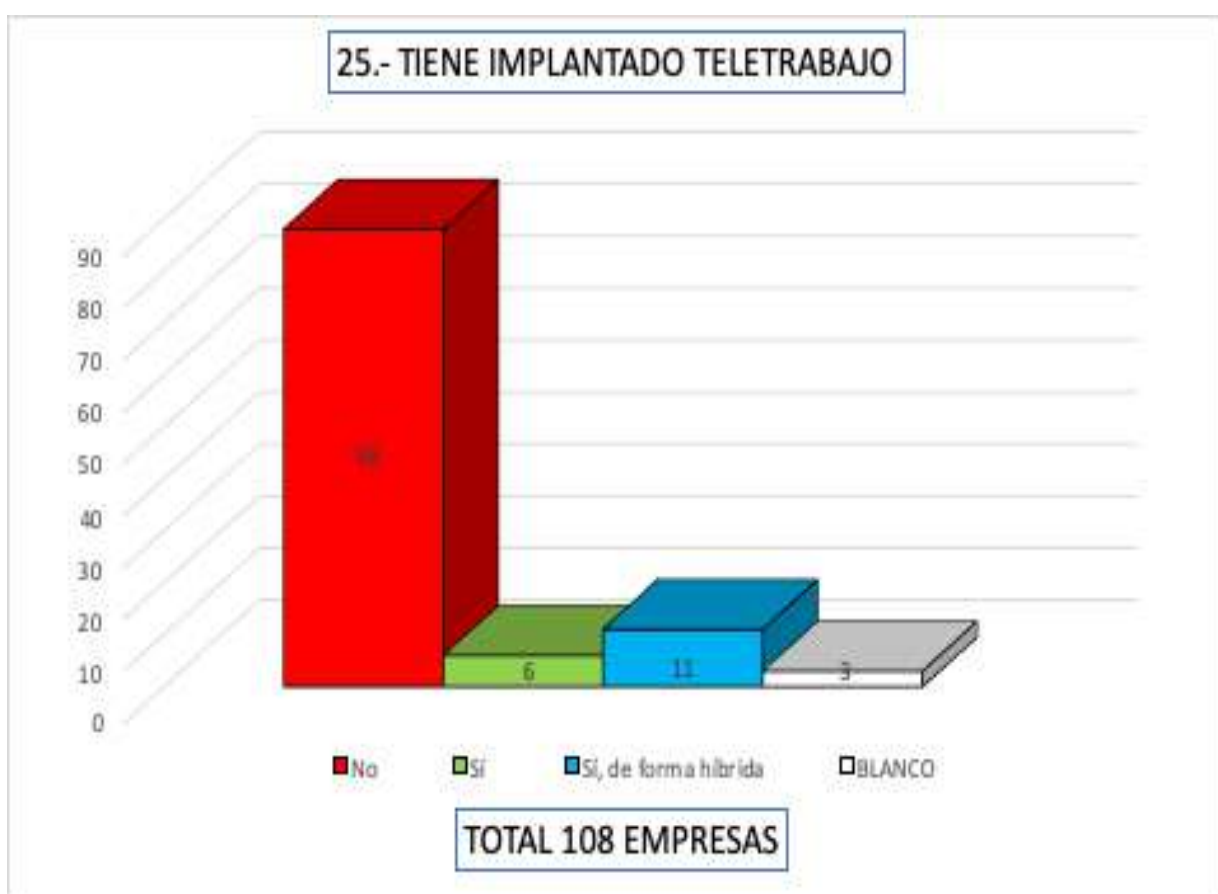
Este tipo de tecnologías puede dar ventaja competitiva y mejorar la productividad en las empresas, así como la proyección comercial por ese motivo se considera que puede ser un foco de difusión en cuanto a herramientas de uso práctico hacia las empresas



25.- IMPLANTACIÓN TELETRABAJO

En esta cuestión 88 empresas de las 108 encuestadas contestas que no tiene implantado el teletrabajo en su empresa, solamente 6 lo tienen implantado y 11 de forma híbrida.

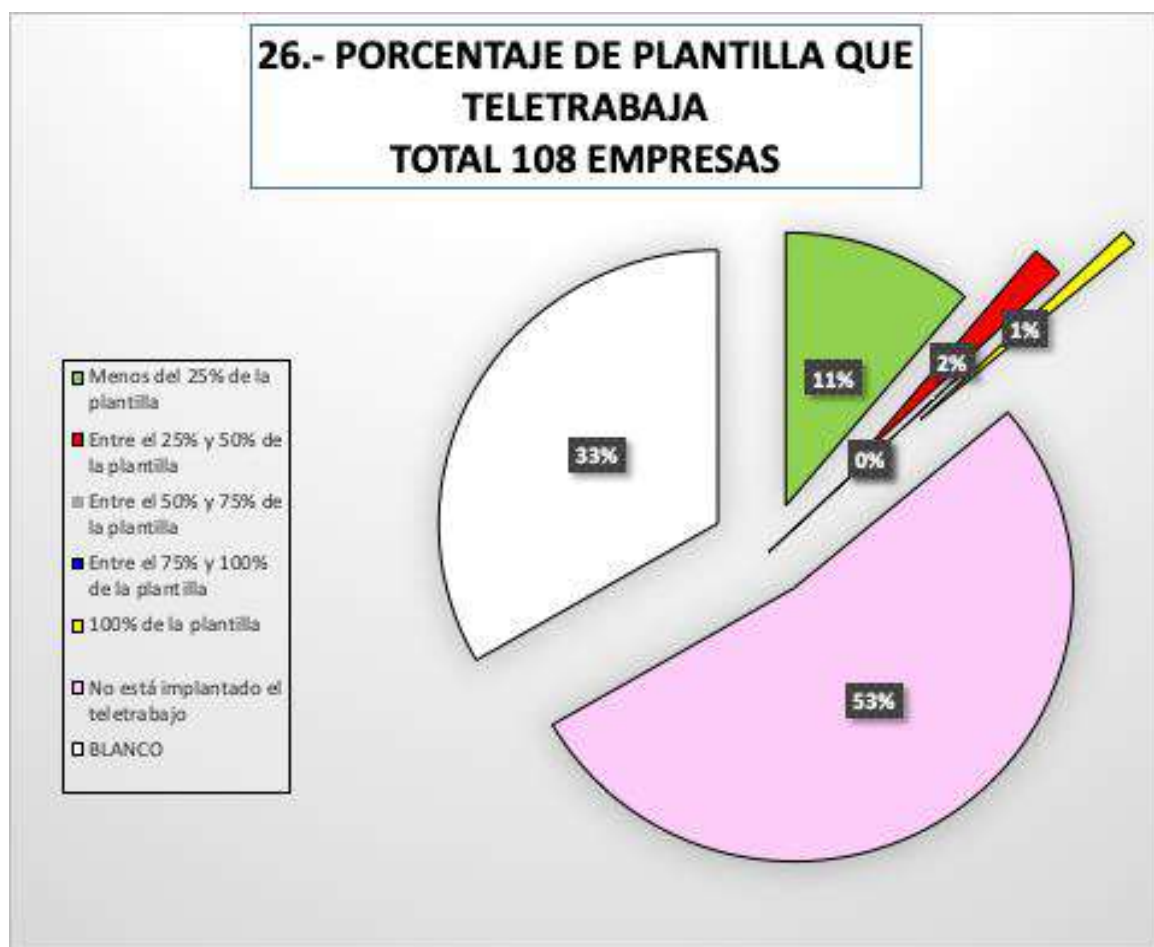
Es difícil obtener una conclusión que pueda servir para todos los sectores, pero si es cierto que es una materia en la que falta mucho camino por recorrer.



26.-PLANTILLA EN TELETRABAJO

Solamente un 1% de las empresas encuestadas tiene el teletrabajo implantado para toda la plantilla, un 11% menos del 25% y un 53% no lo tiene implantado.

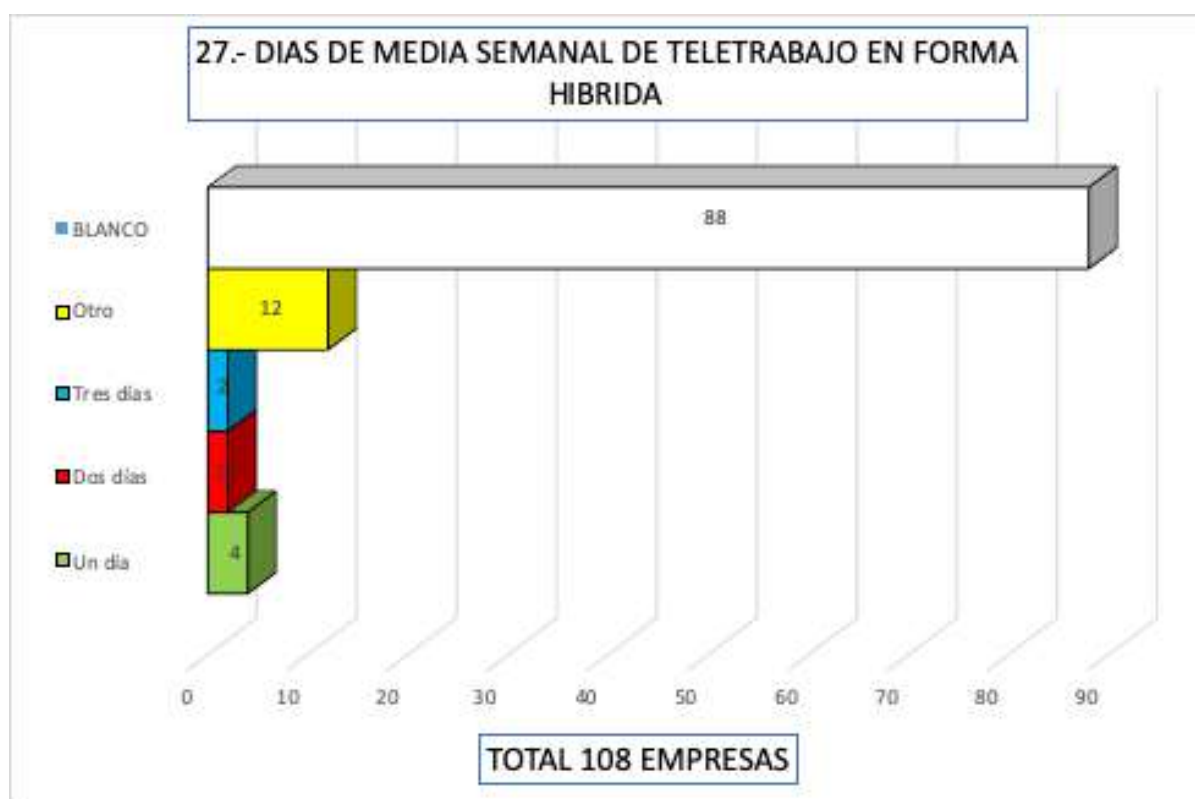
El resultado es coherente con la pregunta 25, en la que la gran mayoría de las empresas no tiene el teletrabajo implantado en su empresa.



27.-IMPLANTACIÓN DE LA MODALIDAD DE TELETRABAJO DE FORMA HÍBRIDA

La respuesta a esta cuestión nuevamente es coherente con la falta de implantación del teletrabajo en las empresas, aún de forma híbrida

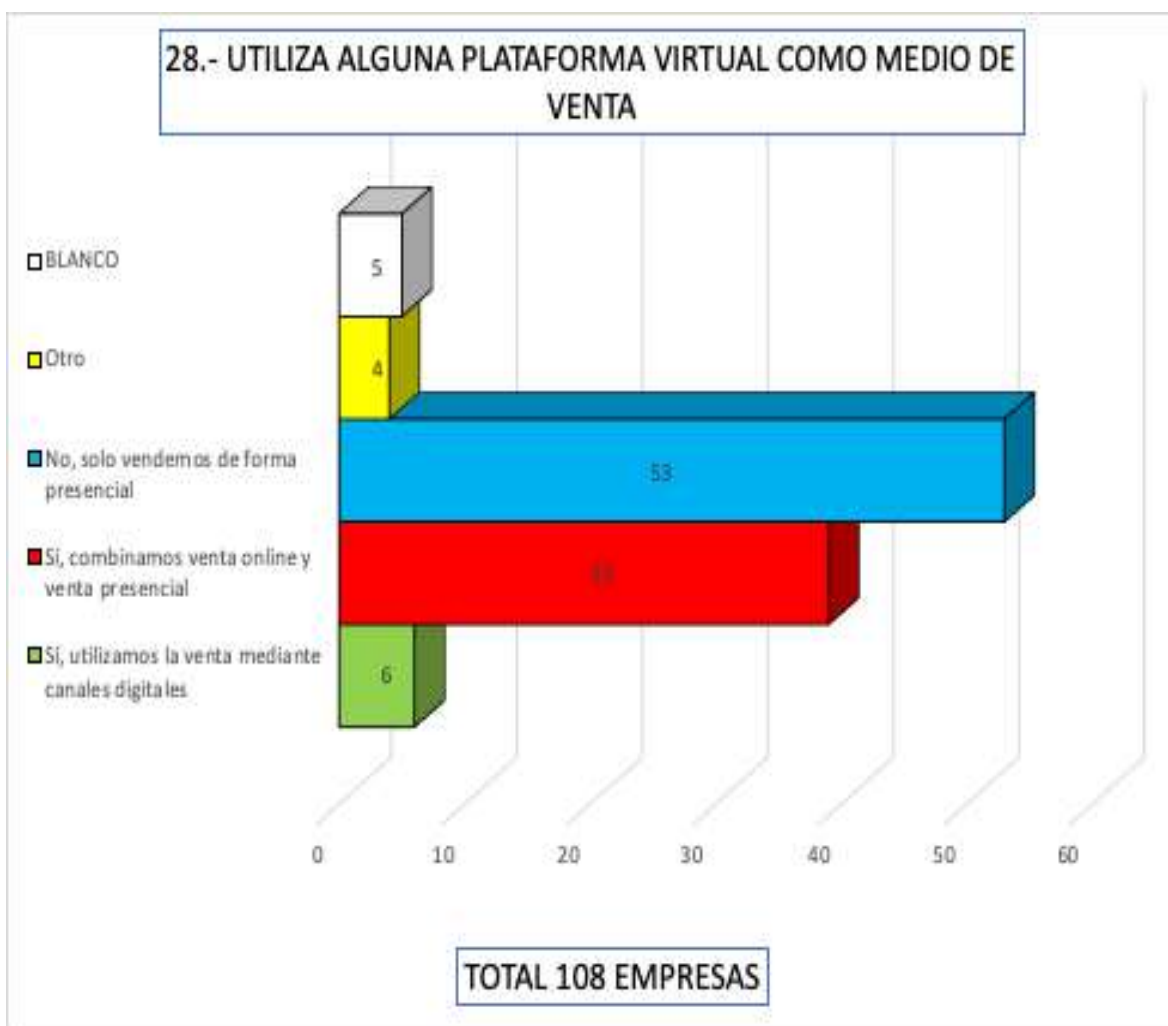
En conclusión, este apartado se plantea si puede ser necesario sistemas de medición de teletrabajo para facilitar este tipo de alternativas se considera que quizás la falta de indicadores de productividad en estos entornos lleve a que las empresas sean minoritarias en esta forma de desarrollo laboral.



28.-VENTA A TRAVÉS DE PLATAFORMA VIRTUAL

Ante el empleo de plataformas de venta online es predominante el número de empresas que no lo utilizan (53 empresas) vendiendo de forma exclusiva de forma presencial 39 empresas de la 108. Las que sí lo utilizan combinan la venta presencial y online pero solo de forma minoritaria 6 empresas.

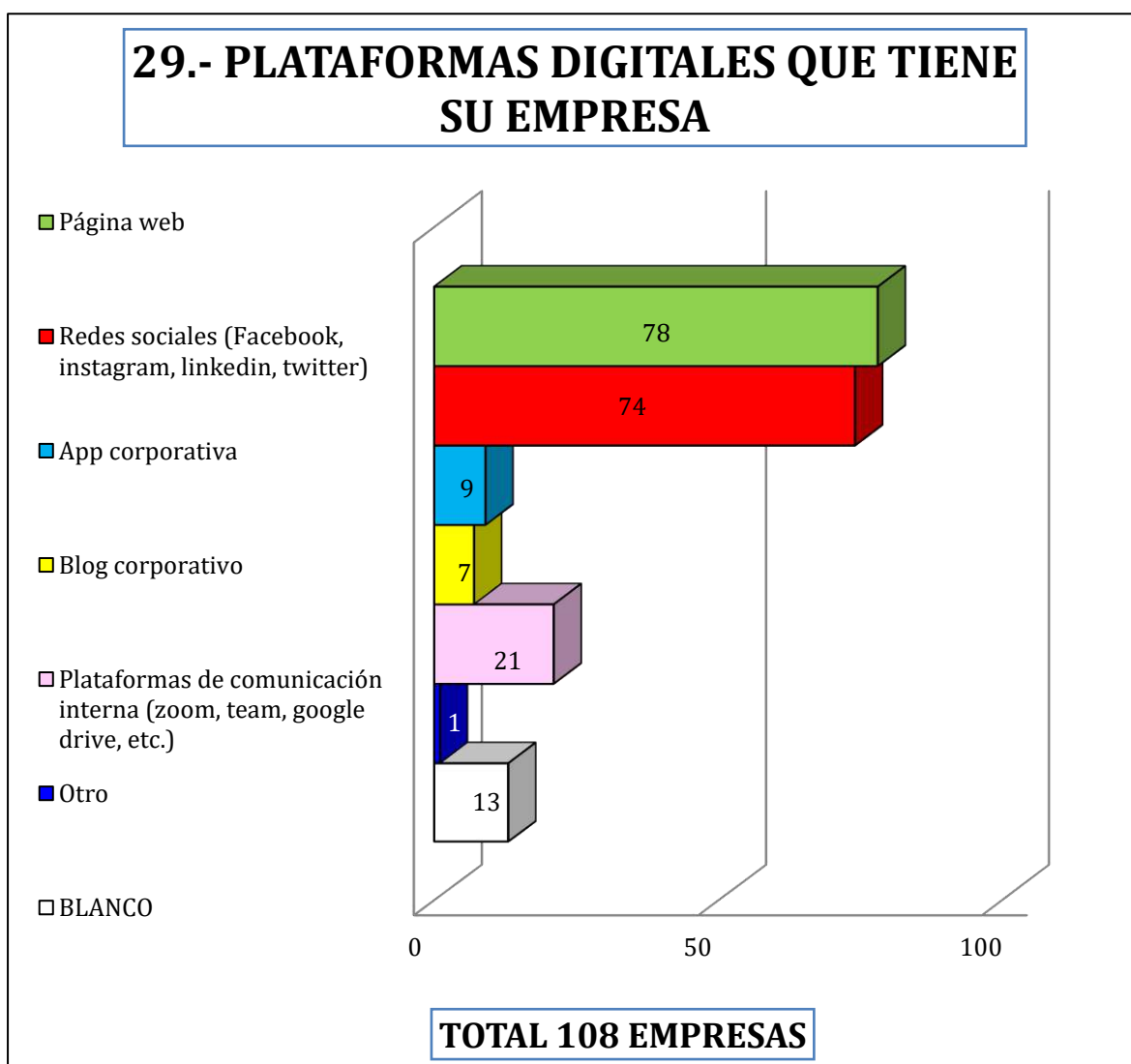
Como conclusión de este gráfico parece relevante reforzar la fuerza de ventas especialmente allí donde se combinan la venta online y la presencial donde el potencial de crecimiento de este sistema y su rentabilidad puede ser a priori y valorable.



29.-PLATAFORMAS DIGITALES IMPLANTADAS EN LA EMPRESA

Sobre las plataformas digitales que tienden a empresa de las ciento ocho empresas 78 disponen de página web seguidas de cerca por 74 que disponen de redes sociales ya de forma más minoritaria con veintiuno empresas utilizan plataformas de comunicación interna y almacenamiento en la nube siendo minoritario al despliegue de aplicaciones corporativas y blog.

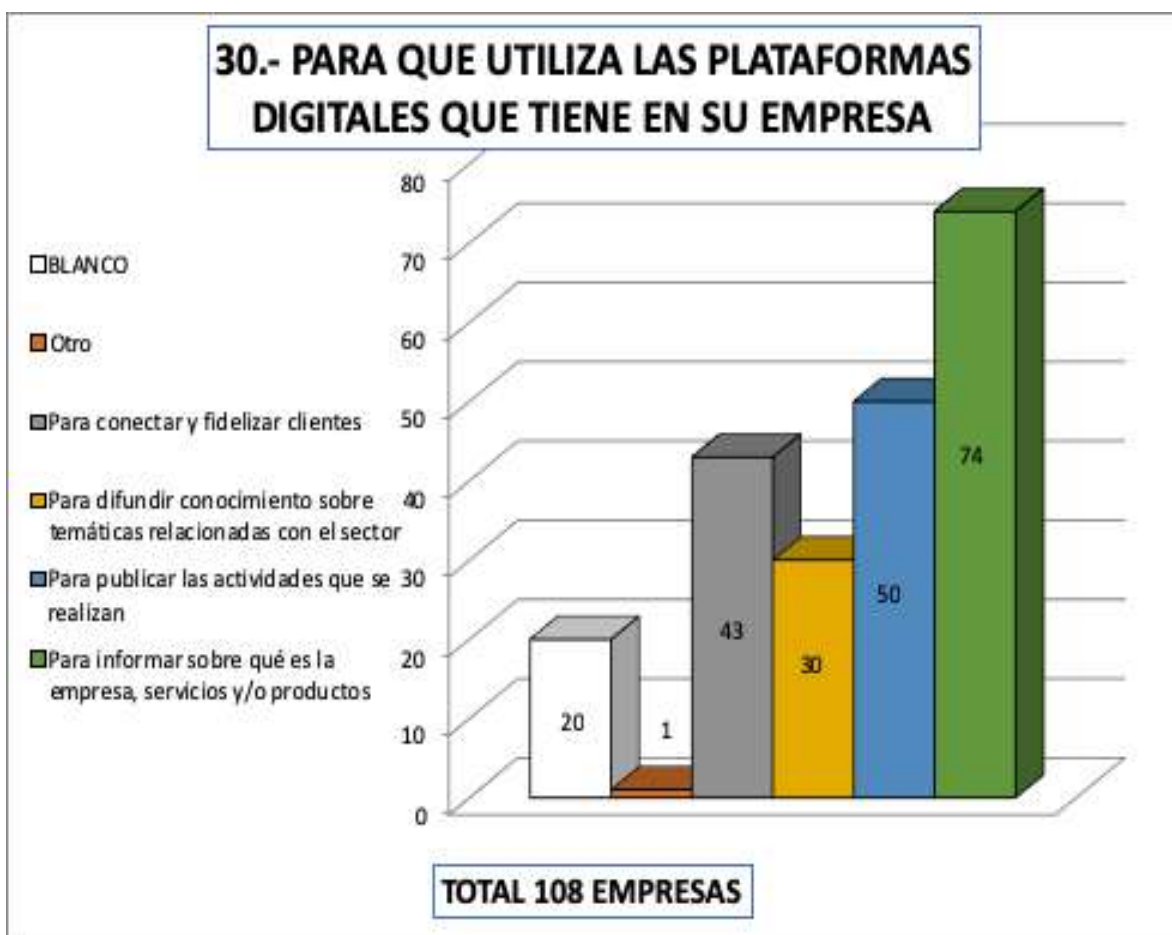
En conclusión, a esta cuestión se puede identificar que el foco de exposición pública por parte de las empresas se centra de forma predominante en su propia página web más de un 75% seguido muy de cerca por las redes sociales. Puede ser muy de interés con estar todas estas plataformas en un sistema de propagación comunicativo coordinado



30.- USO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES

A la cuestión de para qué se utilizan plataformas digitales dentro de la empresa gran parte de ellas responden de forma positiva a la de informar de productos servicios de la propia empresa (74 empresas) seguida por la publicación de actividades que realizan (50 empresas) y la conexión para fidelización de clientes (43 empresas) una parte relevante de ellas no responden a esta pregunta.

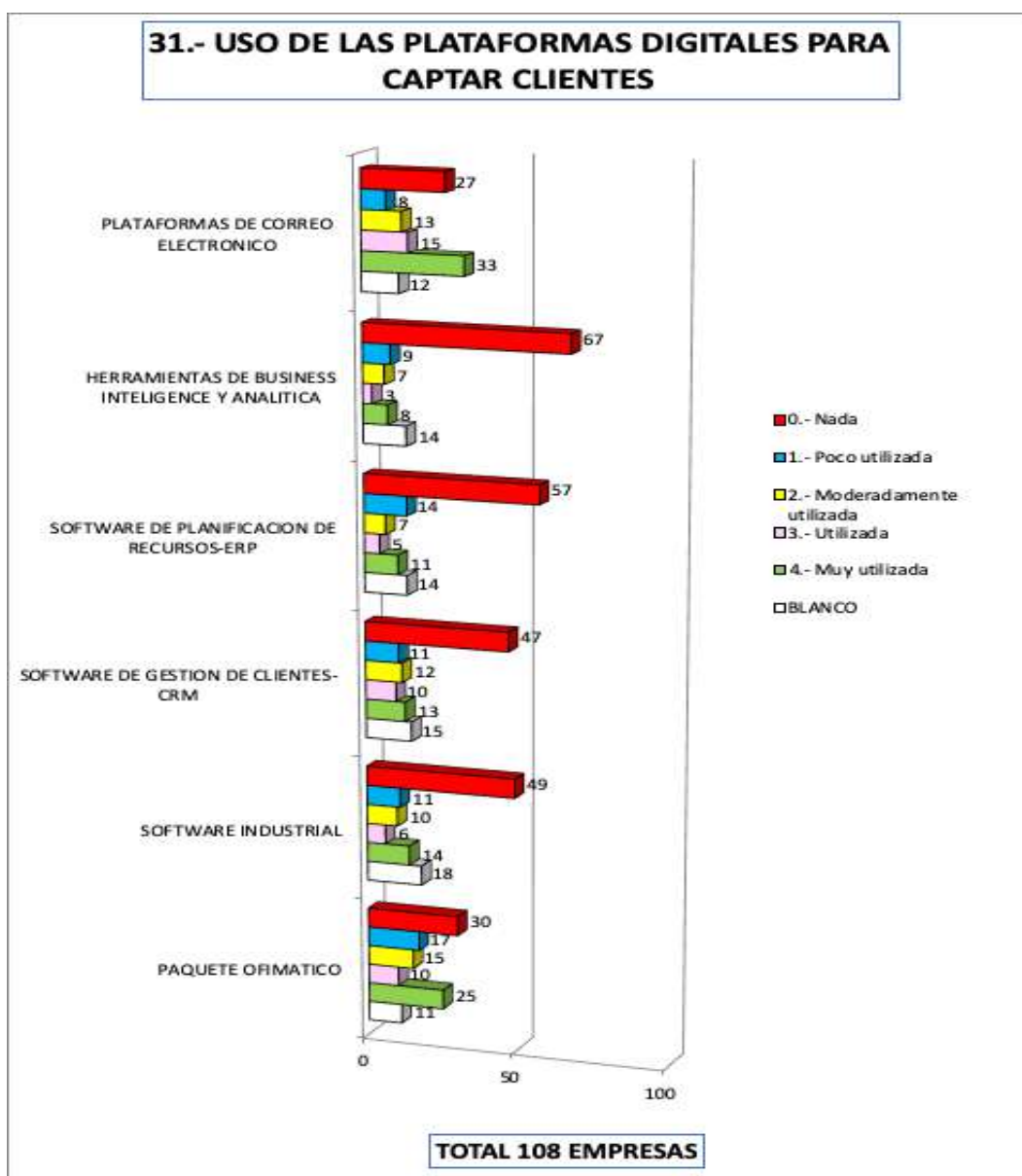
De esta cuestión se puede concluir que la mayor parte de las empresas tienen una orientación del empleo de sus plataformas digitales orientadas hacia al exterior para dar visibilidad al tipo de servicios o productos y actividades derivadas que puedan llegar a tener.



31.-USO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LA CAPTACIÓN DE CLIENTES

Como herramientas y plataformas para la captación de clientes se proponen esta cuestión distintas opciones desde aplicaciones nativas como software gestión de clientes donde la mayor parte de las empresas no lo utilizan hasta sistemas de gestión y facturación propios herramientas de inteligencia y analítica y gestores de comunicación como correo electrónico o software industrial.

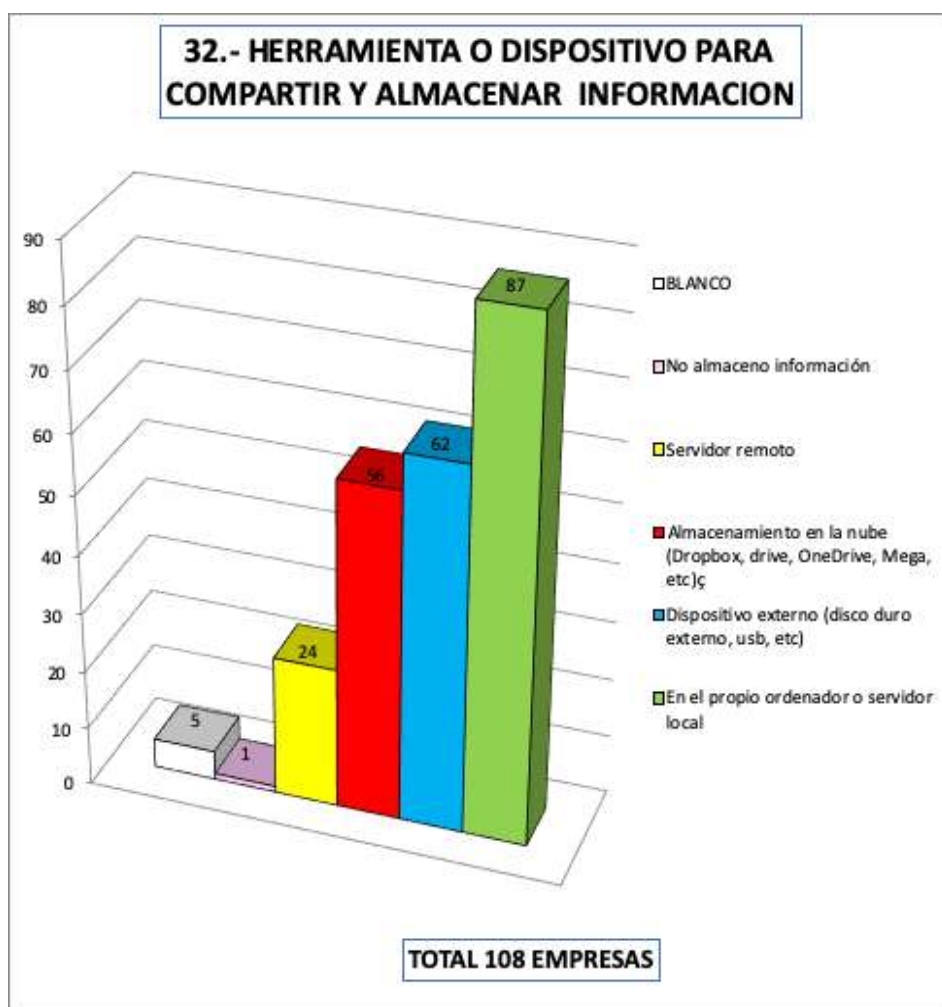
En esta cuestión resulta muy reseñable el hecho de que las empresas no utilicen sistemas de gestión de clientes ya sean independientes como CRMs o propios a recursos internos como ERP quizás se puede interpretar en una reformulación de la pregunta dado que es muy común que las ofertas queden integradas en el propio software de gestión de base de datos ya sea RP o CRMs, La única herramienta que de forma mayoritaria la gente considera que sí es utilizada y mucho son las plataformas de correo electrónico como sistema comunicativo para captar clientes.



32.-DISPOSITIVOS DE ALMACENAMIENTO DE INFORMACIÓN

Esta parte de la encuesta trata de dar respuesta a cómo las organizaciones se almacenan la información la mayor parte de ellas la hacen en ordenadores de forma local (87 empresas) o en el propio servidor mientras que seguidas cada vez más de cerca se plantean dispositivos de unidades externas como discos duros (62 empresas) o sistemas de almacenamiento en la nube (56) seguidas ya de forma lejana de servidores en remoto (24 empresas).

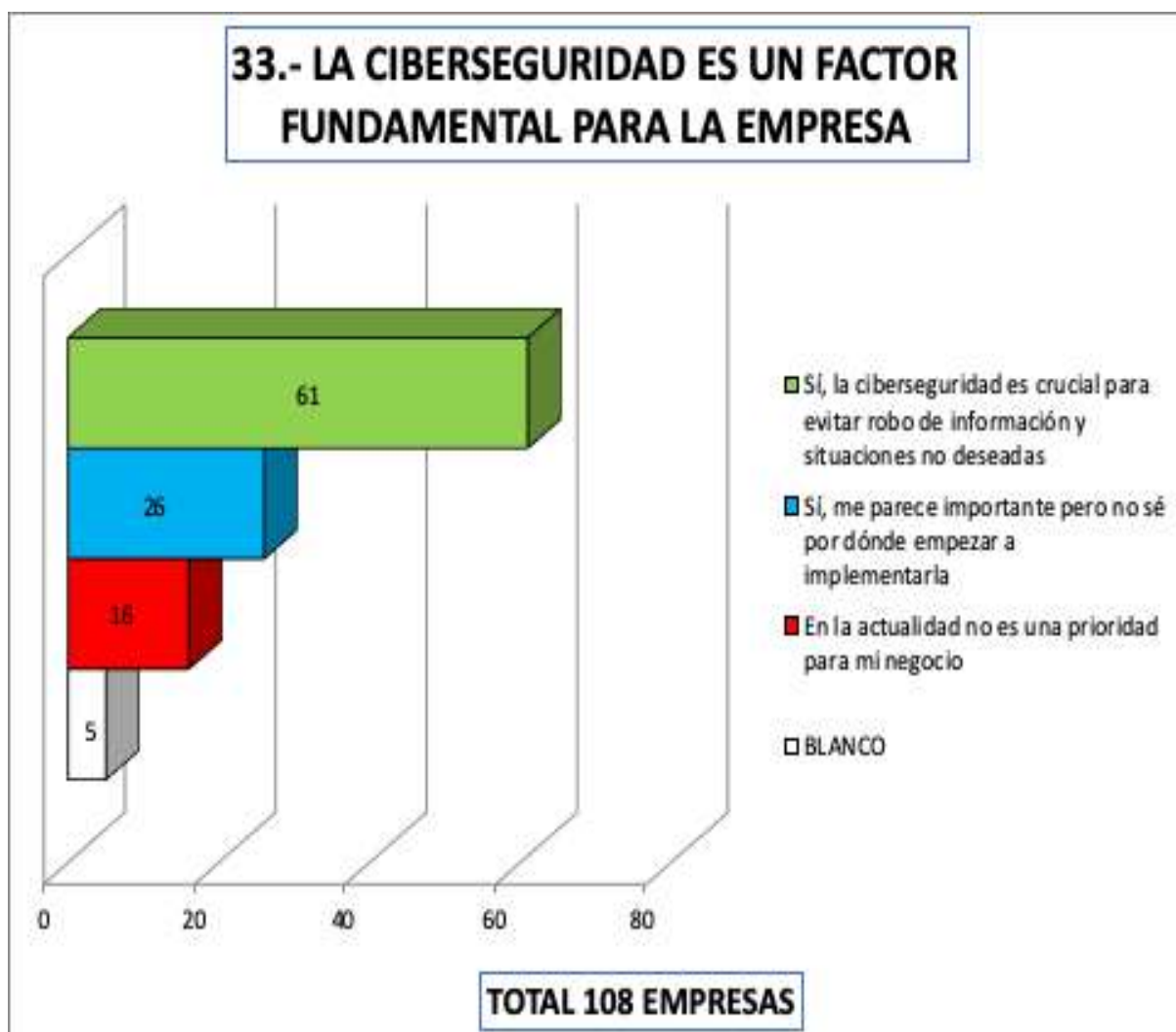
Resulta muy común que el dispositivo para almacenar la información sean los propios equipos de trabajo servidores u ordenadores (más del 75%) seguidos en bloques casi parejos de dispositivos propietarios como un disco duro o de almacenamiento deslocalizado como sistemas en la nube.



33.-IMPORTANCIA DE LA CIBERSEGURIDAD EN LA EMPRESA

En esta cuestión la mayor parte de empresas consideran que sí es importante la ciberseguridad dentro de las empresas sobre todo para evitar el robo de información y situaciones no deseadas (61 empresas), una parte menor consideran que es importante (26 empresas) pero desconocen cómo implementarla mientras que un número más reducido de ellas (16) consideran que no es una prioridad en su modelo de negocio.

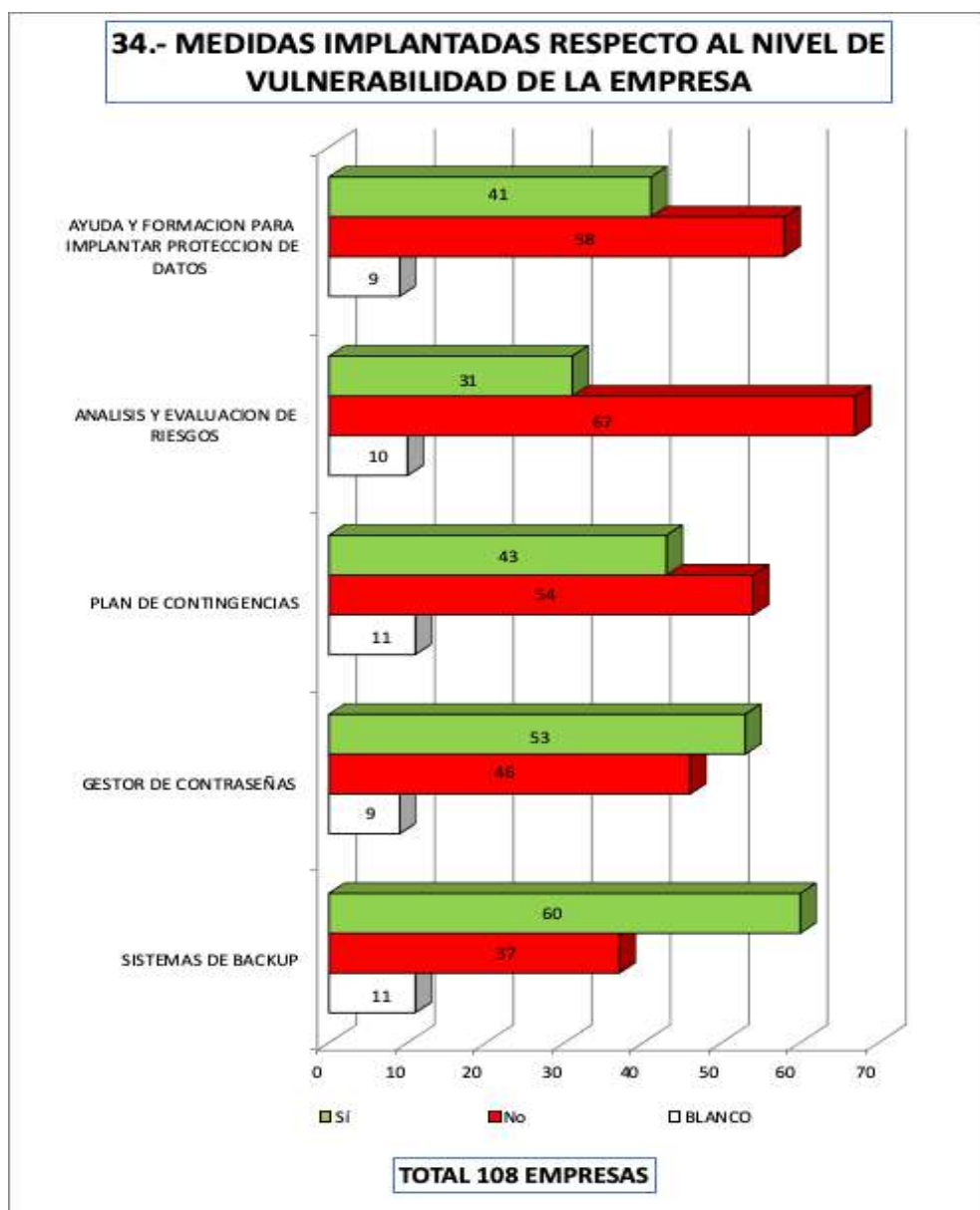
Se puede deducir que de una forma muy mayoritaria las empresas consideran que la ciberseguridad sí que es importante siendo de interés el intentar facilitar sistemas priorizados para su implementación.



34.- MEDIDAS IMPLANTADAS RESPECTO AL NIVEL DE VULNERABILIDAD

En esta cuestión se abordan medidas para minimizar el nivel de vulnerabilidad en la empresa la respuesta son variables siendo predominante Disponer de un buen sistema de copias de seguridad y backups, 60 empresas responden de forma afirmativa, como medida implantada seguidas de cerca por un buen gestor de contraseñas (53 empresa responden con y Sí). Ya de forma secundaria la formación y protección de datos junto con la evaluación de riesgos y los planes de contingencias en estos tres últimos aportados las empresas de forma general son mayoritarias en su no implantación.

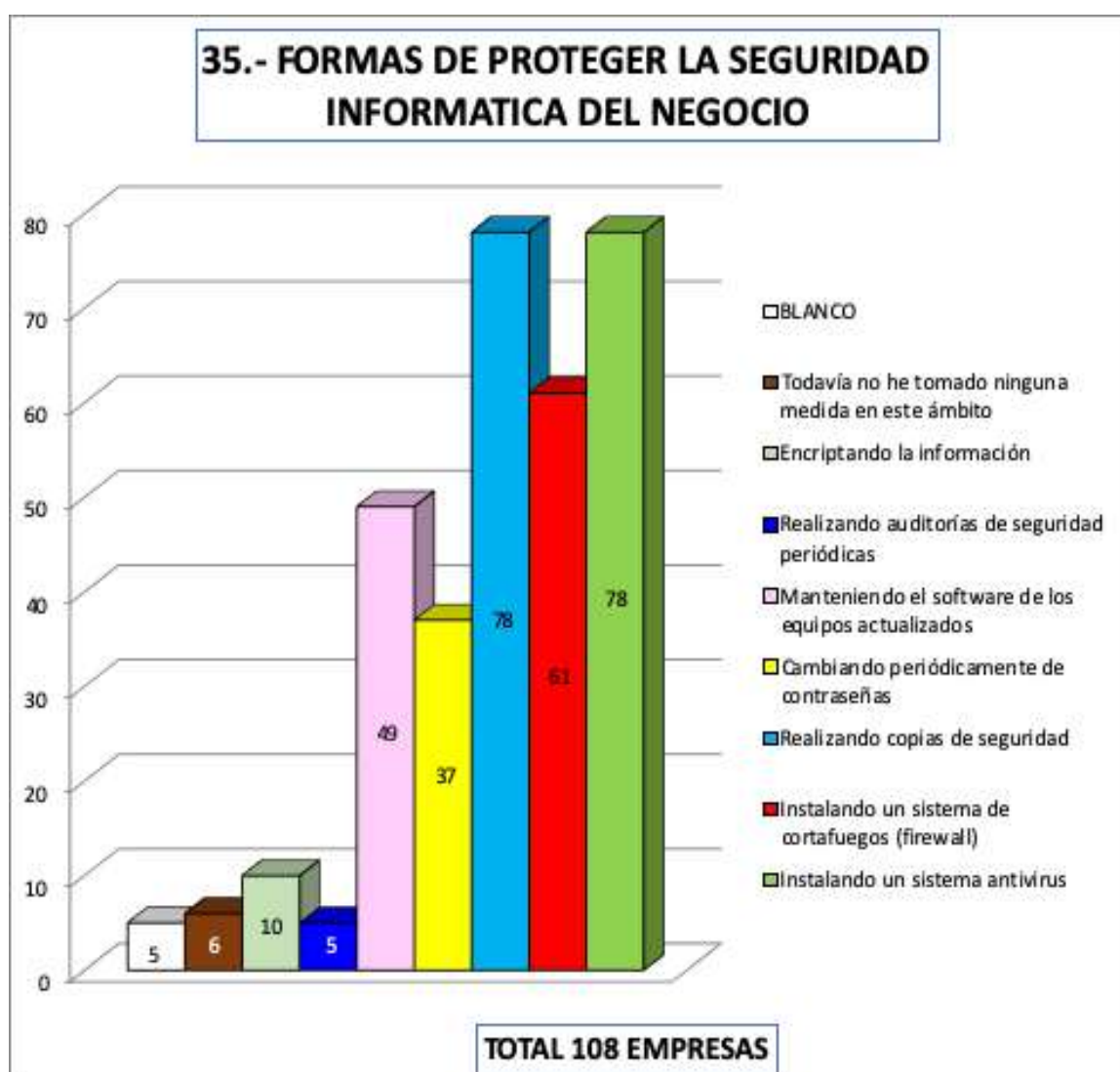
De los resultados de esta respuesta se deduce que los sistemas de copias de seguridad y la gestión de contraseñas es esto muy sensibilizadas dentro de las organizaciones mientras que planes de contingencias y evaluación de riesgos suele quedar más a un lado a la hora de desplegarlo como medidas para reducir la vulnerabilidad de las empresas.



35.- PROTECCIÓN DE LA SEGURIDAD INFORMÁTICA

Como formas de proteger la seguridad informática dentro de un negocio la mayor parte de empresas consideran que las mejores opciones son con un buen sistema de antivirus o haciendo copias de seguridad (87 empresas en cada caso) seguida de cerca por un cortafuegos que filtre posibles amenazas (61 empresas) y por un mantenimiento de software que pueda ser actualizado en los distintos equipos también se plantea como una opción el cambio periódico de contraseñas (en 10 o menos empresas así lo consideran) aspectos como la realización de auditorías de seguridad periódicas o el encriptado de información resultan minoritarios.

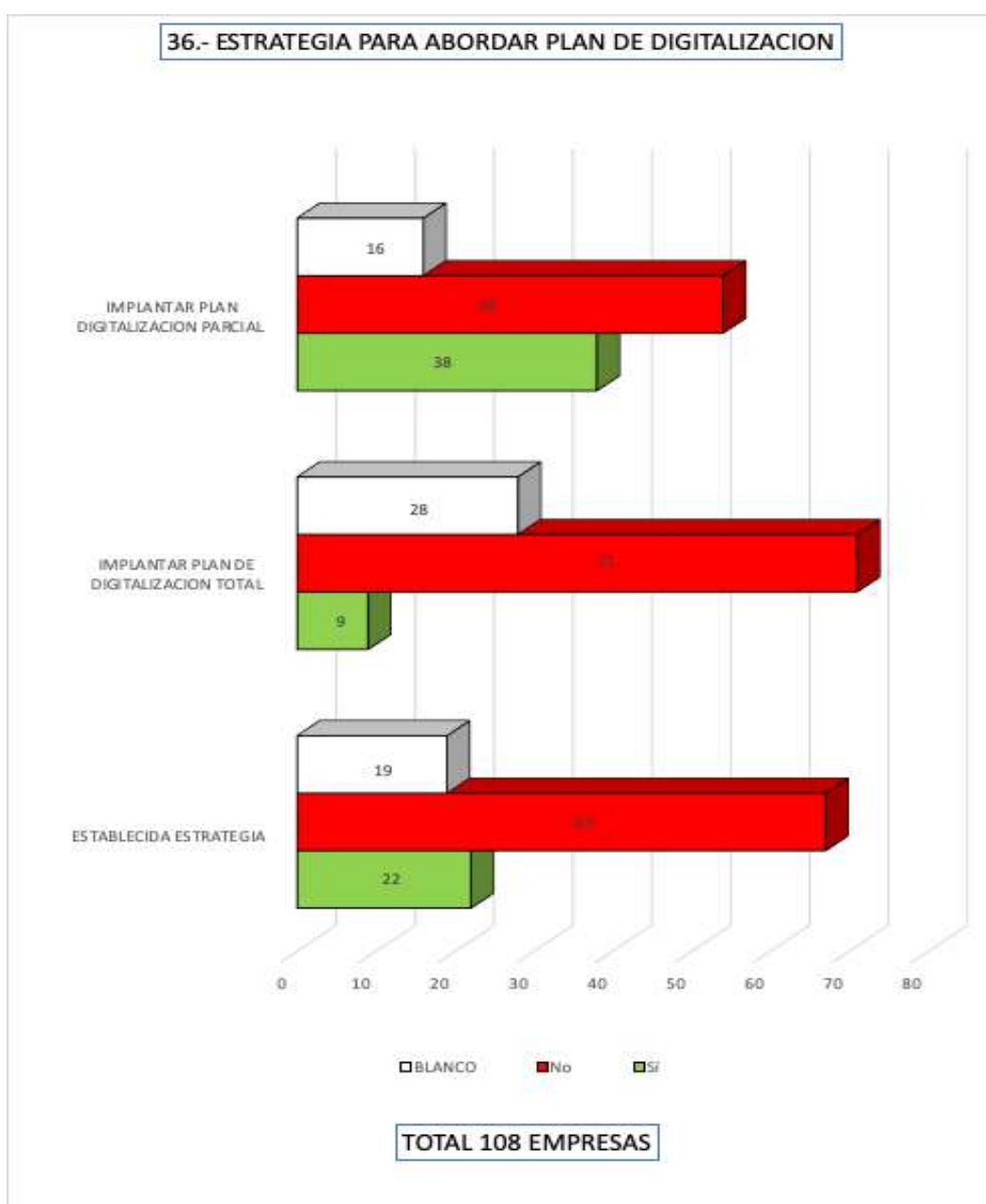
En el criterio empresarial resulta muy relevante una buena ejecución de copias de seguridad, así como antivirus actualizados y plenamente operativos ante futuras amenazas donde más del 50% de las empresas consideran que son la mejor forma de proteger la seguridad informática del negocio seguido de sistemas cortafuegos.



36.-ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN

Ante la cuestión de si es de interés una estrategia para abordar el plan de digitalización de forma mayoritaria. Las empresas consideran que “No” aunque varía la forma para hacerlo, la mayor parte de ellas consideran que puede ser predominante un plan de digitalización total (71 empresas) seguido de una integración en una estrategia (67 empresas) y por último trazar un plan de digitalización parcial (54 empresas). Es relevante las respuestas en blanco dónde a la opción de establecer “un plan de digitalización total” 28 empresas consideran que se identifican sin criterio al respecto.

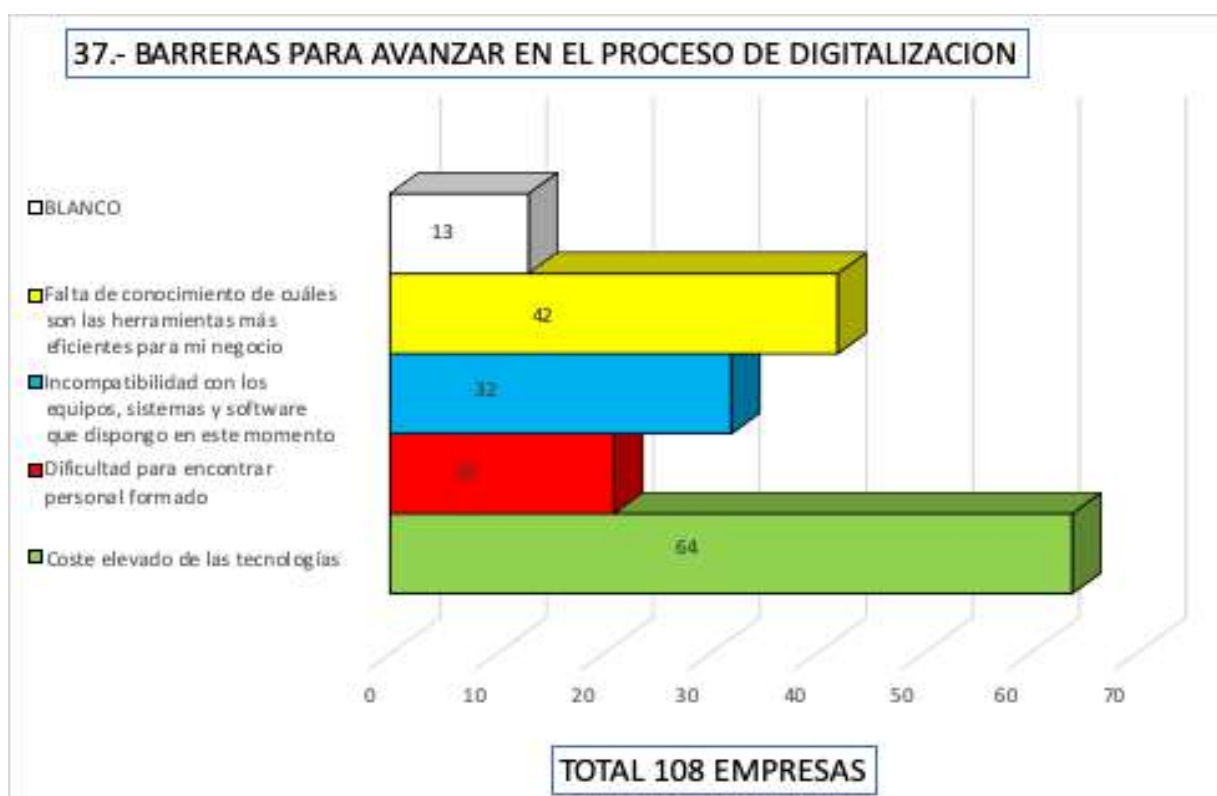
Es concluyente que la mayor parte de empresas apuestan por digitalizar la organización el cómo hacerlo ya resulta variable pero el marcar una estrategia es positiva desde distintos enfoques especialmente con un plan de digitalización total.



37.- BARRERAS EN LA IMPLANTACIÓN DE LA DIGITALIZACIÓN

Como barreras a los procesos de digitalización gran parte de las empresas consideran que el coste de implantación de nuevas tecnologías es elevado (64 empresas) seguido por una falta de conocimiento de herramientas que hagan que los procesos de negocio sean más eficientes (42 empresas) y considerando que hay incompatibilidad entre equipos sistemas y software para un buen despliegue del proceso de digitalización teniendo en cuenta las herramientas actuales de la propia empresa según 32 empresas.

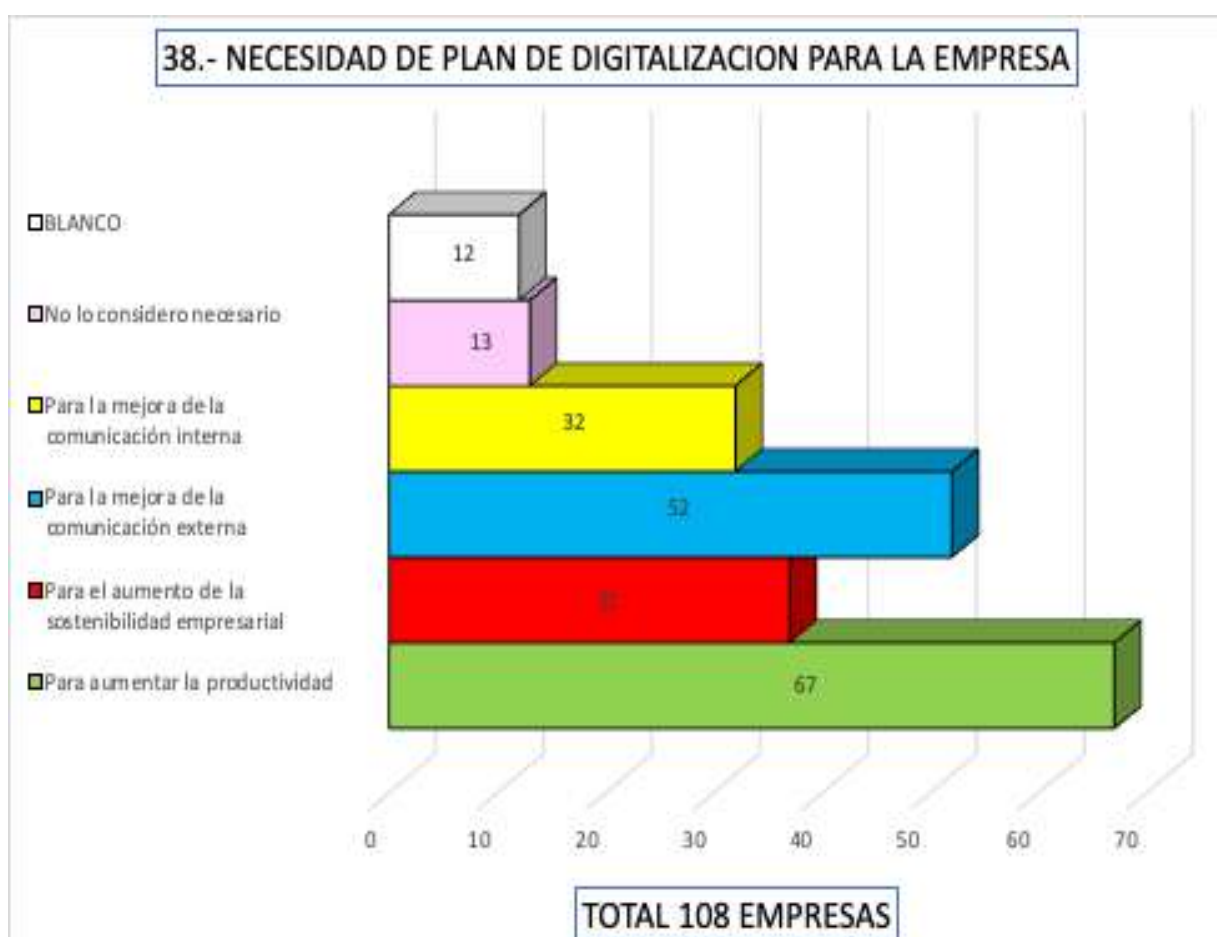
En el gráfico se observa que es muy elevada la porción de empresas que consideran que la implantación de nuevas tecnologías tiene coste elevado seguido por una falta de conocimiento de herramientas que puedan ser aplicables.



38.-NECESIDAD DE PLAN DE DIGITALIZACIÓN

A la cuestión de si es de interés un plan de digitalización en la empresa de forma mayoritaria las empresas consideran que puede aumentar la productividad (67 empresas) seguido de cerca por mejorar la comunicación externa (52 empresas) y la sostenibilidad empresarial (37 empresas) teniendo en cuenta que también puede ser de interés para aumentar la comunicación interna (32 empresas) hay un bloque quizás más relevante que en otras cuestiones de la encuesta donde se considera que el plan de digitalización de la empresa no es necesario (llegando a las 13 empresas).

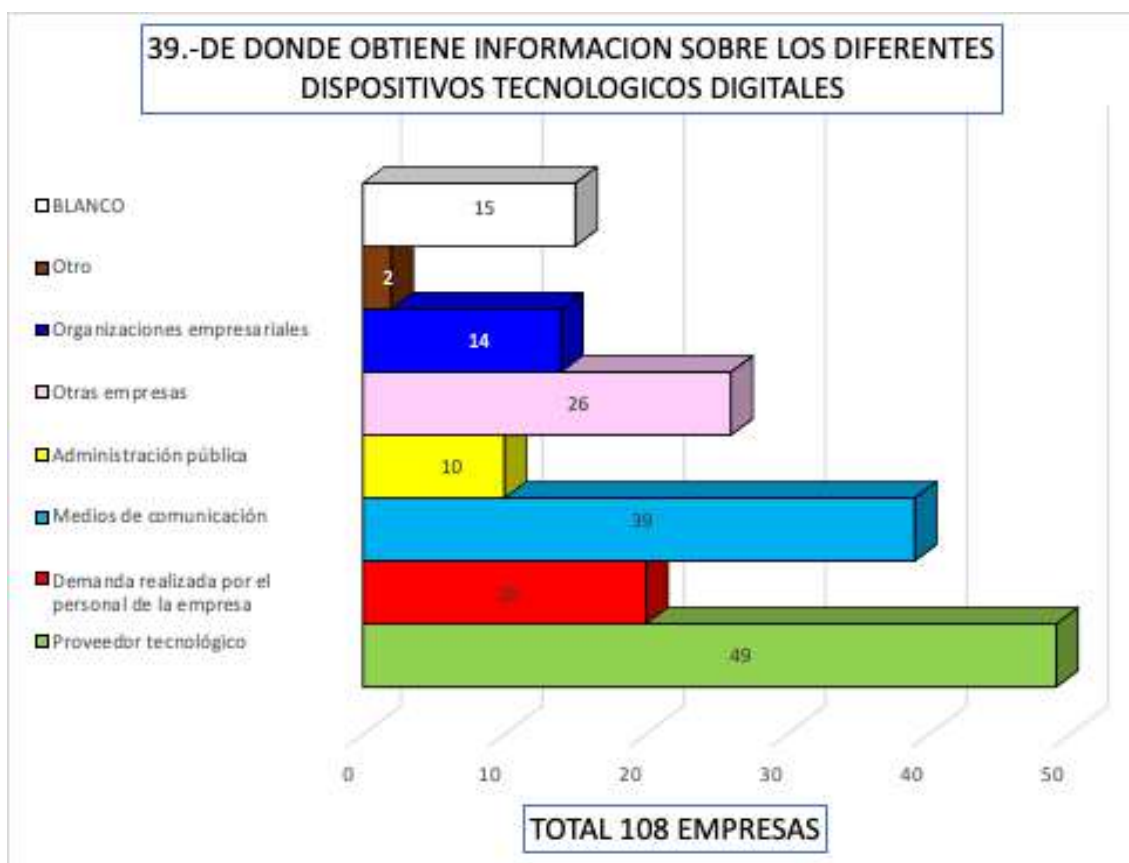
Se puede observar que el aumento de la productividad (más del 50% de las empresas a sí lo consideran) es uno de los aspectos donde las empresas consideran que el plan de digitalización es de interés hay múltiples enfoques en este aumento por ejemplo automatización de procesos reducción de tiempos y costes la comunicación externa también es considerada como fundamental en las empresas más de la mitad de ellas consideran que se puede mejorar esta comunicación externa con el plan de digitalización siendo los dos apartados más importantes.



39.- OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS DIGITALES

Los resultados de este apartado muestran que para obtener información asociada a soluciones y dispositivos de ámbito tecnológico y digital suelen ser las empresas y proveedores tecnológicos (49 empresas) el entorno predominante seguido de medios de comunicación (39 empresas) y otras empresas donde se hayan podido implantar (26 empresas). de forma minoritaria también se consideran fuentes para obtener información a la Administración Pública asociaciones empresariales siendo también relevante aquellas empresas que no responden a esta cuestión.

Como conclusión de este apartado se puede observar que los proveedores tecnológicos y los medios de comunicación son las fuentes de obtención de información más relevantes para las empresas encuestadas.



40.- NECESIDAD DE INCENTIVOS PARA IMPULSAR LA DIGITALIZACIÓN

De las 108 empresas encuestadas se identifica que una fiscalidad más simple y favorable (68 empresas), la concesión de subvenciones en sus distintas variantes (64 empresas) y la reducción de trámites administrativos (51 empresas) suponen incentivos para impulsar la digitalización seguidas en menos del cincuenta por ciento por la concesión de préstamos blandos y otro tipo de incentivos.

En conclusión, de forma mayoritaria una fiscalidad más favorable puede incentivar la digitalización seguida de cerca por la concesión de subvenciones y la simplificación de trámites administrativos, En estos aspectos más del cincuenta por ciento de las empresas coinciden como forma eficaz para incentivar la digitalización.

