



# OBSERVATORIO CEGOS

## Región de Murcia reacciona



# Observatorio Cegos 2022

## Región de Murcia Reacciona

Cómo el tejido empresarial de Levante está reaccionando a los cambios en un entorno VUCA-BANI

### Nuestro Punto de partida:

El Grupo Cegos dispone de un histórico de análisis de las organizaciones y los profesionales desde el punto del desarrollo a través del Observatorio Cegos

El Observatorio Cegos 2022 ha puesto foco en el impacto de la Covid-19 y la evolución del entorno VUCA-BANI. Algunas de las conclusiones:

- El 45% de los puestos de trabajo se quedarán obsoletos en los próximos 3 años
- El 72% de los responsables consideran que el cambio y la adaptación debe venir desde dentro y con la adaptación de habilidades, puestos, procesos, etc.

### Nuestro Objetivo:

- Analizar como el tejido empresarial local está reaccionando a los cambios del entorno que nos exige una nueva forma de actuar.
- Recoger las tendencias y mejores prácticas para impulsar el tejido empresarial.

Que el entorno en el que vivimos es volátil, incierto, cambiante, e imprevisible es un hecho.

En estos momentos más que nunca, las empresas necesitan conocer en qué punto de adaptación a estos cambios se encuentran, así como cuál es la hoja de ruta que pueden seguir para no caer en la obsolescencia.

Por eso, este año hemos impulsado desde **Cegos** junto a nuestros partners, el **Club de Recursos humanos**, **Las Naves**, **El Club de las Buenas Decisiones** y **Asociación Dirección Humana**, un estudio que permita tomar el pulso al tejido empresarial de la zona de Levante y lo ponga en referencia a los retos a los que se enfrentarán, o se están enfrentando, como organizaciones del futuro. Porque queremos ayudar a acelerar el éxito de las organizaciones. Y para nosotros éxito equivale a excelencia en la gestión, la innovación y la Sostenibilidad.

Hemos construido un modelo que facilita las rutas a todo tipo de organizaciones y empresas, en el que hemos fijado 4 elementos estructurales de la gestión: **Cientes**, **Operaciones**, **Talento** y **Liderazgo** y los hemos cruzado con las tres nuevas realidades: nuevas **tecnologías**, nuevos **valores** y nuevos modelos y oportunidades de **negocio**. El cruce de los elementos con los cambios en las condiciones nos da 12 puntos a considerar para nuestra ruta. Son los **12 satélites** que hemos puesto en el aire que monitorizan asuntos como la experiencia de clientes, la innovación, el empoderamiento, la robotización, la organización 4.0 o la estrategia de responsabilidad social. Dependiendo del tamaño y del sector de la empresa u organización hay satélites que emiten la señal intensamente y otros que lo hacen con sombras.

**Gracias** a todos los partners, socios y aliados que nos han ayudado a difundir la encuesta y conseguir altos niveles de respuesta. Y, por su puesto, gracias a todos los que han participado en el estudio por facilitarnos datos sobre cómo están reaccionando a estas nuevas realidades, más de **600 responsables** y un total de **200 organizaciones** analizadas.

# Modelo REACCIONA de las Organizaciones del Futuro

El Modelo REACCIONA de las Organizaciones del Futuro combina de manera matricial tres elementos fundamentales que enmarcan el grado en que una organización se encuentra “tonificada” para el futuro.

- Por un lado, recoge las tres nuevas realidades que sintetizan los grandes cambios que en la actualidad están viviendo los diferentes mercados: **Nuevas Tecnologías, Nuevos Valores de las Personas, y Nuevos Modelos de Negocio.**
- Por otro, identifica los principales ámbitos de impacto de estas nuevas tendencias en la gestión y desarrollo de la organización: Cliente, Operaciones, Talento y Liderazgo. En este sentido esta estructura podría ser asociable a algunas funciones clave en un “organigrama tipo”:
  - **Cliente.-** Dirección Comercial, Dirección de Marketing, Dirección de Negocios o Red
  - **Operaciones.-** Dirección de Producción, Dirección de Logística, Dirección Medioambiente
  - **Talento.-** Dirección de Personas, Dirección de Transformación
  - **Liderazgo.-** Dirección General, Dirección de Responsabilidad Social Corporativa.

*(Las Direcciones de Tecnología y Financiera han sido consideradas transversales y de soporte indispensable para el desarrollo de los Retos)*
- Por último, en cada uno de los cruces (Nuevas realidades-Estructura) se concentran los **12 Retos del Futuro** que las organizaciones deben considerar en su evolución. Estos retos suponen la unidad de medida para la acción y, en consecuencia, el Modelo REACCIONA ofrece posibles pautas para su gestión.



# Resumen de conclusiones

# Datos de participación

Sector	% respuestas
Industria	33,84 %
Servicios	28,79 %
TIC	9,09 %
Fundaciones, organizaciones sin ánimo de lucro	6,57 %
Construcción e Inmobiliarias	5,05 %
Administraciones y Entidades Públicas	3,54 %
Educación	3,54 %
Sanidad	3,54 %
Banca y Seguros	2,53 %
Transporte	2,53 %
Energía y Utilities	1,01 %

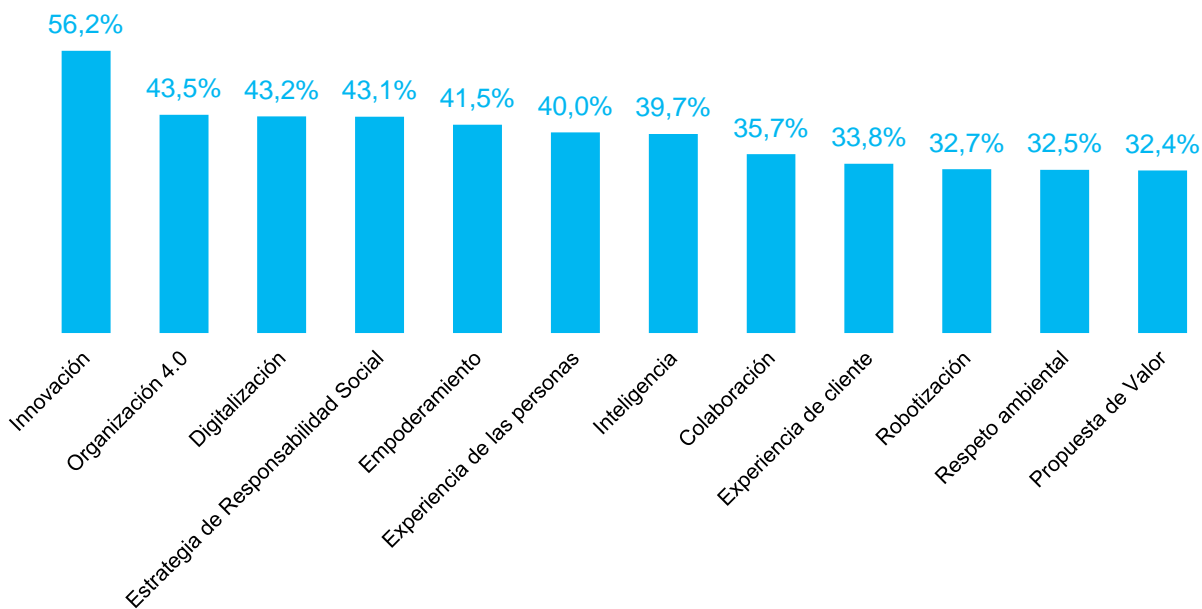
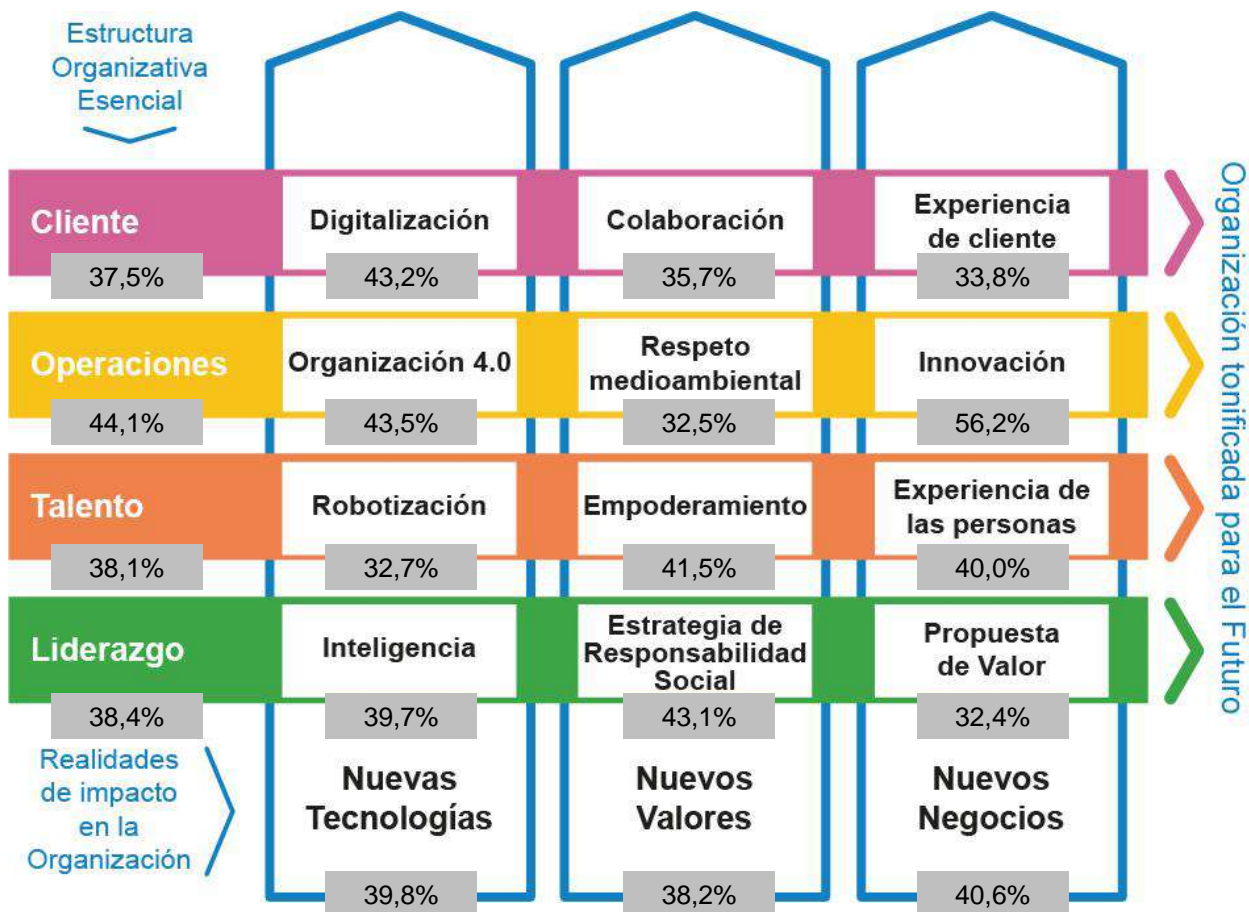
Tamaño	% respuestas
1-5 personas	17,68 %
6-50 personas	24,24 %
51-249 personas	27,27 %
250-1.000 personas	15,66 %
Más de 1.000 personas	15,15 %

Provincia del domicilio social	% respuestas
Alicante	44,95 %
Castellón	16,67 %
Valencia	15,66 %
Región de Murcia	14,14 %
Resto	8,59 %

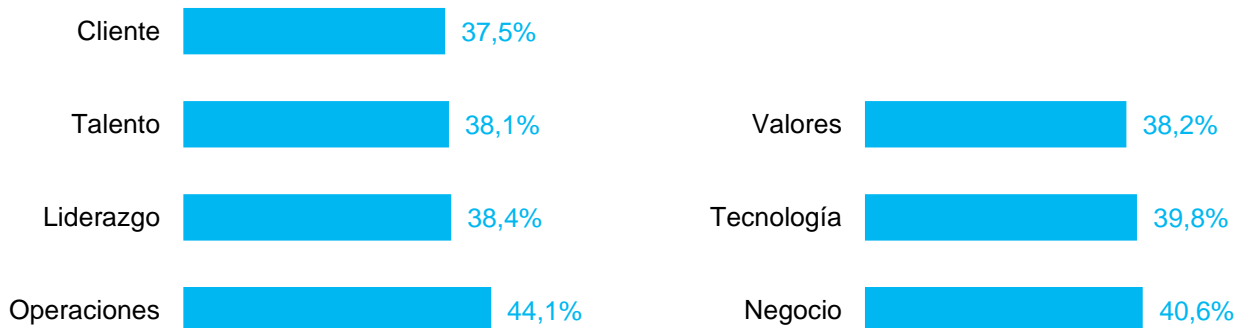
Total de participación: 570 participaciones

# Resultados globales del estudio

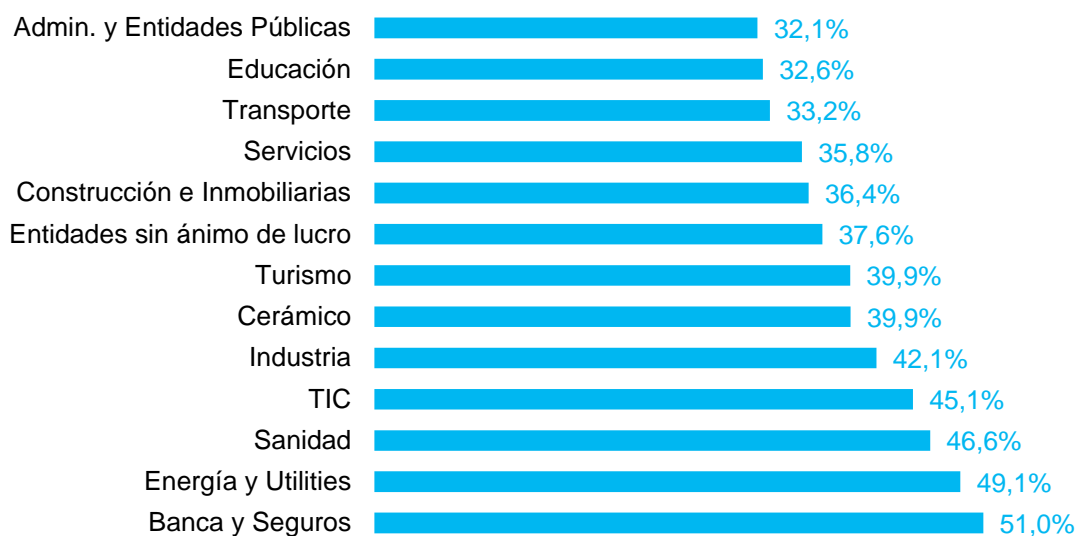
Resultado Global REACCIONA 39,5%



# Resultados globales del estudio



## REACCIONA por sectores



## REACCIONA por tamaño de organización





# 5 conclusiones globales del estudio

**1** Cerca del punto de inflexión, en el segundo cuartil del recorrido.

El nivel de cumplimiento medio de gestión de las nuevas realidades es del 39%

**2** Las organizaciones responden con niveles similares de gestión ante las nuevas realidades que condicionan el futuro

Las nuevas tecnologías, los nuevos valores de las personas y las nuevas oportunidades en los negocios se desarrollan con un nivel de gestión similar (39%)

**3** Sin embargo hay gaps entre distintas funciones de la estructura orgánica

Dirección de Operaciones es quien mejor está gestionando el futuro (44%), la Dirección de Recursos Humanos es quien tiene mayor recorrido de mejora (38%)

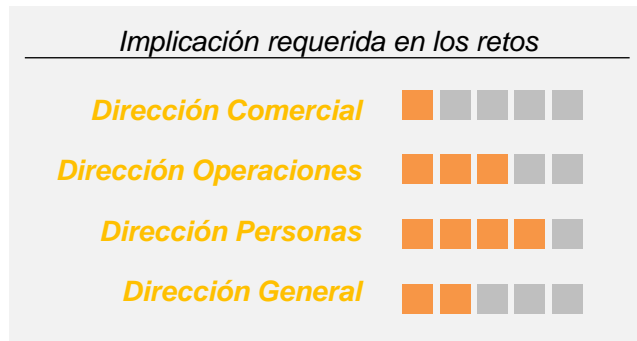
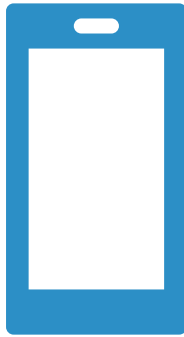
**4** Las extendidas estrategias de Innovación, Organización 4.0, Digitalización o la Estrategia de RSC han calado

Son los Retos del Futuro que presentan mayores niveles de gestión

**5** Sin embargo aún queda recorrido en el desarrollo de la Experiencia del cliente, la Robotización, el Desempeño ambiental o el desarrollo de Propuesta de Valor

Son los Retos del Futuro que presentan menores niveles de gestión

## 4 recomendaciones relacionadas con las nuevas tecnologías



1

En la **selección de personas** desarrollar:

- Gestión de currículums y proceso de selección en plataforma electrónica
- Análisis en redes sociales del candidato
- Pruebas de destrezas digitales a los candidatos

5/10 utilizan plataforma electrónica

Menos de 2/10 realiza pruebas de destreza digital

2

Ampliar el **uso de las nuevas tecnologías** en la producción; pe. realidad virtual o blockchain

Alta implantación de nuevas tecnologías para la gestión de datos

Baja implantación de blockchain, impresión en 3D y realidad virtual / aumentada

3

Gestionar el impacto de la robotización en las personas yendo **más allá de la formación de uso de las nuevas tecnologías**; reubicación de las personas o replanteando objetivos de productividad

Más de 4/10 forman a las personas en las nuevas tecnologías

Más de 4/10 no realiza ninguna acción relevante

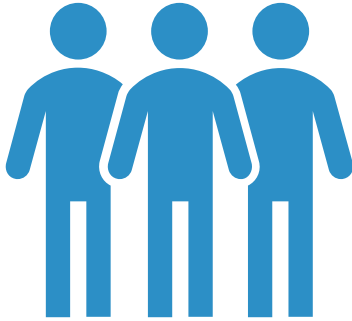
4

Ampliar el uso de **datos predictivos** yendo más allá de los económicos y operacionales; pe. comerciales, de marca o de percepción de clientes y empleados

7/10 predicen datos económicos

Menos de 2/10 lo realiza

## 4 recomendaciones relacionadas con los nuevos valores de las personas



**1** Incrementar la capacitación de las personas con mando **para empoderar** a sus equipos y personas

6/10 desarrollan la capacidad a través de formación de los líderes

2/10 no realizan esta capacitación

**2** Aprovechar los nuevos hábitos de los clientes **relacionados con la colaboración** (pe. compartir coche en BlaBlaCar o alojamiento en Airbnb) por ejemplo, comenzando por un análisis de impacto en su actividad

7/10 no hacen ninguna acción concreta

**3** Extender acciones de **desarrollo medioambiental** a través de modelos contrastados (ISO, EMAS)

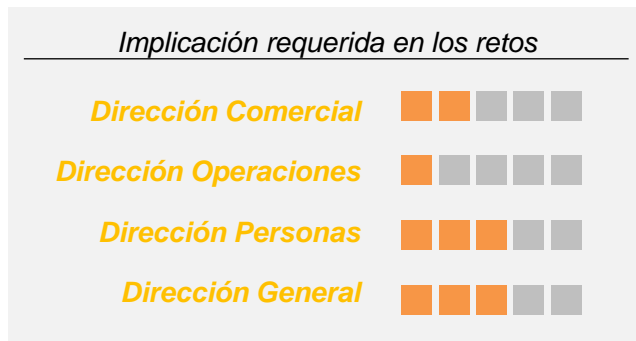
4/10 despliegan sistemas ISO 14001

1/10 despliega Certificado EMAS

**4** **Proporcionar más información** a los Grupos de Interés yendo más allá de los datos corporativos básicos

1/10 publica información financiera y no financiera siguiente estándares como GRI

## 3 recomendaciones relacionadas con los nuevos negocios



**1** Avanzar en **desarrollo de la experiencia de cliente** yendo más allá de la medición de satisfacción; pe. diseñando experiencias o capacitando los procesos internos que las generan

6/10 miden la satisfacción a través de encuestas

1/10 diseñan Journey Maps para generar la mejor experiencia

**2** Complementar los actuales mecanismos de medición de percepción de las personas con **medidas de su experiencia** y de la calidad del servicio interno recibido

5/10 miden la satisfacción de acciones formativas
















2/10 valoran sus servicios internos

**3** **Calibrar con datos la Propuesta de Valor** que contrasten su utilidad para el cliente, su diferenciación vs. competidores, su apalancamiento en un punto fuerte de la Compañía y su rentabilidad








3/10 calibran la diferenciación frente a otras propuestas de valor del empleado

3/10 miden el grado de utilidad para el cliente

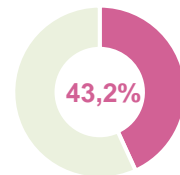
# Relación de principales recomendaciones por Dirección

Reto			
<b>D. Comercial</b>			
Aprovechar los nuevos hábitos de los clientes <b>relacionados con la colaboración</b> (pe. compartir coche en BlaBlaCar o alojamiento en Airbnb) por ejemplo, comenzando por un análisis de impacto en su actividad			
Avanzar en desarrollo de la experiencia de cliente <b>yendo más allá de la medición de satisfacción</b> ; pe. diseñando experiencias o capacitando los procesos internos que las generan			
Avanzar en complementar los actuales mecanismos de medición de percepción de las personas con <b>medidas de su experiencia y de la calidad del servicio</b> interno recibido			
<b>D. Operaciones</b>			
Ampliar el <b>uso de las nuevas tecnologías</b> en la producción; pe. realidad virtual o blockchain			
Extender acciones de <b>desarrollo medioambiental</b> a través de modelos contrastados (ISO, EMAS)			
<b>D. Personas</b>			
En la <b>selección de personas</b> desarrollar: Gestión de currículums y proceso de selección en plataforma, electrónica, Análisis en redes sociales del candidato, Pruebas de destrezas digitales a los candidatos			
Gestionar el impacto de la robotización en las personas <b>yendo más allá de la formación de uso de las nuevas tecnologías</b> ; reubicación de las personas o replanteando objetivos de productividad			
Incrementar la capacitación de las personas con mando <b>para empoderar</b> a sus equipos y personas			
Avanzar en complementar los actuales mecanismos de medición de percepción de las personas con <b>medidas de su experiencia y de la calidad del servicio</b> interno recibido			
<b>Dirección General</b>			
Ampliar el uso de <b>datos predictivos</b> yendo más allá de los económicos y operacionales; pe. comerciales, de marca o de percepción de clientes y empleados			
Avanzar en proporcionar información a los Grupos de Interés <b>yendo más allá de los datos corporativos básicos</b>			
<b>Calibrar con datos la Propuesta de Valor</b> que contrasten su utilidad para el cliente, su diferenciación vs. competidores, su apalancamiento en un punto fuerte de la Compañía y su rentabilidad			

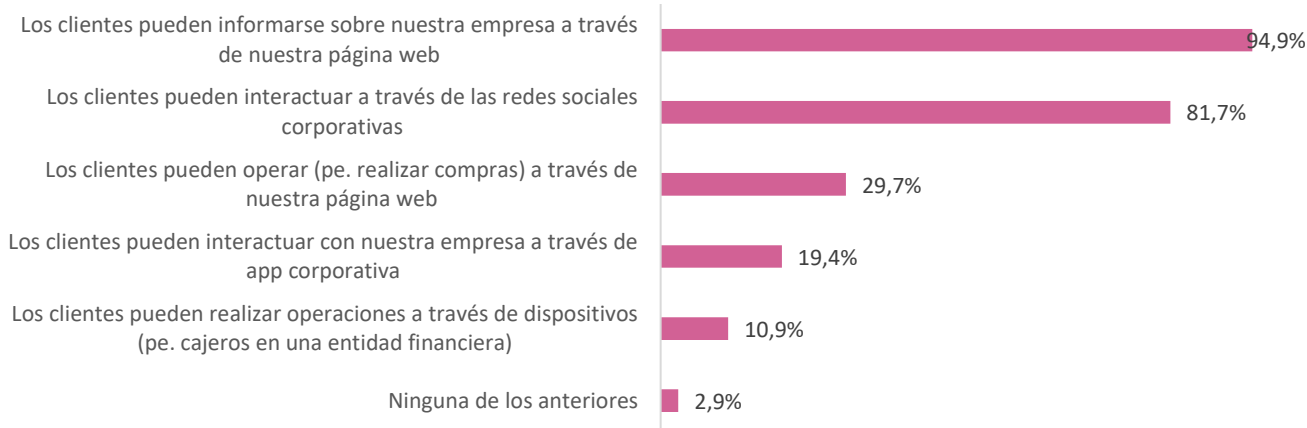
# Top 5 ámbitos mejor gestionados entre todos los Retos del Futuro

Ámbito de gestión	Función			
<p><b>1. Gestión de comentarios en Redes Sociales</b>  <i>Uso, no extendido, de la figura de Community Manager</i></p>	Dirección Comercial			
<p><b>2. Enfoque para el desarrollo de la innovación</b>  <i>Extendida conceptualización de la innovación en productos, procesos y tecnología</i></p>	Dirección Operaciones			
<p><b>3. Descripción de las funciones de las personas</b>  <i>Extendida normalización de sus atribuciones de las personas</i></p>	Dirección Personas			
<p><b>4. Relación con el cliente a través de canales digitales</b>  <i>El canal más utilizado es la página web corporativa</i></p>	Dirección Comercial			
<p><b>5. Estrategia de Responsabilidad Social Corporativa</b>  <i>Algunas organizaciones desarrollan iniciativas de Sostenibilidad integradas con su estrategia</i></p>	Dirección General			

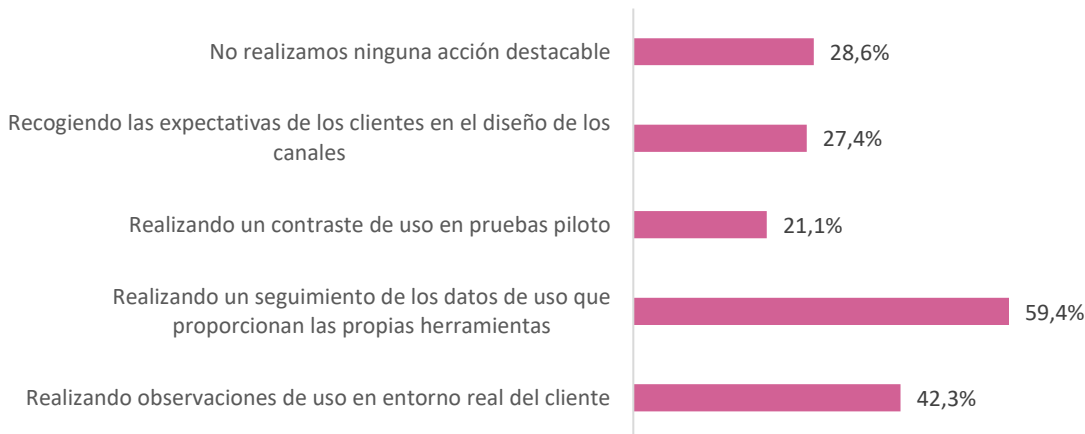
# Resultados de los Retos del Futuro



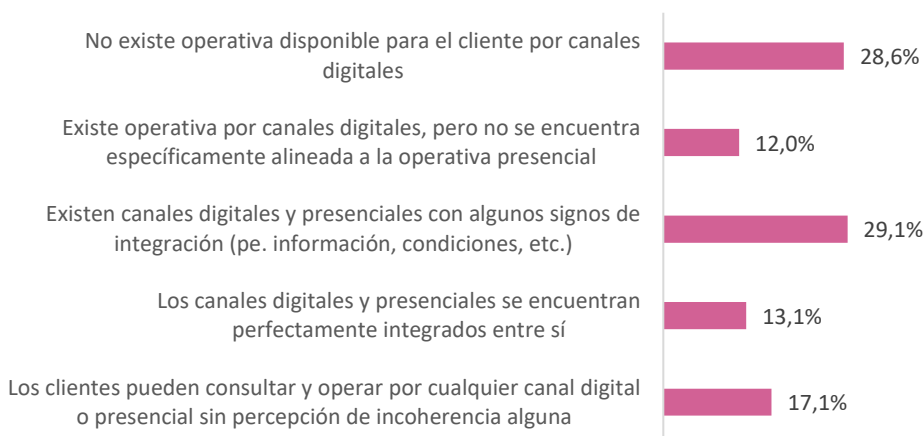
## ¿A través de qué canales digitales puede relacionarse el cliente con su Organización?



## ¿De qué manera se desarrolla la mejor usabilidad de los canales digitales?



## ¿Cómo se integran entre sí los canales no presenciales y presenciales en la relación con el cliente?



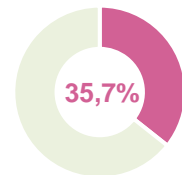
- De manera masiva, las organizaciones utilizan el canal web para relacionarse con el cliente. Es clave avanzar hacia el despliegue de entornos donde el cliente pueda, además de consultar, operar y realizar transacciones. En este sentido, en el diseño de estos canales es fundamental implicar al cliente observando sus necesidades, contemplando sus opiniones y contrastando sus gustos.
- Por otro lado, es fundamental avanzar en la integración de operativas entre los canales digitales y no digitales de tal manera que el cliente perciba homogeneidad y coherencia.



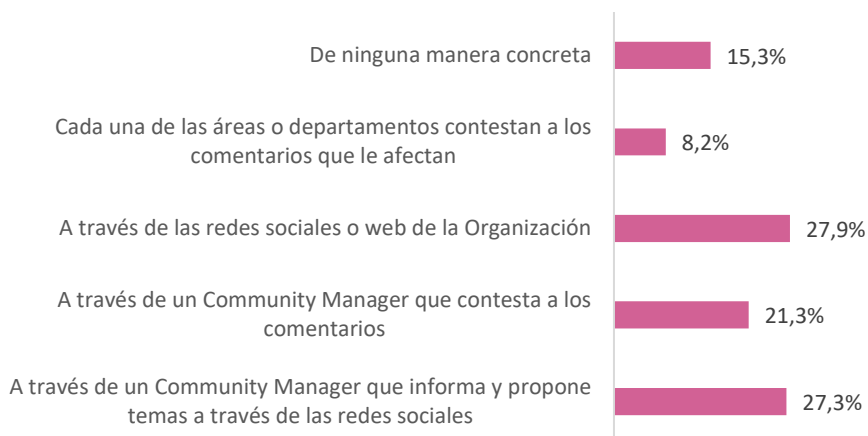


# Colaboración

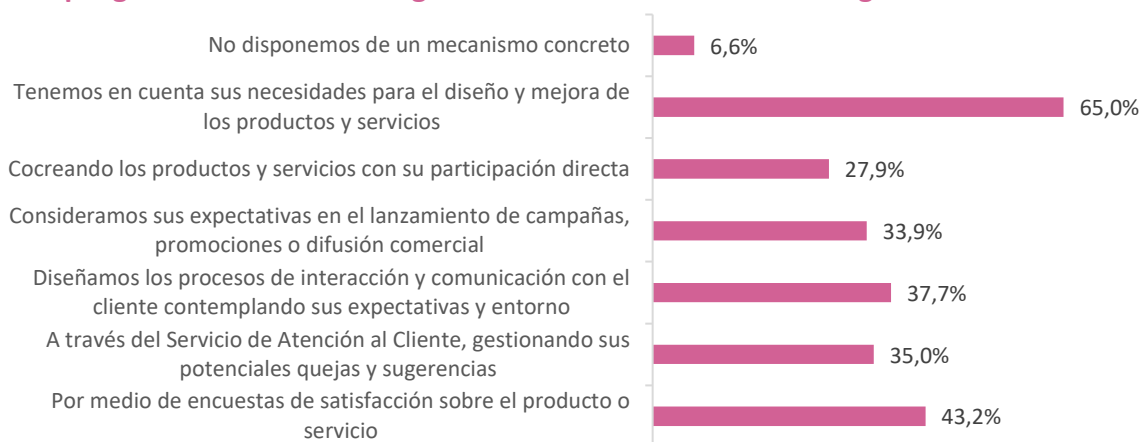
Los clientes están más conectados entre sí



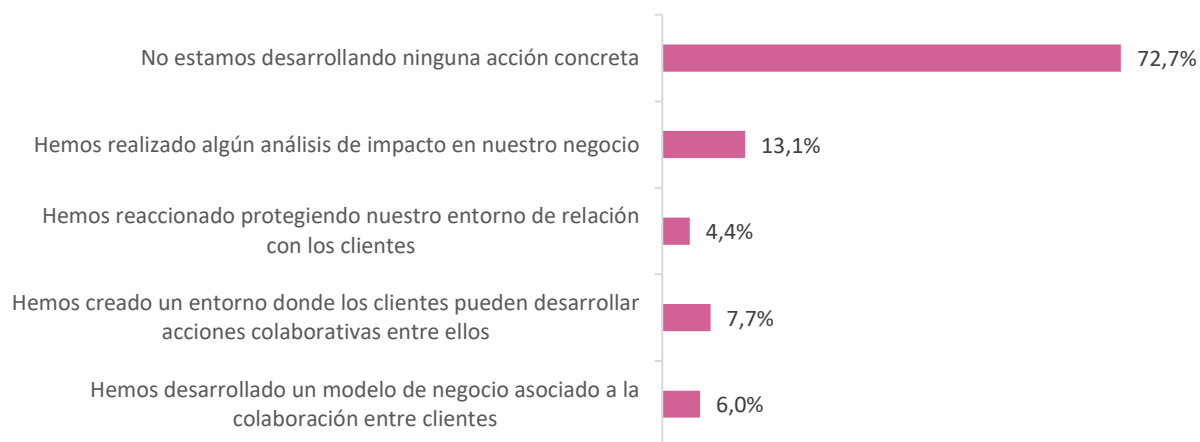
## ¿De qué manera gestiona tu organización los comentarios en las redes sociales?



## ¿En qué grado el cliente se integra en la cadena de valor de tu Organización?



## ¿Cómo está aprovechando tu Organización los nuevos hábitos de los clientes relacionados con la colaboración?

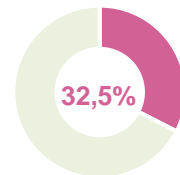


- Los Valores de los clientes han cambiado y ya es una realidad que cada vez colaboran y colaborarán más entre sí. En este contexto es muy relevante:
- Analizar cómo puede impactar esta dinámica en nuestro negocio
- Integrando al cliente en mayor medida en nuestra cadena de valor; pe. en el diseño de productos y servicios
- Aumentar la interacción y respuesta en la Redes Sociales

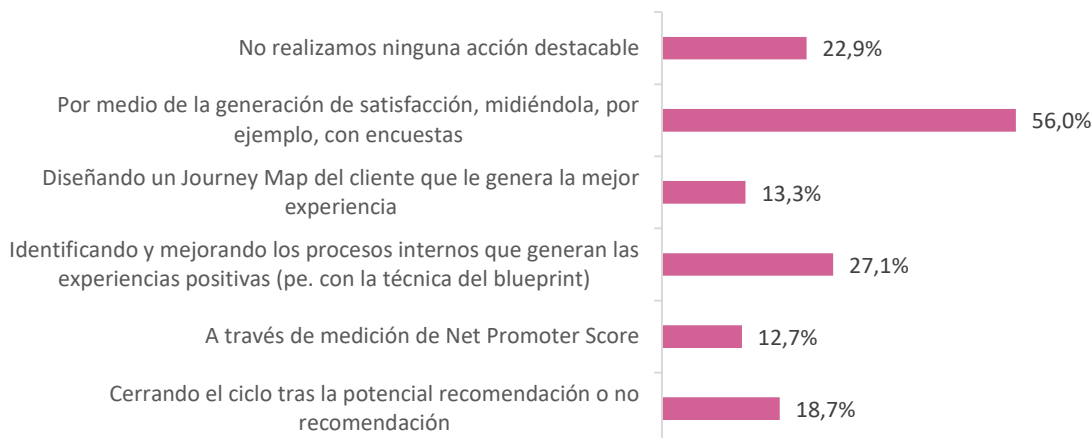


# Experiencia de cliente

Generar satisfacción es condición necesaria para permanecer en el mercado, provocar experiencias es condición suficiente para ser diferencial



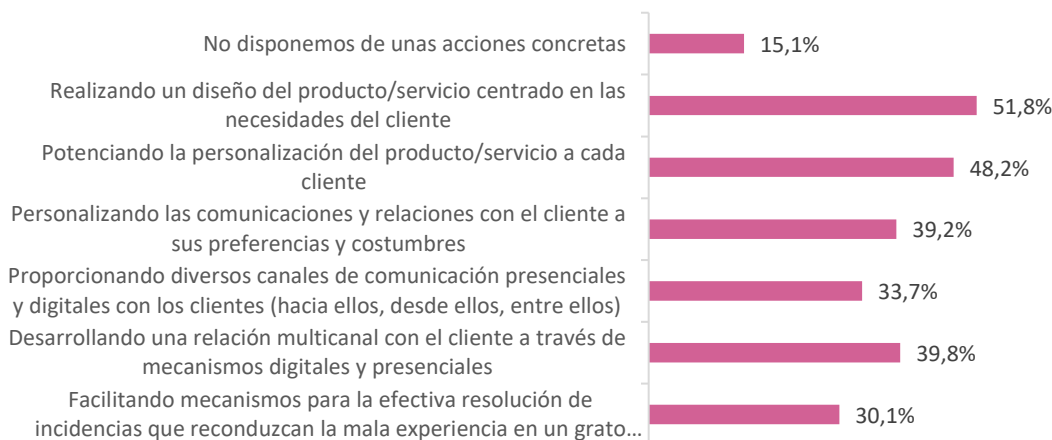
## ¿De qué manera suele gestionar tu Organización la experiencia del cliente?



## ¿De qué manera se desarrolla la Cultura de Experiencia de Cliente en tu Organización?



## ¿Qué acciones se encuentran desplegadas para el desarrollo de una experiencia de cliente memorable?

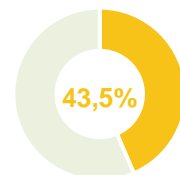


- La Cultura de Experiencia se ha convertido en uno de los motores de cambio y generación de competitividad y diferenciación en las organizaciones. En consecuencia, su desarrollo y sostenibilidad implica la necesidad de disponer de una Cultura Corporativa centrada en la experiencia. En este sentido, entre otros aspectos, es clave:
- Evolucionar las mediciones de percepción, completando las mediciones de satisfacción con relativas a la medición de experiencias
- Avanzar en la personalización de los productos/servicios y comunicaciones con los clientes (tanto en canales presenciales como digitales)

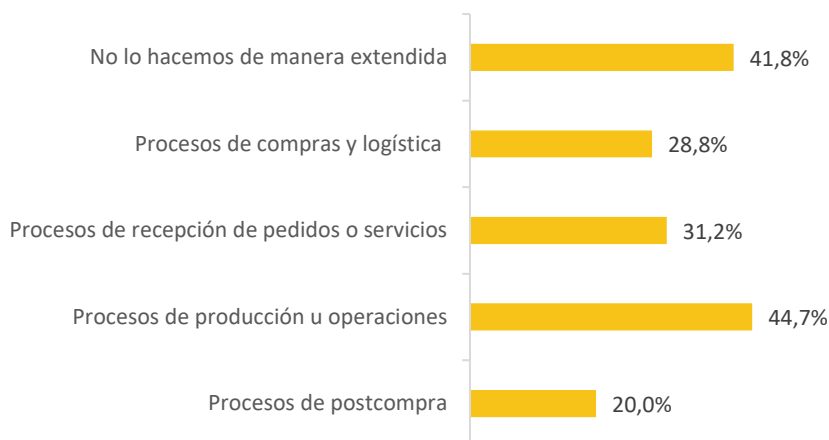


# Organización 4.0

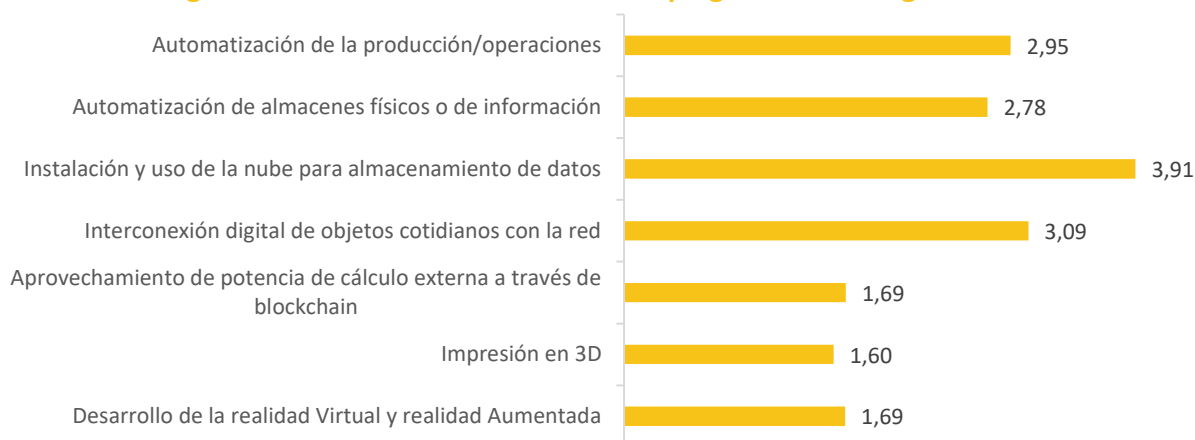
La nueva manera de organizar la producción y las operaciones basada en las nuevas tecnologías



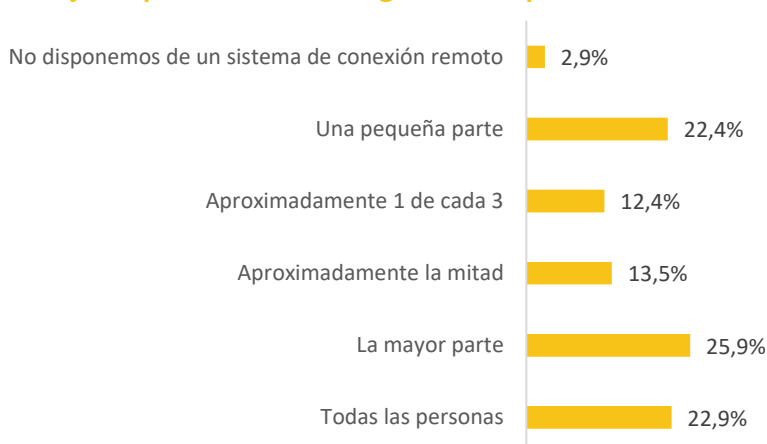
## ¿En qué ámbitos tu Organización instala sensores para identificar posibles errores o incidencias?



## ¿Cuáles de las siguientes medidas se encuentran desplegadas en tu Organización?



## ¿Qué porcentaje de personas de tu Organización pueden realizar su trabajo en remoto?

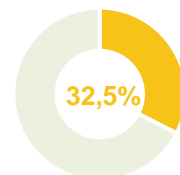


- Avanzar en la “sensorización” de la organización, yendo más allá del proceso productivo o de desarrollo del servicio, especialmente en los aspectos que generan impacto en el cliente.
- Si bien el uso de la nube para el almacenamiento de datos se encuentra extendido, es clave analizar qué otras prestaciones tecnológicas asociadas a la Organización 4.0 pueden aportar valor en la organización y concentrar esfuerzos en su despliegue. En este sentido, por ejemplo, es relevante aumentar las posibilidades de trabajo remoto por parte de las personas de la Organización.

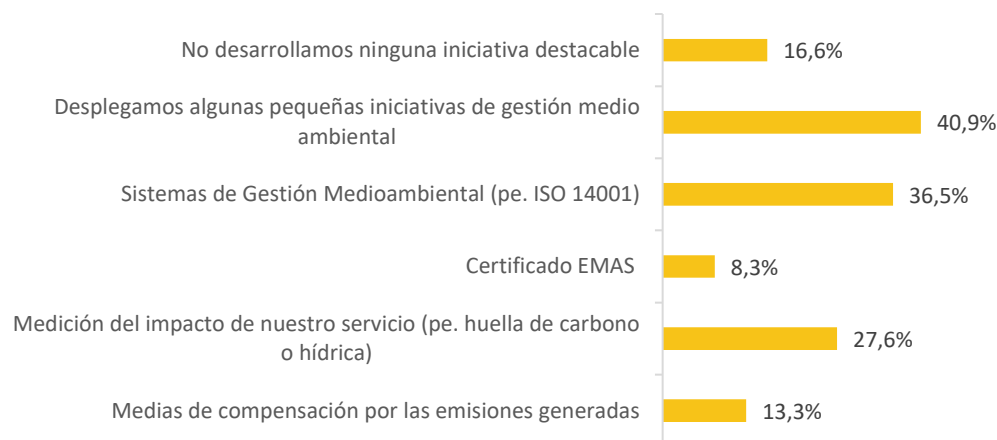


# Respeto medioambiental

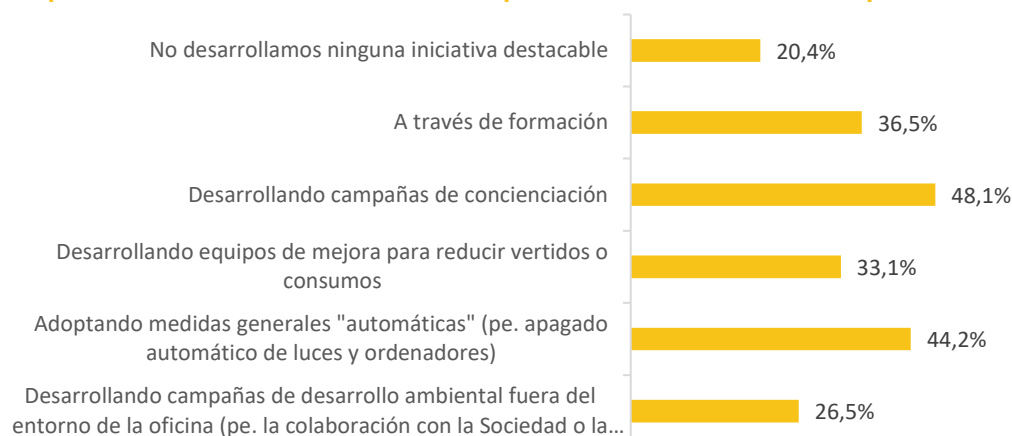
Procesos productivos y operaciones más eficientes en consumo y sostenibles



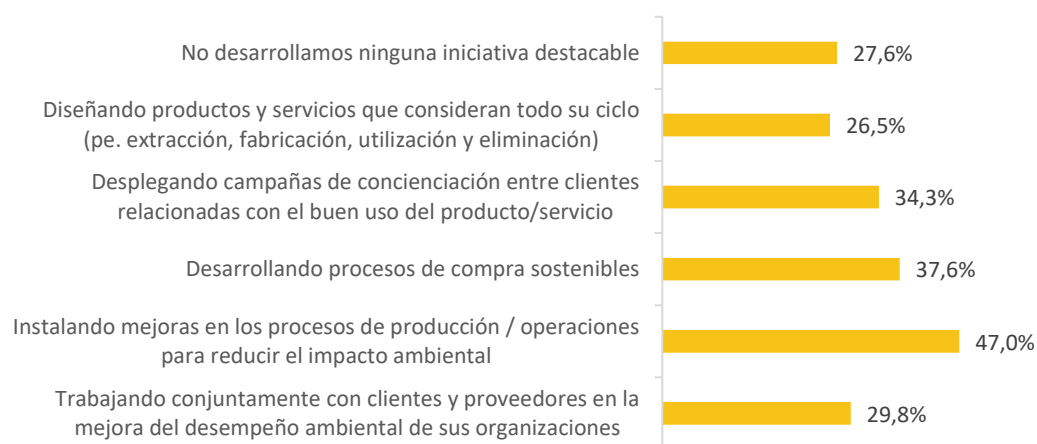
## ¿Qué tipo de mecanismo ha desplegado tu Organización para la gestión medioambiental?



## ¿De qué manera se desarrolla entre las personas un adecuado comportamiento medioambiental?



## ¿De qué manera se desarrolla la mejora ambiental en tu Organización?

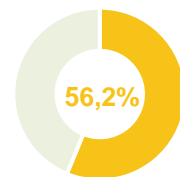


- Si bien se encuentra extendido el uso de la referencia normativa ISO 14001 para la gestión ambiental de la Organización es conveniente progresar y ampliar este enfoque. En este mismo sentido, también es conveniente que las medidas desplegadas para desarrollar el comportamiento ambiental entre las personas de la organización vaya más allá de la formación/sensibilización.
- Por otro lado, es importante contemplar la salvaguarda ambiental "yendo aguas arriba"; es decir, gestionarla no sólo en el proceso de producción sino también desde; pe. el diseño del producto o servicio.



# Innovación

Ir más allá de proporcionar más valor que los competidores, creando nuevo valor



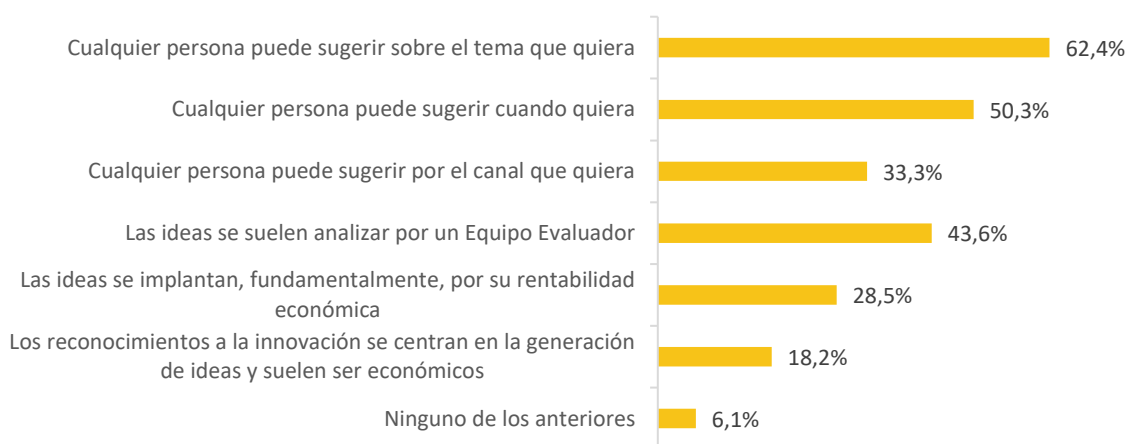
## ¿Con qué enfoque se desarrolla la innovación en tu Organización?



## ¿Qué grupos de interés son los que participan en su modelo de innovación?



## ¿Cuáles de los siguientes elementos caracterizan la innovación en tu Organización?

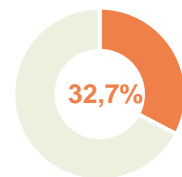


- Las organizaciones, en general, conceptualizan la innovación más allá del ámbito de los nuevos productos y servicios. En este sentido, extienden el concepto a la innovación en procesos o tecnologías. El siguiente paso en el despliegue de la innovación se concentra en su extensión hacia nuevos negocios o los mecanismos de gestión.
- Por otro lado, las organizaciones deben ampliar su perímetro de innovación evolucionando hacia la innovación abierta favoreciendo la participación de grupos de interés externo y, especialmente, considerando la participación junto a otras organizaciones procedentes de sectores diferentes.
- Es importante que las ideas generadas por las personas se canalicen hacia focos concretos (especialmente aquellos que se integran en la estrategia de la Organización). Además es importante canalizar la voluntad de colaboración de las personas, por ejemplo, estableciendo mecanismos de valoración de las ideas participativos o los reconocimientos sociales.

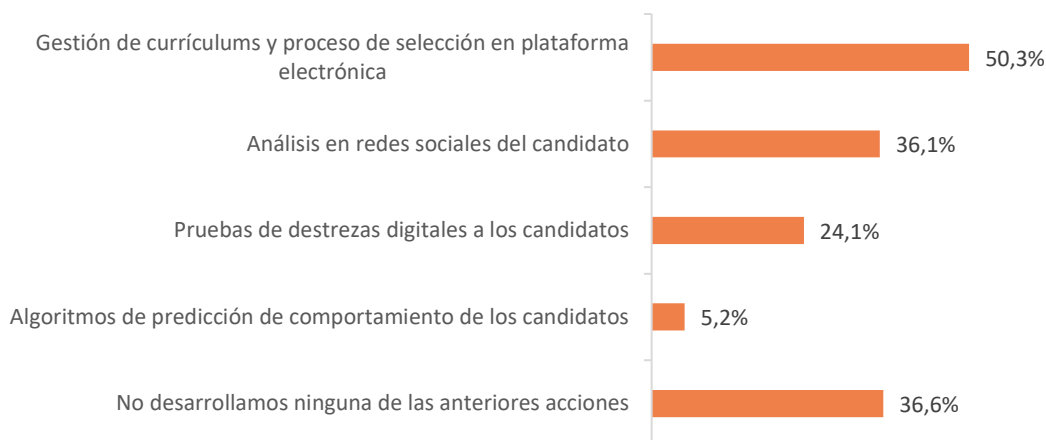


# Robotización

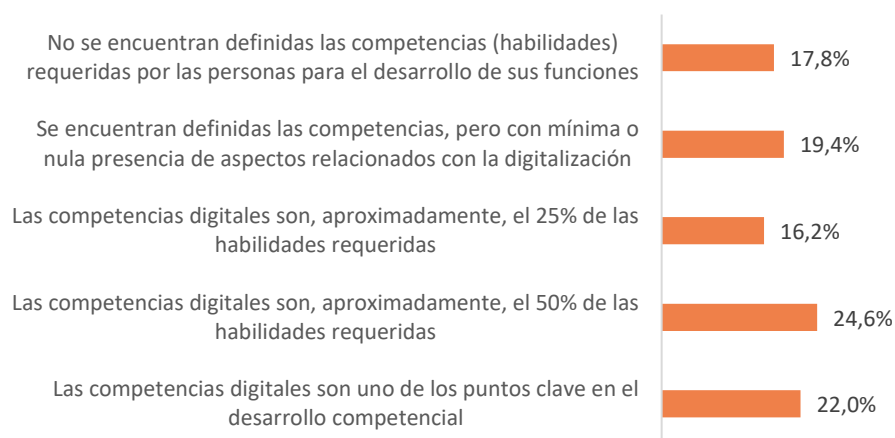
La integración de los automatismos impactan en las personas de la Organización.



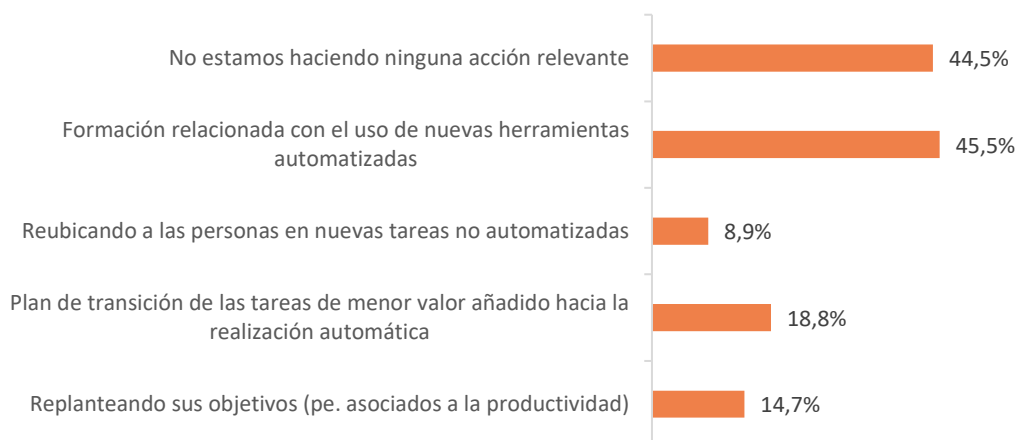
## ¿Qué acciones relacionadas con la selección de personas se encuentran desplegadas en tu Organización?



## ¿En qué grado se encuentran desarrolladas las competencias digitales entre las personas de tu Organización?



## ¿De qué manera se está desarrollando a las personas en la coexistencia con la robotización?

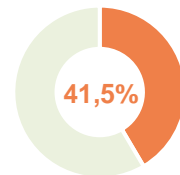


- Las nuevas posibilidades que la robotización ofrece deben ser aprovechadas con mayor celeridad por las organizaciones; por ejemplo:
- Introduciéndolas en el proceso de selección de personas
- Aumentando las destrezas digitales de las personas de la organización
- Estableciendo planes y acciones para gestionar la coexistencia de las personas con la automatización yendo más allá de la formación sobre herramientas

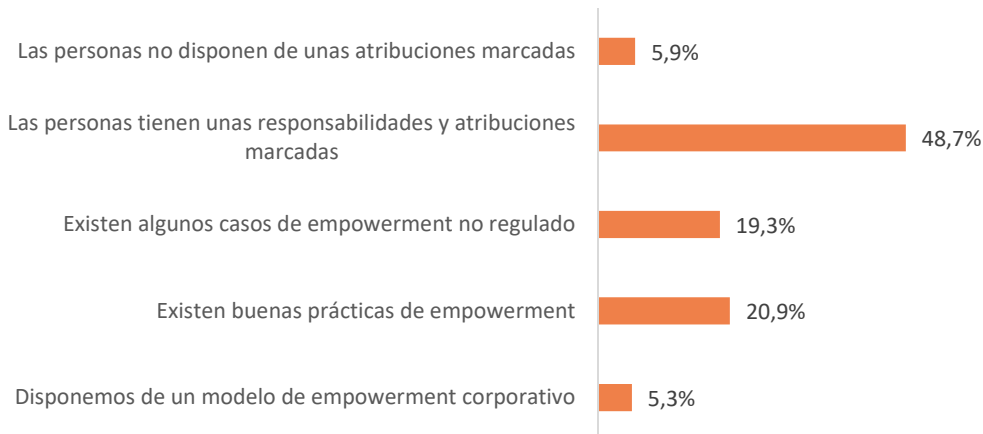


# Empoderamiento

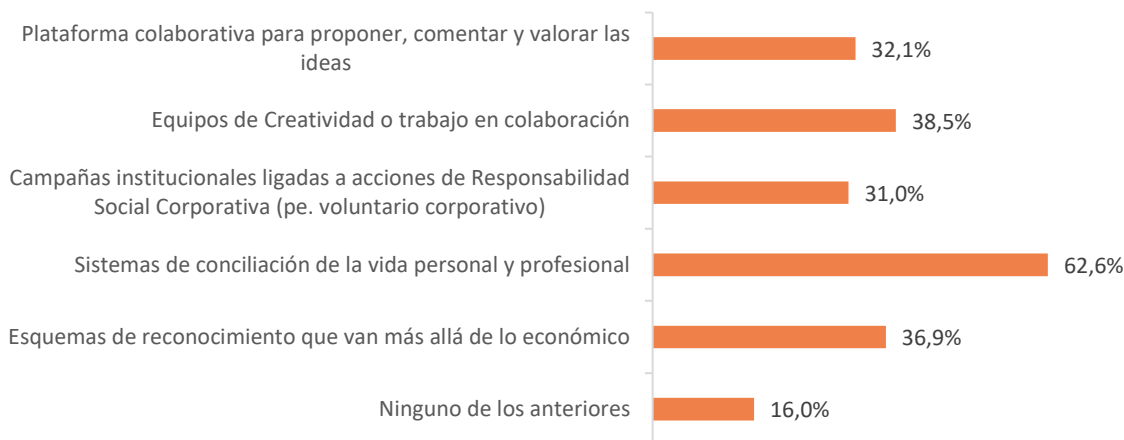
Las personas de las Organizaciones quieren participar con sus ideas y aportar su criterio en la toma de decisiones



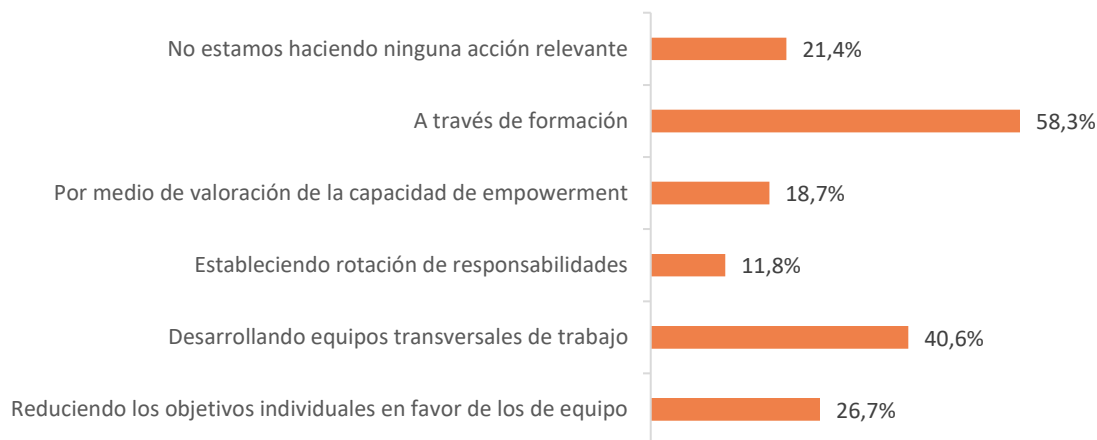
## ¿En qué grado las personas disponen de *empowerment* para tomar decisiones en el desarrollo de su actividad?



## ¿Qué sistemas de gestión de personas se encuentran desplegados en tu Organización?



## ¿De qué manera se capacita a las personas con mando sobre el empoderamiento de las personas?

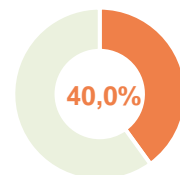


- Las organizaciones se encuentran con la enorme oportunidad que supone rentabilizar el activo que supone el potencial de participación de sus personas. En este sentido es conveniente instalar un Modelo de Empowerment que extienda este enfoque en la organización, superando la extendida definición de funciones y atribuciones. En este sentido, por ejemplo, deberían desplegarse nuevos sistemas de participación y colaboración (en equipo, a través de plataformas colaborativas, etc.).
- Un elemento clave en este desarrollo es la capacidad de las personas con mando para impulsar este empoderamiento. Es fundamental ampliar el alcance de las acciones para desarrollarla complementando el sistema más utilizado (formación).

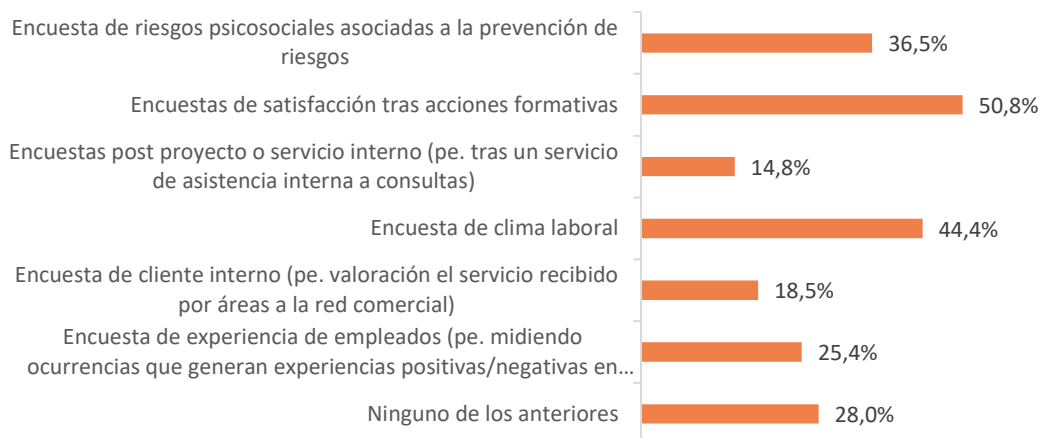


# Experiencia de las personas

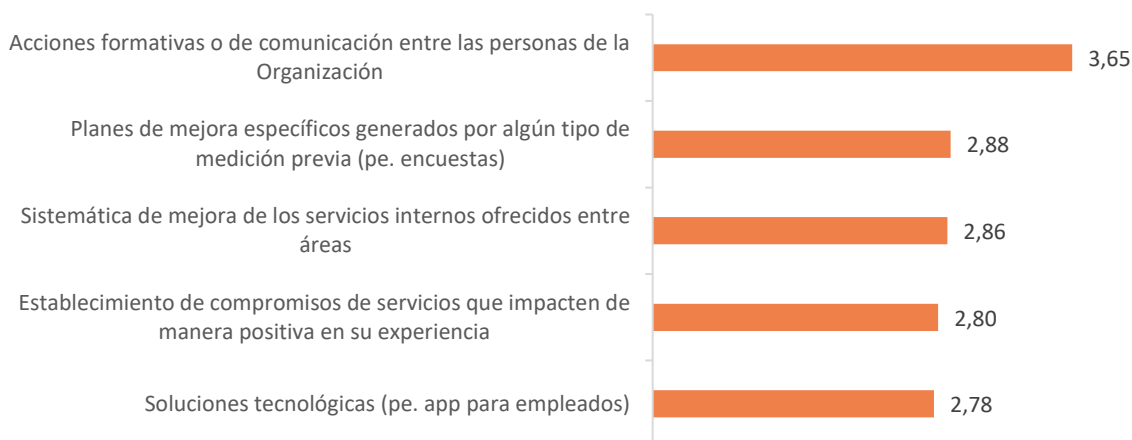
El día a día de las personas en su trabajo conforma su experiencia y por tanto, su engagement con la organización



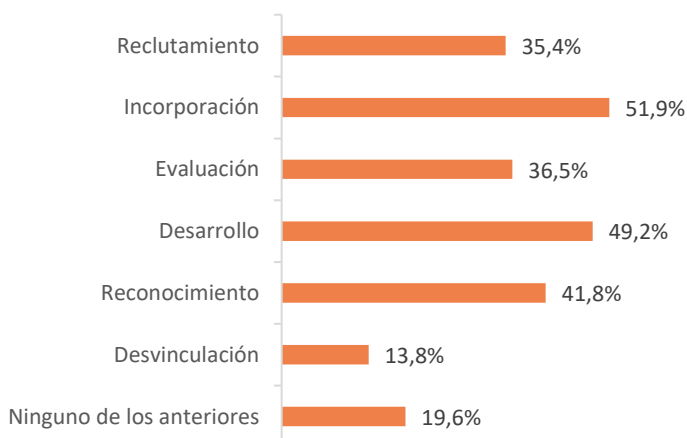
## ¿Qué mecanismos utiliza tu Organización para medir la percepción de las personas?



## ¿Con qué mecanismos trata tu Organización de desplegar una buena experiencia entre sus personas?



## ¿Qué medidas en las fases del ciclo de vida de una persona hay desplegadas para la mejora de su experiencia?



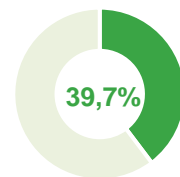
- Las organizaciones no han considerado el ciclo de vida de un trabajador (desde su incorporación hasta su desvinculación) como una referencia para generar experiencias positivas en cada una de las etapas que va superando. Fundamentalmente se concentran en la generación de experiencias en el desarrollo de las personas (en el ámbito de la formación). En este sentido es importante instalar sistemas y procesos que generen experiencias positivas de manera sostenible (pe. mejorando los servicios internos o instalado acuerdos de servicios entre áreas). Por último, la medición de la percepción de las personas debe evolucionar hacia la medición de la experiencia.



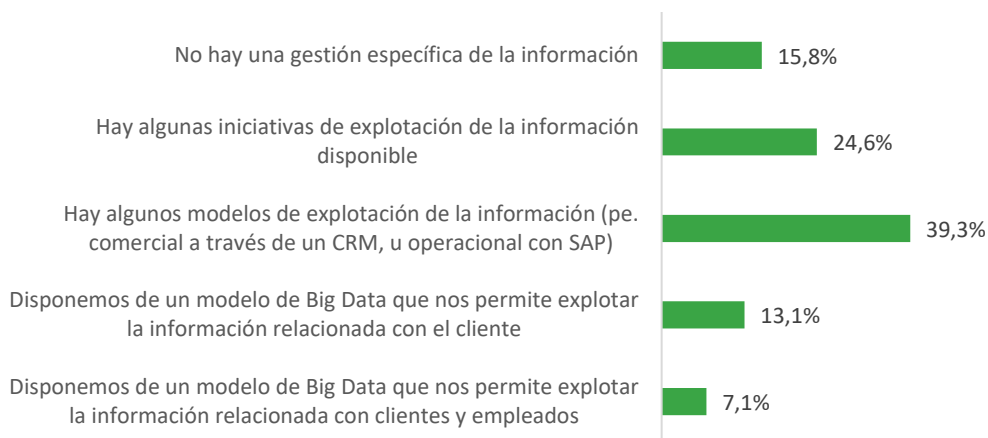


# Inteligencia

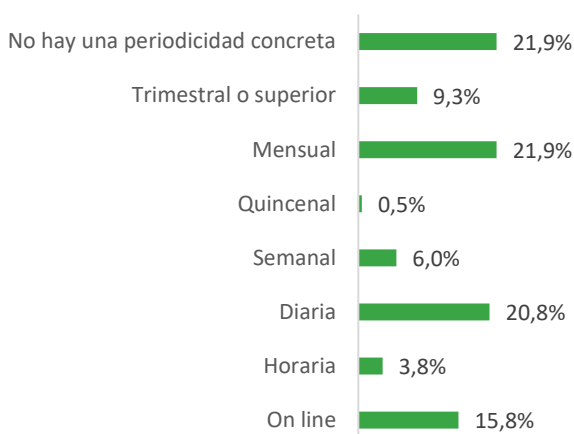
El uso apropiado de los datos generado en el desarrollo de la actividad genera una ventaja competitiva por el valor informativo para la toma de decisiones



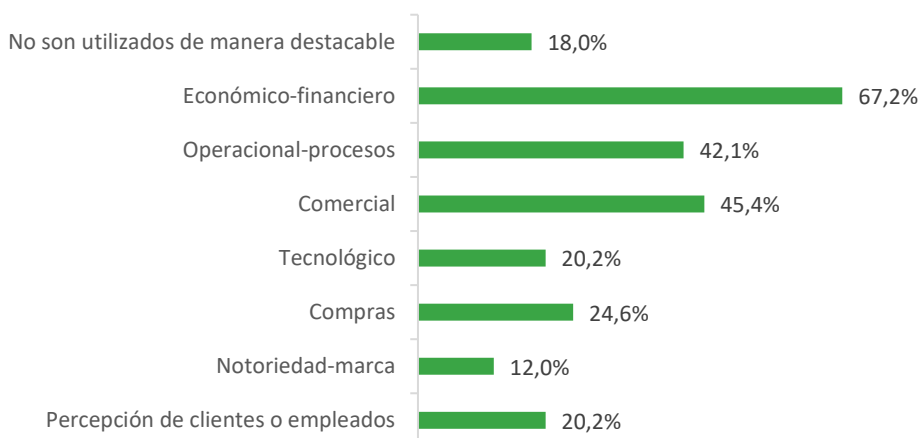
## En el día a día de la Organización se generan múltiples datos, ¿en qué grado se están aprovechando?



## En general, ¿con qué periodicidad se actualizan los datos procedentes de la actividad principal de tu Organización?



## ¿En qué ámbitos utiliza tu Organización datos predictivos?

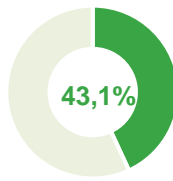


- Si bien, una parte de las organizaciones utilizan los datos para obtener conclusiones a través de modelos como CRM o SAP, el despliegue del Big Data no se encuentra prácticamente desplegado. En este sentido, es clave avanzar en aumentar la capacidad de gestionar los datos generados para la adopción de decisiones. De misma manera es fundamental aumentar la capacidad predictiva de la información, especialmente en entornos donde la gestión de este enfoque no está extendida (pe. experiencia de los clientes o comercial).

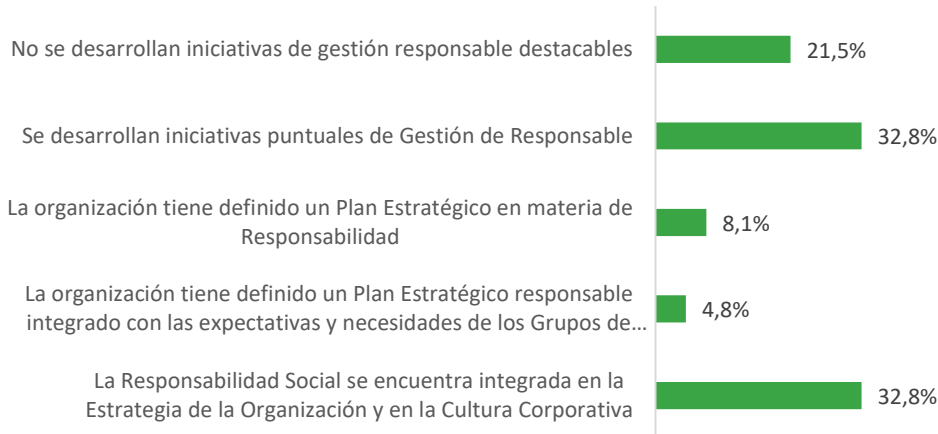


# Estrategia de Responsabilidad Social

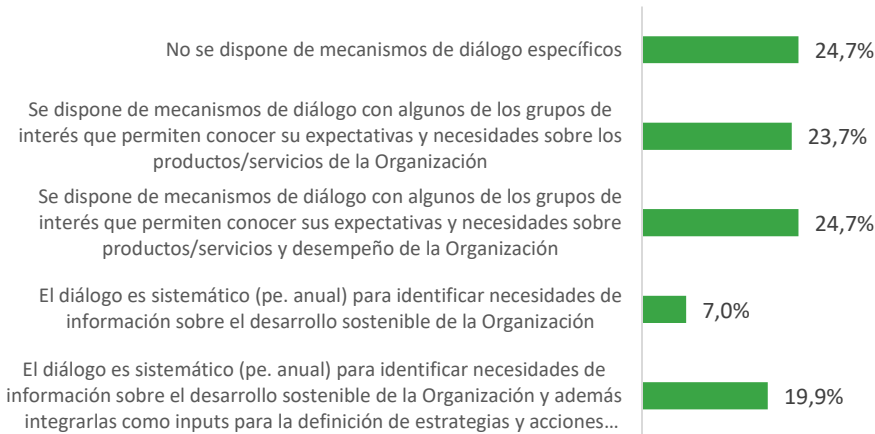
La Sociedad demanda mejores organizaciones, que orienten sus recursos y resultados a la mejora económica, social y ambiental



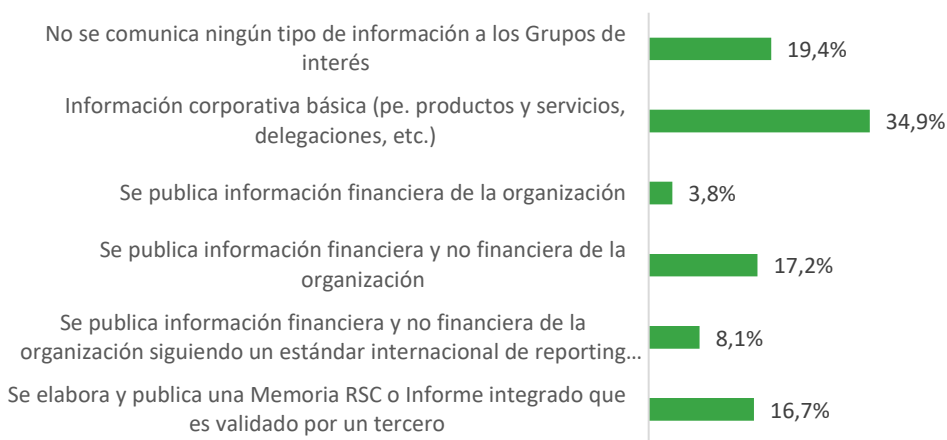
## ¿Dispone tu Organización de una estrategia específica basada en la Responsabilidad Social?



## ¿En qué grado tu Organización dialoga con sus Grupos de Interés?



## ¿En qué grado tu Organización comunica sus acciones y resultados a sus Grupos de Interés?

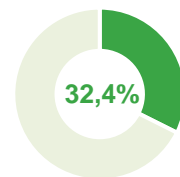


- Los valores de la Sociedad exigen una transformación de las Organizaciones en la manera en que éstas se integran en la misma. Es fundamental progresar en dos ámbitos clave. En primer lugar, aumentando la permeabilidad con sus Grupos de Interés a través de mecanismos de diálogo y, en segundo, desarrollando la transparencia informativa con éstos.

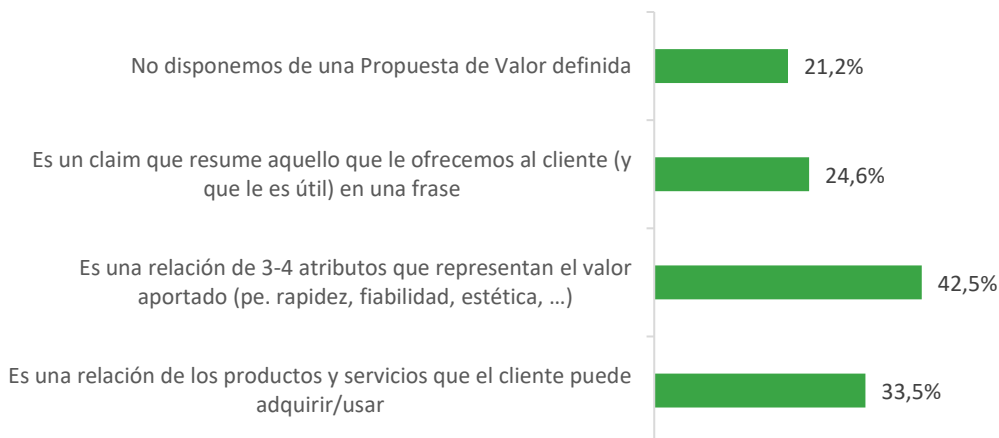


# Propuesta de valor

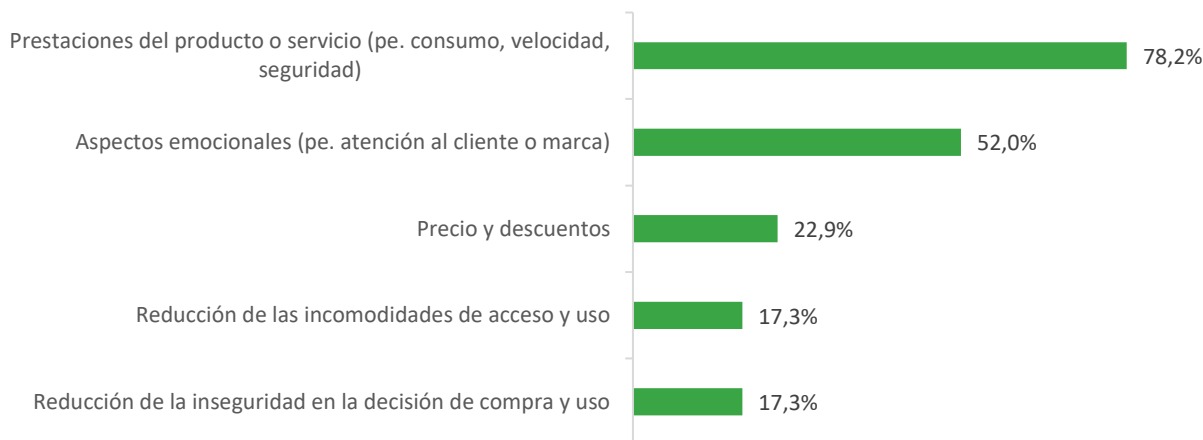
Representa la razón por la cual los clientes nos compran



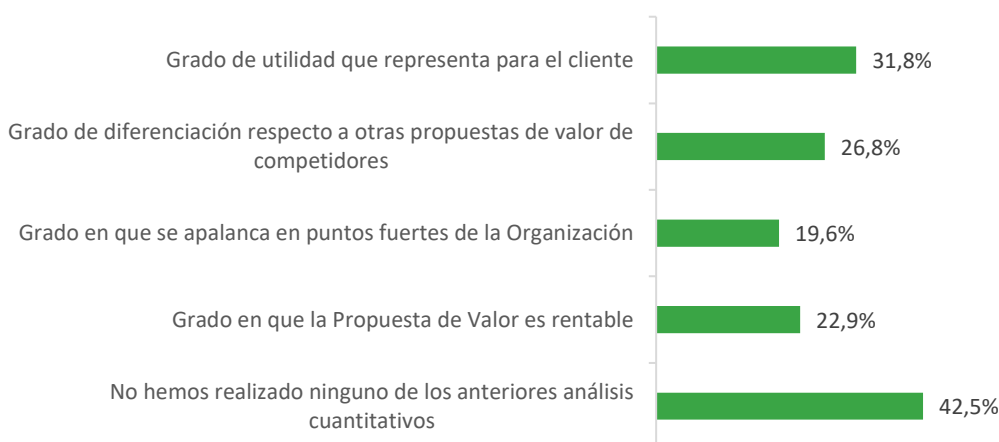
## ¿En qué estadio de definición se encuentra la Propuesta de Valor de tu Organización?



## ¿En cuáles de los siguientes atributos se apalanca la Propuesta de Valor de tu Organización?



## ¿En qué grado la Propuesta de Valor de tu Organización es gestionada con datos cuantitativos?



- Aumentar la relevancia de la gestión de la Propuesta de Valor es uno de los retos fundamentales a los que se enfrenta una Organización en la actualidad. La alta comoditización de los productos/servicio hace que la diferenciación sea una estrategia ineludible. En este sentido, es clave desarrollarla considerando:
- Su efectiva definición superando la concreción de valores asociados a prestaciones
- Su calibración cuantitativa vs. otros competidores
- Su progreso contemplando nuevos espacios valorados por los clientes (pe. reducción de las incomodidades de acceso o uso).

# Puntuaciones segmentadas

# Puntuaciones por segmento

## Segmento de la Organización

Ámbito	Pregunta	Global	Fundac.	Constr.	Industria	Servicios	TIC	Cerámico	Turismo	Resto
01. Digitalización	01. ¿A través de qué canales digitales puede relacionarse el cliente con tu Organización?	4,7	5,0	4,4	4,4	4,7	4,7	4,0	6,3	5,4
	02. ¿De qué manera se desarrolla la mejor usabilidad de los canales digitales?	3,8	3,8	4,2	3,0	3,4	5,8	1,9	5,0	4,3
	03. ¿Cómo se integran entre sí los canales no presenciales y presenciales en la relación con el cliente?	4,5	5,0	5,3	3,3	3,8	5,5	3,0	6,4	6,4
	Puntuación bloque	43,2%	45,8%	46,5%	35,9%	39,7%	53,3%	29,6%	59,0%	53,7%
02. Colaboración	01. ¿De qué manera gestiona tu organización los comentarios en las redes sociales?	6,0	7,2	7,0	5,4	5,5	8,0	5,3	7,6	6,3
	02. ¿En qué grado el cliente se integra en la cadena de valor de tu Organización?	3,9	3,4	4,4	4,3	3,5	4,3	3,3	4,4	3,9
	03. ¿Cómo se está aprovechando tu Organización los nuevos hábitos de los clientes relacionados con la colaboración?	0,8	1,9	0,6	0,6	0,7	1,1	0,0	1,1	0,7
	Puntuación bloque	35,7%	41,5%	40,0%	34,1%	32,2%	44,6%	28,3%	43,3%	36,1%
03. Experiencia de cliente	01. ¿De qué manera suele gestionar tu Organización la experiencia del cliente?	2,6	2,2	2,4	2,3	2,8	3,3	2,5	3,1	2,3
	02. ¿De qué manera se desarrolla la Cultura de Experiencia de Cliente en tu Organización?	3,4	2,3	3,6	3,8	3,5	4,1	3,6	4,8	2,7
	03. ¿Cuáles de las siguientes acciones se encuentran desplegadas en tu Organización para el desarrollo de una experiencia de cliente memorable?	4,1	4,9	3,3	4,7	3,9	4,7	4,8	3,8	3,3
	Puntuación bloque	33,8%	31,4%	31,2%	36,1%	34,2%	40,5%	36,2%	38,8%	27,7%
04. Organización 4.0	01. ¿En cuáles de los siguientes ámbitos tu Organización instala sensores para identificar posibles errores o incidencias?	3,1	1,5	3,9	4,9	2,2	2,4	4,4	3,3	2,4
	02. ¿Cuáles de las siguientes medidas se encuentran desplegadas en tu Organización?	3,8	2,5	3,8	4,3	3,2	4,7	4,3	3,4	3,9
	03. ¿Qué porcentaje de personas de tu Organización pueden realizar su trabajo en remoto?	6,1	8,6	5,6	5,0	6,7	7,4	6,0	4,0	5,8
	Puntuación bloque	43,5%	41,9%	44,3%	47,2%	40,1%	48,2%	48,9%	35,9%	40,5%
05. Respeto ambiental	01. ¿Qué tipo de mecanismo ha desplegado tu Organización para la gestión medioambiental?	2,5	1,3	2,1	3,8	1,4	2,2	2,5	1,2	2,7
	02. ¿De qué manera se desarrolla entre las personas de tu Organización un adecuado comportamiento medioambiental?	3,8	3,8	2,3	4,8	2,8	3,2	5,5	3,1	4,1
	03. ¿De qué manera se desarrolla la mejora ambiental en tu Organización?	3,5	3,3	3,0	4,8	2,6	2,3	4,5	2,8	3,5
	Puntuación bloque	32,5%	28,3%	24,6%	44,6%	22,7%	25,7%	41,7%	23,3%	34,3%
06. Innovación	01. ¿Con qué enfoque se desarrolla la innovación en tu Organización?	6,1	5,5	5,8	6,6	5,7	7,0	7,5	6,3	5,8
	02. ¿Qué grupos de interés son los que participan en su modelo de innovación?	4,7	5,0	3,8	5,3	4,4	4,9	4,8	4,0	4,3
	03. ¿Cuáles de los siguientes elementos caracterizan la innovación en tu Organización?	6,1	6,5	6,7	5,0	6,4	5,7	5,0	6,8	7,1
	Puntuación bloque	56,2%	56,7%	54,1%	56,3%	55,0%	58,4%	57,5%	57,1%	57,6%
07. Robotización	01. ¿Cuáles de las siguientes acciones relacionadas con la selección de personas se encuentra desplegada en tu Organización?	2,9	2,1	2,3	3,3	2,6	4,2	4,5	2,1	2,4
	02. ¿En qué grado se encuentran desarrolladas las competencias digitales entre las personas de tu Organización?	4,7	3,5	4,0	3,8	5,0	8,0	2,8	5,2	4,7
	03. ¿De qué manera se está desarrollando a las personas en la coexistencia con la robotización?	2,2	1,5	1,8	2,8	1,9	2,1	5,0	2,3	1,9
	Puntuación bloque	32,7%	23,5%	26,7%	33,1%	31,9%	47,5%	41,0%	32,2%	30,2%
08. Empoderamiento	01. ¿En qué grado las personas de la Organización disponen de empowerment (delegación de atribuciones) para tomar decisiones en el desarrollo de su actividad?	5,3	5,3	5,3	4,8	6,0	5,3	4,4	5,8	5,1
	02. ¿Cuáles de los siguientes sistemas de gestión de personas se encuentran desplegados en tu Organización?	4,0	4,0	2,7	4,8	3,5	4,9	4,8	3,2	3,3
	03. ¿De qué manera se capacita a las personas con mando sobre el empoderamiento de las personas?	3,1	3,2	2,7	3,6	2,9	2,9	4,4	2,9	2,9
	Puntuación bloque	41,5%	41,7%	35,6%	44,0%	41,0%	43,7%	45,3%	40,0%	37,9%
09. Experiencia de las personas	01. ¿Cuáles de los siguientes mecanismos utiliza tu Organización para medir la percepción de las personas?	2,9	2,3	1,6	3,4	2,5	3,3	2,4	3,0	3,2
	02. ¿A través de qué mecanismos trata tu Organización de desplegar una buena experiencia entre sus personas?	5,0	4,0	4,0	5,6	4,3	5,7	5,9	4,6	5,1
	03. ¿En cuáles de los siguientes ámbitos/fases del ciclo de vida de una persona de tu Organización se encuentran desplegadas medidas para la mejora de su experiencia?	4,1	3,3	3,7	4,6	4,0	4,8	3,6	4,2	3,2
	Puntuación bloque	40,0%	31,5%	30,8%	45,5%	36,2%	46,0%	39,7%	39,4%	38,4%
10. Inteligencia	01. En el día a día de la Organización se generan múltiples datos, ¿en qué grado es están aprovechando?	4,5	3,9	4,0	4,9	3,8	5,9	4,2	4,6	4,4
	02. En general, ¿con qué periodicidad se actualizan los datos procedentes de la actividad principal de tu Organización?	4,3	4,3	4,3	5,2	3,6	4,8	4,4	5,2	3,6
	03. ¿En qué ámbitos utiliza tu Organización datos predictivos?	3,1	2,3	3,9	3,4	2,9	4,1	4,2	3,5	2,7
	Puntuación bloque	39,7%	35,3%	40,7%	44,7%	34,3%	49,3%	42,7%	44,4%	35,5%
11. Estrategia de RSC	01. ¿Dispone tu Organización de una estrategia específica basada en la Responsabilidad Social?	4,7	4,3	3,7	5,6	3,5	5,3	3,8	3,1	5,3
	02. ¿En qué grado tu Organización dialoga con sus Grupos de Interés?	4,0	3,8	3,3	4,6	2,8	4,4	1,2	3,3	5,0
	03. ¿En qué grado tu Organización comunica sus acciones y resultados a sus Grupos de Interés?	4,2	5,1	2,9	5,1	2,4	4,0	4,4	2,1	5,6
	Puntuación bloque	43,1%	44,1%	33,0%	51,3%	29,0%	45,7%	31,3%	28,6%	53,2%
12. Propuesta de Valor	01. ¿En qué estadio de definición se encuentra la Propuesta de Valor de tu Organización?	3,4	3,3	3,7	3,6	3,3	3,3	4,7	3,8	2,9
	02. ¿En cuáles de los siguientes atributos se apalanca la Propuesta de Valor de tu Organización?	3,8	3,7	3,8	3,7	3,9	3,7	4,0	3,8	3,6
	03. ¿En qué grado la Propuesta de Valor de tu Organización es gestionada con datos cuantitativos?	2,6	1,7	1,4	2,3	2,9	4,6	2,4	3,3	2,2
	Puntuación bloque	32,4%	28,9%	29,6%	32,1%	33,9%	38,7%	36,9%	36,7%	29,2%
Estructura organizativa esencial	Puntuación "Cliente"	37,5%	39,6%	39,2%	35,4%	35,4%	46,2%	31,4%	47,0%	39,2%
	Puntuación "Operaciones"	44,1%	42,3%	41,0%	49,3%	39,3%	44,1%	49,3%	38,8%	44,1%
	Puntuación "Talento"	38,1%	32,2%	31,0%	40,9%	36,4%	45,7%	42,0%	37,2%	35,5%
	Puntuación "Liderazgo"	38,4%	36,1%	34,4%	42,7%	32,4%	44,6%	37,0%	36,5%	39,3%
Realidades de impacto	Puntuación "Nuevas tecnologías"	39,8%	36,6%	39,5%	40,2%	36,5%	49,6%	40,5%	42,8%	40,0%
	Puntuación "Nuevos valores"	38,2%	38,9%	33,3%	43,5%	31,2%	40,0%	36,7%	33,8%	40,4%
	Puntuación "Nuevos negocios"	40,6%	37,1%	36,4%	42,5%	39,8%	45,9%	42,6%	43,0%	38,2%
Puntuación "REACCIONA"		39,5%	37,6%	36,4%	42,1%	35,8%	45,1%	39,9%	39,9%	39,5%

# Puntuaciones por segmento

## Tamaño de la Organización

Ámbito	Pregunta	Global	1-5 personas	6-50 personas	51-249 personas	250-1.000 personas	Más de 1.000 personas
01. Digitalización	01. ¿A través de qué canales digitales puede relacionarse el cliente con tu Organización?	4,7	3,6	4,8	4,6	4,8	6,2
	02. ¿De qué manera se desarrolla la mejor usabilidad de los canales digitales?	3,8	1,9	4,2	3,9	4,3	4,6
	03. ¿Cómo se integran entre sí los canales no presenciales y presenciales en la relación con el cliente?	4,5	2,5	4,9	4,7	4,4	5,8
	Puntuación bloque	43,2%	26,4%	46,3%	43,8%	45,0%	55,5%
02. Colaboración	01. ¿De qué manera gestiona tu organización los comentarios en las redes sociales?	6,0	3,6	7,1	6,6	5,2	6,8
	02. ¿En qué grado el cliente se integra en la cadena de valor de tu Organización?	3,9	2,4	3,7	4,2	4,6	4,9
	03. ¿Cómo está aprovechando tu Organización los nuevos hábitos de los clientes relacionados con la colaboración?	0,8	0,6	1,0	0,6	0,9	1,0
	Puntuación bloque	35,7%	22,2%	39,3%	37,9%	35,6%	42,4%
03. Experiencia de cliente	01. ¿De qué manera suele gestionar tu Organización la experiencia del cliente?	2,6	2,1	2,4	2,6	2,7	3,3
	02. ¿De qué manera se desarrolla la Cultura de Experiencia de Cliente en tu Organización?	3,4	2,0	3,4	3,2	4,2	5,0
	03. ¿Cuáles de las siguientes acciones se encuentran desplegadas en tu Organización para el desarrollo de una experiencia de cliente memorable?	4,1	3,5	4,1	4,3	4,7	4,4
	Puntuación bloque	33,8%	25,2%	33,1%	33,4%	38,3%	42,2%
04. Organización 4.0	01. ¿En cuáles de los siguientes ámbitos tu Organización instala sensores para identificar posibles errores o incidencias?	3,1	0,5	3,0	3,6	5,2	3,8
	02. ¿Cuáles de las siguientes medidas se encuentran desplegadas en tu Organización?	3,8	2,4	3,5	4,3	4,5	4,6
	03. ¿Qué porcentaje de personas de tu Organización pueden realizar su trabajo en remoto?	6,1	8,3	6,1	5,4	5,0	5,8
	Puntuación bloque	43,5%	37,3%	42,2%	44,3%	48,8%	47,2%
05. Respeto ambiental	01. ¿Qué tipo de mecanismo ha desplegado tu Organización para la gestión medioambiental?	2,5	0,6	1,7	2,7	4,7	3,8
	02. ¿De qué manera se desarrolla entre las personas de tu Organización un adecuado comportamiento medioambiental?	3,8	1,6	2,9	4,1	5,5	5,6
	03. ¿De qué manera se desarrolla la mejora ambiental en tu Organización?	3,5	1,4	2,9	3,9	5,1	4,9
	Puntuación bloque	32,5%	12,0%	25,0%	35,4%	50,9%	47,5%
06. Innovación	01. ¿Con qué enfoque se desarrolla la innovación en tu Organización?	6,1	4,8	6,4	6,3	6,0	7,0
	02. ¿Qué grupos de interés son los que participan en su modelo de innovación?	4,7	3,8	4,7	5,2	4,8	4,9
	03. ¿Cuáles de los siguientes elementos caracterizan la innovación en tu Organización?	6,1	6,7	6,3	5,9	4,8	6,3
	Puntuación bloque	56,2%	50,7%	58,4%	57,7%	52,1%	60,8%
07. Robotización	01. ¿Cuáles de las siguientes acciones relacionadas con la selección de personas se encuentra desplegada en tu Organización?	2,9	1,6	2,0	2,9	4,1	4,4
	02. ¿En qué grado se encuentran desarrolladas las competencias digitales entre las personas de tu Organización?	4,7	5,1	5,2	4,0	5,4	4,1
	03. ¿De qué manera se está desarrollando a las personas en la coexistencia con la robotización?	2,2	1,3	1,6	2,4	2,9	3,0
	Puntuación bloque	32,7%	26,7%	29,5%	30,9%	41,5%	38,5%
08. Empoderamiento	01. ¿En qué grado las personas de la Organización disponen de empowerment (delegación de atribuciones) para tomar decisiones en el desarrollo de su actividad?	5,3	5,7	5,2	5,0	5,4	5,5
	02. ¿Cuáles de los siguientes sistemas de gestión de personas se encuentran desplegados en tu Organización?	4,0	2,8	2,9	4,1	5,4	5,9
	03. ¿De qué manera se capacita a las personas con mando sobre el empoderamiento de las personas?	3,1	2,0	2,7	3,4	3,5	4,1
	Puntuación bloque	41,5%	34,8%	36,3%	41,6%	47,5%	51,6%
09. Experiencia de las personas	01. ¿Cuáles de los siguientes mecanismos utiliza tu Organización para medir la percepción de las personas?	2,9	1,0	2,1	2,9	4,6	4,9
	02. ¿A través de qué mecanismos trata tu Organización de desplegar una buena experiencia entre sus personas?	5,0	2,9	4,5	5,5	5,5	6,5
	03. ¿En cuáles de los siguientes ámbitos/fases del ciclo de vida de una persona de tu Organización se encuentran desplegadas medidas para la mejora de su experiencia?	4,1	2,8	3,4	4,0	4,9	5,9
	Puntuación bloque	40,0%	22,4%	33,1%	41,4%	50,1%	57,6%
10. Inteligencia	01. En el día a día de la Organización se generan múltiples datos, ¿en qué grado es están aprovechando?	4,5	2,5	4,3	4,8	5,2	5,8
	02. En general, ¿con qué periodicidad se actualizan los datos procedentes de la actividad principal de tu Organización?	4,3	2,5	4,2	4,9	5,2	4,8
	03. ¿En qué ámbitos utiliza tu Organización datos predictivos?	3,1	1,5	3,3	3,0	4,3	4,0
	Puntuación bloque	39,7%	21,4%	39,3%	42,5%	48,8%	48,5%
11. Estrategia de RSC	01. ¿Dispone tu Organización de una estrategia específica basada en la Responsabilidad Social?	4,7	2,5	3,1	5,1	7,7	6,6
	02. ¿En qué grado tu Organización dialoga con sus Grupos de Interés?	4,0	1,4	3,7	4,0	5,8	5,9
	03. ¿En qué grado tu Organización comunica sus acciones y resultados a sus Grupos de Interés?	4,2	1,6	3,3	4,2	6,2	6,6
	Puntuación bloque	43,1%	18,6%	33,9%	44,4%	65,8%	63,7%
12. Propuesta de Valor	01. ¿En qué estado de definición se encuentra la Propuesta de Valor de tu Organización?	3,4	2,7	3,3	3,3	4,6	3,3
	02. ¿En cuáles de los siguientes atributos se apalanca la Propuesta de Valor de tu Organización?	3,8	3,5	3,4	4,2	3,7	4,0
	03. ¿En qué grado la Propuesta de Valor de tu Organización es gestionada con datos cuantitativos?	2,6	1,8	2,3	2,7	3,3	3,4
	Puntuación bloque	32,4%	26,8%	29,6%	33,7%	38,3%	35,9%
Estructura organizativa esencial	Puntuación "Cliente"	37,5%	24,6%	39,5%	38,4%	39,6%	46,7%
	Puntuación "Operaciones"	44,1%	33,3%	41,9%	45,8%	50,6%	51,8%
	Puntuación "Talento"	38,1%	28,0%	33,0%	38,0%	46,3%	49,2%
	Puntuación "Liderazgo"	38,4%	22,3%	34,3%	40,2%	51,0%	49,4%
Realidades de impacto	Puntuación "Nuevas tecnologías"	39,8%	27,9%	39,3%	40,4%	46,0%	47,4%
	Puntuación "Nuevos valores"	38,2%	21,9%	33,6%	39,8%	49,9%	51,3%
	Puntuación "Nuevos negocios"	40,6%	31,3%	38,5%	41,5%	44,7%	49,1%
	Puntuación "REACCIONA"	39,5%	27,0%	37,2%	40,6%	46,9%	49,3%

# Puntuaciones por segmento

## Provincia

Ámbito	Pregunta	Global	Alicante	Castellón	Valencia	Región de Murcia	Resto
01. Digitalización	01. ¿A través de qué canales digitales puede relacionarse el cliente con tu Organización?	4,7	5,4	4,0	3,9	4,3	5,1
	02. ¿De qué manera se desarrolla la mejor usabilidad de los canales digitales?	3,8	4,3	3,3	3,3	2,9	4,1
	03. ¿Cómo se integran entre sí los canales no presenciales y presenciales en la relación con el cliente?	4,5	5,4	4,5	2,7	3,3	5,1
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>43,2%</b>	<b>50,1%</b>	<b>39,5%</b>	<b>33,0%</b>	<b>35,0%</b>	<b>47,7%</b>
02. Colaboración	01. ¿De qué manera gestiona tu organización los comentarios en las redes sociales?	6,0	6,7	5,1	4,4	5,9	6,7
	02. ¿En qué grado el cliente se integra en la cadena de valor de tu Organización?	3,9	4,0	3,3	4,2	4,3	3,7
	03. ¿Cómo está aprovechando tu Organización los nuevos hábitos de los clientes relacionados con la colaboración?	0,8	0,8	0,3	1,1	0,5	1,2
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>35,7%</b>	<b>38,5%</b>	<b>29,2%</b>	<b>32,3%</b>	<b>35,4%</b>	<b>38,6%</b>
03. Experiencia de cliente	01. ¿De qué manera suele gestionar tu Organización la experiencia del cliente?	2,6	2,5	2,3	3,1	2,3	2,6
	02. ¿De qué manera se desarrolla la Cultura de Experiencia de Cliente en tu Organización?	3,4	3,6	3,0	3,7	3,1	3,8
	03. ¿Cuáles de las siguientes acciones se encuentran desplegadas en tu Organización para el desarrollo de una experiencia de cliente memorable?	4,1	4,0	4,4	4,5	4,1	3,8
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>33,8%</b>	<b>33,7%</b>	<b>32,3%</b>	<b>37,3%</b>	<b>31,3%</b>	<b>33,8%</b>
04. Organización 4.0	01. ¿En cuáles de los siguientes ámbitos tu Organización instala sensores para identificar posibles errores o incidencias?	3,1	3,6	3,0	2,1	2,7	3,4
	02. ¿Cuáles de las siguientes medidas se encuentran desplegadas en tu Organización?	3,8	3,8	4,1	3,1	3,8	5,1
	03. ¿Qué porcentaje de personas de tu Organización pueden realizar su trabajo en remoto?	6,1	5,5	7,6	6,9	5,2	6,9
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>43,5%</b>	<b>42,7%</b>	<b>48,9%</b>	<b>40,3%</b>	<b>39,1%</b>	<b>51,3%</b>
05. Respeto ambiental	01. ¿Qué tipo de mecanismo ha desplegado tu Organización para la gestión medioambiental?	2,5	2,1	3,0	2,0	3,8	2,5
	02. ¿De qué manera se desarrolla entre las personas de tu Organización un adecuado comportamiento medioambiental?	3,8	3,7	3,8	3,5	3,8	4,8
	03. ¿De qué manera se desarrolla la mejora ambiental en tu Organización?	3,5	3,5	3,3	3,3	3,8	3,9
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>32,5%</b>	<b>30,8%</b>	<b>33,4%</b>	<b>29,2%</b>	<b>37,9%</b>	<b>37,3%</b>
06. Innovación	01. ¿Con qué enfoque se desarrolla la innovación en tu Organización?	6,1	6,0	6,3	5,8	6,1	7,1
	02. ¿Qué grupos de interés son los que participan en su modelo de innovación?	4,7	4,8	4,8	4,7	4,5	4,7
	03. ¿Cuáles de los siguientes elementos caracterizan la innovación en tu Organización?	6,1	6,2	5,6	6,1	6,0	6,5
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>56,2%</b>	<b>56,5%</b>	<b>55,3%</b>	<b>55,2%</b>	<b>55,1%</b>	<b>61,2%</b>
07. Robotización	01. ¿Cuáles de las siguientes acciones relacionadas con la selección de personas se encuentra desplegada en tu Organización?	2,9	2,8	2,7	2,9	2,8	3,8
	02. ¿En qué grado se encuentran desarrolladas las competencias digitales entre las personas de tu Organización?	4,7	4,8	4,8	4,3	4,7	5,2
	03. ¿De qué manera se está desarrollando a las personas en la coexistencia con la robotización?	2,2	2,2	2,9	1,4	1,5	3,7
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>32,7%</b>	<b>32,7%</b>	<b>34,4%</b>	<b>28,4%</b>	<b>30,1%</b>	<b>42,3%</b>
08. Empoderamiento	01. ¿En qué grado las personas de la Organización disponen de empowerment (delegación de atribuciones) para tomar decisiones en el desarrollo de su actividad?	5,3	5,2	5,4	5,9	5,1	4,8
	02. ¿Cuáles de los siguientes sistemas de gestión de personas se encuentran desplegados en tu Organización?	4,0	3,8	4,9	4,1	3,5	4,5
	03. ¿De qué manera se capacita a las personas con mando sobre el empoderamiento de las personas?	3,1	3,2	3,6	2,4	2,7	3,7
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>41,5%</b>	<b>40,6%</b>	<b>46,3%</b>	<b>41,4%</b>	<b>37,4%</b>	<b>43,6%</b>
09. Experiencia de las personas	01. ¿Cuáles de los siguientes mecanismos utiliza tu Organización para medir la percepción de las personas?	2,9	2,9	3,3	2,1	2,6	4,5
	02. ¿A través de qué mecanismos trata tu Organización de desplegar una buena experiencia entre sus personas?	5,0	4,9	6,0	4,3	4,6	5,5
	03. ¿En cuáles de los siguientes ámbitos/fases del ciclo de vida de una persona de tu Organización se encuentran desplegadas medidas para la mejora de su experiencia?	4,1	4,2	4,8	3,7	3,2	4,2
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>40,0%</b>	<b>40,2%</b>	<b>46,8%</b>	<b>33,5%</b>	<b>34,6%</b>	<b>47,1%</b>
10. Inteligencia	01. En el día a día de la Organización se generan múltiples datos, ¿en qué grado se están aprovechando?	4,5	4,8	4,2	4,2	3,7	4,8
	02. En general, ¿con qué periodicidad se actualizan los datos procedentes de la actividad principal de tu Organización?	4,3	4,8	4,3	3,4	4,2	3,8
	03. ¿En qué ámbitos utiliza tu Organización datos predictivos?	3,1	3,4	3,7	2,5	2,2	3,2
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>39,7%</b>	<b>43,4%</b>	<b>40,8%</b>	<b>33,9%</b>	<b>33,6%</b>	<b>39,0%</b>
11. Estrategia de RSC	01. ¿Dispone tu Organización de una estrategia específica basada en la Responsabilidad Social?	4,7	4,2	5,2	4,9	5,2	5,4
	02. ¿En qué grado tu Organización dialoga con sus Grupos de Interés?	4,0	4,0	3,5	4,0	3,9	4,9
	03. ¿En qué grado tu Organización comunica sus acciones y resultados a sus Grupos de Interés?	4,2	3,8	5,1	3,9	4,4	4,6
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>43,1%</b>	<b>40,3%</b>	<b>45,9%</b>	<b>42,9%</b>	<b>45,1%</b>	<b>49,6%</b>
12. Propuesta de Valor	01. ¿En qué estadio de definición se encuentra la Propuesta de Valor de tu Organización?	3,4	3,4	3,1	4,1	3,1	2,5
	02. ¿En cuáles de los siguientes atributos se apalanca la Propuesta de Valor de tu Organización?	3,8	3,8	3,6	4,2	3,7	3,3
	03. ¿En qué grado la Propuesta de Valor de tu Organización es gestionada con datos cuantitativos?	2,6	2,6	3,3	2,7	1,9	2,8
	<b>Puntuación bloque</b>	<b>32,4%</b>	<b>32,4%</b>	<b>33,3%</b>	<b>36,7%</b>	<b>28,8%</b>	<b>28,5%</b>
Estructura organizativa esencial	Puntuación "Cliente"	37,5%	40,8%	33,6%	34,2%	33,9%	40,0%
	Puntuación "Operaciones"	44,1%	43,3%	45,9%	41,6%	44,0%	49,9%
	Puntuación "Talento"	38,1%	37,8%	42,5%	34,4%	34,0%	44,3%
	Puntuación "Liderazgo"	38,4%	38,7%	40,0%	37,8%	35,8%	39,0%
Realidades de impacto	Puntuación "Nuevas tecnologías"	39,8%	42,2%	40,9%	33,9%	34,5%	45,1%
	Puntuación "Nuevos valores"	38,2%	37,6%	38,7%	36,4%	39,0%	42,3%
	Puntuación "Nuevos negocios"	40,6%	40,7%	41,9%	40,7%	37,4%	42,6%
	<b>Puntuación "REACCIONA"</b>	<b>39,5%</b>	<b>40,2%</b>	<b>40,5%</b>	<b>37,0%</b>	<b>37,0%</b>	<b>43,3%</b>

# Conclusiones sobre segmento de la Organización

**1** Región de Murcia, gaps entre retos

La Región de Murcia destaca en respeto ambiental, pero tiene camino por recorrer en otros retos, principalmente en los referidos a nuevas tecnologías

**2** Las empresas de mayor tamaño destacan en su desempeño

El nivel de cumplimiento medio es directamente proporcional al tamaño de la empresa.

**3** Las empresas TIC destacan en la mayoría de retos por tener un mejor desempeño

El nivel de cumplimiento medio se sitúa en un 45,1%

**4** Sectores como construcción, administraciones públicas, educación y transporte, tienen aún recorrido

Las empresas de estos sectores son las que muestran como media un peor nivel de rendimiento en el cumplimiento de los retos planteados



# Modelo Reacciona de las Organizaciones del Futuro

## Entidades Colaboradoras en la difusión el estudio



BEYOND KNOWLEDGE\*  
[www.cegos.es/](http://www.cegos.es/)



32





