WORLD COMPLIANCE ASSOCIATION

# Las grandes empresas españolas, entre las más atrasadas en protección de datos

## Tan solo el 21% de las mercantiles reconoce cumplir todas las exigencias del Reglamento

Las grandes empresas están respondiendo a las exigencias del nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) con una mayor lentitud de la que esperaban. Tan solo un 21% de las grandes empresas españoles reconocen cumplir íntegramente los requisitos exigidos un año después de la entrada en vigor de la norma.

Según estos datos, publicados por el Instituto de Investigación de Capgemini en su informeDefensa de la protección de datos y la privacidad, fuente de ventaja competitiva para el siglo digital, en el ámbito internacional el grado de cumplimiento se sitúa en el 28%. Otro 30% indica que está cerca de conseguirlo, pero que siguen resolviendo de forma activa las cuestiones pendientes.

La tasa de cumplimiento más elevada corresponde a Estados Unidos (35%), seguido de Reino Unido y Alemania (en ambos, un 33%), y la más baja a España e Italia (en ambos países, un 21%) y a Suecia (18%).

El estudio se basa en una encuesta a más de 1.000 directivos de grandes empresas -más de 1.000 millones de dólares de facturación-de diez países y de diversos sectores.

## Complejidad muy elevada

En la encuesta, las empresas reconocen dificultades como la complejidad de los requisitos del Reglamento, los costes de su implementación y los desafíos que plantean sus infraestructuras tecnológicas heredadas. También señala un número significativo de organizaciones que invierte en gran medida en protección de datos y privacidad para garantizar el cumplimiento de la normativa existente y sentar las bases de otras futuras.

Más allá del nivel de adaptación y de los obstáculos que deben resolver las empresas, el estudio pone de relieve que el cumplimiento del RGPD genera ventajas competitivas. De esta forma, las empresas cumplidoras registran impactos positivos en los niveles de confianza y satisfacción de los clientes, en su imagen de marca y reputación y en la motivación de los empleados. Igualmente, también mejoran en factores de otra índole, como mejores prácticas de ciberseguridad y de transformación organizativa.

Entre los obstáculos para ala adaptación al RGPD, los directivos señalan la complejidad de acomodar sus sistemas heredados de tecnologías de la información (así lo considera el 38%), a las exigencias normativas, la complejidad de los requisitos del RGPD (36%) y el alto coste que supone (33%).

No obstante, según el estudio, el cumplimiento normativo también requiere un esfuerzo significativo a lo largo del tiempo, destinado al procesamiento de las consultas de los titulares de los datos, que han aumentado de forma acusada.

En la muestra consultada, desde mayo de 2018, el 50% de las empresas estadounidenses sujetas al RGPD, el 46% de las francesas, el 45% de las holandesas, el 40% de las italianas y el 32% de las españolas reconocen haber recibido más un millar de consultas.

Como complemento a estas dificultades, las empresas tiene por delante el reto de adoptar nueva legislación en países fuera de la Unión Europea.

La mayoría de directivos de empresas que cumplen íntegramente el reglamento destaca un impacto positivo en la confianza de los clientes (84%), en la imagen de marca y reputación (81%) y en la motivación de los empleados (79%).

***Fuente:*** El Economista