

## MINSAIT: EL 54% DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS NO TIENE PROGRAMAS PARA EVOLUCIONAR HACIA UNA ORGANIZACIÓN ORIENTADA AL DATO

- **El Informe Minsait sobre Madurez Digital en España 2019, centrado en Dato y Analítica, muestra que el valor extraído del dato para el negocio de las empresas españolas es moderado. Únicamente el 19% tiene un enfoque basado en aplicar la analítica más allá de la excelencia operativa.**
- **Telecomunicaciones y Banca destacan en su grado de avance: han acometido grandes inversiones en nuevas tecnologías y buscan plantear nuevas respuestas a sus retos de negocio, incluso con propuestas de valor disruptivas fuera su ámbito tradicional de actuación**
- **Sólo el 17% de las empresas españolas ha implantado políticas de control, mantenimiento y mejora continua de los algoritmos; un 17% de empresas reconoce contar con suficientes perfiles especialistas del dato y la analítica, y un 11% trabaja con herramientas para optimizar el gobierno del dato.**
- **Los equipos de Minsait cuentan con el conocimiento, los métodos y los expertos en tecnologías avanzadas capaces de ayudar a las empresas españolas en su transformación hacia Organizaciones Orientadas al Dato y facilitar que materialicen el potencial de los datos en impactos positivos**

**Madrid, 26 de noviembre de 2019.-** Las empresas españolas están lejos de tener un modelo de Organización Orientada al Dato (Data Driven Organization o DDO), con la excepción de las compañías de dos sectores: Telecomunicaciones y Banca.

Sólo el 46% de las compañías españolas conceden al dato la importancia que merece en sus estrategias y disponen de programas definidos para evolucionar hacia una Organización Orientada al Dato. Y pocas empresas están prestando atención a sus capacidades para gestionar el ciclo de vida del dato. Únicamente el 19% tiene un enfoque basado en aplicar la analítica más allá de la excelencia operativa.

En el 54% restante de los casos, la ausencia de programas de este tipo merma su evolución. La mayoría de las empresas españolas no cuentan con modelos de negocio diferenciales basados en la analítica y el dato, dado que se esfuerzan en las áreas más internas, como la protección del dato o la optimización de operaciones, pero tienden a desaprovechar el potencial del conocimiento del cliente. Y lo que es más grave, el valor extraído del dato para su negocio es moderado.

Esta información se desprende del Informe sobre Madurez Digital en España 2019, centrado en Dato y Analítica, elaborado por Minsait, una compañía de Indra. En este informe se plasma una visión completa del grado de implantación de políticas de gobierno del dato en las empresas españolas ([www.madurezdigital.minsait.com](http://www.madurezdigital.minsait.com)).

Minsait destaca que la esencia de las organizaciones orientadas al dato, más que contar con las tecnologías digitales correctas, consiste en hacer del propio dato y de la analítica parte de su estrategia de negocio, de sus sistemas, de sus procesos y de su cultura. Y afirma que dichas compañías sustentan su éxito en aspectos como ingresos incrementales por desarrollo de nuevos productos o servicios, incremento del margen unitario a través de modelos de *pricing* dinámico, reducción del *churn*, reducción en el tiempo de inactividad en los procesos de producción.

El Informe muestra que sólo dos sectores de la empresa española, Telecomunicaciones y Banca, destacan en su grado de avance. Aunque sus modelos de negocio aún distan del de una Organización Orientada al

Dato pura, las empresas de estos sectores han acometido grandes inversiones en nuevas tecnologías y buscan plantear nuevas respuestas a sus retos de negocio, incluso con propuestas de valor disruptivas fuera su ámbito tradicional de actuación. Sin embargo, a estas compañías les queda camino que recorrer. Como ejemplo, no llegan a la excelencia en cuanto a la protección contra riesgos digitales, palanca clave de una estrategia del dato *client centric*.

Minsait añade que Telecomunicaciones y Banca son una fuente de inspiración con propuestas de valor disruptivas, incluso fuera de su sector natural. En su caso, construir un nuevo capital intangible en torno al dato permite perpetuar la competitividad de una empresa ante los nuevos *players* nativos digitales.

Las empresas del resto de sectores centran frecuentemente sus esfuerzos en las áreas más críticas (como la seguridad y cumplimiento en el tratamiento de datos) o en las más arraigadas (como las operaciones de su actividad natural). Pero tienden a limitarse a los mínimos exigidos por ley o por operatividad y desaprovechan el potencial de la analítica de datos en la palanca de competitividad clave: la relación con el cliente.

### **Socio tecnológico de las empresas para materializar el potencial de los datos en impactos positivos**

Desde su convencimiento del valor del dato, su profundo conocimiento de la situación de sectores y organizaciones y sus equipos, métodos y tecnologías, Minsait se consolida como el socio tecnológico a la hora de ayudar a las empresas españolas en su transformación hacia Organizaciones Orientadas al Dato.

“Si tenemos en cuenta que el progreso de la economía española pasa por crear empresas competitivas a nivel global, y que el dato tiene y tendrá un papel cada vez más relevante en este objetivo, la criticidad de este activo para las empresas españolas se vuelve indiscutible”, afirma Fernando Abril-Martorell, Presidente de Indra, en el Informe Minsait.

“Es necesario invertir no sólo en tecnología y herramientas, sino también en nuevos perfiles digitales; aterrizar la aportación de la analítica en proyectos bien definidos; generar sinergias y colaboración entre departamentos; desarrollar KPIs inéditos adaptados a los nuevos proyectos; y finalmente, incorporar los algoritmos y modelos predictivos a la toma de decisiones”, añade Abril-Martorell.

“Hemos completado un enorme esfuerzo por ayudar a las empresas españolas en su necesario camino de transformación hacia Organizaciones Orientadas al Dato, aportando los mejores equipos humanos, métodos y tecnologías avanzadas para acompañarlas en ese necesario tránsito, señala Cristina Ruiz, Consejera Directora General de Tecnologías de la Información de Indra. “Desde nuestra experiencia como socio tecnológico, podemos certificar el impacto visible en los resultados de aquellas organizaciones que han apostado claramente por el dato como epicentro de su estrategia”.

Cristina Ruiz asegura que los equipos de Dato y Analítica de Minsait ayudan mediante el Informe de Madurez Digital a las empresas españolas a conocer en qué punto de esta evolución se encuentran. Los equipos de Minsait “cuentan con el conocimiento y los expertos en tecnologías avanzadas capaces de materializar el potencial de los datos en acciones prácticas, ofreciendo un asesoramiento personalizado para hacer frente a los retos competitivos que plantea un escenario en constante transformación. De este modo, las empresas españolas tomarán el tren de la nueva competitividad a máxima velocidad”.

En su Informe de Madurez Digital, Minsait muestra que las compañías españolas que están invirtiendo con convicción en avanzar en todas las dimensiones de una Organización Orientada al Dato están viéndose recompensadas por sus iniciativas:

- Logran extraer valor de los datos y rentabilizar las inversiones realizadas: a corto plazo mediante la optimización directa comercial u operativa, o a largo plazo, mediante el conocimiento del cliente. Esto perpetúa su viabilidad ante nuevos *players* con modelos de negocio basados en el dato.
- Construyen un capital basado en activos intangibles: los datos. Esto genera ventaja competitiva a largo plazo con un enfoque *client centric* que fomenta una propuesta de valor basada en experiencias.

- Aumentan su velocidad en la toma de decisiones, siendo los primeros en reaccionar a un entorno cambiante, ajustándose así mejor a las necesidades de los clientes.
- Generan sinergias alrededor del dato, mediante el acceso universal a éste y la capacitación de la propia compañía. Esto reduce el tiempo necesario para el desarrollo de nuevos proyectos, dota de visión global a muchas iniciativas antes departamentales y genera entornos colaborativos que fomentan la innovación.

### **Análisis a partir de diferentes habilitadores y dimensiones**

Minsait ha analizado el grado de madurez y preparación de las empresas españolas para transformarse en Organizaciones Orientadas al Dato a partir de cuatro habilitadores esenciales:

- En cuanto a estrategia, el Informe señala que la orientación *data centric* necesita arraigarse con más solidez, introduciendo la analítica del dato en la estrategia de la compañía: sólo un 56% de las compañías cuenta con una visión clara de las oportunidades en torno al dato, y sólo el 46% dispone de programas definidos para evolucionar hacia una Organización Orientada al Dato.
- Sobre organización, apunta que mientras la dirección apoya la maduración de la aplicación del dato y la analítica en el 65% de las compañías, sólo un 23% de las empresas españolas reconocen tener un gobierno del dato sólido que asegure una calidad aceptable del mismo, y sólo el 17% ha implantado políticas de control, mantenimiento y mejora continua de los algoritmos.
- Acerca de cultura y talento, sólo un 17% de empresas reconoce contar con suficientes perfiles especialistas del dato y la analítica. Asimismo, sólo un 28% reconoce una cultura de calidad del dato en su empresa y las nuevas formas de trabajo en torno al dato (nuevas metodologías, democratización, divulgación) sólo están implantadas en un cuarto de las compañías.
- Sobre tecnología, sólo un 30% de las organizaciones ha implantado tecnologías Big Data, y un 11% trabaja con herramientas para optimizar el gobierno del dato (diccionarios, MDM, modelado, calidad, etc.).

Adicionalmente, ha revisado el nivel de aplicación actual de la inteligencia en el ciclo de vida del dato de las empresas españolas. Sólo un 12% enriquece su visión interna con datos de fuentes externas, y un 19% tiene capacidades de aprendizaje. Si bien el 40% son capaces de captar datos no estructurados de alta complejidad (voz, vídeo), sólo un 16% de empresas explotan estos datos desestructurados.

Minsait también ha analizado cómo se despliegan los avances en analítica y cómo se trasladan a la cadena de valor en cuatro dimensiones:

- Sobre innovación, el 10% de las empresas cuenta con un observatorio de tendencias entorno al dato y el 8% con un observatorio automatizado de mercado para detectar oportunidades de innovación.
- Acerca de clientes, sólo el 26% incorpora datos externos para mejorar el conocimiento agregado de estos y sólo el 19% monitoriza continuamente la experiencia del cliente para el rediseño de la misma.
- En cuanto a operaciones, un 27% de las empresas aprovecha las oportunidades de la analítica, pero sólo un 6% aplican optimización inteligente a su función TI y un 11% la aplican a su función financiera.
- Sobre seguridad, casi el 80% cumplen estrictas políticas y mecanismos que garantizan el acceso seguro a los datos de usuarios. Sin embargo, las técnicas analíticas para la prevención de fraudes sólo se utilizan en el 40% de las empresas y en el 17% de ellas para la identificación de riesgos futuros.

Para realizar el Informe sobre Madurez Digital en España 2019, Minsait ha realizado una investigación desde una doble perspectiva: por un lado, a través de entrevistas personales con representantes de más de 100 empresas de diferentes sectores de actividad y organismos públicos; y por otro, mediante conversaciones con profesionales de reconocida experiencia en el ámbito del gobierno del dato.

**Acerca de Minsait**

Minsait, una compañía de Indra ([www.minsait.com](http://www.minsait.com)), es la empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica. Minsait presenta un alto grado de especialización y conocimiento sectorial, que complementa con su alta capacidad para integrar el mundo core con el mundo digital, su liderazgo en innovación y en transformación digital y su flexibilidad. Con ello, enfoca su oferta en propuestas de valor de alto impacto, basadas en soluciones end-to-end, con una notable segmentación, lo que le permite alcanzar impactos tangibles para sus clientes en cada industria bajo un enfoque transformacional. Sus capacidades y su liderazgo se muestran en su oferta de productos, bajo la denominación Onesait, y su oferta transversal de servicios.

**Acerca de Indra**

Indra ([www.indracompany.com](http://www.indracompany.com)) es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. En el ejercicio 2018, Indra tuvo unos ingresos de 3.104 millones de euros, 43.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.