

Según el Informe Minsait sobre Madurez Digital en España 2019 -centrado en Dato y Analítica

TELECOMUNICACIONES ES EL SECTOR MÁS DESTACADO EN MADUREZ DIGITAL Y ESTRATEGIA ORIENTADA AL DATO

- **Todas las operadoras españolas consultadas reconocen la importancia del dato en sus estrategias y afirman ser conscientes de cómo este impacta en su sector y de las oportunidades que desean capturar**
- **El 100% de las *Telco* consultadas disponen de roles de liderazgo de la evolución del dato y dos tercios disponen de CDO**
- **El uso de datos relacionado a los clientes es el mayor desafío de las operadoras. Pese a la gran cantidad de datos con los que operan, casi la mitad no tienen conocimiento de la experiencia de clientes con sus productos**
- **Los equipos de Minsait cuentan con el conocimiento, los métodos y los expertos en tecnologías avanzadas, capaces de ayudar a las *Telco* españolas en su transformación hacia Organizaciones Orientadas al Dato y facilitar que materialicen el potencial de los datos en impactos positivos**

Madrid, 4 de febrero de 2020.- El sector de telecomunicaciones lidera la madurez digital y es el que tiene un modelo de organización con mayor grado de orientación al dato dentro de la industria española, gracias a los ingentes volúmenes de estos que manejan y deben aprovechar. Así se desprende del Informe Minsait sobre Madurez Digital en España 2019, centrado en Dato y Analítica.

El sector de telecomunicaciones se enfrenta a una creciente competencia y debe explorar nuevos modelos de negocio y el dato se presenta como una oportunidad clave para el sector. En este escenario, destaca el grado de innovación de las *Telco* con respecto al resto de sectores, explicado en que las operadoras han llevado a cabo inversiones significativas para el desarrollo de sus plataformas.

La madurez digital del negocio ha impulsado a las operadoras de telecomunicaciones a trabajar su estrategia en torno al dato y la analítica: todas reconocen la importancia del dato en sus estrategias. Esta visión se concreta en programas específicos en el 80% de las empresas, todos ellos con un nivel de detalle alto. Sin embargo, mientras que las operadoras basan sus decisiones estratégicas en datos, sólo un 20% aplica modelos analíticos en la toma de decisiones.

Las operadoras de telecomunicaciones españolas también se diferencian de las empresas del resto de los sectores en relación a la captación de talento digital. Mientras que el resto de empresas se encuentra en una batalla por el talento, esto no parece suponer un impedimento grave en el caso de las operadoras, ya que todas las compañías analizadas aseguran contar con profesionales especializados para abordar los proyectos asociados a la explotación del dato. No obstante, un 20% de empresas reconoce que la cultura del dato no está completamente asimilada en la compañía.

Todas las operadoras entrevistadas por Minsait coinciden en que existe un total alineamiento y compromiso con la evolución hacia una Organización Orientada al Dato (Data Driven Organization o DDO) por parte de la primera línea de dirección, fruto de la clara visión estratégica que comparten. Como resultado, todas disponen de roles que asumen decididamente el liderazgo de la evolución del dato. Sin embargo, destaca que solo dos tercios cuentan con CDOs y en el resto es el cargo de CIO el que opera en esta función. En líneas generales, las operadoras participantes en el informe están satisfechas con el nivel de recursos disponibles para los

proyectos relacionados con el dato y la analítica, y un 20% considera el dato como una de sus prioridades en el presupuesto.

Para las *Telco*, la seguridad y protección de los datos es de extrema importancia ya que manejan grandes volúmenes de datos a diario. Es por eso que todas las operadoras disponen de políticas que garantizan el cumplimiento de la normativa nacional e internacional, y llevan a cabo auditorías periódicas para asegurar su cumplimiento. También aseguran la anonimidad de la información de sus clientes y cuentan con mecanismos de protección de los datos contra accesos indeseados; sin embargo, un 60% desaprovecha el potencial del dato para proteger la estabilidad de su negocio, y no cuenta con modelos analíticos avanzados que detecten potenciales amenazas.

El conocimiento completo de la información de los clientes como principal desafío

Sin duda, el uso de datos relacionado a los clientes es el mayor desafío de las operadoras. Pese a la gran cantidad de datos con los que operan, casi la mitad de las operadoras no tienen conocimiento de la experiencia de clientes con sus productos. Además, apenas un 20% es capaz de rediseñar y enriquecer la experiencia en función de los datos del consumo de los servicios. Sin embargo, el grado de conocimiento del cliente está en plena evolución, con un 40% de empresas que afirma estar valorando las alianzas con terceros para enriquecer su visión del cliente, y con el 60% restante que ya recaba datos externos de aliados.

También se puede mejorar en cuanto a la monitorización de la competencia. Aunque un 80% de las empresas realiza una monitorización continua de forma automatizada, aun no se aplica la inteligencia más sofisticada. Mientras que la gestión de reputación, tan crucial en la relación del cliente con la marca, se realiza de forma tradicional en más de la mitad de empresas.

Conclusiones generales

Las empresas españolas están lejos de tener un modelo de Organización Orientada al Dato (Data Driven Organization o DDO). 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 este tipo de organización. Pocas empresas están prestando atención a sus capacidades para gestionar el ciclo de vida del dato: solo el 19% tiene un enfoque basado en aplicar la analítica más allá de la excelencia operativa.

Más datos que refleja el Informe Minsait sobre Madurez Digital en España 2019:

- En cuanto a estrategia, el estudio 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.
- 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.).

El Informe 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.

Recompensas derivadas de aplicar un modelo de Organización Orientada al Dato

Minsait resume así los beneficios que se derivan de invertir, con convicción, en llegar a ser una compañía que concede al dato la importancia que merece:

- 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.

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, ofreciendo un asesoramiento personalizado para hacer frente a los retos competitivos que plantea un escenario en constante transformación.

Sobre el informe

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), es una 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) 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.