



# La cultura de datos alimenta el valor de negocio en las organizaciones impulsadas por los datos

INVESTIGACIÓN DE:



**Chandana Gopal**  
Directora de investigación,  
Futuro de la Inteligencia, IDC



## Cómo recorrer este informe

Haga clic en los títulos o los números de páginas para acceder a cada sección.

<b>Metodología</b>	<b>3</b>
<b>Descripción general de la situación</b>	<b>4</b>
<b>La cultura de datos desempeña un papel fundamental para que una empresa se convierta en una organización impulsada por los datos</b>	<b>5</b>
<b>Tendencias clave en las organizaciones con culturas de datos sólidas</b>	<b>8</b>
1. Las organizaciones impulsadas por los datos ponen grandes expectativas en los talentos para un amplio espectro de actividades relacionadas con los datos	<b>8</b>
2. Las organizaciones impulsadas por los datos dan la misma importancia a la confianza y a la responsabilidad	<b>9</b>
3. Las organizaciones impulsadas por los datos promueven la curiosidad por los datos y su exploración	<b>11</b>
4. Las organizaciones impulsadas por los datos eliminan los silos y priorizan la colaboración	<b>12</b>
5. Las organizaciones impulsadas por los datos se comprometen a obtener valor a partir de los datos.	<b>14</b>
<b>Pronóstico</b>	<b>17</b>
<b>Identificar las brechas en su cultura de datos</b>	<b>17</b>
<b>Aprovechar los beneficios de las inversiones incrementales en la cultura de datos</b>	<b>17</b>
<b>Hacer cambios de mentalidad simples</b>	<b>17</b>
<b>Entender el gran impacto que tienen los ejecutivos</b>	<b>17</b>
<b>Buscar nuevas métricas para medir las mejoras</b>	<b>18</b>
<b>Conclusión</b>	<b>18</b>
<b>Acerca de la analista</b>	<b>19</b>
<b>Mensaje del patrocinador</b>	<b>20</b>



# Metodología

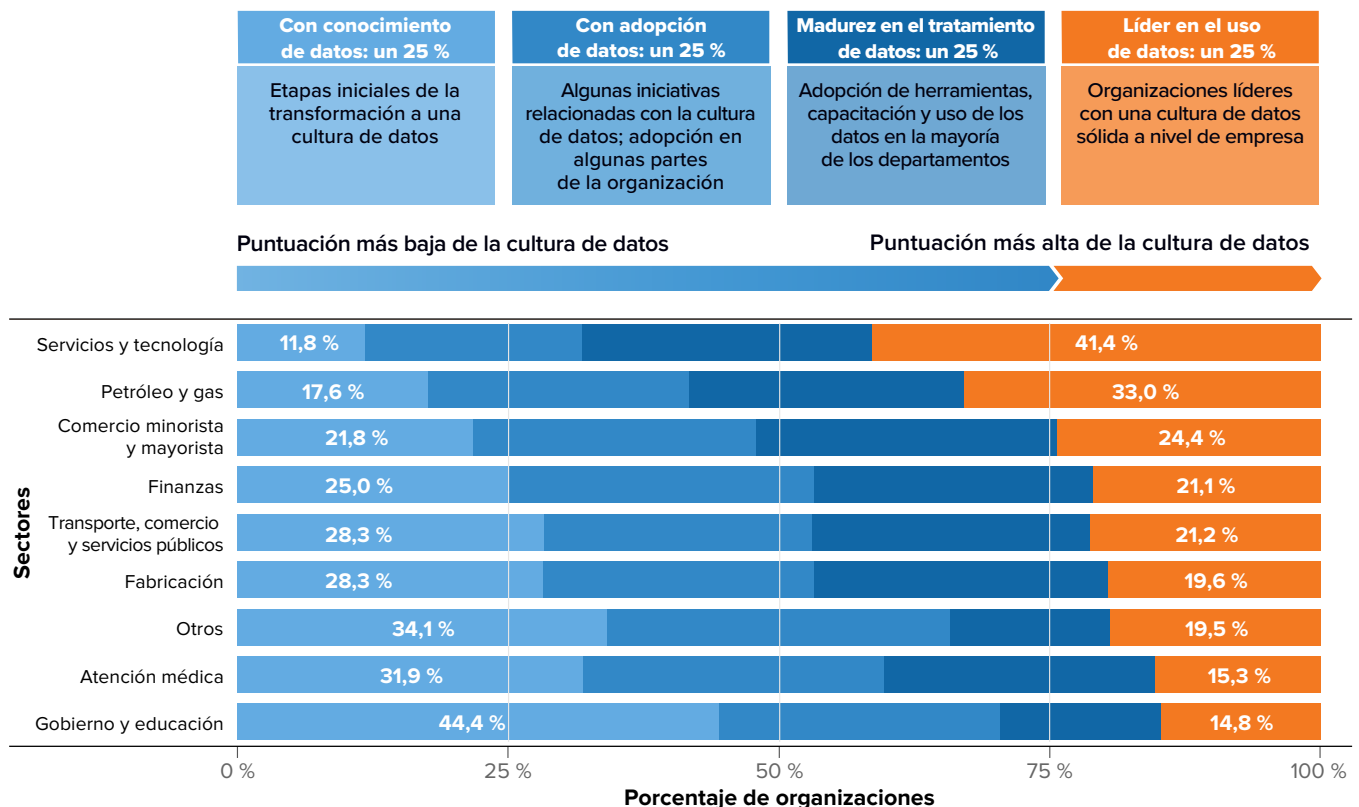
IDC realizó una encuesta global a 1100 personas que usan los datos en sus organizaciones. Entre los encuestados se incluyeron personas con cargos ejecutivos, gerenciales, técnicos y no técnicos. Los participantes de la encuesta pertenecían a organizaciones con más de 500 empleados y se encontraban en diez países: Alemania, Brasil, Canadá, China, Estados Unidos, Francia, India, Japón, México y el Reino Unido. Los encuestados representaban diversos sectores, por ejemplo, servicios financieros, fabricación, atención médica, servicios profesionales y de tecnología, servicios públicos, comercio minorista y mayorista, gobierno y educación.

Las preguntas que IDC formuló a los participantes de la encuesta buscaron identificar características explícitas e implícitas clave que inciden en cómo se usan los datos para tomar decisiones. Se recopilieron métricas de estas características relacionadas con actitudes y comportamientos. El análisis de los datos ayudó a desarrollar una escala para medir la presencia y la profundidad de impulsores clave y una medición general de la cultura de datos.

IDC se asoció por primera vez con Tableau para evaluar el [impacto de la cultura de datos](#) en los resultados de negocios. En esta publicación, se exploran las tendencias en los niveles regionales y de cada sector. Los encuestados se clasificaron en uno de cuatro grupos en función de la madurez de su cultura de datos. Como se muestra en la **Figura 1**, aproximadamente un cuarto de los encuestados pertenece a cada uno de los grupos.

**FIGURA 1**

## Madurez de la cultura de datos



n = 1100, fuente: IDC, 2021



# Descripción general de la situación

No hay dudas de que los datos y la analítica representan la columna vertebral de las iniciativas de transformación digital. Los datos por sí solos no significan nada. Tienen que estar disponibles de la manera correcta, en el momento justo y con el contexto necesario para impulsar resultados de negocios.

A medida que las empresas adoptan tecnologías de datos y analítica para convertirse en organizaciones impulsadas por los datos, tienen que enfrentar desafíos. Estos no se generan a partir de la falta de datos o herramientas, sino de la falta de creencias y de comportamientos impulsados por los datos para su uso. Para poder transformar y aprovechar realmente las inversiones en tecnologías de datos y analítica, las organizaciones deben centrarse en el personal y desarrollar una cultura que priorice los datos en el momento de tomar decisiones. Esto también se conoce como “cultura de datos”.

Las organizaciones que combinan las inversiones adecuadas en tecnología con un enfoque centrado en la cultura de datos lideran el mercado. Esto se debe a que pueden aprovechar las oportunidades, impulsar el crecimiento, promover la innovación y diferenciarse de sus pares.

Sin embargo, si se desea fomentar una cultura de datos, se debe trabajar de manera colaborativa y analizar con honestidad el uso generalizado de los datos en toda la organización, identificar las ineficiencias y los elementos que obstaculizan el uso de los datos y, luego, implementar una estrategia que aborde estos aspectos. Los ejecutivos de las organizaciones a menudo expresan que quieren aumentar el uso de los datos y trabajar de forma más inteligente, pero como vemos en la **Figura 2**, hay una diferencia entre lo que quieren y lo que hacen.

**FIGURA 2**

## Brecha entre “querer” y “hacer”



### Qué quieren

El **83 %** de los CEO quiere que los miembros de su organización usen más los datos.

El **87 %** de los CXO dice que ser una empresa inteligente es su máxima prioridad.

### Qué tienen

El **33 %** se siente cómodo cuestionando los KPI y las métricas utilizadas en las organizaciones.

El **29 %** debe comunicarse con métodos basados en los datos.

El **30 %** dice que las acciones se basan en el análisis de datos.

El **34 %** encuentra fácil obtener ayuda de un colaborador interno o externo.

N = 455; base = usuarios finales; fuente: encuesta de IDC, 2021

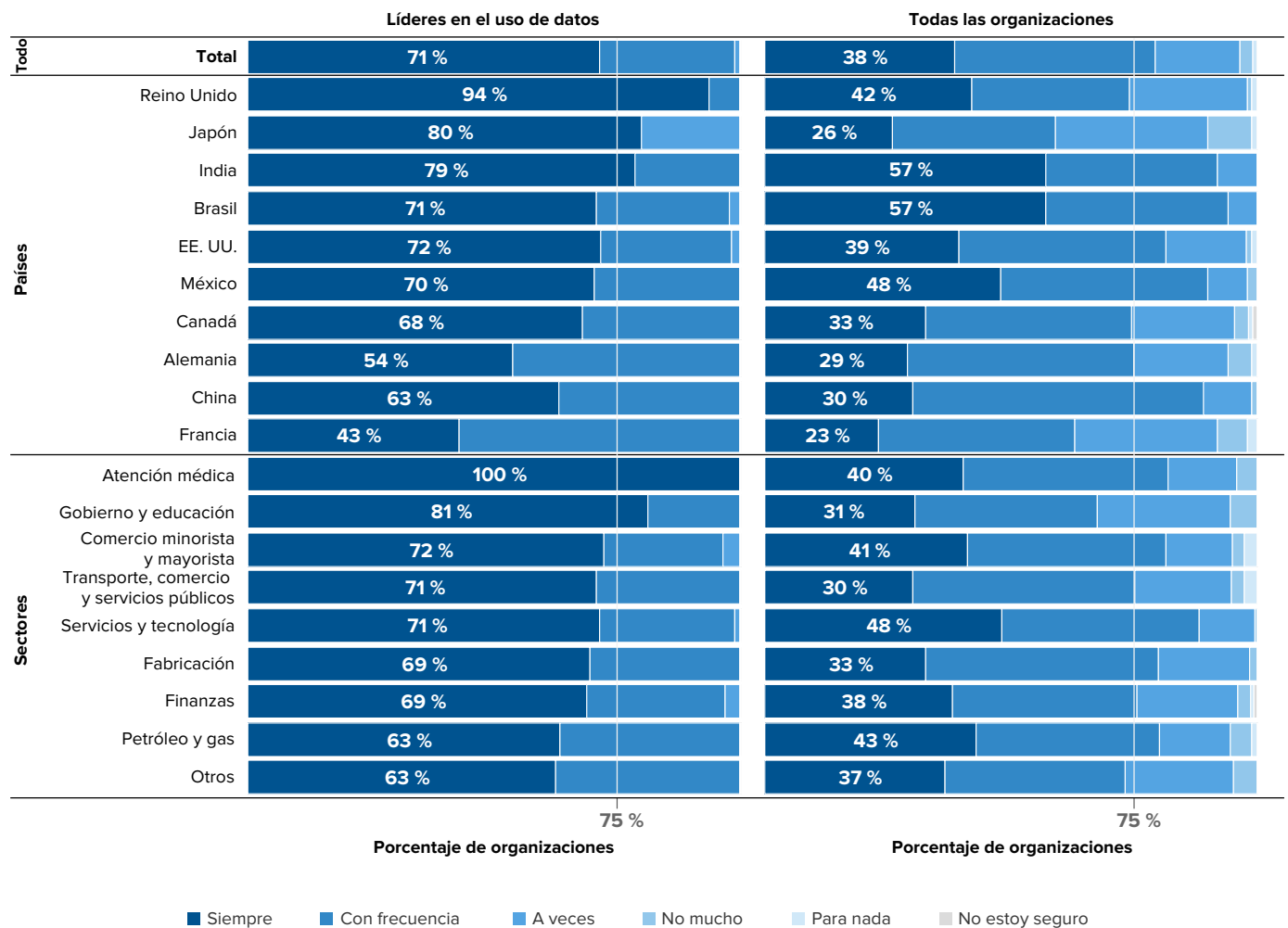
# La cultura de datos desempeña un papel fundamental para que una empresa se convierta en una organización impulsada por los datos

Según la investigación de IDC, las organizaciones que cuentan con culturas de datos sólidas son más propensas a impulsar sus acciones con datos que sus pares. Además, usan los datos de tres modos distintos:

## 1. Como un elemento integral en reuniones y conversaciones diarias

Incorporar los datos en las prácticas cotidianas es fundamental para promover una cultura de datos; esto incluye reuniones, presentaciones y conversaciones. Al preguntarles acerca de la frecuencia del uso de datos en todas las reuniones, las organizaciones líderes en el uso de datos fueron diez veces más propensas a responder que los datos estaban presentes “siempre” y no “a veces” (Figura 3).

**FIGURA 3**  
**Porcentaje de organizaciones que siempre usan datos en las reuniones**



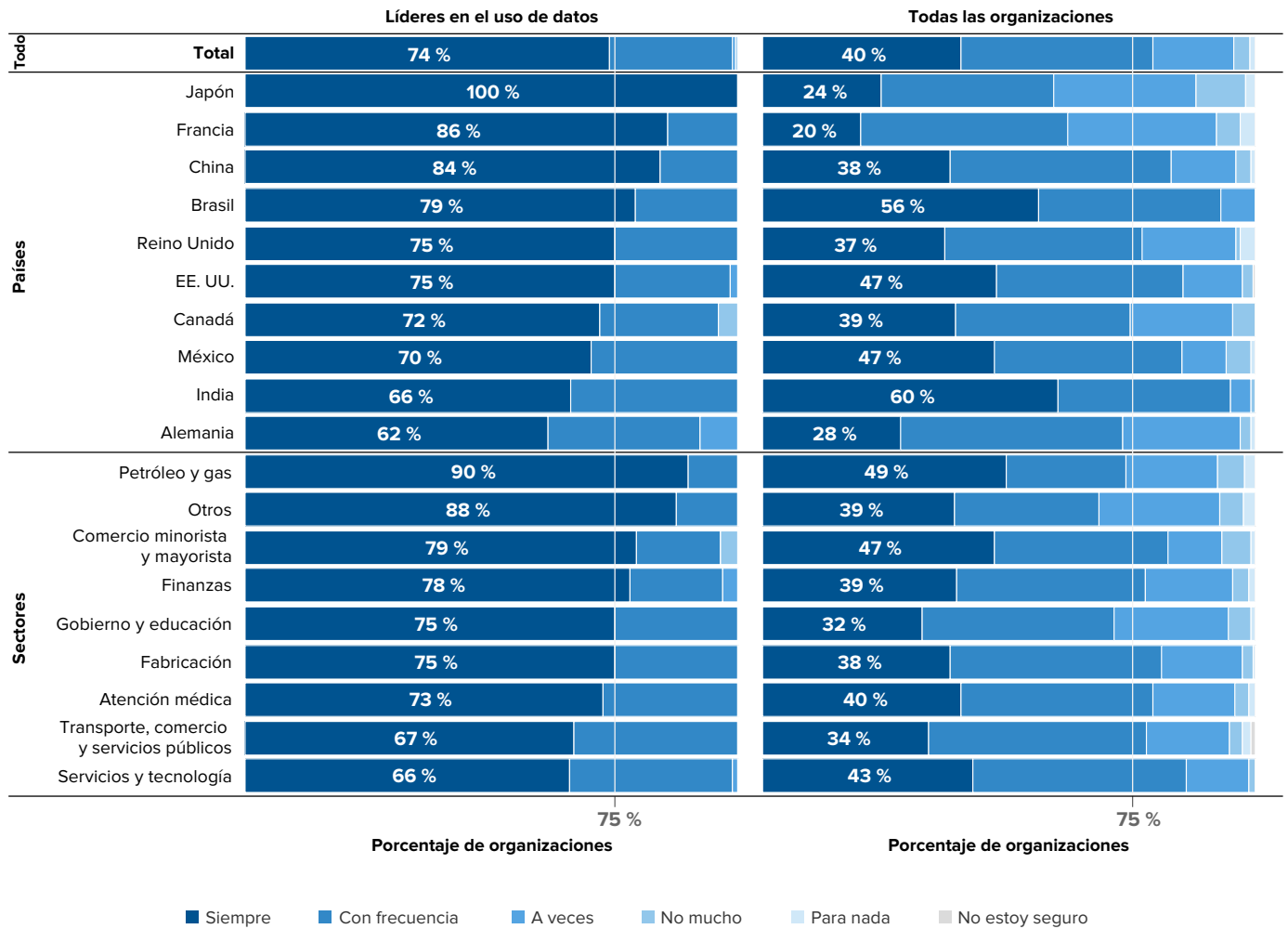
n = 1100, fuente: IDC, 2021

## 2. Como soporte al recomendar próximos pasos o acciones

Durante las operaciones de negocios habituales, los empleados a menudo preparan recomendaciones para los próximos pasos o acciones. Al preguntarles si requerían datos para respaldar las recomendaciones, opiniones o decisiones, los encuestados líderes en el uso de datos fueron seis veces más propensos a responder que los datos se requerían “siempre” y no “a veces” (Figura 4).

**FIGURA 4**

### Porcentaje de organizaciones que siempre requieren datos para respaldar las recomendaciones



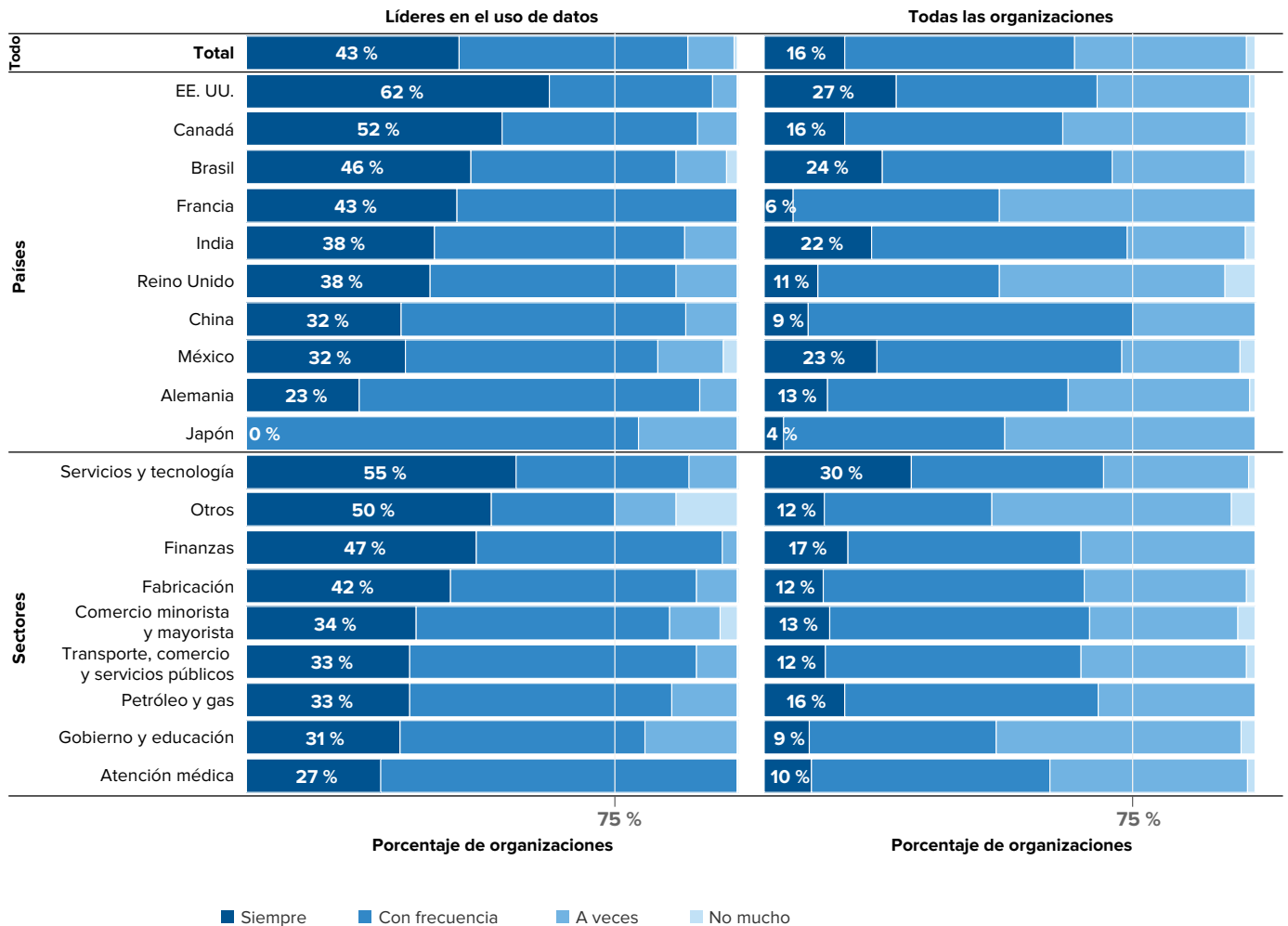
n = 1100, fuente: IDC, 2021

### 3. Como respaldo de las decisiones importantes

Al pedirles una reflexión sobre las decisiones de negocios importantes que tomaron en el mes anterior, los encuestados líderes en el uso de datos fueron 4,5 veces más propensos a responder que los datos influyeron en las decisiones, ya que los habían usado en presentaciones o como respaldo en debates significativos (Figura 5).

FIGURA 5

#### Porcentaje de organizaciones que siempre requieren datos para respaldar las decisiones importantes



n = 1100, fuente: IDC, 2021

## Tendencias clave en las organizaciones con culturas de datos sólidas

La "cultura" se define como un conjunto de atributos, valores, metas y prácticas compartidos que caracteriza a una institución o una organización. Como extensión de ese concepto, la "cultura de datos" comprende los valores, los comportamientos y las actitudes de ejecutivos y empleados con respecto al uso de los datos para la toma de decisiones.

Los atributos de la cultura de datos incluyen características visibles, como los métodos de capacitación, las herramientas disponibles y los procesos de negocios, y otras más sutiles y difíciles de cuantificar, como la empatía, la identidad y la confianza en los conocimientos sobre los datos.

Al medir 17 características, identificamos cinco tendencias relacionadas con las creencias y los comportamientos entre todos los encuestados que pertenecían a la categoría de organizaciones líderes en el uso de datos. Si bien estas tendencias se identificaron a nivel de los países, por lo general también se identificaron a nivel global. En líneas generales, obtuvimos las respuestas más optimistas de encuestados de Brasil e India en comparación con encuestados de otros países. Además, recibimos respuestas más bien pesimistas de participantes de Alemania, Canadá, Francia, Japón y el Reino Unido.

### 1. Las organizaciones impulsadas por los datos ponen grandes expectativas en los talentos para un amplio espectro de actividades relacionadas con los datos

Para convertirse en organizaciones basadas en los datos, las empresas deben contar con una variedad de habilidades. Estas incluyen, por ejemplo, encontrar, analizar e interpretar datos, conectarse a ellos y usarlos para contar historias y tomar decisiones. Cuando las empresas reclutan a personas con estas habilidades e invierten en capacitar a sus empleados, comienzan a notar que toda la organización se orienta más hacia los datos.



A nivel global, las empresas líderes en el uso de datos fueron **tres veces más propensas** que las organizaciones con conocimiento de datos a **requerir que los nuevos empleados** supieran cómo **presentar datos de manera persuasiva** al argumentar sobre una posición.

### Asia-Pacífico

En esta región, las empresas con conocimiento de datos quedaron rezagadas en un 45 % en comparación con las empresas líderes en el uso de datos con respecto a la capacidad de sus empleados de analizar datos. Los encuestados de China y Japón reflejaron dificultades en esta área y tuvieron resultados por debajo del promedio. Las empresas de India obtuvieron resultados por encima del promedio y recibieron una calificación positiva respecto de sus inversiones en la alfabetización de datos. **A nivel global, solo el 3 % de las organizaciones manifestó no contar con ningún tipo de capacitación sobre las habilidades para manejar datos para sus empleados.** Sin embargo, un tercio de estas organizaciones estaban ubicadas en Japón y representaban el 11 % de los encuestados de ese país.



## Latinoamérica

De todos los países encuestados, las organizaciones de México lograron el mayor éxito de sus inversiones en la alfabetización de datos. Tanto México como Brasil tuvieron calificaciones por encima del promedio respecto de su capacidad para analizar, interpretar y usar información a partir de datos. Estas inversiones dieron excelentes resultados. **En Latinoamérica, los encuestados de empresas líderes en el uso de datos eran siete veces mejores para encontrar datos y conectarse a ellos** que los encuestados de empresas con conocimiento de datos.

## Norteamérica

Estados Unidos fue el país más propenso a informar que la capacitación en datos era obligatoria para los empleados. Un cuarto de las organizaciones de ese país expresó que espera que esta sea obligatoria para todos los empleados. Esto se debió en gran parte a que **el 37 % de las organizaciones líderes en el uso de datos requería que todos sus empleados se capacitaran en el uso de los datos**. En comparación, Canadá estaba menos dispuesta a hacer obligatoria la capacitación, incluso en organizaciones con una cultura de datos sólida. El 13 % de todos los encuestados expresó que la capacitación era un requisito para todos los empleados. Sin embargo, solo el 16 % de las organizaciones líderes en el uso de datos establecían la obligatoriedad.

## Europa Occidental

**La mayoría de las empresas de Europa Occidental obtuvo calificaciones bajas, ya que sus inversiones en capacitación estaban por debajo del promedio.** Francia y el Reino Unido obtuvieron resultados apenas por debajo del promedio global (3 y 4 puntos porcentuales, respectivamente). Por su parte, Alemania obtuvo 14 puntos de porcentaje por debajo. Casi un cuarto de los encuestados alemanes respondió no estar de acuerdo con la afirmación “Contamos con las personas correctas que tienen las capacidades adecuadas para responder nuestras preguntas de negocios más importantes con datos y análisis”.

## 2. Las organizaciones impulsadas por los datos dan la misma importancia a la confianza y a la responsabilidad

La confianza es la base para crear una cultura sólida en torno al acceso a los datos y el uso de ellos. Es necesaria para que las empresas brinden a sus empleados acceso a datos relevantes para sus trabajos. Además, los empleados deben confiar en los datos que usan. Las empresas tienen que implementar todas las políticas y prácticas de gobernanza adecuadas para garantizar que los empleados puedan usar los datos de manera responsable. Asimismo, deben eliminar los obstáculos que les impiden acceder a los datos pertinentes.

Las organizaciones líderes en el uso de datos otorgan a sus empleados una transparencia absoluta con respecto al uso de los datos y eliminan todas las barreras que existen entre los departamentos, las unidades de negocios, las ubicaciones, etc. A su vez, los empleados sienten una mayor responsabilidad por los datos a los que pueden acceder desde el punto de vista profesional y personal. Las organizaciones líderes en el uso de datos facilitan a los empleados el acceso a todos los datos que necesitan para hacer su trabajo.



La confianza suele estar **muy influenciada por la cultura regional**. Los empleados de organizaciones en las regiones de Asia-Pacífico y Europa Occidental fueron **más propensos** a expresar que sus organizaciones proporcionaban **visibilidad de los datos dentro de un grupo o un departamento**.

## Asia-Pacífico

**Las organizaciones de Asia-Pacífico demostraron un alto grado de confianza en sus colegas y sus organizaciones, pero menos confianza en los conocimientos sobre los datos de las personas.** Esto impulsa modelos de gobernanza altamente restrictivos que inhiben el acceso a los datos. Las organizaciones con conocimiento de datos de India argumentaron que se sentían menos responsables por los datos, a pesar de que el 31 % de los encuestados tenía acceso a todos los datos de la empresa. En Japón, un tercio de las organizaciones brinda acceso a los datos en el nivel de departamento. Sin embargo, solo un encuestado informó que sus empleados tienen acceso a los datos de toda la empresa. Los encuestados de China informaron que la mayoría de los empleados no tenían acceso a los datos fuera de sus departamentos.

## Latinoamérica

Las calificaciones más bajas en relación con la confianza y la responsabilidad corresponden a Latinoamérica. **En México, solo el 11 % de los encuestados dijo que tenía visibilidad de los datos de toda la empresa. Además, las organizaciones mexicanas tuvieron la tercera calificación más baja con respecto a la confianza de todos los encuestados.** Brasil presentó la calificación más baja de los países participantes. De manera similar a lo sucedido con los encuestados de la región de Asia-Pacífico, puede establecerse una conexión entre este bajo nivel de confianza y la falta de responsabilidad personal por el modo en que se usan los datos. En líneas generales, la región de Latinoamérica (seguida de cerca por Asia-Pacífico) tiene la mayor oportunidad de beneficiarse si establece pautas para el uso de los datos y promueve un sentido de responsabilidad en relación con ellos.

## Norteamérica

Estados Unidos y Canadá lograron las calificaciones más altas para esta tendencia. Ambos países tuvieron resultados por encima del promedio y uniformes. **En las organizaciones líderes en el uso de datos de Norteamérica, un 70 % más de encuestados expresó que las partes interesadas facilitaban el acceso a los datos necesarios para hacer su trabajo, en comparación con las organizaciones con conocimiento de datos.** Esto fue más notable que en cualquier otra región. Es posible que se deba en gran parte a una exposición más temprana y profunda a los modelos de autoservicio de la inteligencia empresarial que requieren un equilibrio entre la autonomía y el control para tener éxito.

## Europa Occidental

Los empleados de organizaciones de Europa Occidental y de Asia-Pacífico manifestaron que sus organizaciones eran más propensas a ofrecer visibilidad de los datos dentro de un grupo o un departamento. Si bien **todos los encuestados del Reino Unido, Francia y Alemania calificaron sus organizaciones por encima del promedio en confianza y responsabilidad**, las calificaciones más altas correspondieron a empresas de Francia.

### 3. Las organizaciones impulsadas por los datos promueven la curiosidad por los datos y su exploración

El hecho de que una organización cuente con las herramientas, la tecnología y el acceso a los datos no necesariamente significa que se esté convirtiendo en una organización impulsada por los datos. Las personas tienen que tener una mentalidad orientada hacia los datos. Los empleados de las organizaciones líderes en el uso de datos tienen una identidad de trabajo que está basada en los datos y están dispuestos a experimentar con ellos. En muchas interacciones con personas de organizaciones que tienen una cultura de datos sólida, los empleados a menudo argumentan que los ejecutivos prefieren promover la experimentación con el uso de los datos y fallar a elegir el camino más fácil de ignorar el uso de los datos.

Las organizaciones con una cultura de datos sólida permiten que sus empleados experimenten, fallen, exploren e innoven a partir de los datos. Esperan que los empleados usen los datos en las reuniones y tomen decisiones en función de ellos y no de la intuición o las suposiciones. El uso de los datos se vuelve parte del ADN de la empresa. Los empleados se enorgullecen de ser expertos en el uso de datos. Además, estos representan una parte esencial de las metas y las prioridades de la organización.



En promedio, el **73,5 % de los encuestados de empresas líderes en el uso de datos** de diferentes lugares del mundo comentó que **siempre tomaron decisiones en función de los datos**, en comparación con solo el 5,7 % de los encuestados de organizaciones con conocimiento de datos.

#### Asia-Pacífico

Dentro de la región, hubo una leve variación entre los diferentes países. Los participantes de China expresaron la más baja satisfacción dentro de la región con respecto a la manera en que sus organizaciones usan y exploran los datos, e innovan con ellos. **Las empresas de Japón tuvieron calificaciones apenas por encima del promedio por promover la curiosidad por los datos y su exploración.** Esto puede deberse, en parte, a la mentalidad basada en los datos del sector de fabricación. El 32 % de los encuestados prioriza Kaizen y otras técnicas de producción lean. En India, donde el 22 % de los encuestados pertenecía al sector de servicios y tecnología, las calificaciones más altas pueden estar relacionadas con la tendencia de priorizar la innovación.

## Latinoamérica

De las cinco tendencias descritas en este informe, Latinoamérica tuvo el mejor resultado en relación con la mentalidad orientada hacia los datos. De este modo, contribuyó al 30 % de la calificación del índice de cultura de datos de la región. Allí, **el 83 % de los encuestados expresó que los datos eran una “parte esencial de su identidad de trabajo” o que ellos “se apoyaban mucho en los datos” en el ámbito profesional.** Este número se vio impulsado en parte por sectores que usan los datos. De los encuestados de México, un 19 % formaba parte del sector de servicios y otro 19 % del sector de fabricación (específicamente, el 15 % de este grupo pertenecía a la fabricación por procesos). El 38 % de los encuestados de Brasil era del sector de servicios y tecnología, y el 14 % del sector de finanzas.

## Norteamérica

En comparación, Norteamérica obtuvo calificaciones promedio por su enfoque de trabajo basado en los datos. En lo que respecta a la mentalidad, **es posible que sea importante considerar la influencia de las normas del sector y la respectiva distribución de los sectores en los países de los encuestados.** Los encuestados de Canadá tuvieron un peso importante en los sectores de finanzas y de gobierno y educación, donde a nivel global solo el 13,2 % y el 10,3 % de los encuestados expresó que los datos eran “una parte esencial de su identidad de trabajo”. Entre los encuestados de Estados Unidos hubo una mayoría de respuestas provenientes del sector de servicios y tecnología. De este grupo, a nivel global, el 24,1 % estuvo de acuerdo con la afirmación anterior y el 27 % se categorizó como líderes en el uso de datos. Estas cifras pueden compararse con otros sectores globales: hidrocarburos (24,2 %), comercio minorista y mayorista (18,5 %), fabricación (17,7 %), otros (17,1 %), transporte/comunicaciones/ servicios públicos (16,8 %) y atención médica (12,5 %).

## Europa Occidental

En Alemania, Francia y el Reino Unido, se presentó la mayor variación regional en calificaciones relacionadas con la disponibilidad y la promoción de la exploración de datos. **Los encuestados del Reino Unido, el país más ampliamente distribuido con cinco sectores que representaron el 76 % de los encuestados, informaron la mayor motivación a experimentar con datos.** El promedio en todo Alemania fue coherente con la respuesta global, ya que las respuestas fueron prácticamente iguales de parte de los sectores de fabricación (20 %) y finanzas (18 %). Es posible que las tendencias altas y bajas con respecto a la mentalidad basada en los datos se hayan compensado. Francia obtuvo las calificaciones más bajas de todos los países encuestados. Esto se debió en parte a que el 9 % de los encuestados pertenecía al sector de servicios públicos y Francia es un país con una gran influencia de los sindicatos.

## 4. Las organizaciones impulsadas por los datos eliminan los silos y priorizan la colaboración

Los seres humanos somos esencialmente seres sociales y las interacciones con otras personas enriquecen nuestra vida cotidiana. De manera similar, en el contexto de la cultura de datos, las organizaciones donde las personas se comunican y colaboran con datos tienen un mejor rendimiento. Las personas comparten ideas y prácticas recomendadas y desarrollan empatía en relación al uso de los datos. Los empleados de organizaciones líderes en el uso de datos dan y reciben ayuda abiertamente. Esto no solo ocurre dentro de los equipos, sino también entre los distintos grupos y unidades de negocios. Estas organizaciones tienen más éxito a la hora de eliminar los silos y de crear entornos en los que todos están dispuestos a compartir la información y la analítica.

## Asia-Pacífico

Casi todas las organizaciones participantes de India, **el 92 % de los encuestados, mencionaron que realizaban reuniones en persona sobre temas relacionados con los datos o la analítica. Es un porcentaje apenas más alto que el 87 % de los encuestados de India que manifestaron llevar a cabo reuniones virtuales para empleados.** En China, también es una práctica estándar realizar reuniones internas sobre los datos. Allí, **el 93 % de las organizaciones expresó que las realizaban en persona y solo el 71 % de manera virtual.** En Japón, hay una menor participación en programas para el desarrollo de la comunidad. El 65 % de los encuestados informó tener reuniones en persona, mientras que el 51 % manifestó tener reuniones virtuales y el 54 % grupos de usuarios virtuales.

## Latinoamérica

A nivel global, hay cierto optimismo respecto de la colaboración entre pares para responder preguntas relacionadas con los datos. El 85 % de las organizaciones expresó estar seguro o extremadamente seguro de que podía confiar en colegas para responder preguntas relacionadas con los datos. Latinoamérica fue más optimista aún, donde **el 98 % de los encuestados de Brasil y el 94 % de los encuestados de México expresaron este mismo grado de seguridad.** Casi la mitad de los encuestados de Brasil, el 48 %, estaba extremadamente seguro de que podía confiar en sus colegas. En Latinoamérica, esta red de apoyo informal se complementa con un enfoque en programas de análisis que realiza la empresa durante las horas de oficina. El 89 % de las organizaciones de Latinoamérica ofrece este servicio a sus empleados.

## Norteamérica

En los últimos años, se centraron en la creación de programas para el desarrollo de la comunidad relacionados con los datos y la analítica. Norteamérica se alineó en gran medida con la tendencia global de que **las organizaciones con culturas de datos sólidas invertían en cinco o más actividades de desarrollo de la comunidad. Por su parte, las organizaciones que aún no habían transformado sus culturas de datos realizaban dos o menos.** En Estados Unidos, había una preferencia por los foros internos sobre los datos o analítica. En Canadá se preferían los grupos de usuarios o las sesiones de prácticas para la comunidad.

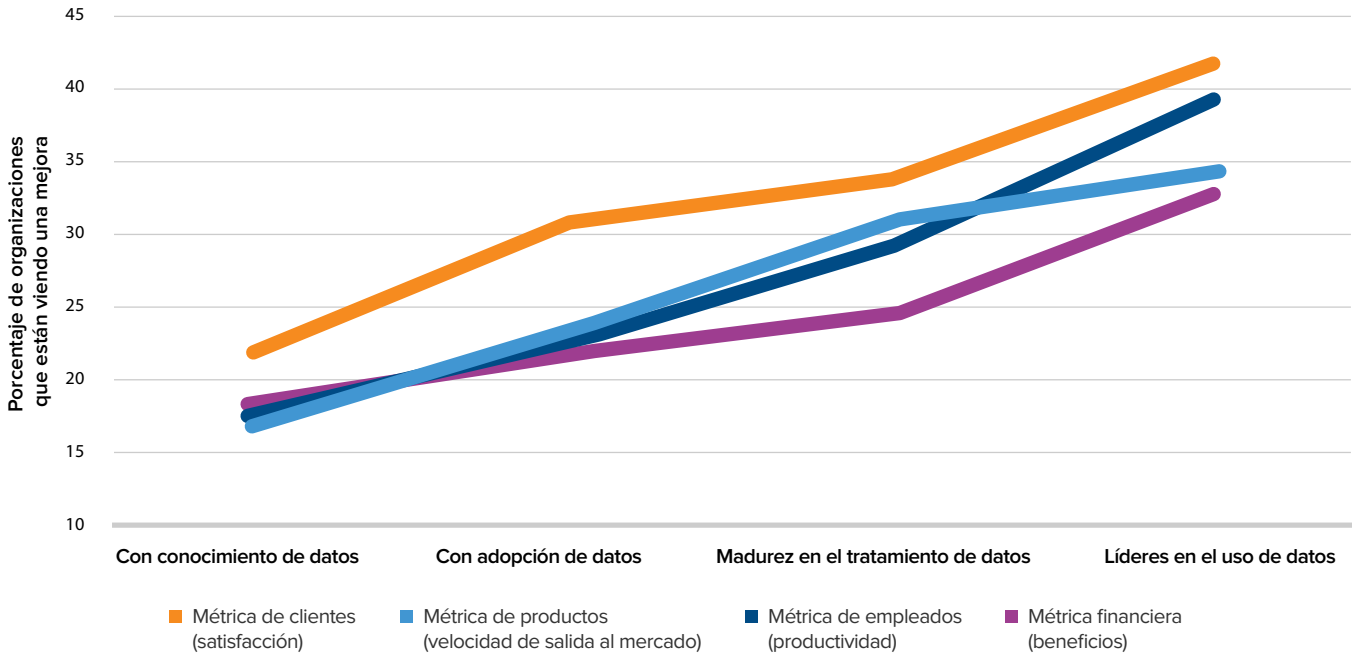
## Europa Occidental

En Europa Occidental, **el 82 % de los encuestados de empresas líderes en el uso de datos estaba extremadamente seguro de que podían recibir ayuda de sus colegas. En las empresas con adopción de datos, solo el 13 %.** En parte, esto se debe a un gran énfasis en programas durante las horas de oficina y de equipos de soporte técnico sobre datos y análisis. Tanto en Francia como en Alemania, estos tipos de programas recibían más apoyo que otros programas para la comunidad. Además, en el Reino Unido, tres cuartos de los encuestados manifestaron que realizaban sesiones de grupos de usuarios o prácticas de la comunidad con regularidad y de manera constante.

## 5. Las organizaciones impulsadas por los datos se comprometen a obtener valor a partir de los datos

Según se establece en el informe [IDC InfoBrief](#) encontramos una correlación incremental entre la posición de las organizaciones en el índice de la cultura de datos y su rendimiento en relación con una serie de métricas de negocios estándar (Figura 6).

**FIGURA 6**  
La cultura de datos proporciona grandes beneficios



n = 1100, fuente: IDC, 2021

La mayoría de las organizaciones quieren sustentar sus decisiones más en los datos. Sin embargo, aquellas que lo logran son las que cuentan con líderes que se comprometen a hacer las inversiones necesarias para alcanzar sus metas. Este compromiso abarca una variedad de personas, procesos y tecnologías necesaria para implementar y adoptar datos y analítica a escala.

Uno de los factores más importantes que influye en la cultura de datos es la dirección ejecutiva. Las organizaciones con ejecutivos que comprenden la importancia de los datos y los usan en sus actividades cotidianas pueden acelerar el proceso para convertirse en líderes de los datos. Este nivel de compromiso es clave para crear una cultura de datos sólida dentro de una organización.



En promedio, en los distintos lugares, hubo una **diferencia del 46,2 %** entre las organizaciones líderes en el uso de datos y las organizaciones con conocimiento de datos con respecto a **tratar los datos como activos y reconocer el valor que generan.**



Los ejecutivos de empresas líderes en el uso de datos son **ocho veces más propensos a usar los datos activamente** en su trabajo en comparación con aquellos de empresas con conocimiento de datos.



En los países con calificaciones por debajo del promedio en relación con las inversiones en datos, por lo general se observan calificaciones bajas con respecto a la alfabetización de datos. **Esto demuestra que existe una relación estrecha entre las inversiones y el valor que ofrecen los datos y la alfabetización en materia de datos.**

## Asia-Pacífico

Esta región presentó una mayor variación entre los países participantes. Los encuestados de China **fueron más propensos que cualquier otro país a contar con un director de datos o un director de analítica (CDO/CAO). Representaron un 57 %, es decir 14 puntos porcentuales más que cualquier otro país.** De los encuestados de India, el 38 % informó que contaba con un CDO o un CAO. No obstante, el 18 % comentó que un gerente sénior era el responsable de la estrategia de datos de la organización. Este país le siguió a Japón, que presentó un 28 % de encuestados con una estructura similar. Además, Japón fue el único país con un número considerable de organizaciones que informaron que había una falta de liderazgo en materia de datos: más de un décimo de las organizaciones indicó que no había una persona claramente responsable por los datos. Por lo tanto, no resulta sorprendente que el 30 % de los encuestados japoneses haya dicho que “no están seguros del valor de sus datos”, la cifra más alta de todos los países encuestados.

## Latinoamérica

En Brasil, **el 40 % de los encuestados identificó a una persona de la dirección ejecutiva como el más alto responsable de la analítica, en comparación con el 44 % de los encuestados de México.** Resulta interesante que organizaciones de México informaran que sus líderes de análisis sénior presentaban los informes ante el director de operaciones (COO) y el director ejecutivo (CEO). Esto solo se observó también en Francia. En México, la mayoría de los encuestados pensaba que tenía una identidad de datos sólida. Esto reveló una brecha entre el deseo y los esfuerzos de obtener valor a partir de los datos por parte de los trabajadores del conocimiento y la falta de priorización por parte de los líderes. Esta brecha les brinda una oportunidad a los líderes de invertir en alinear las fuentes de datos con los objetivos de negocios estratégicos.

## Norteamérica

Estados Unidos tuvo una calificación baja, bastante por debajo del promedio, en relación con el compromiso de las empresas de obtener valor a partir de los datos. El 30 % de las organizaciones estadounidenses contaba con un CDO o un CAO. Por otra parte, los encuestados de Canadá obtuvieron calificaciones por encima del promedio en relación con el compromiso. Sin embargo, contextualmente, estas empresas tienen estructuras de reporte interesantes: **un cuarto de las organizaciones de Canadá contaba con un CDO o un CAO y, aun así, demostraron una fuerte inversión en la obtención de valor a partir de los datos.**

## Europa Occidental

Una vez más, existen grandes variaciones respecto del compromiso con la obtención de valor a partir de los datos dentro de esta región. En el Reino Unido, el 38 % de las organizaciones contaba con un CDO o un CAO. En Alemania, el 32 % de las organizaciones tenía un CDO o un CAO designado. **Además, el 16 % de las organizaciones indicó que varias personas eran las principales responsables por los datos. Esta respuesta se observó rara vez en otros países.** En Francia, la mayoría de las organizaciones reportaba a un director o una persona con un cargo inferior (el 36 %) en lugar de a un CDO o un CAO (el 31 %). Estos datos fueron coherentes con otros resultados obtenidos en Francia, por ejemplo, que el 41 % de las organizaciones informó que “tratan los datos como activos, pero no están seguras del valor de los datos”.





# Pronóstico

En este informe, se describió la cultura de datos y se abordaron sus beneficios, pero el mayor interrogante es el siguiente: ¿qué puede hacer una empresa para desarrollar una cultura de datos? En el caso de que ya cuente con algunas características, ¿qué puede hacer para pasar a la fase siguiente de madurez?

## Identificar las brechas en su cultura de datos

**Es necesario reconocer que cambiar el comportamiento es mucho más que implementar tecnología.** Esto requiere acciones para cambiar la mentalidad de la organización con respecto a los datos. Por ejemplo, si los miembros de la organización trabajan de manera muy aislada, ¿es posible comenzar a compartir y colaborar con datos? Si ya lo hace, ¿se necesita establecer una nueva expectativa para integrar los datos en las reuniones y las conversaciones importantes? Si es posible, identifique dentro de los departamentos a quienes considera que usan los datos y designe a estas personas como “campeones de los datos”. De este modo, podrán promover el uso de los datos entre sus grupos y aplicar las prácticas recomendadas.

## Aprovechar los beneficios de las inversiones incrementales en la cultura de datos

**No se deje intimidar por el concepto de “cultura de datos”.** Independientemente del punto de partida de su empresa para convertirse en una organización impulsada por los datos, cada etapa del proceso le proporcionará beneficios incrementales.

Por ejemplo, los datos de las encuestas revelaron que las organizaciones lograron la mayor mejora en las métricas de finanzas, de clientes y de productos cuando pasaron de la etapa “con conocimiento de datos” a la etapa “con adopción de datos”. Avanzar en la escala de madurez de la cultura de datos le otorga beneficios que pueden ayudarlo a seguir evolucionando.

## Hacer cambios de mentalidad simples

**Las medidas para mejorar la cultura de datos no siempre implican grandes compromisos financieros** que requieran el desarrollo de un caso de negocios o la solicitud de una inversión. Puede comenzar con algunos pasos simples, como crear oportunidades para compartir ideas y mejores prácticas o contar con un equipo de analítica avanzada que ofrezca horas de oficina para que las personas aprendan a usar los datos de manera más eficaz. También es posible incluir el conocimiento sobre los datos como un requisito en la búsqueda de empleados nuevos, independientemente de sus cargos.

## Entender el gran impacto que tienen los ejecutivos

**Uno de los principales factores que incide en la cultura de datos es el patrocinio y la participación de los ejecutivos.** Cuando los líderes usan los datos en las comunicaciones y la toma de decisiones, dan el ejemplo al resto de la organización. Incluso las empresas con décadas en el mercado pueden transformarse y convertirse en organizaciones más basadas en los datos si se comprometen a hacer las inversiones correctas, tanto de dinero, como de tiempo y energía.

## Buscar nuevas métricas para medir las mejoras

**No todas las mejoras pueden medirse en términos de beneficios financieros.** A una organización le puede llevar algunos años obtener un retorno sobre la inversión neto positivo, especialmente si debe hacer actualizaciones significativas de la tecnología. Sin embargo, suele ocurrir que los beneficios más importantes provienen de la mejora en las experiencias de los clientes y de los empleados, de una mayor diferenciación de los productos y de la resiliencia ante una interrupción masiva.

# Conclusión

**La cultura de datos son las creencias y los comportamientos relacionados con los datos que influyen en la manera de operar de una organización. Cuando las personas trabajan con datos, pueden tomar mejores decisiones que llevan a resultados de negocios valiosos.**

Como lo demuestra esta investigación, este impacto no se limita a un sector o una región. A nivel mundial, las organizaciones con culturas de datos sólidas obtienen beneficios, como, por ejemplo, mayor colaboración, exploración e innovación de datos y valor medible. Las culturas de datos sólidas no se forman de un momento a otro. Los líderes que avancen de forma incremental hacia la promoción de la cultura de datos verán un impacto significativo con el tiempo.

# Acerca de la analista



## **Chandana Gopal**

### **Directora de investigación, Futuro de la Inteligencia, IDC**

Chandana Gopal es directora de investigación del servicio de consultoría e investigación de mercado del área Futuro de la Inteligencia de IDC. El área de investigación principal de Chandana abarca temas que influyen en la inteligencia de una empresa, por ejemplo, tecnologías como la inteligencia artificial, la inteligencia empresarial y la inteligencia de datos, y elementos culturales como la alfabetización de datos y la capacidad de compartir conocimientos. Basándose en su experiencia con la integración y la analítica, su investigación también se centra específicamente en cómo las organizaciones pueden desarrollar la inteligencia empresarial y usarla como diferenciador competitivo y acelerador de crecimiento.

[Más información sobre Chandana Gopal](#)

# Mensaje del patrocinador

Tableau es la mejor opción para los líderes que desean crear organizaciones basadas en los datos. Esto se debe a nuestra plataforma eficaz, nuestra incomparable comunidad de clientes y nuestra **metodología probada para desarrollar una cultura de datos** con una guía de pasos útiles que le permitirá descubrir el valor de negocios de sus inversiones.

La Guía para crear una cultura de datos se diseñó para líderes que desean generar más valor al expandir y mejorar el uso de los datos en toda la organización. Descubra cómo desarrollar las mentalidades y los comportamientos básicos que dan forma a una cultura de datos. Las cuatro áreas de interés clave por las que debe empezar son las siguientes:

- ▶ Alinear las métricas de los líderes con las prioridades del negocio
- ▶ Crear fuentes de datos para tomar decisiones importantes
- ▶ Aumentar el valor con casos de uso específicos
- ▶ Promover el descubrimiento de datos generalizado

## Libere el potencial de los datos y las personas

[Guía para crear una cultura de datos](#)

[Historias de éxito](#)

## IDC Custom Solutions

Esta publicación fue elaborada por IDC Custom Solutions. Como uno de los principales proveedores mundiales de inteligencia de mercado, servicios de asesoramiento y eventos para los sectores de tecnología de la información, telecomunicaciones y tecnología de consumo, el grupo IDC Custom Solutions ayuda a los clientes a planear, comercializar, vender y tener éxito en el mercado internacional. Desarrollamos programas útiles de inteligencia de mercado y de marketing de contenido influyente que permiten obtener resultados concretos.



 @idc

 @idc

[idc.com](https://www.idc.com)

Toda la investigación de IDC tiene © de IDC, 2021. Todos los derechos reservados. Todos los materiales de IDC se otorgan bajo licencia mediante el [permiso de IDC](#). De ningún modo el uso o la publicación de la investigación de IDC indica que IDC avala los productos o las estrategias del patrocinador ni del titular de la licencia.

[Política de privacidad](#) | [CCPA](#)