

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

DESARROLLADO POR

iKN SPAIN
YOUR KNOWLEDGE NETWORK



www.ikn.es

Patrocinado por:

denodo
data virtualization

deyde
DATA QUALITY

**Information
Builders**

talend

El Dato como activo estratégico de la empresa

Vivimos en la sociedad del **Internet of Everything**. El internet de las cosas y el Internet de las personas se fusionan y generan grandes cantidades de datos. Este volumen y variedad de información además cuenta con la **tecnología 5G** que ya está haciendo posible transmitir **billones de terabytes a gran velocidad**.

Y esto sólo acaba de empezar, porque las previsiones de crecimiento de hiperconexión y de generación de información siguen creciendo para los próximos años.

Esta nueva realidad ha supuesto el comienzo de la Nueva Era Digital y la necesidad de un **cambio** de los **modelos de negocio tradicionales**. Las empresas saben que tienen que evolucionar y transformarse para sobrevivir en este nuevo entorno VUCA.

Hay un cambio de paradigma empresarial del que todos hablan, pero para al que pocos saben responder con garantías, seguridad y eficacia.

Todos los sectores miran con recelo a los negocios digitales de éxito que ya consideran una amenaza y que están haciendo temblar a los grandes grupos empresariales tradicionales a nivel mundial.

Pero ¿qué tienen en común estos negocios? La respuesta es clara. **Son capaces de gobernar, gestionar, explotar y rentabilizar los millones y millones de datos** que están a su disposición.

Sí. La **información es un activo estratégico intangible crítico para cualquier empresa que tenga puesta la mirada en el futuro**.

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

El desafío al que se enfrentan las empresas no es conseguir más información, sino establecer una **Política de Gobierno del Dato** que tenga como objetivo crear los **procesos, estándares y protocolos necesarios para poner esa información al servicio de su negocio.**

Sin embargo, este proceso de transformación no debe caer en el error de convertir a la tecnología en el fin último de la empresa. **La tecnología es sólo el vehículo para conseguir que esa información este disponible y pueda tratarse para generar valor** (reducción de costes, más eficiencia, nuevos productos, clientes más fieles, más personalización, nuevos negocios, etc..)

Gracias a **Data Society**, la Comunidad de profesionales del Dato de iKN, hemos detectado el interés por parte de los directivos en conocer la situación del Gobierno y Gestión del Dato en las empresas españolas. Esa es la razón por la que hemos desarrollado este estudio que ha contado con el patrocinio de Denodo, DEYDE, Information Builders y Talend a los que agradecemos su apoyo y colaboración.

Gobierno y Gestión del Dato en la empresa

Prioridades de la Dirección General para 2019: integración y calidad de la información

Tanto en su Congreso Anual, CDO Day, como en las formaciones organizadas por iKN, siempre hay coincidencia en la afirmación: **la Dirección General tiene que liderar y apoyar una política activa de gobierno del dato.**

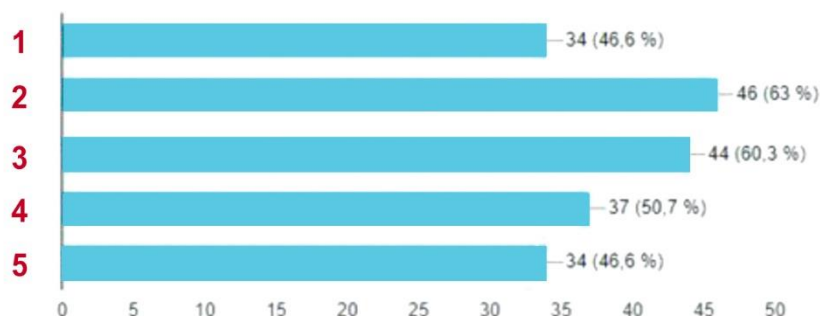
La Dirección General conoce la importancia de contar con un CDO que lidere el Gobierno del Dato y es consciente de que antes de buscar la monetización de la información, su empresa tiene que ser capaz de integrar la información dispersa en los distintos sistemas de información que posee la compañía.

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

A la hora de establecer prioridades, el 63% de las empresas afirma que su Dirección General está principalmente interesada en integrar la información dispersa y el 60% en garantizar la calidad de la información.

Además, el 46% de las empresas encuestadas tiene como prioridad utilizar el Gobierno del Dato para monetizar la información o crear modelos predictivos que mejoren el proceso de toma de decisiones.



- 1** Conseguir una compañía orientada al dato que aumente el revenue a partir de la monetización de la información
- 2** Integrar toda la información dispersa en distintos CRMs, ERPs, bases de datos, clouds, etc para mejorar su explotación,
- 3** Garantizar la calidad de los datos de los clientes para adaptar mejor la propuesta de valor de la compañía
- 4** Cumplir con la GDPR y minimizar su impacto en el negocio de la compañía
- 5** Contar con Modelos Predictivos que aporten información para tomar decisiones de negocio

Gráfico: ¿Cuáles son los objetivos prioritarios de la Dirección General en torno al Gobierno y Gestión del Dato de su compañía para el año 2019? (Seleccione máximo 3 opciones) (n=73)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Emergen 2 nuevas fuerzas para gestionar el ciclo de vida útil de los datos

Aunque IT sigue siendo el principal responsable del ámbito técnico principal como Data Integration y Data Security, están apareciendo con fuerza las áreas de Negocio y Data Governance como pilares indiscutibles a la hora de gestionar el ciclo de vida útil de los datos.

En la base de las conversaciones que Talend mantiene habitualmente con sus clientes ha detectado 2 tendencias principales

- Las compañías están deseando **encontrar oportunidades sin explorar en sus fuentes de información**, como por ejemplo sus sistemas Salesforce
- A los CDO se les insta a **facilitar el acceso a las fuentes de datos para verificar y garantizar el cumplimiento de la GDPR**

La realidad es que las empresas aspiran a explotar y monetizar la información que poseen fieles a su compromiso con el cumplimiento de la normativa vigente en materia de protección de datos. Y este será uno de los principales desafíos para cualquier negocio que desee posicionarse frente a sus competidores.

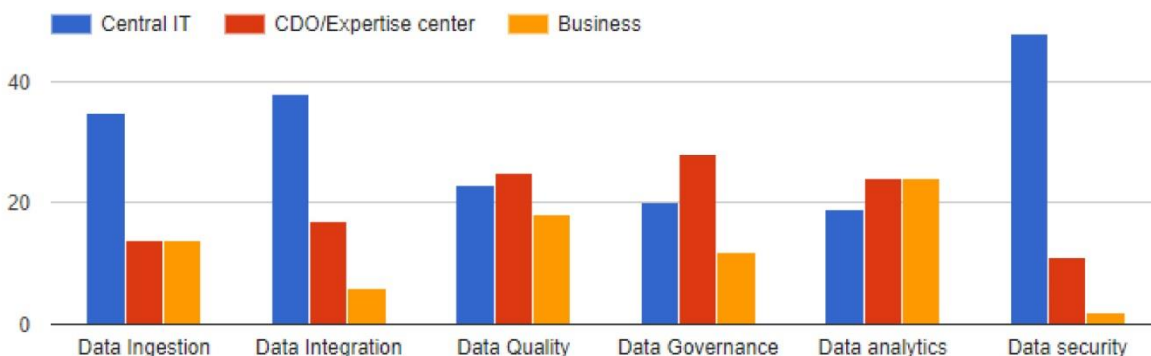


Gráfico: ¿Quién es el responsable en cada una de estas fases del dato? (n=30)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

La Gestión y Gobierno del dato empieza a ser una responsabilidad compartida

Data Quality y Data Governance ya no son únicamente responsabilidad de IT y **tanto las áreas de negocio como los profesionales de tecnología necesitan encontrar formas para gestionar mejor los datos de forma conjunta y establecer una cultura de datos en su organización.**

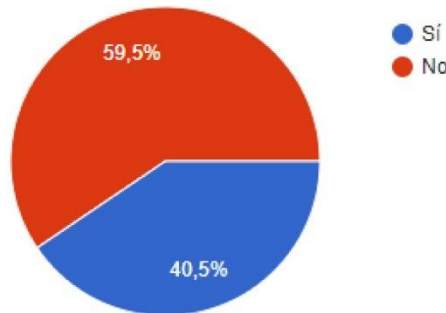


Gráfico: ¿Tiene su empresa un Comité de Gobierno y Gestión del Dato? (n=74)



Gráfico: ¿Quién lo lidera? (Responden los que han marcado Sí en el Gráfico anterior)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Los riesgos de la gestión compartida de la información

Uno de los principales riesgos de la participación de distintas áreas en la Gestión y el Gobierno de la Información, es que las áreas de negocio pueden estar tentadas a utilizar aplicaciones de autogestión independientes para resolver de almacenamiento, acceso y explotación de la información.

Si este tipo de aplicaciones poseen datos personales, IT no podrá gestionarlos de manera segura y tomar medidas correctivas en caso de filtraciones de datos o incumplimientos. Estos sistemas también escaparán a los seguimientos de auditorías y como resultado, este posible descontrol puede ocasionar riesgo de incumplimiento de GDPR y posibles sanciones.

Por otro lado, IT puede implementar sofisticadas y modernas tecnologías de explotación de la información, pero estas decisiones siempre tienen que ir de la mano de negocio y lo más importante los usuarios tienen que tener las competencias para gestionar estas herramientas y sobre todo tomar conciencia del beneficio que reportará a la empresa su utilización.

Según Talend, las empresas tienen que establecer una Política Corporativa de Gobierno y Gestión del Dato y encontrar **nuevas fórmulas para gestionar los datos de forma conjunta mediante un sistema fiable basado en 3 parámetros: plataforma unificada, procesos compartidos, así como modernas y sencillas herramientas de la interfaz.**

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

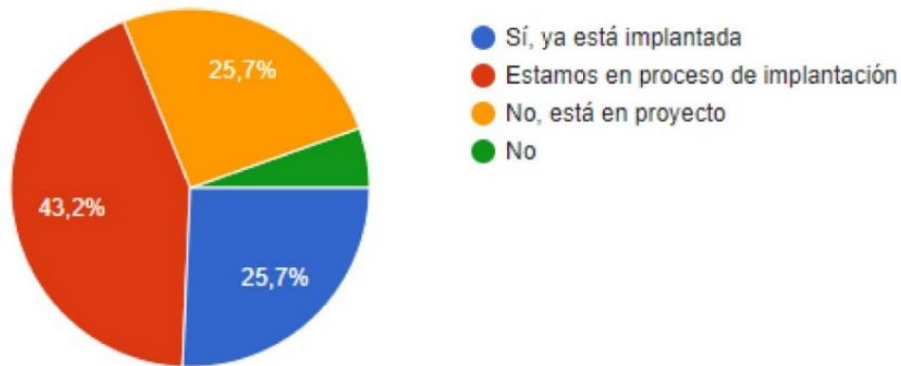


Gráfico: ¿Está su empresa implantando una Política Corporativa de Gobierno y Gestión del Dato? (n=74)

Según Talend

1. La gestión de la información corresponde es una Responsabilidad Compartida entre IT, CDO y Business
2. Esta Responsabilidad Compartida debe ir acompañada de una Política Corporativa de Gobierno y Gestión del Dato
3. Para unificar la información son imprescindibles: plataforma unificada, procesos compartidos y modernas y sencillas herramientas de la interfaz

Calidad de los Datos en la empresa

La calidad en los datos es la ventaja que permite a las empresas desmarcarse de su competencia

Según los resultados de este estudio más del 90% de las compañías encuestadas no han cuantificado el impacto económico de la falta de calidad de datos. Debemos tener en cuenta que la respuesta que demos a nuestros clientes dependerá de la calidad de nuestros datos, si la base no es de calidad, los resultados no serán los más aconsejables.

La calidad en los datos es la ventaja que permite a las empresas desmarcarse de su competencia. **Una gestión eficaz de los datos permite incrementar los ingresos, obtener una visión única de tus clientes, contribuye a evitar fraude y riesgo de impagos, fideliza a los clientes existentes y ayuda en la captación de nuevas oportunidades.**

Según DEYDE

Si tenemos unos datos de mala calidad el impacto será negativo para nuestra compañía ocasionando pérdida de confianza, de reputación, de oportunidades y por consiguiente una gran pérdida de ingresos.

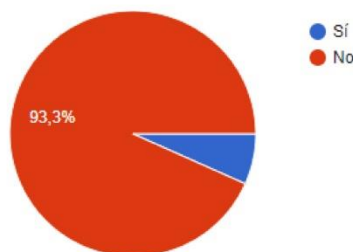


Gráfico: ¿Ha cuantificado el impacto económico de la falta de calidad de datos en su compañía? (n=60)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

A pesar de que poco a poco las empresas comienzan a entender la importancia que tiene trabajar con datos de calidad, lo cierto es que casi el 60% de las compañías sigue descuidando un aspecto tan importante como la realización de una Auditoría de Calidad de Datos para evaluar los riesgos potenciales, medir y hacer seguimiento de los datos almacenados.

Una **Auditoría de Calidad de Datos** es un examen necesario que nos permite **identificar y prevenir los riesgos que acarrearán unos datos incorrectos**.

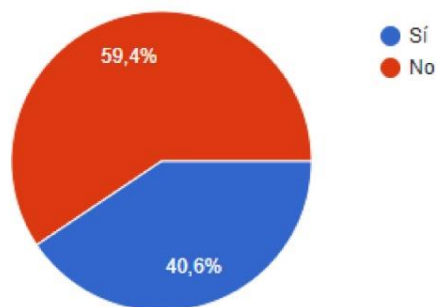


Gráfico: ¿Ha realizado una Auditoría de Calidad de datos de Contacto de sus clientes? (n=69)



Gráfico: ¿Ha implementado alguna solución externa para mejorar su información en el caso de haber realizado una Auditoría de Calidad de Datos de Contacto de sus clientes? (Los que respondieron SÍ en el anterior)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

En la actualidad, es **fundamental impulsar una cultura de calidad de datos en las empresas, pensada como una inversión continua en la creación de valor desde un activo estratégico como son los datos.**

A pesar de ello, solo el 45,7% de las compañías encuestadas prevé aumentar el presupuesto destinado a esta tarea.

Solo poniendo en valor la gobernanza y la gestión de los datos se conseguirá incrementar los ingresos, aumentar la cuota de mercado y ampliar la oferta de productos, además de garantizar la entrega de datos confiables y seguros para cumplir con las normativas. Cuanto mejor sean los datos, mayores serán las posibilidades de realizar una estrategia de negocio exitosa.

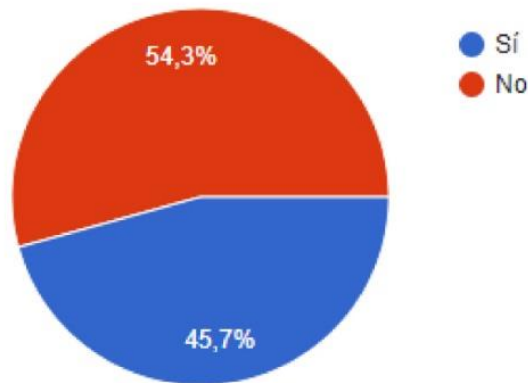


Gráfico: ¿Prevé aumentar el presupuesto destinado a limpieza de datos en 2019? (n=70)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

El CDO debe entender las necesidades de negocio y gestionar uno de los activos estratégicos más importantes de la compañía: los datos

Todas las compañías deben tener un departamento encargado de la gestión de los datos liderado por la figura del Chief Data Officer (CDO), que, según Gartner, el 90% de las organizaciones incorporará a sus filas a lo largo de 2019. Se trata de un perfil tecnológico con carácter multidisciplinar que será el máximo responsable de la gestión de datos, transformando ingentes cantidades de datos en modelos predictivos y prescriptivos que faciliten el rendimiento empresarial.

Según DEYDE el CDO debe entender las necesidades de negocio y ejercer de proveedor de una plataforma que gestione uno de los activos estratégicos de las compañías: los datos.

El número de personas que constituyan dicho departamento dependerá del volumen de la empresa y el grado de compromiso que quieran conseguir con sus clientes.

Según las respuestas de los encuestados, un 48,6% reconoce que son menos de 5 personas las encargadas a tiempo completo de la gobernanza y gestión de sus datos.

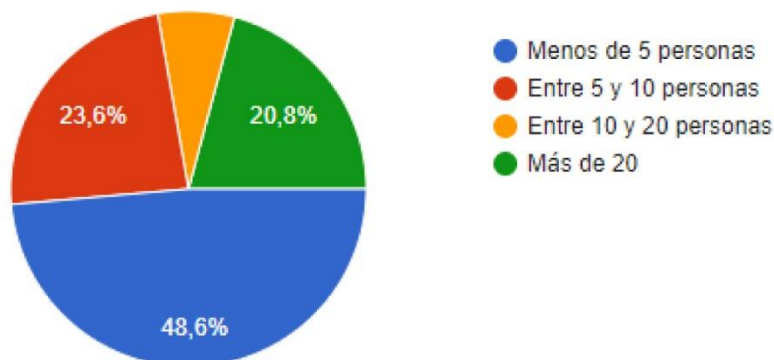


Gráfico: ¿Cuántas personas se encargan a tiempo completo del tratamiento, depuración y enriquecimiento de su base de datos? (n=72)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Las compañías están preocupadas por la calidad de los datos específicos de sus clientes

Según la experiencia de DEYDE a través de los proyectos de calidad de datos llevados a cabo con sus clientes, tener datos de alta calidad es necesario prácticamente en todas las áreas de las compañías:

1. Comercial: aporta visión única del cliente, ayuda en la creación y mantenimiento de los sistemas CRM, dota la empresa de inteligencia de negocio)
2. Finanzas: mejora la eficacia en el cobro y el rendimiento, contribuye a evitar fraude y riesgo de impagos
3. Fiscal/Legal: cumplir con la legislación vigente de Protección de Datos, facilita el intercambio de información con la Administración y otros organismos públicos
4. Marketing: aumenta la eficacia de las acciones de marketing directo, imprescindible para segmentar las diferentes bases de datos, fideliza a los clientes existentes y ayuda en la captación de nuevos clientes)
5. Comunicación: asegura una correcta y exitosa comunicación con los clientes
6. IT: agiliza la velocidad de los procesos

Esta información también coincide con los resultados de las compañías encuestadas, donde el 56,2% de las compañías considera prioritaria la depuración de los datos específicos de los clientes.

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

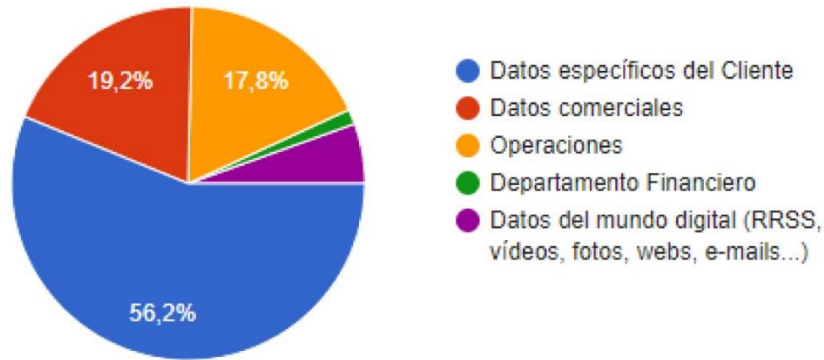


Gráfico: ¿En qué áreas cree que es más necesaria una depuración de datos en su compañía? (n=73)

Según DEYDE

1. La calidad en los datos es la ventaja que permite a las empresas desmarcarse de su competencia
2. Una gestión eficaz de los datos permite: incrementar ingresos, tener una visión única de los clientes, evitar fraude y riesgo de impago, fidelizar a los clientes y a aprovechar nuevas oportunidades.
3. Los datos son uno de los valores estratégicos más importantes de las compañías: invertir en su calidad supondrá aumentar las posibilidades de desplegar una estrategia de negocio exitosa.

Agilidad para la integración y la entrega de datos al Negocio y su Gobierno Unificado

El reto de reducir los tiempos de construir un nuevo data mart

Podemos apreciar en el estudio que las empresas adolecen de la agilidad necesaria para poder desarrollar data marts analíticos que den respuesta a las necesidades del negocio. Un 76,1% de los encuestados reconocieron que en su empresa se necesitan más de 3 meses para poder construir un nuevo data mart, con un 29.6% requiriendo más de 9 meses.

Esta situación concuerda con la que se encuentra Denodo en muchos de sus proyectos, siendo una de las razones principales por la que las **grandes organizaciones apuestan por la tecnología de virtualización de datos**.

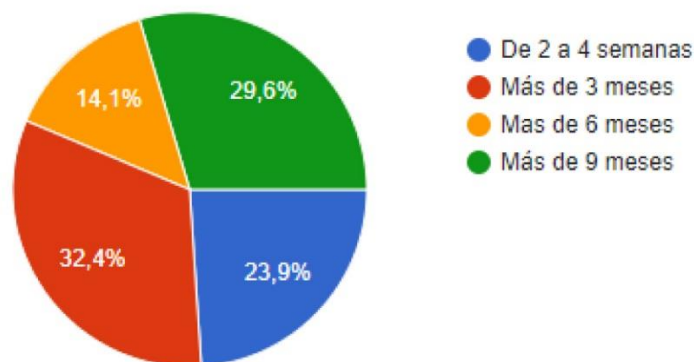


Gráfico: ¿Cuánto tiempo ha necesitado/necesita su empresa para construir un nuevo data mart? (n=71)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Las fuentes de datos dispersas pueden poner en peligro la calidad de los informes

La gran heterogeneidad actual de los sistemas de información corporativos que han pasado rápidamente a incluir fuentes para el tratamiento de datos no estructurados (e.g. repositorios NSQL, plataformas Hadoop, Spark, etc.), ha conllevado a una disminución de la calidad de los informes debido a problemas importantes de gobierno del dato. Por ejemplo, más de un 79.7% de los encuestados reconocen incoherencias en los informes cuando los mismos son generados por diferentes equipos.

La falta de una única fuente de verdad que facilite el gobierno y la calidad de los datos lleva consigo que se generen estas inconsistencias en los informes con la consiguiente pérdida de valor para el negocio.

De nuevo estos datos refuerzan, según Denodo, la necesidad de implantar tecnologías que faciliten una visión única de los datos de la empresa que garantice la fiabilidad de los informes. En concreto las tecnologías de virtualización de datos permiten ofrecer un único modelo unificado de entrega de datos en tiempo real (no importa desde qué tipo de fuentes) que puede ser consumido desde cualquier aplicación analítica o de reporting.



Gráfico: ¿Afecta la variedad de fuentes de datos dispersas a la calidad de los informes en su empresa? (n=74)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

En el aspecto de *self-service* los encuestados se manifiestan razonablemente satisfechos con el grado de implantación de este modelo en sus empresas. En concreto un 70% manifiesta que han implantado un modelo de *self-service* en el que bien los usuarios preparan los informes por ellos mismos o bajo la supervisión de IT.

Cabe no obstante preguntarse qué efecto ocasiona en cuanto a la calidad de los informes el hecho de que sean las áreas de negocio quienes en algunos casos generen los reportes de forma totalmente ajena al departamento de IT.

Según Denodo, con la virtualización de datos, las organizaciones pueden construir arquitecturas de *self-service* que permiten a IT controlar los *data sets* que pueden utilizar los usuarios de negocio.



Gráfico: ¿Tiene su empresa un modelo Self-Service de información? (n=70)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Las arquitecturas de datos basados en data lake se están popularizando

Las arquitecturas de datos basadas en lagos de datos o big data se están popularizando y ya son mayoría las empresas que o bien lo tienen ya implantado o lo están construyendo en la actualidad o hay planes de abordarlo en el corto plazo (con un 72.9%).

En relación con este hecho los mismos encuestados manifiestan que **la implantación de un lago de datos ha supuesto una complicación para el gobierno de los datos, al menos para el 46.2%.**

Según Denodo, dado que la virtualización de datos no requiere de una replicación constante de datos de un repositorio a otro, puede facilitar cerrar la brecha que existe en las empresas entre los repositorios tradicionales de BI (los data warehouses) y los nuevos lagos de datos.



Gráfico: ¿Tiene su empresa un Data Lake? (n=70)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO



Gráfico: ¿Se ha complicado el gobierno de datos a raíz de la implantación del Data Lake? (Los que respondieron Sí al gráfico anterior)

Cada vez son más las empresas que se suben a la “nube”

Otra tendencia interesante que se ha testeado en este estudio es la implantación de iniciativas en la nube. Una abrumadora mayoría de los encuestados han declarado que sus empresas ya disponen de iniciativas en la nube o bien está previsto hacerlo en el corto plazo (un 84.9%).

Asimismo, en aquéllos que ya disponen de iniciativas en la nube, el gobierno de datos se ha complicado para un 41.8% de los encuestados.



Gráfico: ¿Ha lanzado su empresa iniciativa en la nube? (n=73)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO



Gráfico: ¿Se ha complicado el gobierno de datos a raíz de la implantación del Data Lake? (Los que respondieron Sí al gráfico anterior)

Según Denodo

1. La utilización de modelos de Self-Service Information por parte de las empresas puede poner en peligro la calidad de los reportes
2. La popularización de los Data Lakes y de iniciativas Cloud está complicando la gestión y el Gobierno de los Datos
3. Las tecnologías de virtualización de datos permiten acceso a distintas fuentes de información garantizando la entrega de información sin inconsistencias y de forma segura

El futuro del Big Data en la relación con el Cliente

El nuevo paradigma: los datos de los clientes han dejado de ser unidireccionales para convertirse en multidireccionales

Tradicionalmente se ha pensado que los datos de los clientes eran unidireccionales, es decir que los datos fluían desde fuera hacia dentro de las empresas que vendían bienes y servicios, y ese era el punto final del camino. Esas empresas transformaban, procesaban y tomaban decisiones en base a esos datos de clientes o ciudadanos, pero siempre dentro del perímetro de su organización.

Según Information Builders estamos asistiendo a una ruptura de ese paradigma, los datos van a ser, ya lo están siendo, multidireccionales, es decir también van a ir de la empresa “final” de vuelta al consumidor, y también van a ir, cada vez más, de la empresa “final” a otras empresas “finales” que puedan enriquecer su conocimiento con estos datos de terceros.

Esto es debido en parte al cambio de perfil del cliente/consumidor, que ahora requiere saber quién es él con respecto a la empresa, y “participar” de una experiencia de marca, más que ser receptor pasivo de un bien o servicio. Y por otro lado también se debe a que asistimos al ascenso de las cambiantes relaciones entre empresas en las que el **concepto “frenemy” (amigonemigo, por así decirlo) va adquiriendo mayor relevancia**, generándose un contexto en el que las empresas comparten sus datos entre ellas para ganar sinergias en momentos puntuales, o para monetizar todos los datos recogidos.

Estos dos aspectos adquieren matices muy interesantes a la luz de las respuestas que las empresas están dando a los retos tecnológicos y de negocio que ese cambio de paradigmas supone.

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Los consumidores todavía no están preparados para sacar rendimiento a sus propios datos

En primer lugar, está la duda de para qué y cómo hacemos partícipes de esos datos a los clientes/ciudadanos. Mayoritariamente las compañías consideran que los clientes aún no están preparados para sacar partido de esos datos. ¿Por qué?

El que hagamos partícipes de sus datos a nuestros clientes/ciudadanos supone que esos datos tienen que ser comprendidos y utilizados de manera sencilla por parte de dichos clientes. Es decir, el formato en el que yo acerco esos datos a mis clientes tiene que permitirles interactuar con ellos de una manera sencilla (que no simple), parcialmente dirigida, y muy contextualizada.

Además, y siempre pensando que como empresa lo que queremos es que el uso de esos datos me genere mejoras en mi relación con el cliente (una mejora de ingresos, una eficiencia, una mejora de imagen, o de engagement...), los formatos de entrega de esa información han de ser fácilmente consumibles por el cliente y muy ricos en contexto. En ese sentido, buscar partners tecnológicos con iniciativas de integración y enriquecimiento de datos, y que además puedan ofrecer formatos de entrega ricos a los clientes es prioritario a la hora de abordar esta iniciativa.

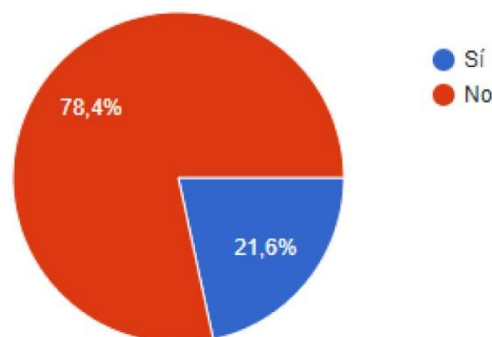


Gráfico: ¿Cree que los ciudadanos/usuarios/clientes están preparados para poder sacar rendimiento a sus propios datos?
(n=74)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Las empresas están abiertas al brokerage de datos: aparecerán los desafíos de la privacidad, seguridad e integración

Si analizamos a continuación la respuesta del “brokerage” de datos en el contexto de “frenemies” o en el de datamonetization, vemos que las empresas están mucho más abiertas a ello que con los clientes.

Evidentemente, además de los retos legales de privacidad, asistiremos de nuevo a retos de integración, en los que tenemos que ser capaces de ofrecer esos datos de manera segura y orquestada (publicando una API, por ejemplo), para ser consumidos por terceros.

Desde Information Builders se enfrentan a estos retos -integración de datos y datos para ciudadanos/clientes- desde hace años con iniciativas como la Real Time Integration Platform, y el Smart Information Delivery, por lo que su experiencia y aprendizajes al respecto en entornos de alta exigencia les permite abordar estas iniciativas de manera muy pragmática.

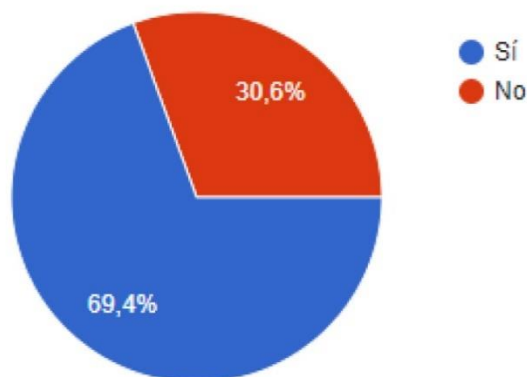


Gráfico: ¿Puede una empresa actuar como broker de los datos de un cliente y realizar acuerdos con otras empresas para gestionar dichos datos? (n=72)

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Pensemos ahora en las respuestas a la pregunta de qué puede recibir el cliente a cambio de cedernos sus datos.

Analizando las respuestas de las empresas vemos que la mayoría acuden a contextos comerciales o de personalización de ofertas. En ambos casos, si pensamos en ofertas personalizadas o precios ajustados a mi perfil de consumidor tenemos que tener en cuenta que la calidad de datos es esencial. **Si como empresa queremos ofrecer al cliente la sensación (o certeza) de que le conocemos, tenemos que ser muy precisos con la calidad de los datos que nos han llevado a esa conclusión sobre su perfil.**

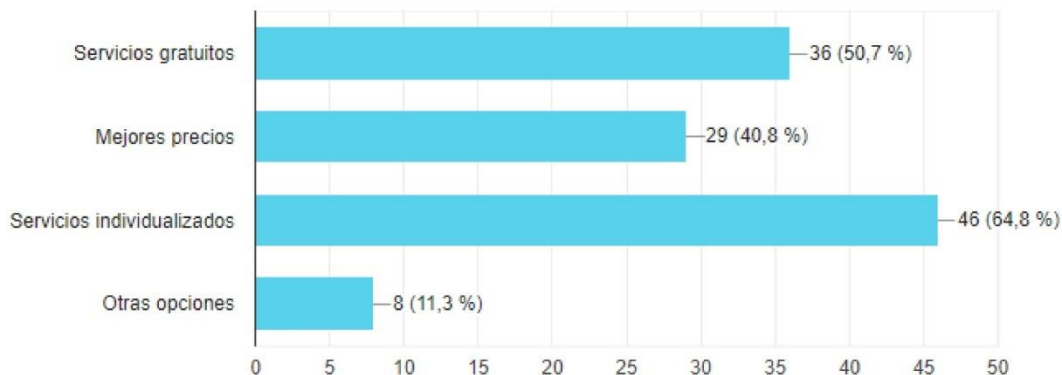


Gráfico: ¿Qué se le puede ofrecer al cliente a cambio de que facilite el brokerage de sus datos? (n=71)

Es ahí donde cobra sentido las conclusiones del siguiente gráfico, intentar buscar un repositorio único de datos contextuales de nuestros clientes. En ese sentido, nos cuesta interpretar las respuestas “no”, ya que, siempre, una información en silos va a llevarnos a situaciones en que, o bien los datos no son tan ricos como deberían (y por tanto no tan precisos), o a problemas de calidad de datos con impacto real en nuestro negocio.

Es muy habitual, relacionando las dos respuestas anteriores - qué podemos ofrecer a los clientes, y si es clave un repositorio único-, pensar en contextos de publicidad automática y personalización de ofertas para nuestros clientes, que son contextos relativamente “baratos” de ejecutar (al ser contextos masivos, el precio por cliente no es muy alto).

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Ahora bien, si en términos de volumen nos podemos permitir errores (publicar un anuncio de un libro a alguien que ya haya comprado ese libro en nuestra librería virtual no es caro a nivel económico) la cosa cambia si pensamos en el daño reputacional, que puede llevar al cliente a desistir de comprar en otra ocasión, o incluso a escenarios peores (en el ejemplo de la librería “sólo” estamos llevando al cliente al hastío, pero recientemente veíamos el caso real de una embarazada que había perdido el niño, pero seguía recibiendo publicidad y ofertas de productos y servicios para bebés a pesar de haber comunicado a esas compañías que, lamentablemente, ya no iba a necesitar esos servicios).

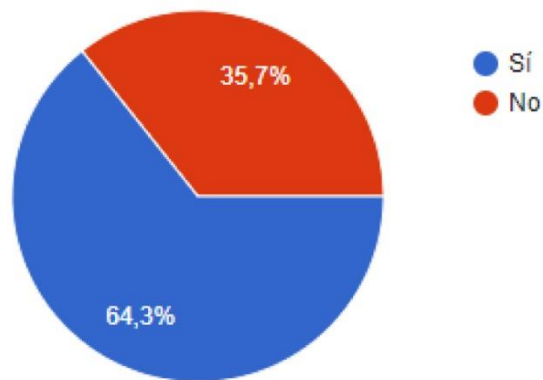


Gráfico: ¿Cree que el futuro pasa por un repositorio único e individual con toda la información relevante del individuo? (n=70)

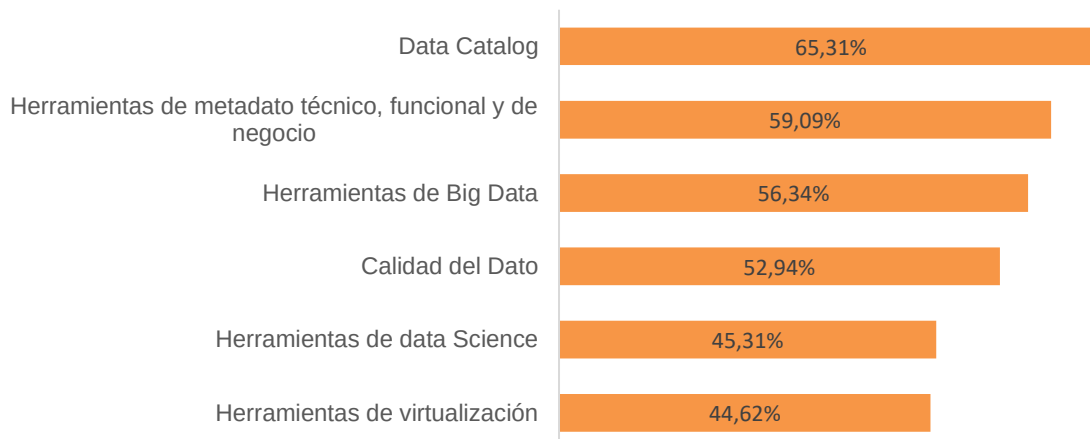
ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Herramientas para la preparación, explotación y visualización de los datos

De forma totalmente coherente con las respuestas a las preguntas planteadas en la primera parte de este estudio. Los datos de los siguientes gráficos demuestran que efectivamente las empresas tienen puesto el foco de su inversión en **herramientas de virtualización de datos, Calidad de Datos, Big Data, Metadato y Data Catalog**.

A continuación, se indican las previsiones de implantación para los próximos años:



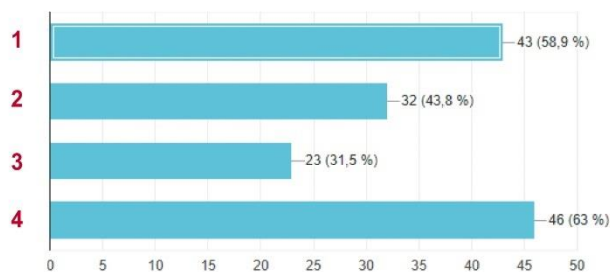
La Trazabilidad del Dato

La trazabilidad del dato es uno de los principales caballos de batalla de las empresas no sólo porque es necesario para reportar a los organismos supervisores sino porque es crucial para mejorar el proceso de toma de decisiones.

ESTUDIO 360º

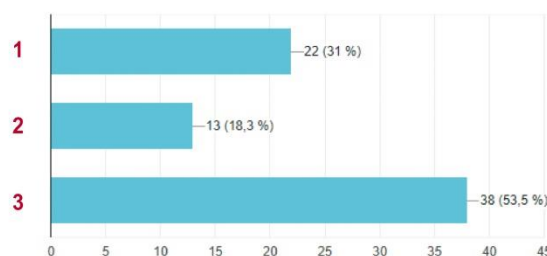
de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Sin embargo, el 53% de las empresas encuestadas creen que conseguir la trazabilidad del dato en sus compañías es “muy complicado” teniendo en cuenta la envergadura del proyecto, el coste del mismo y, sobre todo, por la gran dispersión de áreas que abarca, lo cual hace más difícil conseguir este objetivo.



- 1 Para reportar al Supervisor (Agencia Protección Datos, Supervisores Sectoriales, otras autoridades)
- 2 Para agilizar el proceso de consulta y reporting
- 3 Para generar mejores insights
- 4 Para mejorar el proceso de toma de decisiones

Gráfico: ¿Por qué es importante garantizar la trazabilidad del dato en su empresa? (n=73)



- 1 Muy complicado porque no hay herramientas de traza automática del dato end to end comprensibles para IT y Negocio
- 2 Requiere de una transformación total de los procesos de negocio
- 3 Un proyecto de gran envergadura y coste que involucra a todas las áreas de la empresa sin tener un responsable claro

Gráfico: Conseguir 100% la trazabilidad del dato en su compañía es... (n=71)

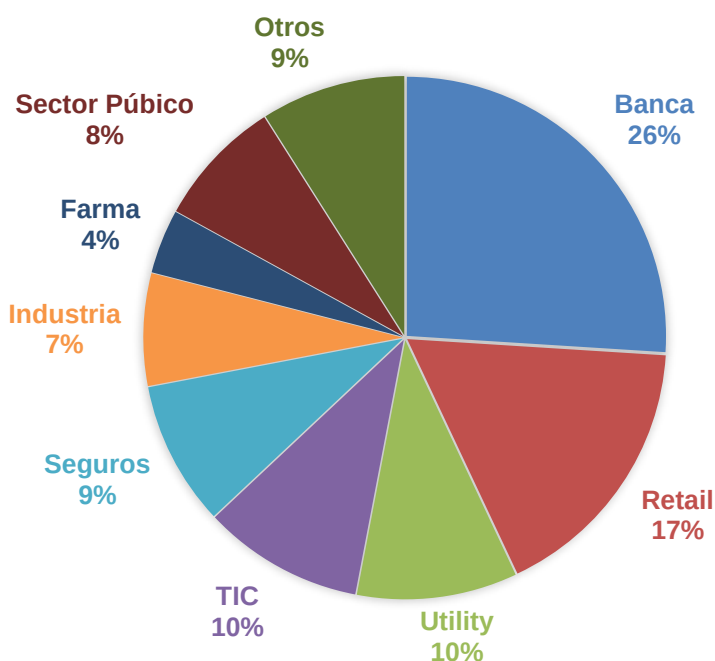
ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

Conclusiones

Las conclusiones de este estudio proceden de los resultados de una encuesta realizada por iKN entre profesionales y directivos del dato de 74 grandes empresas españolas líderes en su sector.

El % de representatividad de los distintos sectores es el siguiente:



ESTUDIO 360º de la Gestión y Explotación del Dato

Este Estudio es un producto desarrollado por ©Institute of Knowledge & Networking, S.L.U (iKN Spain) domiciliada en C/ Nuñez de Balboa 116, Planta 2, Puerta 202 y CIF: A-09366782

Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos ofrecidos en el mismo, salvo autorización expresa y por escrito de Institute of Knowledge & Networking, S.L.U (iKN Spain).

Para solicitudes de permiso puede contactar en el 91700 4870 o info@ikn.es. Así mismo, queda prohibida toda reproducción a los efectos del artículo 32.1, párrafo segundo, Ley 23/2006 de la Propiedad intelectual

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

El análisis de la información que obtenemos de esta encuesta realizada entre los CDO, responsables del Dato y profesionales de Big Data de las empresas españolas podría resumirse en 10 highlights

1. Las 2 principales prioridades de las empresas son: la integración de la información dispersa en distintos sistemas y la mejora de la calidad de los datos
2. Los encuestados están preocupados por la falta de coherencia de informes generados por distintos equipos como consecuencia de la dispersión de la información
3. El modelo Self-Service de la Información está ampliamente implantado entre las empresas encuestadas
4. Las arquitecturas de datos basadas en data lake y las iniciativas en la nube son ya una realidad en la mayoría de las empresas encuestadas, aunque estas reconocen que dificultan cumplir con una Política Corporativa de Gobierno del Dato
5. Hay una tendencia interesante a que las empresas actúen como bróker de los datos de los clientes a través de acuerdos con otras empresas
6. Las empresas ven la posibilidad de utilizar el brokerage de datos para ofrecer al cliente: servicios individualizados, servicios gratuitos y mejores precios
7. Se prevé un aumento de inversión en los próximos años en herramientas de virtualización de datos, Calidad de Datos, Big Data, Metadato y Data Catalog
8. Las empresas están realizando importantes esfuerzos por conseguir la trazabilidad del dato para reportar correctamente a los organismos supervisores y mejorar su proceso de toma de decisiones
9. El Gobierno y la Gestión del dato deja de ser territorio de IT para convertirse en una Responsabilidad Compartida con las áreas específicas de Negocio y de Gobierno del Dato
10. Es necesaria una Política Robusta de Gobierno del dato que haga posible el acceso a la información sin poner en peligro su calidad, integridad y seguridad. Y sobre todo que sirva para gestionar la información con activo estratégico de la compañía

Quiénes somos

DATA SOCIETY

COMUNIDAD DE PROFESIONALES
DEL DATO DE iKN

La comunidad de profesionales que trabajan para conseguir una Data Driven Company.

iKN Spain presenta Data Society, la comunidad más reconocida en España de profesionales del Dato. El lugar y el momento para superar los nuevos desafíos en el mundo de los datos ha llegado.

Lleva tu empresa al siguiente nivel

Las empresas tenemos la urgencia de poner en valor nuestros datos. Por eso, es el momento de:

- ▶ Integrar ¡ya! la información corporativa
- ▶ Construir una política de Gobierno y Gestión del Dato ¡que todos entiendan!
- ▶ Visualizar y analizar la información en tiempo real
- ▶ Monetizar esta información con: más eficiencia, mejor servicio, nuevos productos y nuevos negocios

En iKN Spain seleccionamos los mejores contenidos y te acercamos a los mejores profesionales para que lo consigas.

¿Cómo hacerlo?

A través de eventos, formación, estudios de mercado, entrevistas, artículos de opinión... y mucho más:

- ▶ El evento multisectorial de mayor impacto en torno al dato: Chief Data Officer Day
- ▶ +10 Seminarios monográficos centrados en aspectos prácticos de Big Data, IA y los negocios digitales
- ▶ 4 Certificaciones Profesionales
- ▶ Insight & Research: Estudio 360º de Gobierno y Gestión del Dato

Socios Académicos



iKN Spain, **empresa líder en Congresos y Formación Executive** desde hace más de 30 años, presenta los mejores casos de uso en Inteligencia de Negocio, Big Data, IA y Negocio Digital.

Con el lanzamiento del congreso CDO-Chief Data Officer Day en 2015, iKN Spain crea Data Society, la comunidad de profesionales que trabajan para conseguir una Data Driven Company.



MBIT School es la **Escuela Técnica de referencia** aplicada a los negocios, especialistas en Business Intelligence, Big Data, Data Science e Inteligencia Artificial.

MBIT School cuenta con un claustro de profesores que combina profesionales en activo con reconocidos especialistas en el mundo académico.

Razones para elegir DATA SOCIETY

TUS RETOS: NUESTROS CONTENIDOS

Identificamos tus retos y te ayudamos a conseguirlos a través de una agenda formativa basada en tus objetivos corporativos

NUESTROS PONENTES YA LO CONSIGUIERON

La tecnología es sólo el vehículo para conseguir la transformación de tu negocio. La clave está en conocer cómo otros colegas aplicaron esta tecnología con éxito

SELECCIONAMOS LOS MEJORES CASOS DE USO PARA TI

Construir un Negocio Digital no es fácil. Sobre todo cuando hay un legacy tecnológico, organizativo y humano que transformar. Te explicamos el cómo y el para qué

TE PONEMOS EN CONTACTO CON LOS LÍDERES DEL BIG DATA, IA Y NEGOCIO DIGITAL

¿Quieres conocer a personas que dejaron huella? ¿Quieres convertirte en líder indiscutible para tu empresa? ¿Quieres ser profesional de referencia en nuestra comunidad? ¡Te esperamos!

Formación Executive

IMPLEMENTACIÓN DE BIG DATA	FEBRERO
DATA QUALITY	MARZO
POWER BI	MARZO
DATA GOVERNANCE & DATA MANAGEMENT	ABRIL
PLATAFORMAS CLOUD (AWS, AZURE Y GOOGLE)	MAYO
ANALÍTICA DE CLIENTE	MAYO
RPA	MAYO
QLIK	JULIO
MODELOS PREDICTIVOS PARA LA TOMA DE DECISIONES REAL TIME	OCTUBRE
MACHINE LEARNING PARA MARKETING Y VENTAS	OCTUBRE
TABLEAU	NOVIEMBRE

Certificaciones



FIRST DATA CERTIFICATE
PROFESSIONAL ANALYTICS & VISUALIZATION CERTIFICATE
DATA VISUALIZATION SPECIALIST
ADVANCED DATA CERTIFICATE



Madrid, 26 de SEPTIEMBRE

El máximo exponente de la disrupción

- ▶ Conocerás las experiencias más innovadoras de otras empresas
- ▶ Tendrás la oportunidad de comparar tu trabajo con el de otros colegas icon el objetivo de mejorar!
- ▶ Descubrirás la mejor selección de casos de uso de las tecnologías más vanguardistas
- ▶ Te rodearás de los mejores en Big Data, IA y Negocio Digital

Contacta con nosotros



91 700 48 70



info@ikn.es



www.ikn.es

ESTUDIO 360º

de la GESTIÓN y EXPLOTACIÓN del DATO

DESARROLLADO POR

iKN SPAIN
YOUR KNOWLEDGE NETWORK

www.ikn.es

