

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

EL SECTOR ENERGÉTICO ESPAÑOL TIENE LA OPORTUNIDAD DE ACELERAR SU EVOLUCIÓN EN TORNO AL DATO Y LA ANALÍTICA

- **Un aspecto positivo es que el 60% de las empresas españolas de Energía tiene claro cómo impactará el dato en su modelo de negocio y qué oportunidades aspiran a alcanzar**
- **Las grandes compañías del sector encuentran mayores dificultades que los nuevos actores, que ya están adaptando sus estrategias a un modelo de negocio basado en el dato y el análisis**
- **En líneas generales, el Informe muestra que las empresas españolas deben avanzar hacia un modelo organizativo que conceda al dato la importancia que merece**
- **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, 22 de enero de 2020.- El sector energético español aún necesita asimilar una cultura del dato y analítica en sus empresas, pero está en el buen camino para conseguirlo. Así se desprende del Informe Minsait sobre Madurez Digital en España 2019, centrado en Dato y Analítica, que destaca que en general solo el 19% de las compañías españolas tiene un enfoque basado en aplicar la analítica más allá de la excelencia operativa. Es por ello que las energéticas españolas deben tomar conciencia de que sólo a través del conocimiento profundo del negocio desde los datos es posible afrontar de forma exitosa los próximos desafíos y amenazas.

El Informe Minsait sobre Madurez Digital de las empresas del sector energético, que ha sido presentado en una jornada organizada por el Club Español de la Energía, destaca que los principales hándicaps probablemente sean la necesidad de dotarse de más recursos humanos y la inexistencia de un gobierno de datos. Del informe se desprende que apenas un 10% de las compañías energéticas de nuestro país dispone de suficientes perfiles especialistas en dato y analítica. Por otro lado, las formas de trabajar en torno al dato y la analítica tienden a ser tradicionales: un 90% de empresas todavía no democratiza el dato. A esto se le añade que el 60% de compañías energéticas están pendientes de definir con claridad las responsabilidades y el modelo de gobierno en lo que respecta al dato.

A nivel tecnológico, el sector muestra mejoras, aunque todavía modestas. Un ejemplo de ello es que el 40% de las energéticas ya dispone de procesos en tiempo real. El reto más importante se encuentra en que un 90% de las empresas no dispone de ninguna herramienta de gobierno. Sin embargo, destaca la posibilidad de la reducción de costes inferidos por la operación y mantenimiento gracias al despliegue de la tecnología. Esta adopción se percibe por parte de las compañías en clara línea ascendente.

Sin duda, el reto asociado al proceso de transformación es mayor en las grandes compañías del sector que en los nuevos actores, que en muchos casos nacen con sus estrategias ya adaptadas a un modelo de negocio basando en el dato y el análisis. Sin embargo, el sector no tiene un enfoque muy agresivo, ya que sólo un 10% de las empresas aspira a pilotar negocios disruptivos basados en el dato. El resto tiene un enfoque hacia el valor del dato en la excelencia operativa de sus activos físicos. Dado esto, el ritmo de transformación aun es lento, solo un 30% de las empresas usan datos en sus decisiones estratégicas.

La explotación completa de la información de los clientes tiene recorrido

Las energéticas españolas pueden mejorar su uso de datos entorno a los clientes, ya que existen niveles moderados de conocimiento de estos. Por un lado, apenas un tercio de ellas analiza la experiencia de los

clientes para rediseñarla, con niveles moderados de flexibilidad. Por otro, el nivel de conocimiento del cliente es mejorable, con un 30% de empresas que enriquece su visión a partir de datos externos. El conocimiento 360° del cliente y la gestión multinegocio, multiproducto y la omnicanalidad también son un reto en el que se sigue trabajando.

En cuanto a la escucha frecuente del entorno para analizar la competencia y la percepción de marca, solo un 38% monitoriza de forma automatizada y frecuente. Ninguna empresa energética capta los movimientos de su competencia de forma exhaustiva, y solo un tercio aplica inteligencia en la escucha activa y gestión de su reputación de marca.

Conclusiones generales del Informe Minsait de Madurez Digital

En su conjunto, las empresas españolas están lejos de tener un modelo de Organización Orientada al Dato (Data Driven Organization o DDO) como lo demuestra que sólo el 46% del conjunto 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: únicamente 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 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.

Acerca de Minsait

Minsait, una compañía de Indra (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.