



Como a cultura de dados aumenta o valor do negócio em organizações impulsionadas por dados

PESQUISA DE:



Chandana Gopal
Diretora de Pesquisa,
Futuro da Inteligência, IDC



Como navegar neste whitepaper

Clique nos títulos ou números de página para ir para cada seção.

Metodologia	3
Visão geral da situação	4
A cultura de dados é fundamental para que a organização seja impulsionada por dados	5
Principais tendências em organizações com culturas de dados sólidas	8
1. Organizações impulsionadas por dados estabelecem altas expectativas de talentos para uma ampla gama de atividades relacionadas aos dados	8
2. Organizações impulsionadas por dados dão igual importância à confiança e à responsabilidade	9
3. Organizações impulsionadas por dados incentivam a exploração de dados e a curiosidade	11
4. Organizações impulsionadas por dados eliminam silos e promovem a colaboração	12
5. Organizações impulsionadas por dados estão empenhadas em obter valor dos dados	14
Perspectivas para o futuro	17
Identifique lacunas na sua cultura de dados	17
Obtenha benefícios com investimentos incrementais na cultura de dados	17
Implemente pequenas mudanças na mentalidade	17
Executivos têm um grande impacto	17
Busque novas métricas para mensurar as melhorias	18
Conclusão	18
Sobre a analista	19
Mensagem da patrocinadora	20



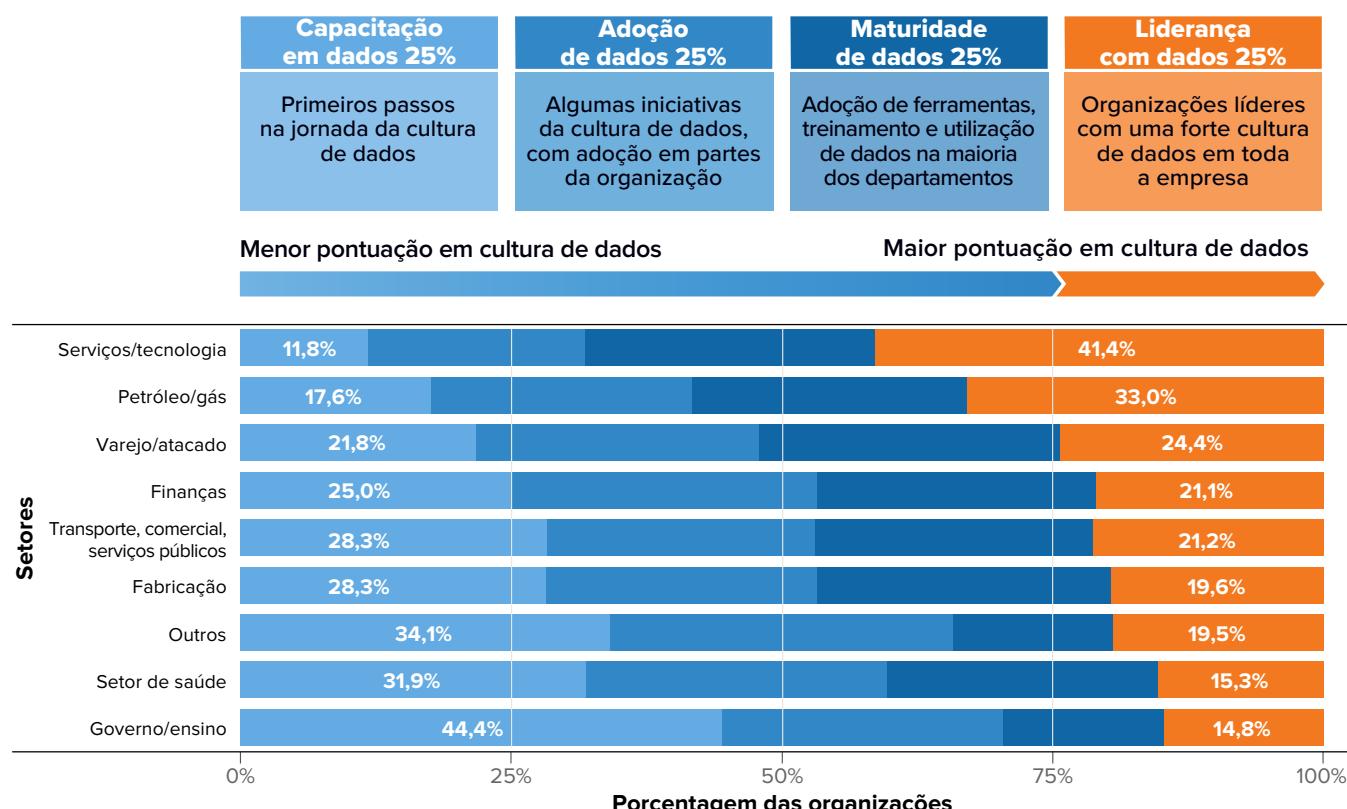
Metodologia

A IDC realizou uma pesquisa global com 1.100 pessoas que usam dados em suas organizações. Elas consistiam em uma combinação de pessoas em cargos executivos ou de gerência em funções técnicas e não técnicas. Os participantes da pesquisa trabalhavam em organizações com mais de 500 funcionários localizadas em dez países: Brasil, Canadá, China, França, Alemanha, Índia, Japão, México, Reino Unido e Estados Unidos. Os entrevistados representavam vários setores, incluindo serviços financeiros, indústrias, saúde, serviços de consultoria/tecnologia, serviços de utilidade pública, varejo/atacado e governo/educação.

A IDC fez perguntas aos participantes da pesquisa para tentar identificar características-chave explícitas e implícitas que influenciam como os dados são usados na tomada de decisões. A pesquisa coletou medidas atitudinais e comportamentais dessas características. A análise dos dados ajudou a construir uma escala para medir a presença e profundidade dos principais fatores e uma medida geral da cultura de dados.

Esta foi a primeira parceria da IDC com a Tableau para avaliar o [impacto da cultura de dados](#) nos resultados comerciais. Neste artigo, exploramos tendências nos níveis regionais e setoriais. Os entrevistados foram classificados em quatro grupos com base na maturidade de sua cultura de dados. Cerca de um quarto dos entrevistados se enquadrou em cada um dos grupos, como mostrado na **Figura 1**.

FIGURA 1
Maturidade da cultura de dados



n = 1,100, Fonte: IDC, 2021



Visão geral da situação

Não há dúvida de que os dados e a análise formam a espinha dorsal dos esforços de transformação digital. Os dados, por si só, não dizem nada. Eles precisam ser disponibilizados no formato certo, no momento adequado e com o contexto necessário para impulsionar resultados comerciais.

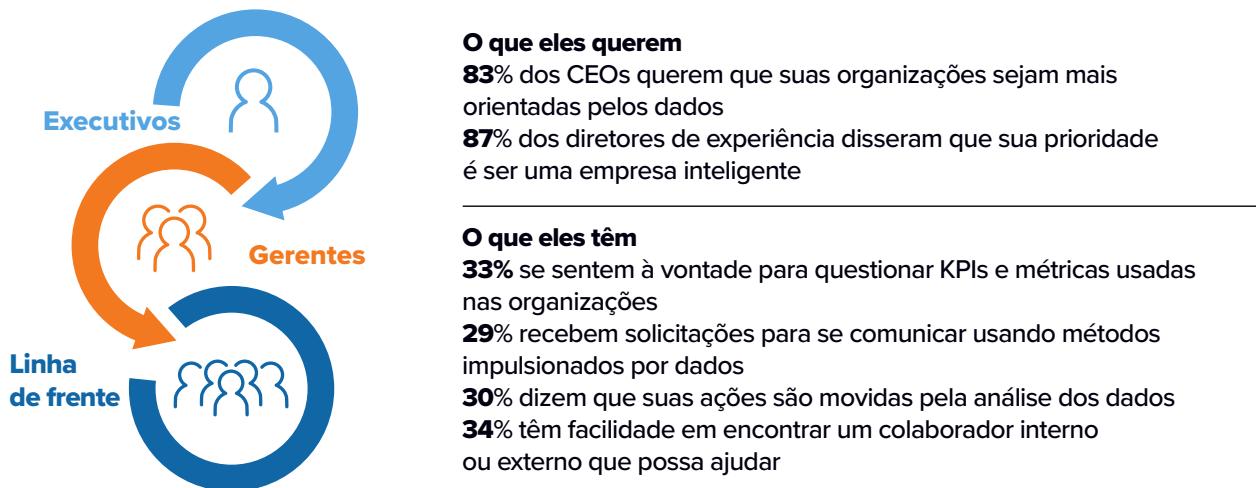
À medida que as empresas adotam dados e tecnologias de análise para se tornar mais impulsionadas por dados, elas se deparam com desafios, não por falta de dados ou das ferramentas necessárias, mas pela ausência de comportamentos e convicções compatíveis com o uso dos dados. Para realmente se transformar e tirar proveito dos investimentos em tecnologia de dados e análise, as organizações precisam se concentrar no seu pessoal e criar uma cultura que priorize os dados na tomada de decisão, também conhecida como cultura de dados.

As organizações que combinam os investimentos certos em tecnologia com foco na cultura de dados lideram o mercado, pois são capazes de aproveitar as oportunidades, estimular o crescimento, promover a inovação e se diferenciar dos seus pares.

No entanto, para estimular uma cultura de dados, deve haver um esforço conjunto para analisar o uso de dados na organização como um todo, identificar lacunas e empecilhos ao uso de dados e implementar uma estratégia para preencher essas lacunas. Não raro, os executivos afirmam querer que sua organização seja mais inteligente e impulsionada por dados, mas a **Figura 2** mostra que, na realidade, existe uma diferença entre “querer” e “ter”.

FIGURA 2

Lacuna entre querer e ter em relação aos dados



n = 455, Base = usuários finais, Fonte: pesquisa IDC, 2021

A cultura de dados exerce um papel fundamental para que a organização seja impulsionada por dados

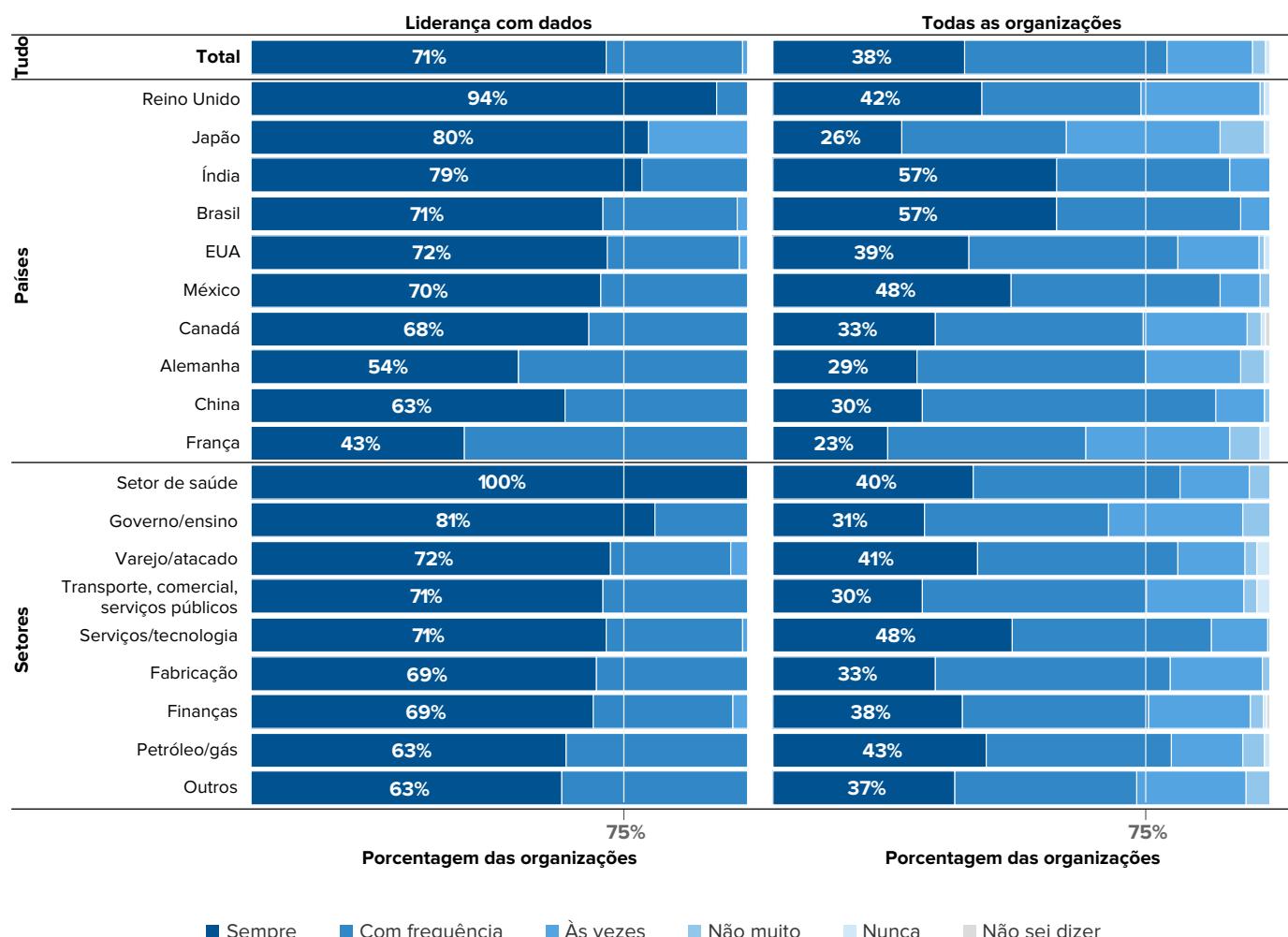
De acordo com a pesquisa da IDC, organizações com uma sólida cultura de dados têm mais chances de ser impulsionadas por dados do que seus pares, usando os dados de três formas distintas:

1. Integrados em reuniões e discussões diárias

Incorporar dados nas atividades diárias como reuniões, apresentações e discussões é essencial para promover uma cultura de dados. Quando indagadas sobre a frequência de uso de dados em todas as reuniões, organizações com liderança de dados tinham 10 vezes mais chances de dizer que os dados estavam “sempre” presentes em vez de “ocasionalmente” (Figura 3).

FIGURA 3

Porcentagem de organizações que sempre exigem dados nas reuniões



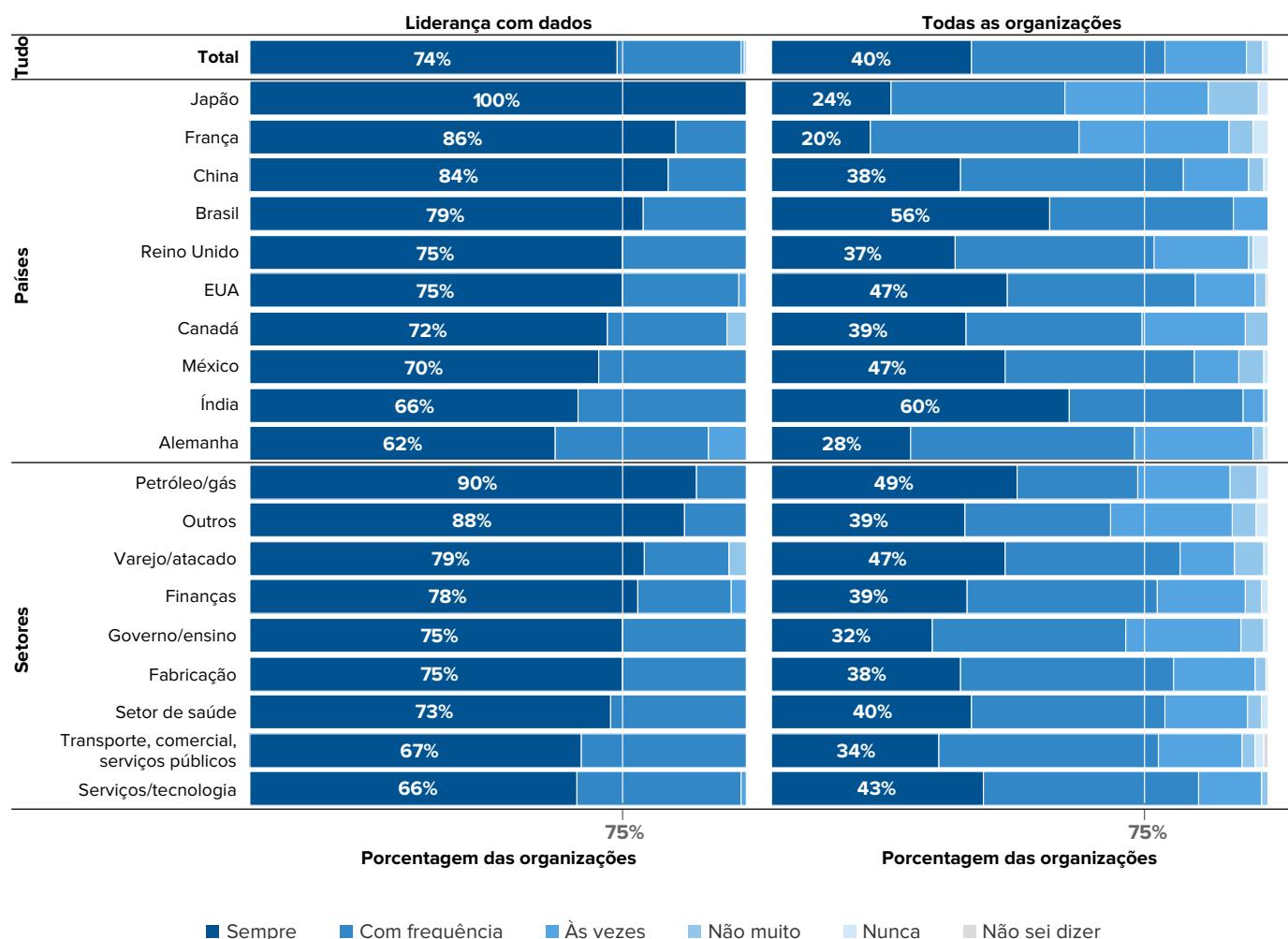
n = 1,100, Fonte: IDC, 2021

2. Ao recomendar próximas etapas ou ações

Durante as operações normais da empresa, os funcionários costumam preparar recomendações para as próximas etapas ou ações. Quando indagadas se as recomendações, opiniões ou decisões deviam necessariamente ser sustentadas por dados, organizações com liderança de dados tinham seis vezes mais probabilidade de dizer que os dados eram “sempre” um requisito em vez de “ocasionalmente” (Figura 4).

FIGURA 4

Porcentagem de organizações que sempre exigem dados para apoiar recomendações



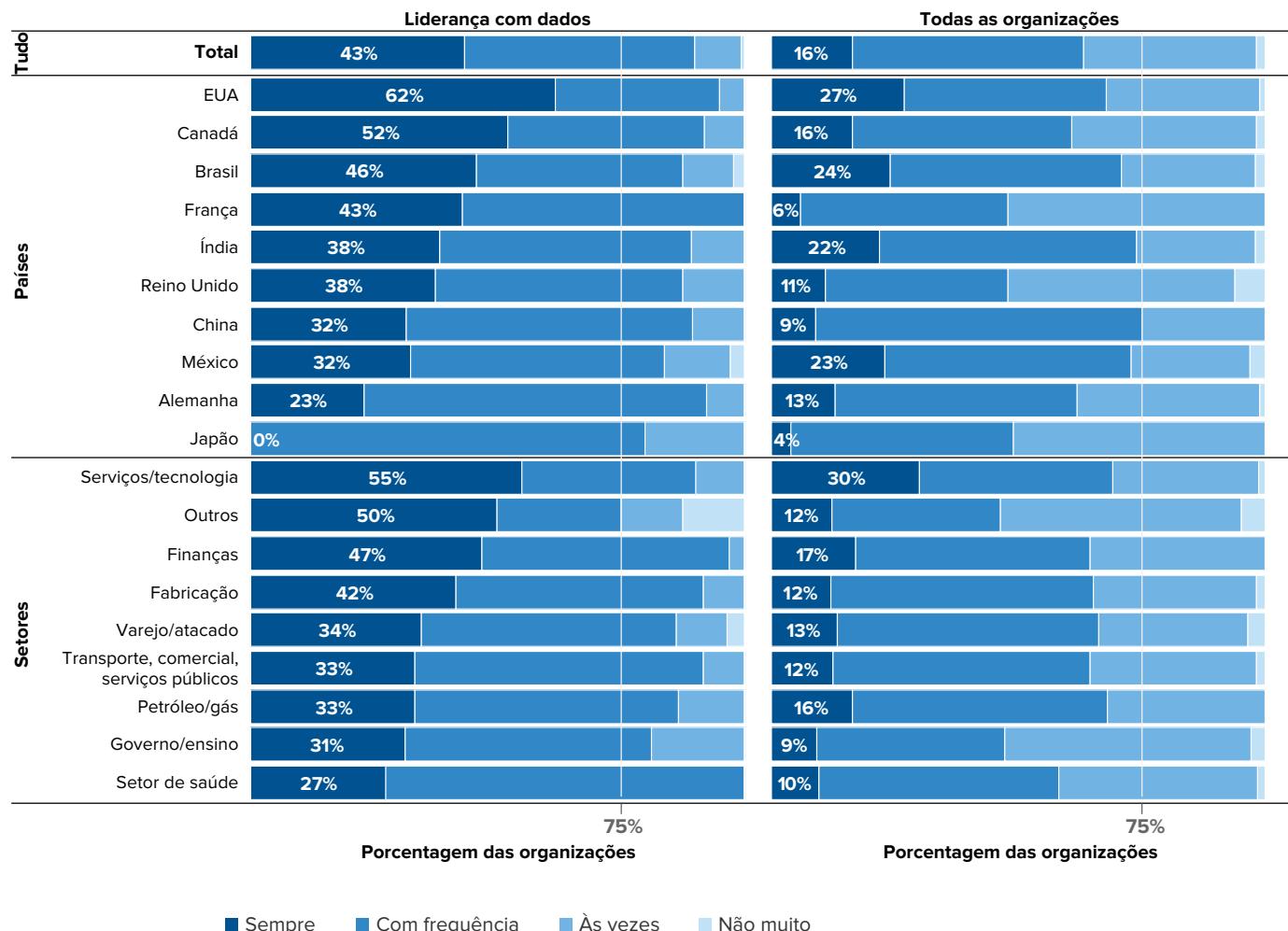
n = 1,100, Fonte: IDC, 2021

3. Para apoiar decisões importantes

Quando solicitadas a refletir sobre decisões comerciais importantes tomadas no mês anterior, as organizações com liderança de dados tinham 4,5 vezes mais probabilidade de dizer que a decisão tinha sido influenciada por dados, seja na forma de apresentações ou para fundamentar discussões (Figura 5).

FIGURA 5

Porcentagem de organizações que sempre exigem dados para apoiar grandes decisões



n = 1,100, Fonte: IDC, 2021

Principais tendências em organizações com culturas de dados sólidas

A definição de cultura é um conjunto de atributos, valores, metas e práticas compartilhadas que caracterizam uma instituição ou organização. Como uma extensão dessa cultura, a cultura de dados engloba os valores, comportamentos e atitudes de executivos e funcionários em relação aos dados usados para tomar decisões.

Os atributos da cultura de dados vão de características visíveis, como métodos de treinamento, ferramentas disponíveis e processos de negócios, a outras mais sutis e difíceis de quantificar, como empatia, identidade e confiança nas habilidades com dados.

Ao medir 17 características, identificamos cinco tendências em comportamentos e convicções entre todos os entrevistados pertencentes à categoria de organizações com liderança de dados. Embora essas tendências estejam de certa forma associadas à localização no nível do país, elas também se mostraram no nível global. Em geral, constatamos que Brasil e Índia têm as respostas mais otimistas em relação a outros países. E as respostas do Japão, Canadá, França, Alemanha e Reino Unido se inclinam mais para o pessimismo, comparativamente.

1. Organizações impulsionadas por dados estabelecem altas expectativas de talentos para uma ampla gama de atividades relacionadas aos dados

Ser impulsionado por dados requer diversas habilidades, como ser capaz de encontrar e conectar dados, analisar dados, interpretar dados, contar histórias com dados e usar dados para tomar decisões. Quando as empresas recrutam pessoas com essas habilidades e investem no aprimoramento das habilidades de seus funcionários, percebem que a organização se torna mais impulsionada por dados.



Em termos globais, empresas que lideram com dados tinham **três vezes mais probabilidade** do que organizações com consciência de dados de **exigir que novos contratados** soubessem como **apresentar dados de forma persuasiva** ao argumentar sobre determinado assunto.

Ásia-Pacífico

Nessa região, empresas com consciência de dados ficaram atrás das empresas com liderança de dados por 45% em termos de funcionários capazes de analisar dados. Entrevistados na China e no Japão têm dificuldades nessa área, com desempenho abaixo da média. Já na Índia, o desempenho das empresas foi acima da média, obtendo uma nota positiva para seus investimentos em alfabetização de dados. **Em termos globais, apenas 3% das organizações disseram não ter nenhum treinamento em habilidades de dados para os funcionários;** no entanto, um terço dessas organizações está localizada no Japão, correspondendo a 11% das respostas desse país.

América Latina

De todos os países participantes da pesquisa, as organizações do México foram as que mais obtiveram sucesso com investimentos em alfabetização de dados. Tanto o México como o Brasil tiveram pontuação acima da média na capacidade de analisar, interpretar e utilizar informações a partir dos dados. Esses investimentos valeram a pena: na **América Latina, os entrevistados de empresas com liderança de dados se saíram sete vezes melhor em encontrar e conectar dados** do que os entrevistados de empresas com consciência de dados.

América do Norte

Os Estados Unidos foram o país com maior probabilidade de afirmar que treinamentos relacionados a dados eram obrigatórios para os funcionários, com um quarto das organizações estabelecendo a obrigatoriedade para todos os colaboradores. Esse resultado foi influenciado em grande parte por **37% das organizações com liderança de dados exigindo treinamento em habilidades de dados para todos os funcionários**. Comparativamente, o Canadá tem menos inclinação a tornar o treinamento obrigatório, mesmo em organizações com uma sólida cultura de dados. Enquanto 13% de todos os entrevistados disseram que o treinamento era exigido para todos os funcionários, apenas 16% das organizações com liderança de dados estabeleceram essa obrigatoriedade.

Europa Ocidental

As empresas da Europa Ocidental apresentaram pontuações baixas de forma consistente, revelando investimentos abaixo da média no aprimoramento das habilidades de seus funcionários. Enquanto a França e o Reino Unido tiveram desempenho um pouco abaixo da média global (por 3 e 4 pontos percentuais, respectivamente), a Alemanha ficou atrás por 14 pontos percentuais. Quando perguntados se concordavam com a frase “Temos as pessoas certas com as habilidades certas para responder às nossas questões de negócios mais importantes com apoio de dados e análises”, quase um quarto dos alemães discordaram.

2. Organizações impulsionadas por dados dão igual importância à confiança e à responsabilidade

A confiança é a base para criar uma cultura forte em relação ao acesso e uso dos dados. As empresas precisam ter confiança para conceder aos funcionários o acesso aos dados relevantes para suas funções, e os funcionários precisam ter confiança nos dados que utilizam. As empresas precisam ter todas as políticas certas e a governança estabelecida para garantir que os funcionários usem dados de forma responsável, mas também para remover toda a resistência ao permitir que os funcionários acessem os dados relevantes.

Organizações com liderança de dados dão total transparência aos seus funcionários no uso dos dados e eliminam todas as barreiras existentes entre departamentos, unidades de negócios, regiões geográficas etc. Por sua vez, os funcionários de empresas com liderança de dados sentem-se mais responsáveis pelos dados que acessam, encarando inclusive como uma responsabilidade pessoal. Organizações com liderança de dados facilitam o acesso dos funcionários a todos os dados de que eles precisam para trabalhar.



A confiança tende a ser **fortemente influenciada pela cultura regional**. Funcionários de organizações nas regiões da Ásia-Pacífico e Europa Ocidental foram **mais propensos** a mencionar que suas organizações davam **visibilidade aos dados dentro de um grupo ou departamento**.

Ásia-Pacífico

As organizações da Ásia-Pacífico demonstraram um alto grau de confiança em relação aos colegas e à organização, mas um nível mais baixo de confiança quanto às habilidades em dados das pessoas. Isso influencia modelos de governança altamente restritivos e que inibem o acesso aos dados. Empresas com consciência de dados na Índia afirmaram que se sentem menos responsáveis pelos dados em suas organizações, apesar de 31% dos entrevistados terem acesso a todos os dados da empresa. No Japão, um terço das organizações concede acesso aos dados no nível departamental, mas apenas um entrevistado relatou que seus funcionários têm acesso aos dados da empresa toda. Os entrevistados na China relataram que a maioria dos funcionários não tem acesso aos dados externos aos seus departamentos.

América Latina

As notas mais baixas em relação à confiança e às responsabilidade foram vistas na América Latina. **No México, apenas 11% dos entrevistados afirmaram ter visibilidade dos dados da empresa toda, e as organizações do México deram a terceira nota mais baixa em confiança dentre todos os entrevistados.** O Brasil obteve a classificação mais baixa entre todos os países participantes. Assim como na região da Ásia-Pacífico, pode-se estabelecer uma conexão entre esse baixo nível de confiança e a falta de responsabilidade pessoal sobre como os dados são utilizados. No conjunto, a América Latina (seguida de perto pela Ásia/Pacífico) tem a maior oportunidade de se beneficiar do estabelecimento de diretrizes para o uso dos dados e da criação de um senso de responsabilidade em relação aos dados.

América do Norte

Os Estados Unidos e o Canadá obtiveram as notas mais altas nesse quesito, ambos com desempenho consistente e acima da média. **Em organizações com liderança de dados na América do Norte, 70% mais entrevistados afirmaram que as partes interessadas facilitaram o acesso aos dados necessários para seu trabalho em comparação com organizações com consciência de dados.** Esse resultado foi mais acentuado do que em qualquer outra região e pode ser decorrente, em grande parte, da exposição prévia e mais intensa a modelos de autoatendimento de BI que exigem um equilíbrio entre delegação e controle para terem êxito.

Europa Ocidental

Os funcionários de organizações da Europa Ocidental (bem como as da Ásia-Pacífico) citaram que suas organizações eram mais propensas a dar visibilidade aos dados dentro de grupos ou departamentos. **Todos os entrevistados do Reino Unido, França e Alemanha classificaram suas organizações como acima da média em confiança e responsabilidade**, mas as notas mais altas vieram de empresas da França.

3. Organizações impulsionadas por dados incentivam a exploração de dados e a curiosidade

Ferramentas, tecnologia e acesso aos dados não são suficientes para que uma organização se torne mais impulsionada por dados. As pessoas precisam ter uma mentalidade orientada pelos dados. Os funcionários de organizações com liderança de dados têm uma identidade de trabalho enraizada nos dados e estão abertos à experimentação com dados. Em muitas interações com pessoas de organizações que têm uma forte cultura de dados, os funcionários comentam que seus executivos preferem incentivar abertamente a experimentação com dados e falhar do que seguir o caminho mais fácil de não ser impulsionado por dados.

As organizações que têm uma cultura de dados sólida permitem que seus funcionários experimentem, falhem, explorem e inovem usando dados. Elas esperam que seus funcionários levem dados para as reuniões e tomem decisões com base em dados e não na intuição ou em suposições. O uso dos dados se torna parte do DNA da organização; os funcionários têm orgulho de sua proficiência em dados, e os dados representam uma parte essencial das metas e prioridades da organização.



Na média, **73,5% dos entrevistados** em **empresas com liderança de dados** em todas as áreas geográficas pesquisadas disseram que seu **processo de tomada de decisão sempre foi impulsionado por dados**, em comparação com apenas 5,7% das organizações com consciência de dados.

Ásia-Pacífico

Houve uma ligeira variação entre os países participantes dessa região. Os participantes da China foram os que expressaram a menor satisfação da região quanto à forma como suas organizações usam, inovam e exploram os dados. **As empresas no Japão tiveram notas ligeiramente acima da média no quesito de incentivo à exploração de dados e curiosidade**, o que pode se dever, em parte, à mentalidade de dados no setor industrial: 32% dos entrevistados priorizam kaizen e outras técnicas lean. Na Índia, onde 22% dos entrevistados eram do segmento de serviços/tecnologia, notas mais altas podem estar relacionadas à tendência de priorizar a inovação.

América Latina

Das cinco tendências descritas neste whitepaper, a América Latina teve o melhor desempenho em mentalidade orientada a dados, contribuindo com 30% para o índice de cultura de dados da região. Na região, **83% dos entrevistados disseram que os dados são “parte essencial da sua identidade de trabalho” ou que, profissionalmente, “eram bastante impulsionados por dados”**. Esse número foi influenciado, em parte, por setores conscientes dos dados. Dos entrevistados do México, 19% eram do setor de serviços e 19% do setor industrial (especificamente, 15% de indústrias de processamento), enquanto 38% dos entrevistados do Brasil eram do setor de serviços/tecnologia e 14% do financeiro.

América do Norte

A América do Norte recebeu, comparativamente, pontuações médias por sua abordagem impulsionada por dados em relação ao trabalho. Quando se trata de mentalidade, **pode ser válido considerar a influência das normas do setor e a respectiva distribuição de setores nos países participantes**. Os entrevistados do Canadá eram, na sua maioria, dos setores de finanças e governo/educação, nos quais, no total, apenas 13,2% e 10,3% dos respectivos entrevistados afirmaram que os dados eram “uma parte central da minha identidade de trabalho”. Os entrevistados dos EUA tiveram uma proeminência de respostas do setor de serviços/tecnologia, em que 24,1% do total geral concordaram com a declaração acima e 27% foram categorizados como liderança de dados. Esses números podem ser comparados com outros setores globais: óleo/gás (24,2%), varejo/atacado (18,5%), setor industrial (17,7%), outros (17,1%), transportes/comunicações/serviços de utilidade pública (16,8%) e saúde (12,5%).

Europa Ocidental

Alemanha, França e Reino Unido tiveram a maior variação regional em pontuações relativas à abertura e incentivo para exploração de dados. **Os entrevistados do Reino Unido, o país com maior distribuição, com cinco setores representando 76% dos entrevistados, relataram o maior incentivo para experimentação com dados**. A média na Alemanha ficou alinhada com a resposta global, com respostas equivalentes dos setores industrial (20%) e financeiro (18%); tendências altas e baixas em relação à mentalidade de dados podem ter sido compensadas. A França registrou as pontuações mais baixas dentre todos os países pesquisados, sendo que 9% dos entrevistados eram do setor de serviços públicos em um país amplamente dominado pelos sindicatos.

4. Organizações impulsionadas por dados eliminam silos e promovem a colaboração

As pessoas são seres sociais por natureza, e as interações enriquecem a nossa vida. Da mesma forma, no contexto da cultura de dados, as organizações onde as pessoas se comunicam e colaboram com dados têm melhor desempenho. As pessoas compartilham ideias e práticas recomendadas e desenvolvem empatia em torno do uso dos dados. Os funcionários de organizações com liderança de dados oferecem e recebem ajuda abertamente, não apenas dentro da sua própria equipe como entre grupos e unidades de negócios. Essas organizações têm mais êxito em eliminar silos e criar ambientes onde todos estão dispostos e capacitados a compartilhar informações e análises.

Ásia-Pacífico

Em quase todas as organizações participantes da Índia, **92% dos entrevistados, disseram que realizavam conferências presenciais sobre dados e análise; um pouco acima dos 87% que as realizavam de forma virtual.** Na China, também é uma prática comum realizar conferências internas de dados, sendo que, em **93% das organizações elas foram presenciais e apenas 71% foram virtuais.** No Japão, há menos engajamento em programas de formação de comunidades: 65% dos entrevistados organizaram conferências presenciais, 51%, conferências virtuais e 54% organizaram grupos de usuários virtuais.

América Latina

De modo global, há um otimismo de que os colegas se ajudarão mutuamente com questões relacionadas aos dados: 85% das organizações afirmaram estar confiantes ou extremamente confiantes de que poderiam contar com os colegas para responder a perguntas relacionadas aos dados. A América Latina foi até mais otimista, com **95% dos entrevistados do Brasil e 94% dos entrevistados do México expressando o mesmo grau de confiança.** (Quase metade dos entrevistados no Brasil, 48% deles, demonstrou extrema confiança em poder contar com os colegas). Na América Latina, essa rede informal de suporte é complementada por programas de apoio de análise durante o expediente criados pelas empresas: 89% das organizações latino-americanas oferecem esse serviço aos seus funcionários.

América do Norte

Nos últimos anos, tem-se dado ênfase à criação de programas formadores de comunidades em torno de dados e análise. A América do Norte se mostrou bastante alinhada com o padrão global em que **organizações com uma sólida cultura de dados investiram em cinco ou mais atividades de formação de comunidades, enquanto as organizações que ainda não transformaram sua cultura de dados apoiavam duas ou menos atividades.** Nos Estados Unidos, há uma preferência por fóruns internos sobre dados e análise, enquanto no Canadá a preferência é por sessões práticas na comunidade ou em grupo de usuários.

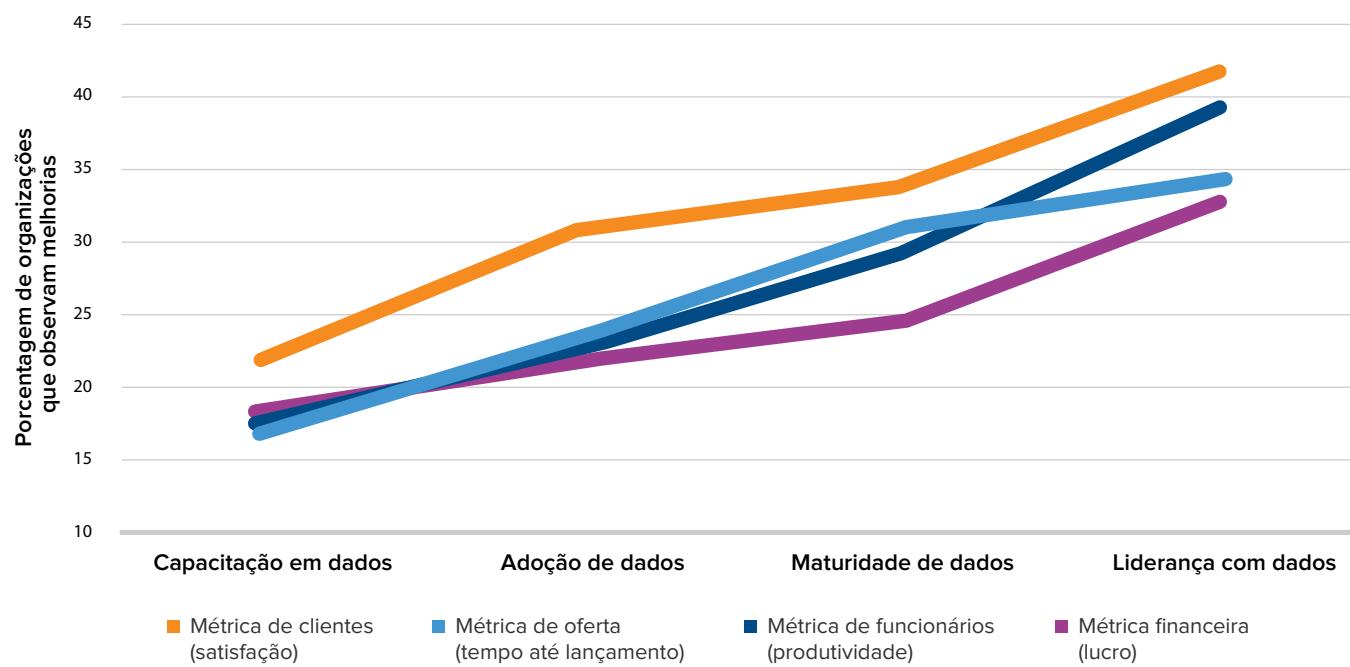
Europa Ocidental

Na Europa Ocidental, **82% dos entrevistados de empresas com liderança de dados se mostraram extremamente confiantes em poder contar com a ajuda dos colegas em comparação com apenas 13% nas empresas ainda na fase de adoção de dados.** Isso se deve em parte à grande ênfase em suporte técnico de dados e análise e programas durante o horário de trabalho. Na França e na Alemanha houve mais apoio para esses tipos de programa do que a qualquer outro programa de capacitação da comunidade. No Reino Unido, três quartos dos entrevistados mantinham sessões práticas regulares na comunidade ou com grupos de usuários.

5. Organizações impulsionadas por dados estão empenhadas em obter valor dos dados

Como mencionado no [InfoBrief da IDC](#), verificamos uma correlação incremental entre a posição da organização no índice de cultura de dados e seu desempenho em um conjunto de métricas padrão de negócios (**Figura 6**).

FIGURA 6
A cultura de dados proporciona grandes dividendos



n = 1,100, Fonte: IDC, 2021

A maior parte das organizações quer que suas decisões sejam mais impulsionadas por dados, mas as que têm sucesso são aquelas em que os líderes se comprometem a fazer os investimentos necessários para concretizar suas metas. Esse compromisso abrange todas as pessoas, processos e tecnologias necessários para a implantação e adoção de dados e análises em larga escala.

Um dos influenciadores mais importantes da cultura de dados é a liderança executiva. Organizações lideradas por executivos que entendem a importância dos dados e usam dados em suas atividades diárias são capazes de acelerar o processo para se tornar líderes de dados. O nível de compromisso é fundamental para criar uma sólida cultura de dados dentro da organização.



Na média, em todas as regiões geográficas, houve uma **diferença de 46,2%** entre organizações com liderança de dados e organizações com consciência de dados no que se refere a **tratar os dados como um ativo e reconhecer o valor que eles conferem**.



Os executivos de empresas com liderança de dados têm **oito vezes mais probabilidade de usar dados ativamente** no seu próprio trabalho em comparação com executivos de empresas com consciência de dados.



Em países com pontuação abaixo da média no que diz respeito a investimentos em dados, pode-se observar pontuações baixas em alfabetização de dados em geral, **demonstrando uma relação análoga entre investimentos e percepção do valor dos dados e da alfabetização de dados**.

Ásia-Pacífico

Nessa região, constatou-se a maior variação entre os países participantes. Os entrevistados da China **tinham mais probabilidade de ter um diretor de dados ou um diretor de análise (CDO/CAO), com 57%, 14 pontos percentuais acima de qualquer outro país**. Na Índia, 38% tinham um CDO ou CAO, mas 18% dos entrevistados disseram que a responsabilidade pela estratégia de dados da organização ficava a cargo de um gerente sênior. Esse resultado ficou atrás apenas do Japão, onde 28% dos entrevistados relataram uma estrutura semelhante. Além disso, o Japão foi o único país onde um número considerável de organizações afirmou ter uma falta de liderança de dados; mais de um décimo das organizações indicaram não ter uma pessoa claramente responsável pelos dados. Portanto, não surpreende que 30% dos entrevistados japoneses tenham dito que “não tinham certeza quanto ao valor de seus dados”, o percentual mais alto entre os países pesquisados.

América Latina

No Brasil, **40% dos entrevistados identificaram alguém na diretoria como a pessoa mais sênior responsável pela análise, em comparação com 44% dos entrevistados do México**. É interessante observar que, nas organizações do México, o líder sênior de análise costuma se reportar ao COO ou ao CEO, um comportamento visto em um outro país: a França. No México, os entrevistados mostraram mais propensão a se considerar como tendo uma forte identidade de dados, revelando uma lacuna entre o desejo e a tentativa dos profissionais da informação de obter valor a partir dos dados e uma falta de priorização por parte da liderança. Essa lacuna oferece uma oportunidade para que a liderança invista no alinhamento das fontes de dados aos objetivos estratégicos da empresa.

América do Norte

Os Estados Unidos obtiveram uma pontuação fraca, significativamente abaixo da média, no que diz respeito ao compromisso das empresas em obter valor a partir de dados; trinta por cento das organizações dos EUA tinham um CDO ou CAO. Enquanto isso, os entrevistados do Canadá pontuaram acima da média em compromisso mas, no contexto, essas empresas têm estruturas hierárquicas interessantes: **Um quarto das organizações no Canadá tinha um CDO ou CAO e, mesmo assim, essas organizações demonstraram um forte investimento na obtenção de valor a partir dos dados.**

Europa Ocidental

Novamente, há uma grande variação na demonstração de compromisso em obter valor a partir dos dados nessa região. No Reino Unido, 38% das organizações tinham um CDO ou CAO. Na Alemanha, 32% das organizações tinham um CDO ou CAO designado, enquanto **16% das organizações disseram ter várias pessoas primariamente responsáveis pelos dados, uma resposta raramente vista em outros países.** Na França, as organizações tinham mais chances de se reportar a um diretor ou algum nível abaixo (36%) do que a um CDO ou CAO (31%). Isso corresponde a outros dados da França, onde 41% das organizações disseram que “tratam os dados como um ativo, mas não tem certeza do valor dos dados”.



Perspectivas para o futuro

Neste artigo, descrevemos a cultura de dados e explicamos seus benefícios, mas a questão mais premente é: o que uma empresa pode fazer para criar uma cultura de dados? Ou, se ela já tem algumas características associadas à cultura de dados, como avançar para a próxima fase de maturidade?

Identifique lacunas na sua cultura de dados

Reconheça que não basta implantar tecnologia para promover uma mudança de comportamento; sua organização precisa de ações para mudar a mentalidade em relação aos dados. Por exemplo, se o trabalho na sua organização é muito compartmentalizado, é possível começar a compartilhar e colaborar em torno dos dados? Ou, se já faz isso, você precisa estabelecer uma nova expectativa para levar dados para reuniões e conversas importantes? Se possível, identifique pessoas que você considera como impulsionadas por dados dentro dos departamentos e transforme-as em “defensoras dos dados” para que elas possam promover o uso de dados em seus grupos e demonstrar práticas recomendadas.

Obtenha benefícios com investimentos incrementais na cultura de dados

Não se deixe intimidar pelo conceito da cultura de dados. Seja qual for o ponto de partida da sua jornada para tornar sua organização impulsionada por dados, cada etapa do caminho trará benefícios incrementais.

Por exemplo, os dados da pesquisa mostraram que as maiores melhorias nas métricas financeiras, de clientes e produtos ocorreram quando as organizações passaram do estágio de consciência de dados para o de adoção de dados. Avançar do lado esquerdo para o direito na escala de maturidade da cultura de dados traz benefícios que você pode usar como base.

Implemente pequenas mudanças na mentalidade

As medidas para melhorar a cultura de dados nem sempre implicam em grandes compromissos financeiros que exigem a criação de um caso de negócios ou demanda por investimentos. Por exemplo, algumas medidas simples envolvem criar oportunidades para compartilhar ideias e práticas recomendadas, ter uma equipe de análise avançada que ofereça ajuda durante o horário de trabalho para que as pessoas aprendam a usar dados com mais eficiência ou contratar pessoas habilitadas em dados sem levar em conta a função.

Executivos têm um grande impacto

O patrocínio e o envolvimento executivo são grandes influenciadores da cultura de dados. Quando a liderança usa dados para se comunicar e tomar decisões, o restante da organização segue o exemplo. Mesmo empresas com décadas de existência podem se transformar e se tornar mais impulsionadas por dados ao assumir o compromisso de fazer os investimentos corretos, tanto monetários como em tempo e energia.

Busque novas métricas para mensurar as melhorias

Nem todas as melhorias podem ser medidas em termos de benefícios financeiros. Uma organização pode levar alguns anos até obter um retorno positivo sobre o investimento, especialmente se for preciso fazer atualizações consideráveis em termos de tecnologia, mas os maiores benefícios costumam vir das experiências dos clientes e/ou funcionários, maior diferenciação de ofertas e resiliência frente a grandes perturbações.

Conclusão

A cultura de dados é composta de comportamentos e convicções relacionados aos dados que influenciam a forma como uma organização opera. Quando as pessoas de uma organização estão capacitadas com dados, elas podem tomar decisões melhores que geram resultados comerciais valiosos.

Como esta pesquisa mostra, esse impacto não se limita a um setor ou região. Em uma escala global, organizações que têm uma cultura de dados sólida obtêm benefícios como aumento da colaboração, exploração de dados e inovação, além de um valor mensurável. Culturas de dados sólidas não se formam da noite para o dia: os líderes que tomarem medidas incrementais para fomentar a cultura de dados verão um impacto monumental ao longo do tempo.

Sobre a analista



Chandana Gopal

Diretora de Pesquisa, Futuro da Inteligência

Chandana Gopal é Diretora de Pesquisas da consultoria e pesquisa de mercado de Futuro da Inteligência da IDC. Sua pesquisa se concentra nos fatores tecnológicos que influenciam a inteligência empresarial, tais como inteligência artificial, BI e inteligência de dados, bem como elementos culturais como alfabetização de dados e compartilhamento do conhecimento. Baseada na sua experiência em integração e análise, a pesquisa de Chandana Gopal também apresenta uma ênfase específica em como as organizações podem desenvolver a inteligência empresarial e usá-la como diferencial competitivo e acelerador do crescimento.

[Mais sobre Chandana Gopal](#)

Mensagem da patrocinadora

A Tableau está posicionada de forma única para ajudar líderes a criar organizações impulsionadas por dados com a nossa plataforma avançada, nossa incomparável comunidade de clientes e nossa **metodologia comprovada para criar uma cultura de dados**, com etapas açãoáveis que você pode seguir para começar a ver o valor comercial de seus investimentos.

O manual da cultura de dados se destina a líderes que desejam criar mais valor com o amadurecimento do uso dos dados em toda a organização. Saiba como cultivar comportamentos e mentalidades fundamentais de uma cultura de dados, começando por quatro áreas principais:

- ▶ Alinhe as métricas de liderança às prioridades da empresa
- ▶ Crie fontes de dados para contemplar pontos de decisão essenciais
- ▶ Aumente o valor com casos de uso específicos
- ▶ Promova a descoberta generalizada de dados

Desbloqueie o potencial dos seus dados e do seu pessoal

[O manual da cultura de dados](#)

[Histórias de sucesso](#)



Esta publicação foi produzida pela IDC Custom Solutions. Como principal fornecedora global de inteligência de mercado, serviços de consultoria e eventos para os mercados de tecnologia da informação, telecomunicações e tecnologia de consumo, o grupo Custom Solutions da IDC ajuda o cliente a planejar, comercializar, vender e prosperar no mercado global. Criamos programas açãoáveis de inteligência de mercado e conteúdo de marketing de impacto que produzem resultados mensuráveis.



[@idc](#)

[@idc](#)

[idc.com](#)

Todas as pesquisas da IDC estão protegidas por direitos autorais, © 2021 IDC. Todos os direitos reservados. Todos os materiais da IDC são licenciados com a [permissão da IDC](#) e, em nenhuma hipótese, o uso ou a publicação de pesquisas da IDC indica o endosso da IDC aos produtos ou estratégias da patrocinadora ou licenciada.

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