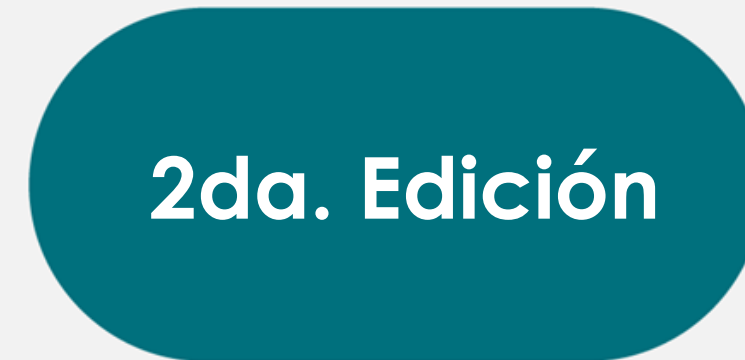




La problemática de los Datos en las empresas de la Región Centro de Argentina y de la Región Metropolitana de Uruguay.

Sondeo on line – Edición 2025-26 (2da. Ed.)

Julio 2026

INTRODUCCIÓN. OBJETIVOS.

La economía, el contexto internacional, la evolución de los modelos de trabajo hacia nuevas formas organizativas, la irrupción de tecnologías disruptivas y el crecimiento exponencial de los volúmenes de datos; exigen gestionar acontecimientos con impacto futuro incierto.

Uno de los desafíos del momento es recuperar productividad y competitividad. Esto requiere de procesos decisorios ágiles y con poco margen para el error.

La transformación digital implica una enorme transformación cultural y de capacidades para que las decisiones surjan del análisis de datos confiables y oportunos.

La región no es ajena a la problemática de los datos y los desafíos que conlleva para las empresas.

Vivimos en un contexto general de alta complejidad y de crecimiento exponencial de los datos que generamos, lo que exige tomar decisiones rápidas.

También aquí las nuevas tecnologías, la inteligencia artificial y los cambios globales potencian la necesidad de afrontar una transformación digital seria.

Para entender dónde estamos parados frente a estas cuestiones, desde Mec Consultores, realizamos la segunda edición de nuestro sondeo on line acerca de la problemática de los datos, dirigido a relevar la situación en empresas de la **Región Centro de Argentina (provincias de Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos y Santa Fe) y del Área Metropolitana de Montevideo (Uruguay).**



Movilizamos el crecimiento

- **Metodología:** Investigación cuantitativa exploratoria. Sondeo on line autoadministrado con registro de respuestas en aplicación MEC Survey.
- **Universo bajo estudio:** Decisores pertenecientes a empresas e instituciones de la Región Centro Argentina (Provincias de Buenos Aires (N), Córdoba (E), Entre Ríos y Santa Fe (Centro-S) y Región Metropolitana de Uruguay (Montevideo)
- **Temas indagados:** El cuestionario contempló diversos aspectos vinculados al estado de las empresas en relación a proyectos de transformación digital, así como programas de ciencia, gobierno y monetización de datos. También se indagó sobre habilidades analíticas, herramientas utilizadas y el uso de IA:
 - Experiencia (uso de datos, ciencia de datos aplicada)
 - Barreras en el uso de datos
 - Gestión sustentada por datos
 - Estrategia de Datos
 - Transformación digital
 - Monetización de datos
 - Data Driven Company
 - Habilidades analíticas
- **Cuestionario:** Estructurado en base a preguntas cerradas, preguntas de elección múltiple y abiertas para recoger expresiones literales.
- **Trabajo de campo:** El cuestionario fue compartido a través de múltiples canales de contacto, Whatsapp, e-mail, LinkedIn y otras redes sociales (anuncios segmentados). Las invitaciones fueron dirigidas fundamentalmente a decisores (nivel directivo, nivel gerencial y mandos medios) de empresas de la región.

FICHA TÉCNICA

Universo: Personas contactadas, interesadas en la problemática de los datos.

12.540 contactos
(universo visibilizado)

1.883
accesos al
cuestionario

**Respuestas
efectivas**

104

Tasa de respuesta: 0,83% (respecto del universo contactado)

Tasa de conversión: 5,5% (respuestas respecto de los interesados que ingresaron al formulario)

Fecha relevamiento:

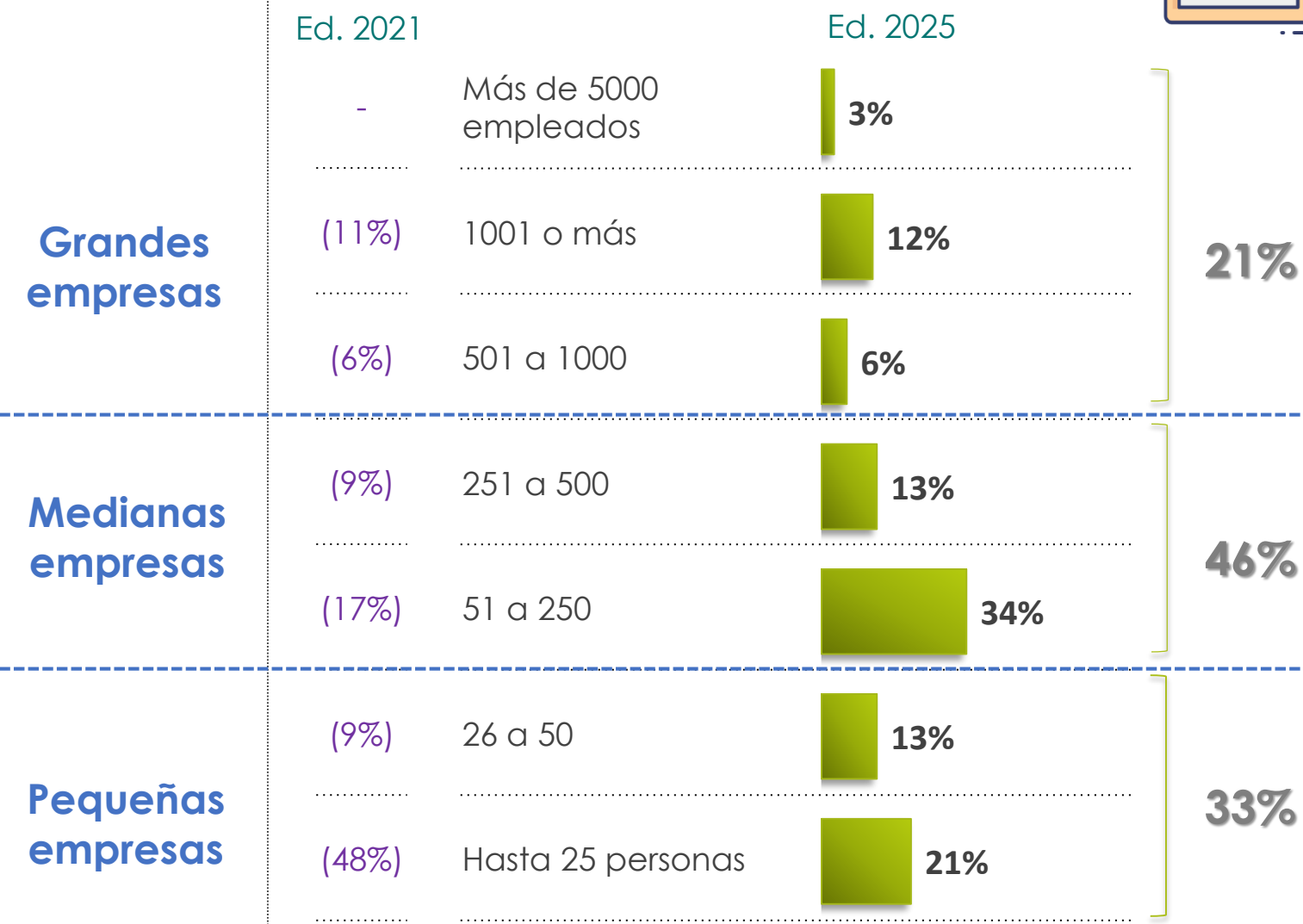
Septiembre 2025



Movilizamos el crecimiento

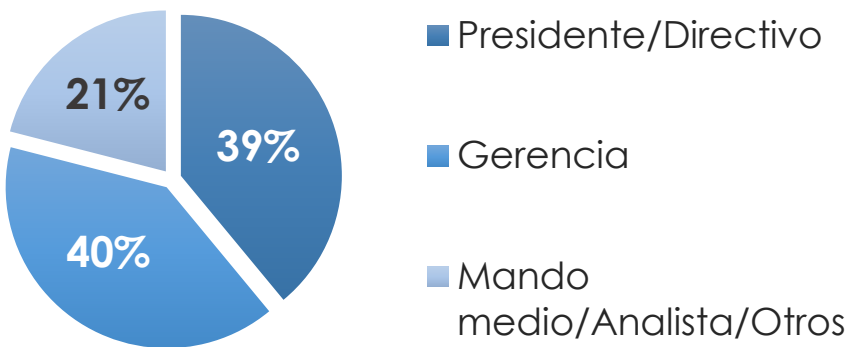
DATOS DE CLASIFICACIÓN

Según CANTIDAD DE PERSONAS OCUPADAS

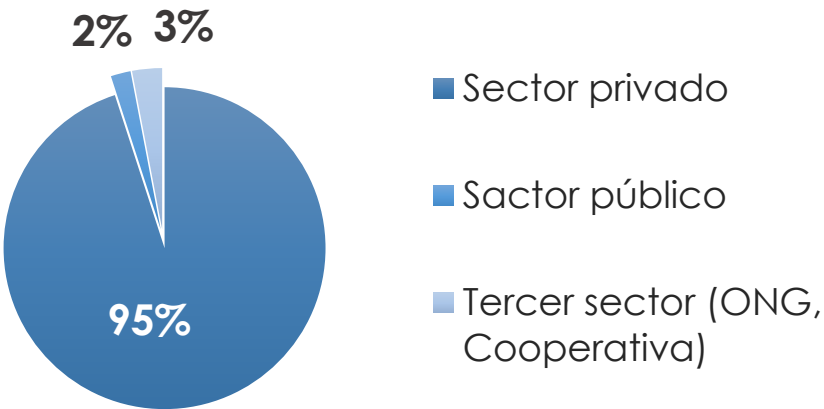


Base: 104 casos.

Según NIVEL DE RESPONSABILIDAD del respondiente



Según SECTOR AL QUE PERTENECE



Rama de la actividad económica al que pertenecen las empresas y respondientes del sector privado que participaron del relevamiento.

Comercio / Retail
Distribución
Educación
Industria metalmecánica
Industria alimenticia
Industria química
Medios y entretenimiento
Producción agropecuaria
Servicios profesionales
Servicios financieros / Bancos
Seguros
Siderometalúrgica
Salud (financiador o prestador)
Turismo
Transporte
TI / sistemas / telecomunicaciones

Base: 99 casos.

Principales hallazgos del sondeo de Mec



LOS DATOS EN LAS EMPRESAS. LA GRAN PARADOJA

- **Existe una comprensión creciente sobre el tema y la necesidad de abordarlo.** De la totalidad de empresas que participaron de este relevamiento, más del 40% reconoce la importancia de tomar **decisiones sustentadas en la evidencia de los datos**.
- **Sin embargo, sólo un 27% de las empresas considera estar absolutamente preparada para afrontar un proceso de transformación digital.** La mayoría, sostiene que **su empresa está parcialmente preparada** para ese tipo de cambios. En ese sentido, las principales barreras que dificultarían la toma de decisiones a partir de datos son: el contar con **datos NO integrados (provenientes de múltiples fuentes)**, un ecosistema de **infraestructura y bases de datos insuficientes** y **deficiencias en la calidad de los datos**. Dada esta situación, **existe un consenso muy fuerte sobre la necesidad de implementar programas de ciencia, gobierno y monetización de datos**.
- En respuesta a esta necesidad real, aproximadamente el 65% de las empresas manifiestan tener en curso “**proyectos que involucran ciencia, procesamiento y gobierno de datos**”, 36% en nivel incipiente. En el desarrollo de tales proyectos, **prevalecería el punto de vista de la “gestión del negocio” o la mirada del negocio junto a la de TI**. De este grupo, un tercio de empresas tiene un área específicamente dedicada a dichos temas.
- **El 30% de las empresas declaran tener proyectos de ciencia y monetización de datos en un estadio de desarrollo intermedio o avanzado.** En tales proyectos se analiza principalmente información para la **Predicción de demanda/ Forecast de ventas y Segmentación de Cartera**.
- En relación al **uso de herramientas IA**, sólo el 15% de las empresas habría incursionado en el uso de Inteligencia Artificial como una política impulsada durante formalmente por la organización en 2025. **Si bien el 34% evalúa usar Grandes Modelos de Lenguaje (LLM) como ChatGPT, Claude o Gemini, un 48% reconoce no tener opinión formada sobre este punto.**

- Las empresas ya sensibilizadas en el tema datos cuentan con una diversidad importante de habilidades y herramientas para afrontar la transformación digital: **herramientas tecnológicas actualizadas, política de seguridad y privacidad de los datos, recursos humanos calificados** y procesos para la captura y calidad de los datos. Sin embargo, **carecen de una estrategia global y un plan concreto de gobierno y monetización de datos** determinen el rumbo a seguir.
- Los **principales desafíos** a superar para constituirse en una empresa cuyas decisiones estratégicas y operativas se sustenten en el análisis e interpretación de datos y no en percepciones son:
 - Mejorar la recolección y calidad de los datos.
 - Que la dirección tenga conciencia de la importancia del dato y brinde un apoyo concreto.
 - Tener personal calificado (ingenieros y científicos de datos).
 - Reunir equipos interdisciplinarios colaborativos.

Es decir, **para lograr un cambio cultural en la organización y convertirla en una Data Driven Organization es necesario articular una estrategia global de datos, que sea respaldada por los directivos; la cual facilite la conformación de equipos interdisciplinarios y a la vez promueva el desarrollo de las habilidades del personal.**

- Cuando se indaga acerca del uso de nuevas tecnologías, el gobierno de datos y la IA; las empresas dan mayor prioridad a usarlas **para incrementar la productividad y complementar el trabajo humano**. En este sentido, las empresas de mayor tamaño muestran mayor propensión a considerar programas masivos de **sensibilización** en la **gestión y el aprovechamiento de los datos** y el **desarrollo habilidades avanzadas para la monetización de datos**.



IA como Estrategia de Negocio

A continuación compartimos un análisis comparado del Sondeo de MEC Consultores sobre cómo las organizaciones convierten la inteligencia artificial en valor real **(dimensión regional)**, con la Encuesta Fundar 2025 **(dimensión nacional)** y el Informe Global de IA 2026 (NTT DATA), **(dimensión internacional)**.



Movilizamos el crecimiento

DIMENSIÓN REGIONAL

SONDEO REGIONAL · MEC CONSULTORES 2025

Argentina y Uruguay: Realidad Operativa



Estudio de **104 empresas** en la Región Centro de Argentina y el Área Metropolitana de Uruguay sobre transformación digital y uso de datos.

Solo el 27%

Se siente “absolutamente preparada” para la transformación digital.

Cambio cultural: 43%

Principal barrera, superando incluso los obstáculos tecnológicos.

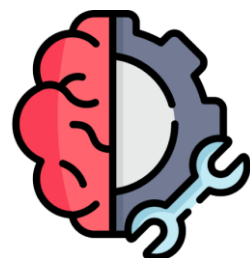
VALIDACIÓN REGIONAL

Los Pilares Globales confirmados localmente por Mec



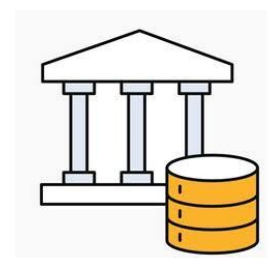
Gestión del Cambio

Cambio cultural: barrera nº 1 (43%). Apoyo de la dirección y objetivos claros: prioridades máximas.



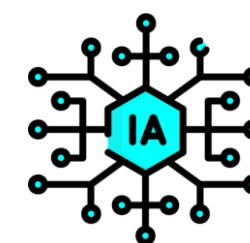
IA para Potenciar

Mejorar la productividad y **“Complementar el trabajo humano”** son la prioridad.
“Reducir personal” es la última.



Gobernanza de Datos

Prerrequisitos críticos: “datos confiables” e implantar un programa de “Gobierno de Datos”.



IA Generativa Activa

El **46%** ya usa LLM's como ChatGPT o Gemini, aunque no como una política formal de la compañía, sino como inquietud individual. Barrera técnica principal: Falta de datos integrados (58%).



Movilizamos el crecimiento

DIMENSIÓN NACIONAL

ENCUESTA FUNDAR 2025 · ARGENTINA

Adopción Bottom-Up: El Individuo por Delante de la Empresa

1 de 3

empresas usa la evidencia de los datos para tomar decisiones.

54%

De las empresas todavía NO usan sistemáticamente ChatGPT o Gemini.

La adopción de IA en Argentina es predominantemente **impulsada por el autoaprendizaje individual**, ante la ausencia de estrategias corporativas claras.

45,5%

Adopción personal alta, pero uso exploratorio y superficial.

89%

De individuos sin formación institucional en IA.

69,9%

De organizaciones sin estrategia oficial de IA.

INFORME GLOBAL DE IA 2026 · NTT DATA

El 15% Lidera con IA



Con más de **2.500 ejecutivos** encuestados, NTT DATA identifica a los “Líderes en IA” —el **15% de la muestra**— como organizaciones con madurez «evolucionada»: la IA integrada en funciones centrales y márgenes operativos significativamente superiores al resto.



Tesis central: la estrategia de IA ya no es un habilitador, sino que constituye **la estrategia misma del negocio.**

De la Estrategia al Impacto Financiero

1. Alineación Estratégica

IA alineada con la estrategia de negocio, convirtiendo velocidad de implementación en resultados financieros.

2. Enfoque Integral

Rediseño de flujos de trabajo completos en áreas de alto valor, no soluciones aisladas.

3. Efecto Flywheel

Ciclo virtuoso: inversiones iniciales generan logros tempranos que financian nuevo crecimiento.



Movilizamos el crecimiento

DIMENSIÓN INTERNACIONAL

LAS 9 CARACTERÍSTICAS · PILAR ESTRATÉGICO

Cimientos Tecnológicos y Humanos

4. Reinención del Core

IA incorporada desde el diseño en aplicaciones centrales, sin complementos superficiales.

5. Escalabilidad Segura

Infraestructuras robustas con soberanía de datos y privacidad localizadas.

6. IA Centrada en Expertos

Potenciar profesionales altamente calificados, no sustituirlos.

7. Cambio que Perdura

Gestión estructurada del cambio organizacional para reducir resistencia interna.

8. Gobernanza a Escala

Supervisión transversal con Chief AI Officers (CAIOs) alineando innovación y riesgos.

9. Crecimiento por Alianzas

Modelos basados en resultados (revenue sharing) con socios estratégicos externos.



Movilizamos el crecimiento

Coincidencias de los tres estudios



IA como Motor de Productividad

Las tres fuentes coinciden: el principal beneficio percibido es la mejora de eficiencia y reducción de tareas repetitivas.



Predominio de Herramientas Generalistas

ChatGPT lidera ampliamente el mercado tanto a nivel global como regional y personal.



Centralidad del Factor Humano

Consenso global y regional: la IA debe complementar o aumentar el trabajo humano, no sustituirlo.



Gestión del Cambio

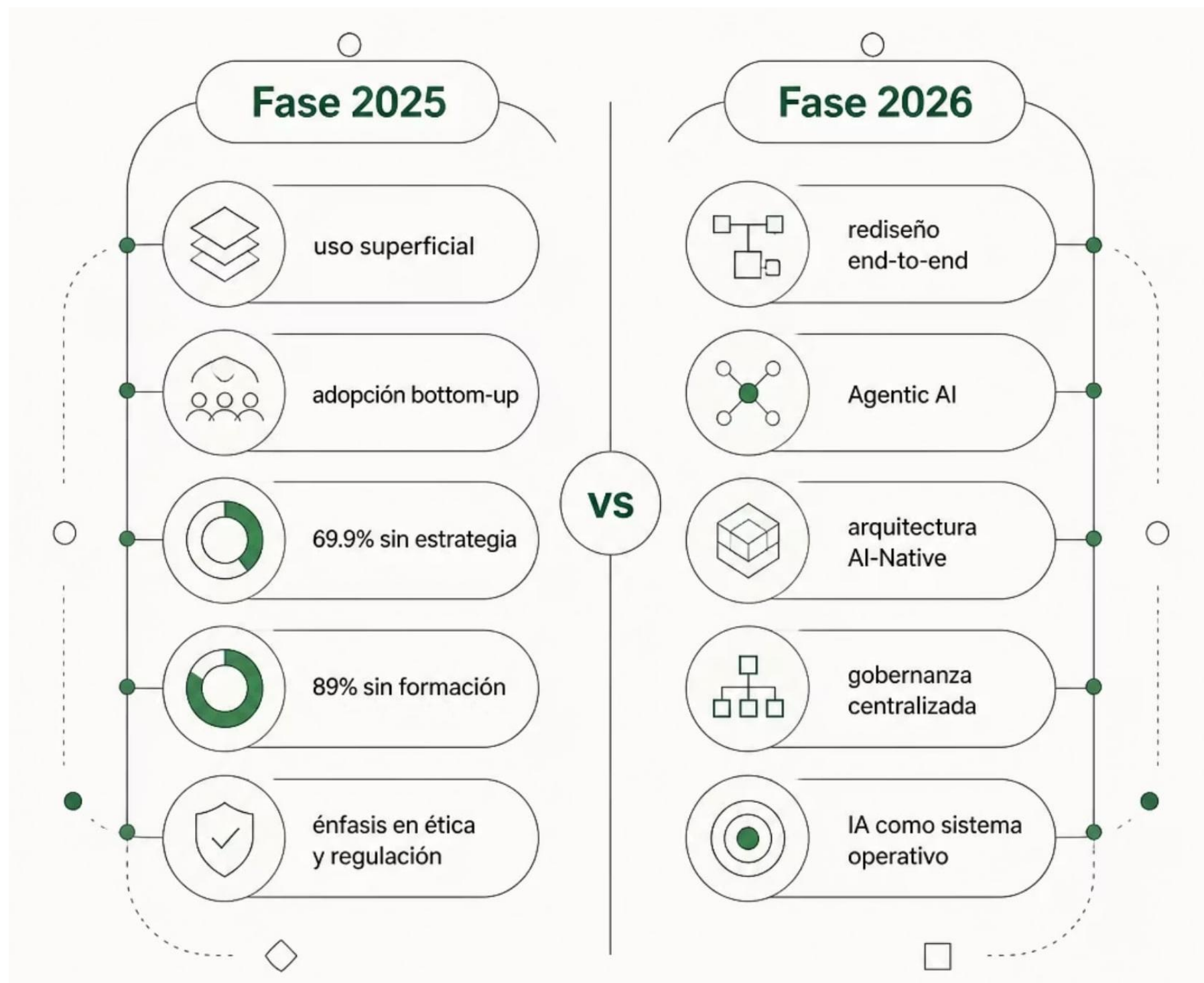
El éxito depende de una gestión estructurada del cambio organizacional y el apoyo de la alta dirección.

Coincidencias de los tres estudios

EVOLUCIÓN TEMPORAL

De la Experimentación (2025) a la Industrialización (2026)

La diferencia de menos de un año entre los informes muestra una transición clara: de la **experimentación individual y cautela regional** (2025) hacia una **ejecución estratégica centralizada** (2026), donde la IA deja de ser un piloto para convertirse en el sistema operativo de la empresa contemporánea.



Los sondeos regionales **validan las tesis globales:**
Los desafíos que se identifican —cultura, alineación estratégica y gobernanza de los datos— son precisamente los más críticos en Argentina y Uruguay.

Para las Organizaciones

Definir estrategia oficial de IA con apoyo directivo y gobernanza centralizada.

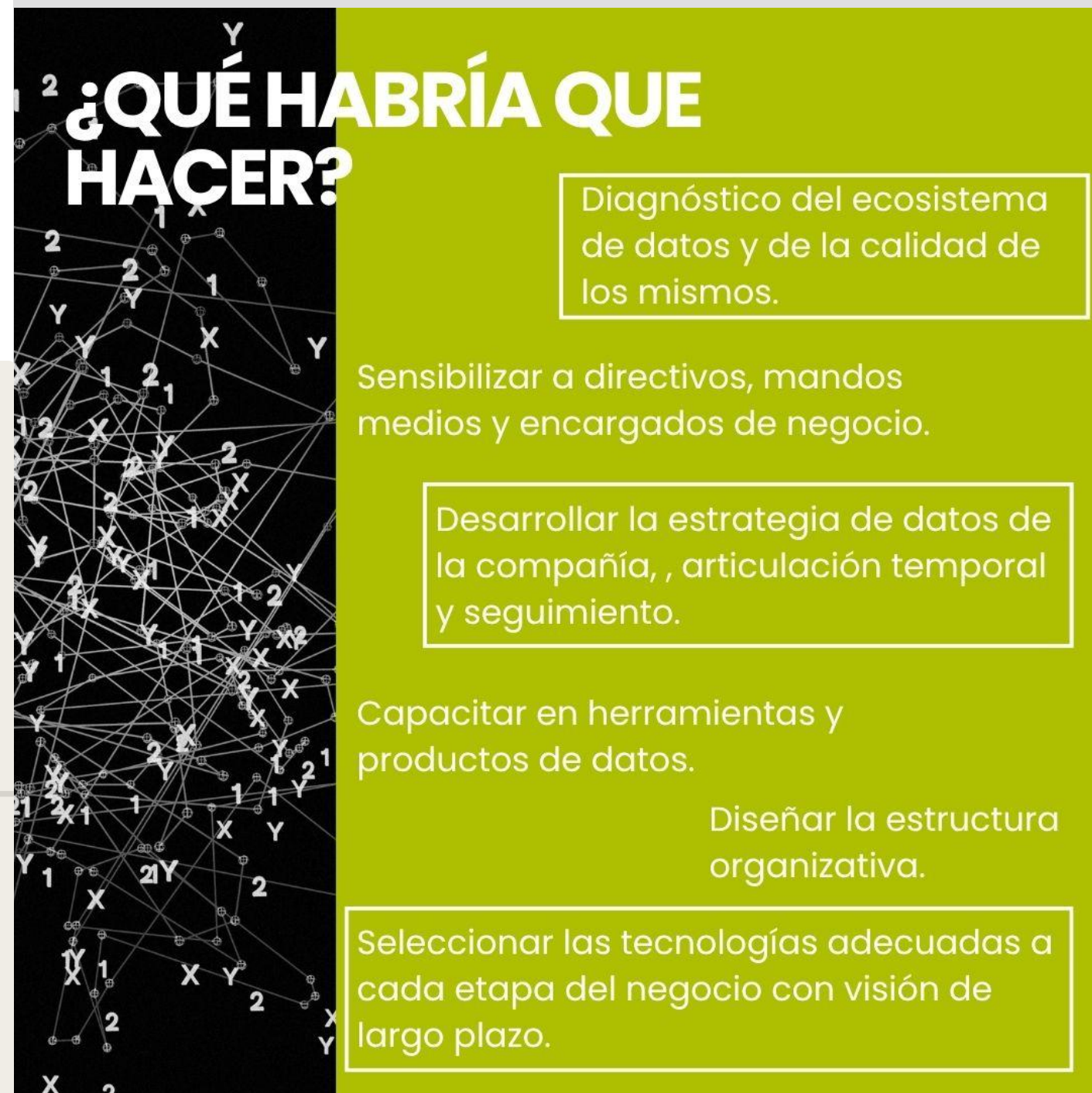
Para el Talento

Invertir en formación institucional: el 89% aprende por su cuenta sin estructura.

Para los Datos

Integrar fuentes y garantizar la calidad de los datos antes de escalar soluciones de IA, para lograr desarrollo sólido y sostenido.

Conclusión: Hoja de Ruta



Resultados detallados del sondeo de Mec



**Decisiones
sustentadas en Datos.**



DECISIONES SUSTENTADAS EN DATOS CONTEXTO ACTUAL

Comprensión de la importancia de las decisiones sustentadas por DATOS

¿En tu empresa existe una real comprensión de la importancia de tomar **decisiones sustentadas** en la evidencia de los **datos**? Calificá de 1 a 10.

Edición 2020

Edición 2025

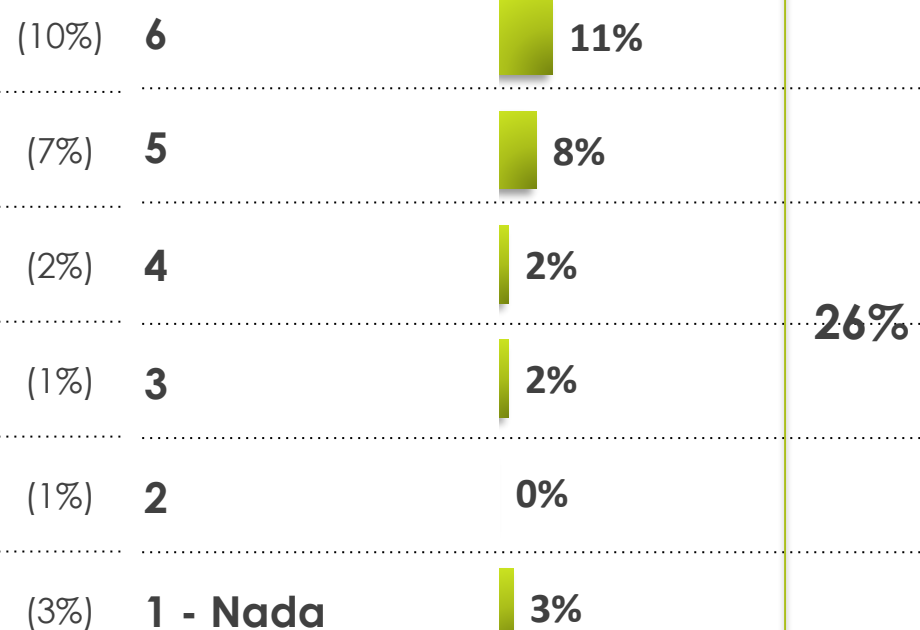
Nivel alto



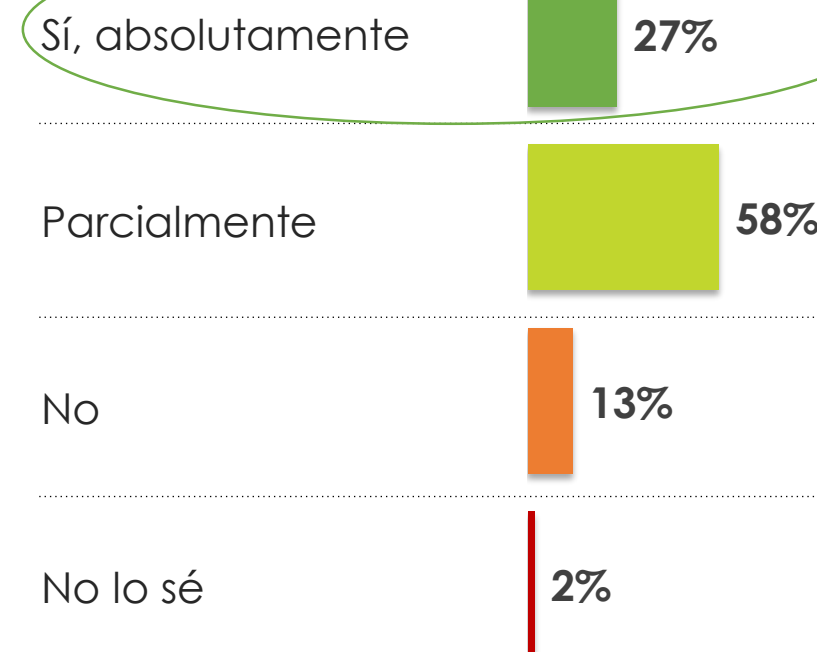
Nivel medio



Nivel bajo



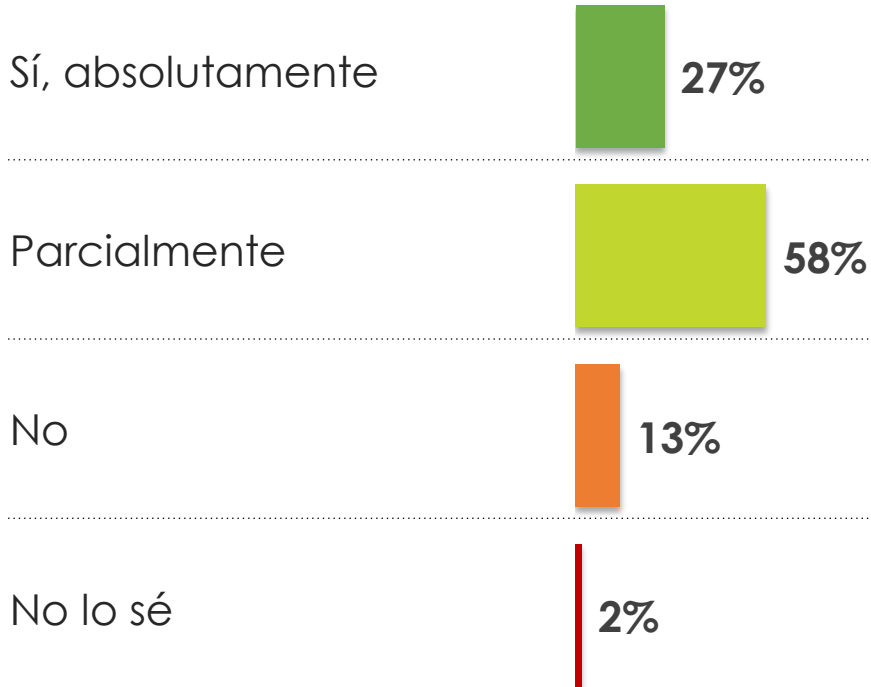
¿Crees que tu empresa está suficientemente **preparada** para afrontar un proceso de transformación digital?



Base: 104 casos.

Transformación Digital

¿Crees que tu empresa está suficientemente preparada para afrontar un proceso de transformación digital?



Base:104 casos.

Según tamaño de las empresa			Comprensión de la importancia de los datos		
Pequeña	Mediana	Grande			
Hasta 50 empl.	De 51 a 500 empl.	Más 500 empl.	Baja	Media	Alta
37%	19%	29%	7%	16%	47%
46%	65%	62%	59%	69%	49%
11%	17%	10%	30%	16%	2%
6%	0%	0%	4%	0%	2%
35	48	21	27	32	45

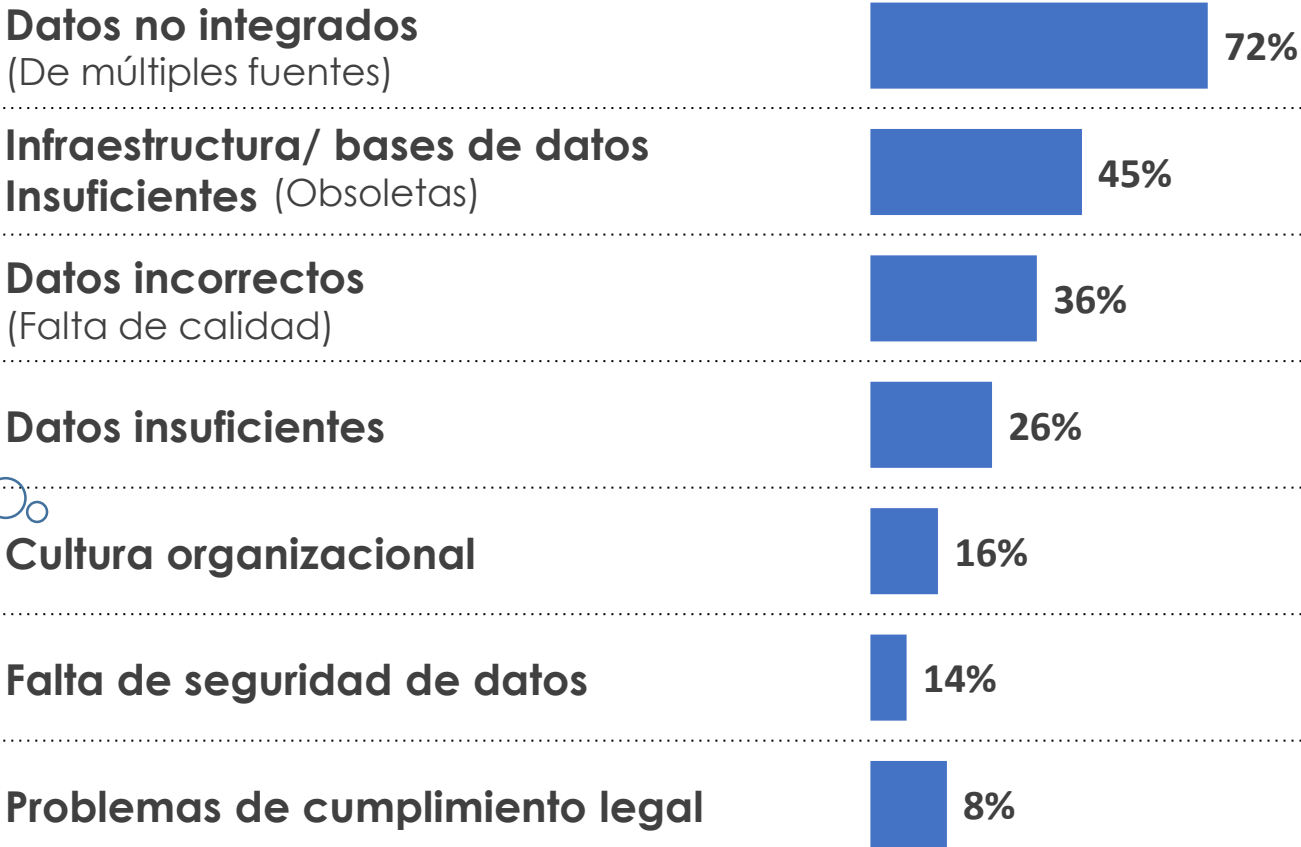


Movilizamos el crecimiento

BARRERAS EN EL USO DE DATOS

BARRERAS

¿Cuáles consideras que son las barreras que conspiran para que tu empresa pueda usar sus datos en la toma de decisiones? Respuesta múltiple.



Base: 104 casos

Según tamaño de las empresa

Pequeña	Mediana	Grande
Hasta 50 empl.	De 51 a 500 empl.	Más 500 Empl.

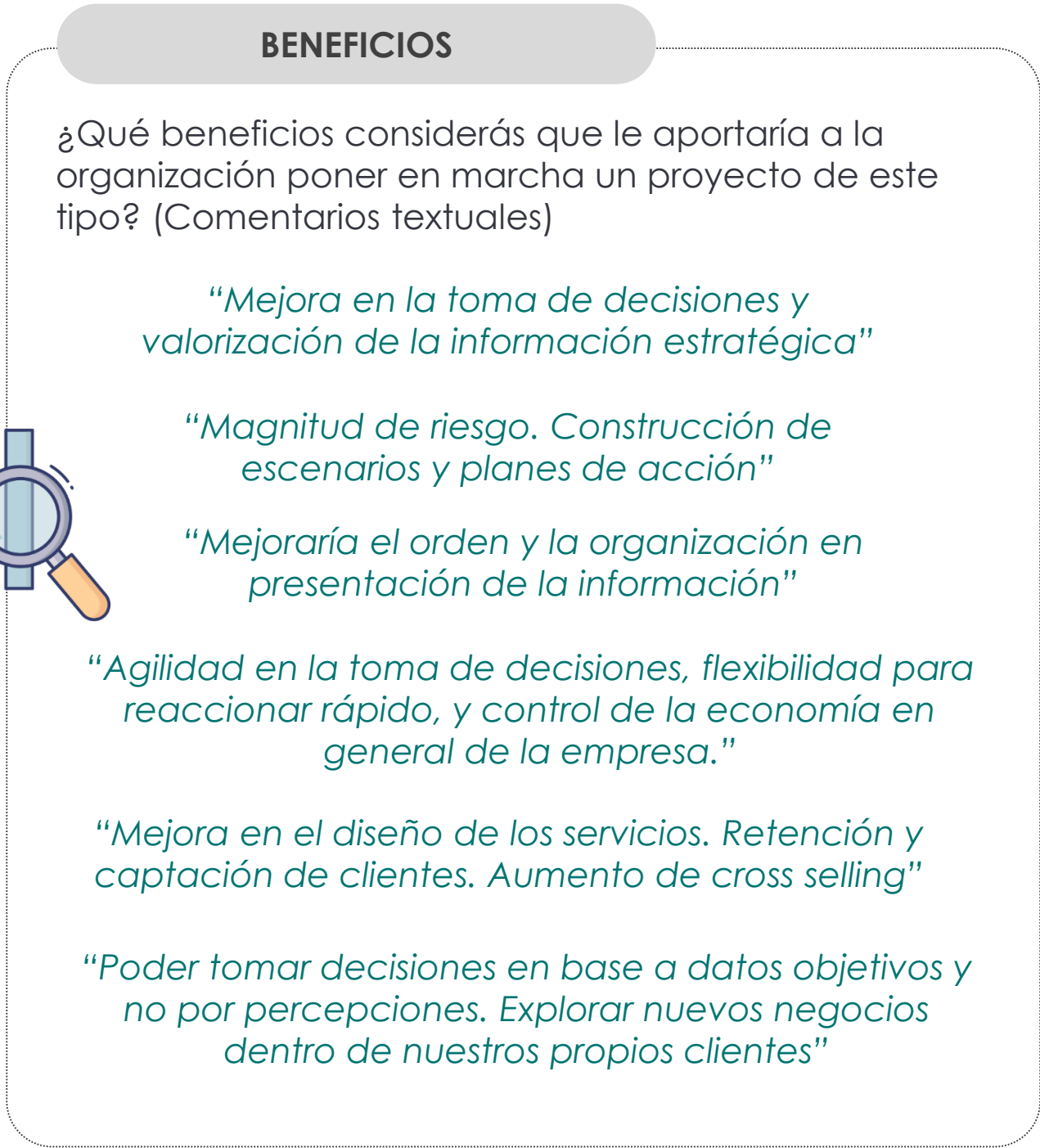
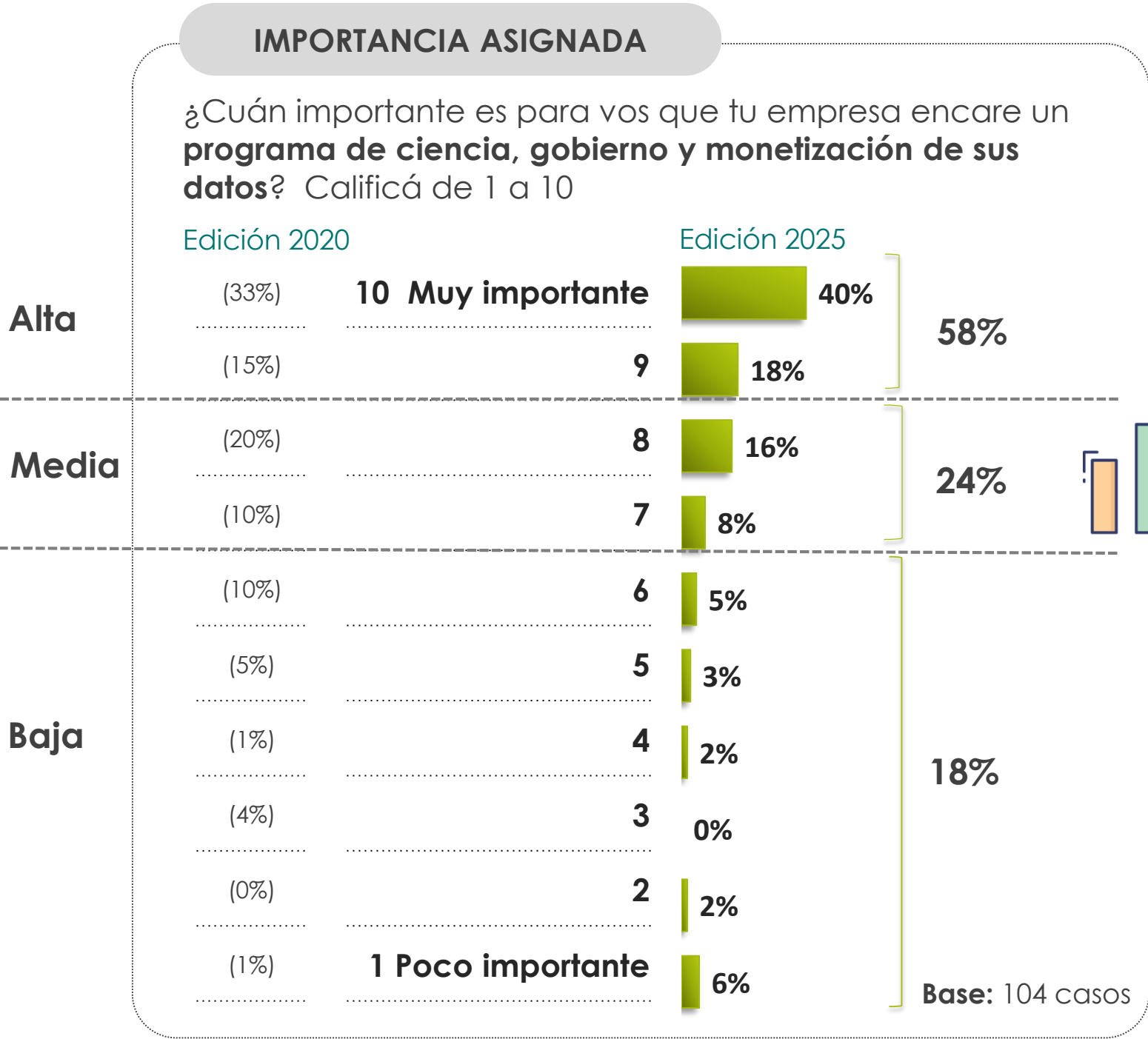
Según la real comprensión de la importancia de los datos

Baja	Media	Alta
------	-------	------

74%	69%	76%	78%	66%	79%
40%	46%	52%	52%	44%	45%
20%	42%	48%	48%	28%	36%
26%	29%	19%	44%	16%	24%
6%	25%	14%	15%	25%	12%
14%	15%	14%	22%	16%	10%
6%	10%	5%	0%	16%	7%
35	48	21	27	32	45

“decisiones basadas en creencias y apreciaciones personales”
“Cultura de hacer las cosas como siempre”

Importancia asignada a los programas de ciencia, gobierno y monetización de datos en las empresas



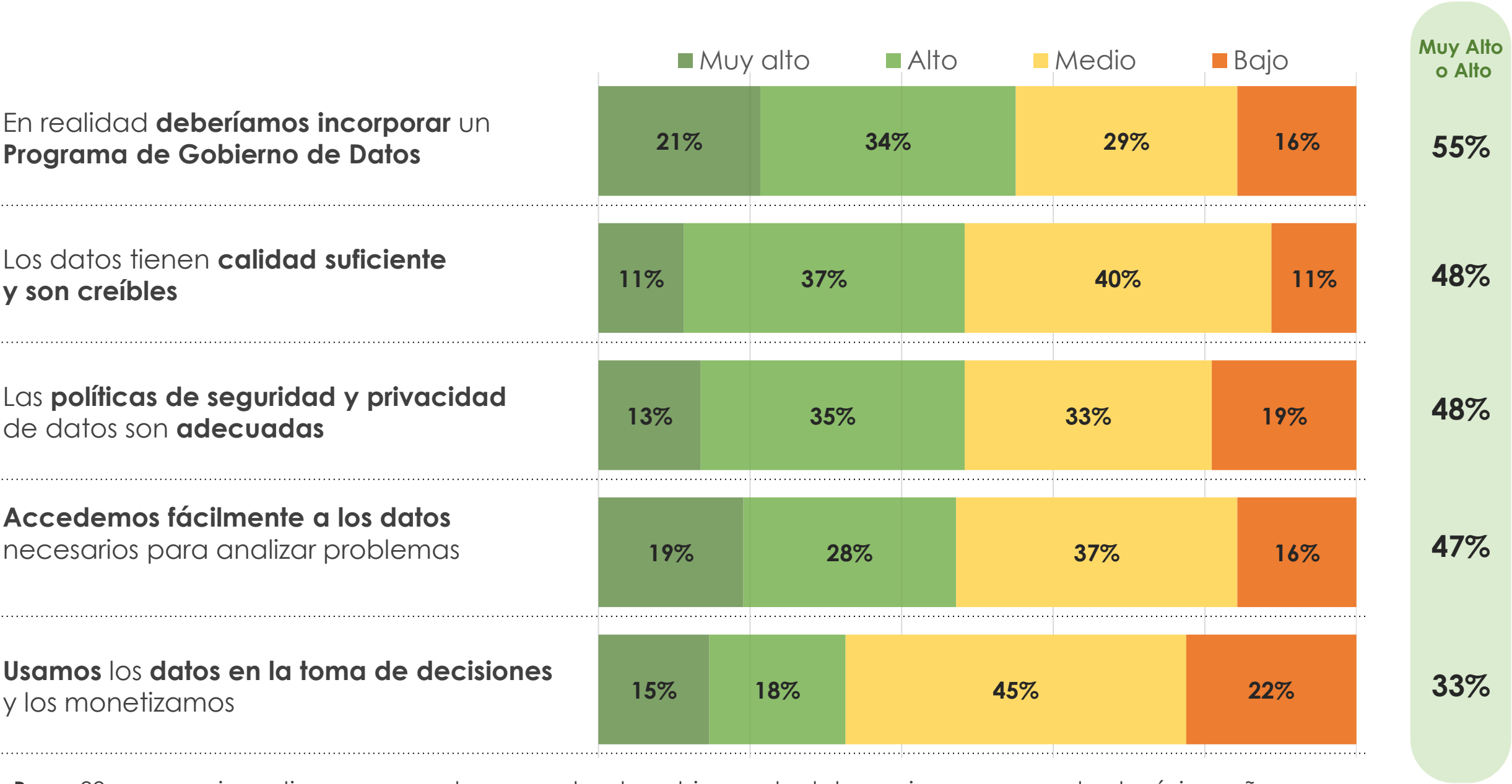


Movilizamos el crecimiento



DATOS EN LAS EMPRESAS

- Nivel en el que reconocen encontrarse hoy las **empresas/los equipos de trabajo** en relación al **uso de los datos**



Base: 89 casos, quienes tienen en marcha proyectos de gobiernos de datos o piensan encararlo el próximo año.

Experiencia en el uso de los Datos





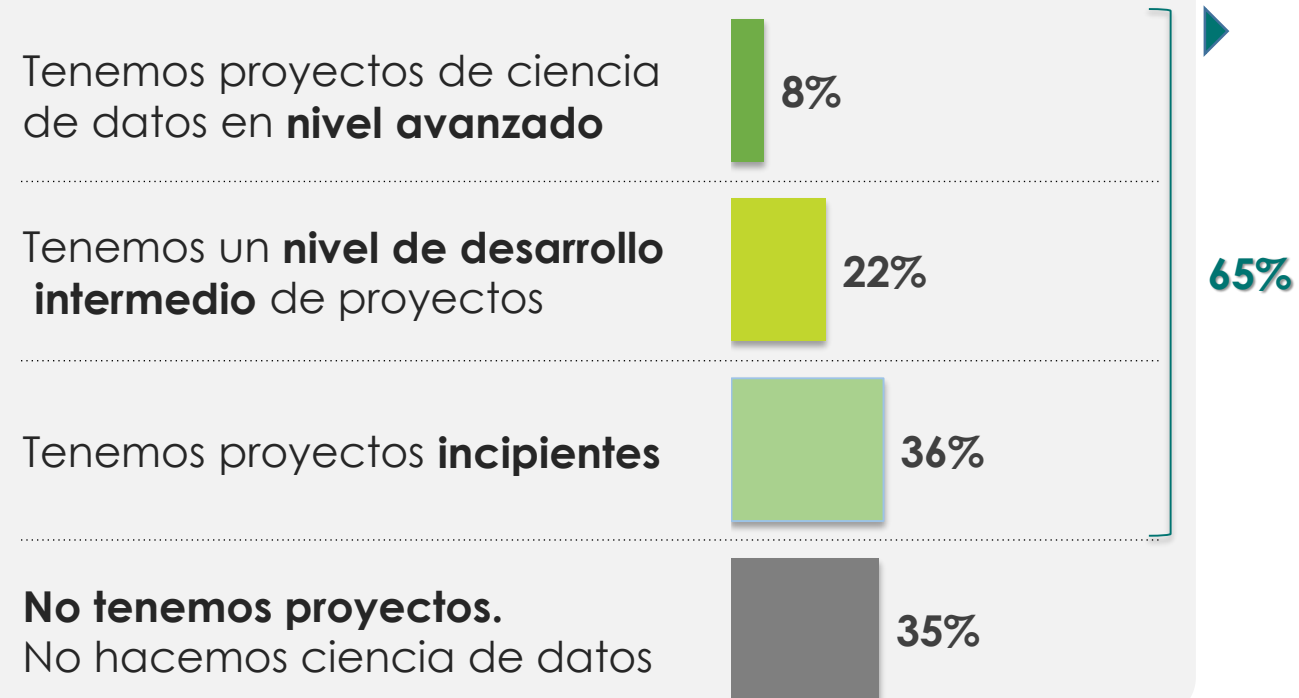
Movilizamos el crecimiento

DATA GOVERNANCE



¿En la actualidad, tienen en curso “**proyectos que involucren ciencia, procesamiento y gobierno de datos**”?

Base: 104 casos.

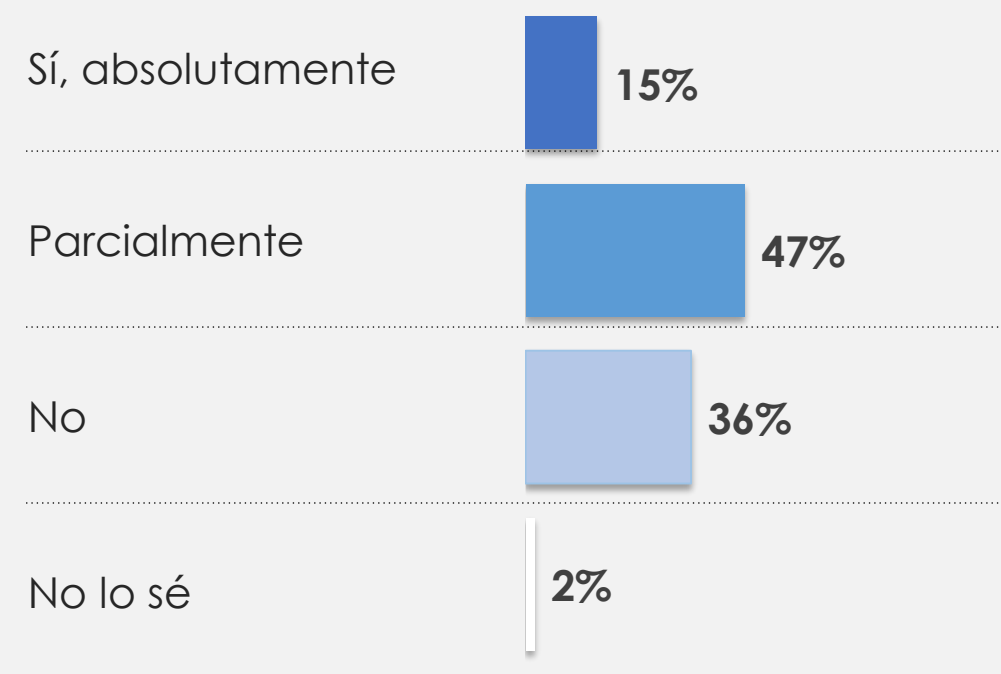


De las **empresas que NO hacen Ciencia de Datos** sólo un **11%** (4% del total) piensa encarar **proyectos** de datos en **2026**.

USO DE DATOS

IA

¿Han incursionado en el **uso de Inteligencia Artificial** como una política impulsada formalmente por la organización?



Base: 104 casos.



Movilizamos el crecimiento



CIENCIA DE DATOS APLICADA

30%

De las empresas consultadas cuentan con **proyectos de ciencia de datos** en un **nivel de desarrollo intermedio o avanzado**

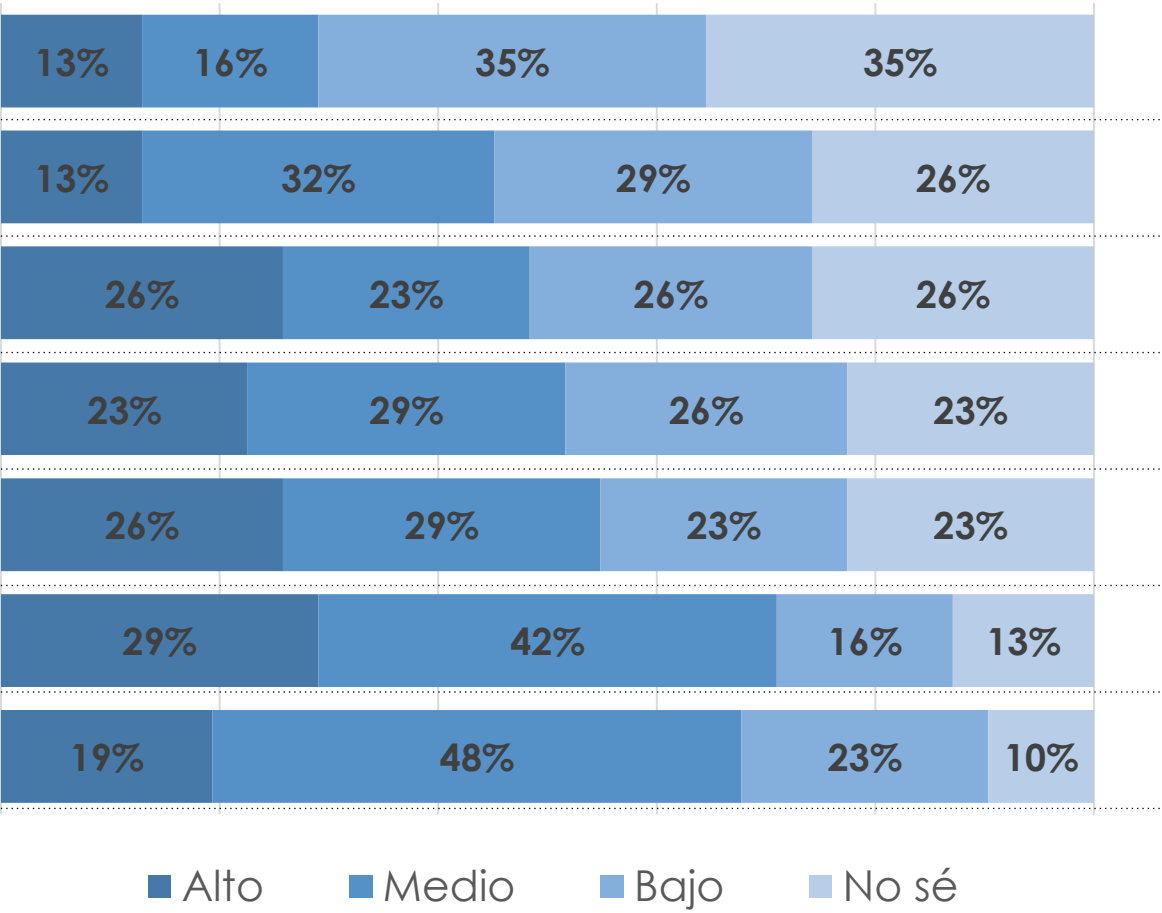


La empresa utiliza **Ciencia de Datos aplicada**
Respuesta múltiple

Predicción de demanda/Forescast de ventas	19%
Segmentación de Cartera	18%
Canasta de productos	13%
Riesgo (Cobranza, accidentes/siniestros, enfermedades/patologías, litigiosidad, etc.)	13%
Churn (Abandono, bajas, no pago)	10%
Social listening	6%
Fraude	4%
Otro	9%

Base: 104 casos

¿Qué nivel de desarrollo han alcanzado?



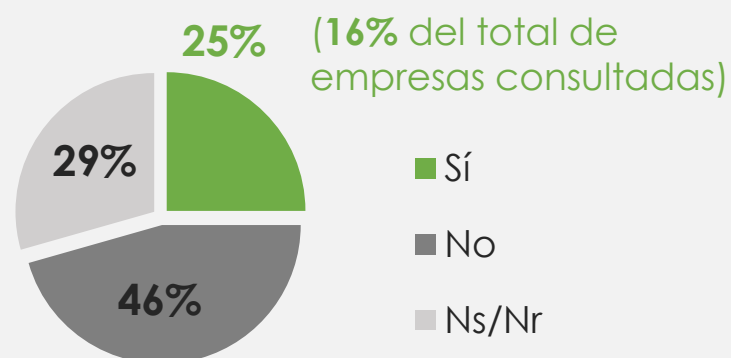
65%

Base: 104 casos

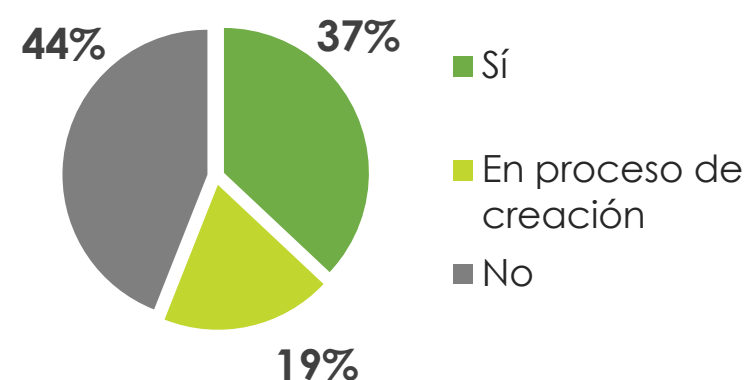
De las empresas encuestadas tienen **proyectos de ciencias de datos** en curso



En el pasado, ¿han tenido alguna experiencia fallida con proyectos de ciencia y gobierno de datos?



¿Tienen un área específicamente dedicada a los temas de ciencia, gobierno y monetización de datos?



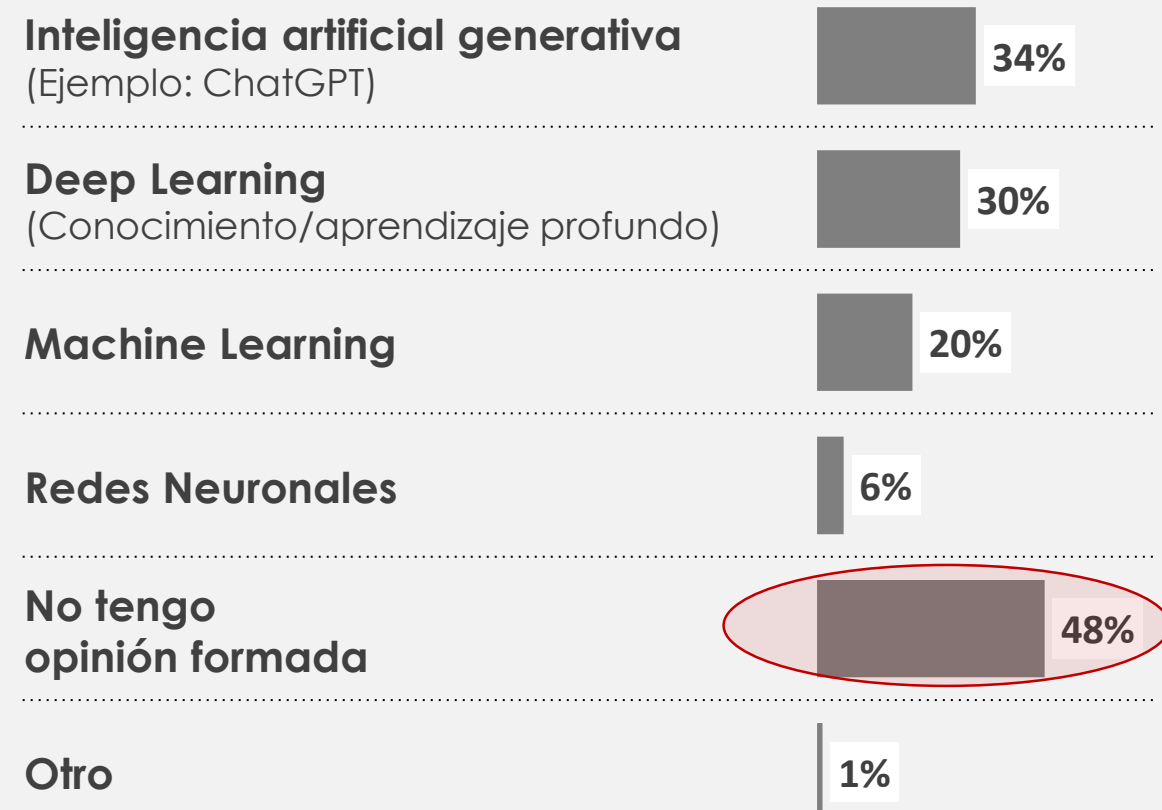
En el desarrollo de los proyectos de datos le dan...

Prevalece el punto de vista de la "gestión del negocio" **49%**

Prevalece a la perspectiva de TI **4%**

Trabajan en conjunto **47%**

A tu juicio,
¿Cuáles son las técnicas adecuadas para aplicar a proyectos de monetización de datos?
(Respuesta múltiple)

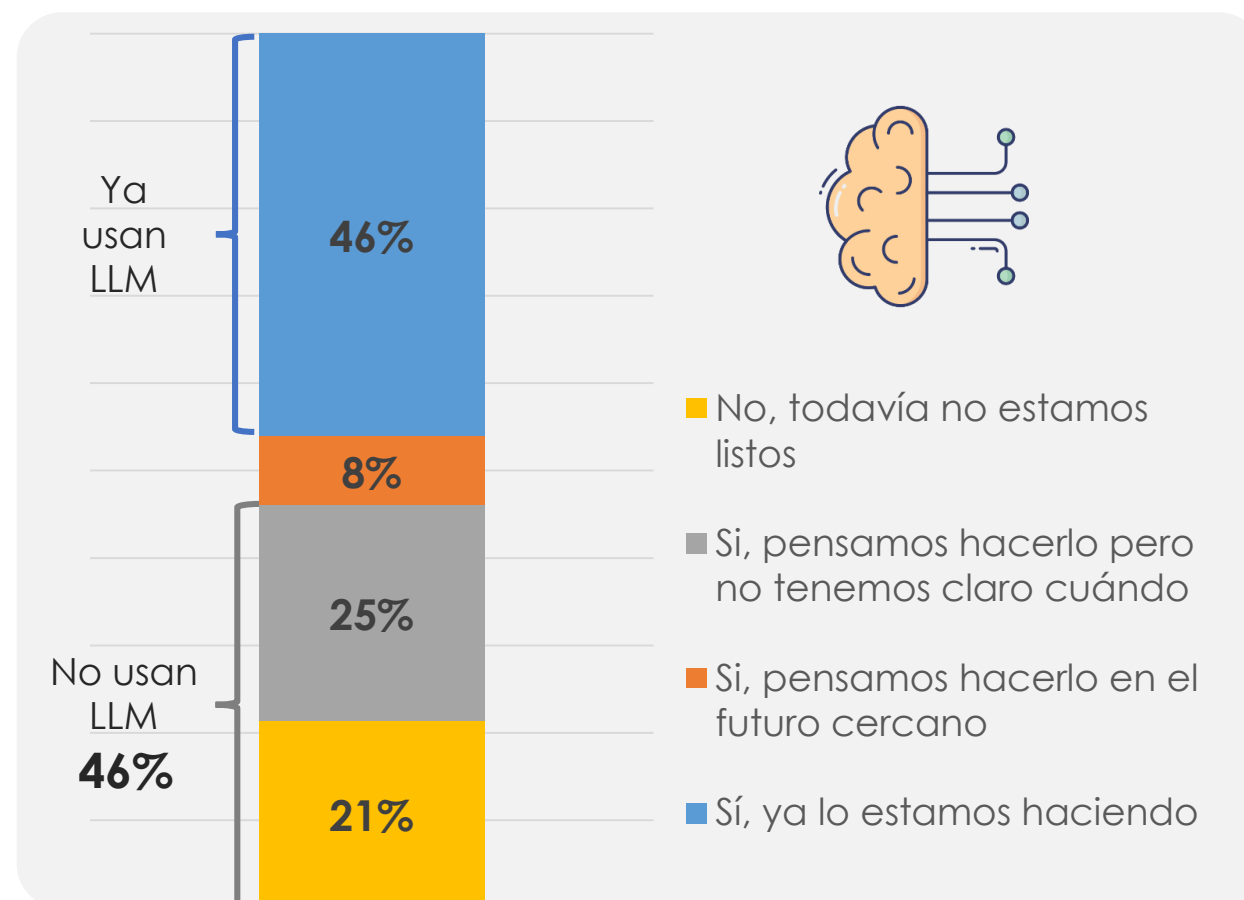


Base: 89 casos, quienes tienen en marcha proyectos de gobierno de datos o piensan encararlo el próximo año.

USO DE HERRAMIENTAS ANALÍTICAS

En tu empresa evalúan usar Grandes Modelos de Lenguaje (LLM) como ChatGPT o Gemini?

(Que aprenden a través de relaciones estadísticas en grandes bases de datos)



Base: 89 casos, quienes tienen en marcha proyectos de gobierno de datos o piensan encararlo el próximo año.

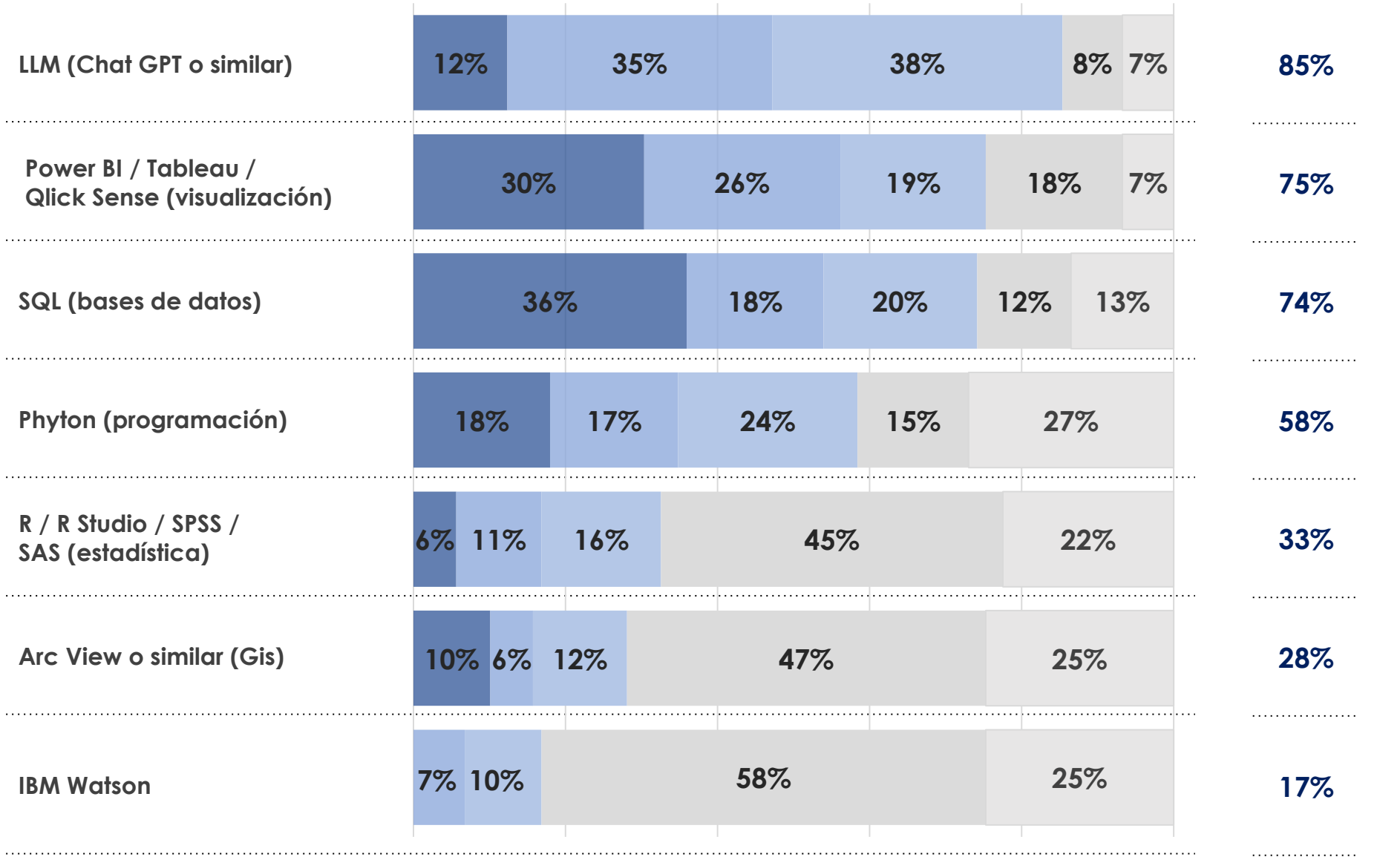
HABILIDADES ANALÍTICAS AUTOCALIFICACIÓN

Nivel de manejo general en la empresa
para las siguientes habilidades.
Calificación: 1 muy bajo - 10 muy alto



Nivel de conocimiento y manejo de **herramientas para la gestión de datos.**

- Avanzado
- Intermedio
- Básico
- No la conocemos
- No estoy en condiciones de responder



Base: 89 casos, quienes tienen en marcha proyectos de gobierno de datos o piensan encararlo el próximo año.

Transformación Digital



GESTIÓN SUSTENTADA POR DATOS

PRE-REQUISITOS A CUMPLIR

Tener una **gestión sustentada por Datos** implica cumplir ciertos pre-requisitos
 Ordenados según el grado de prioridad asignada por los respondientes.

RANKING		1	2	3	4	5	Acciones recomendadas 
		1 = Prioridad Baja		5 = Prioridad Alta			
1°	Contar con Datos confiables.				● 4,03		▶ Diagnóstico del ecosistema de datos y de la calidad de los mismos.
2°	Capacitar a los decisores del negocio.			● 2,88			▶ Sensibilización a directivos, mandos medios y encargados de negocio.
3°	Promover la Alfabetización analítica.			● 2,76			▶ Capacitación en herramientas y Productos de Datos.
4°	Implantar un programa de Gobierno de Datos.			● 2,69			▶ Planificación de la estructura organizativa, articulación temporal y seguimiento.
5°	Incorporar tecnología específica para el tratamiento de grandes volúmenes de datos y construir modelos analíticos.			● 2,63			▶ Selección de las tecnologías adecuadas a cada etapa del negocio con visión de largo plazo.

Base: 68 casos, quienes tienen en marcha proyectos de gobiernos de datos



Movilizamos el crecimiento

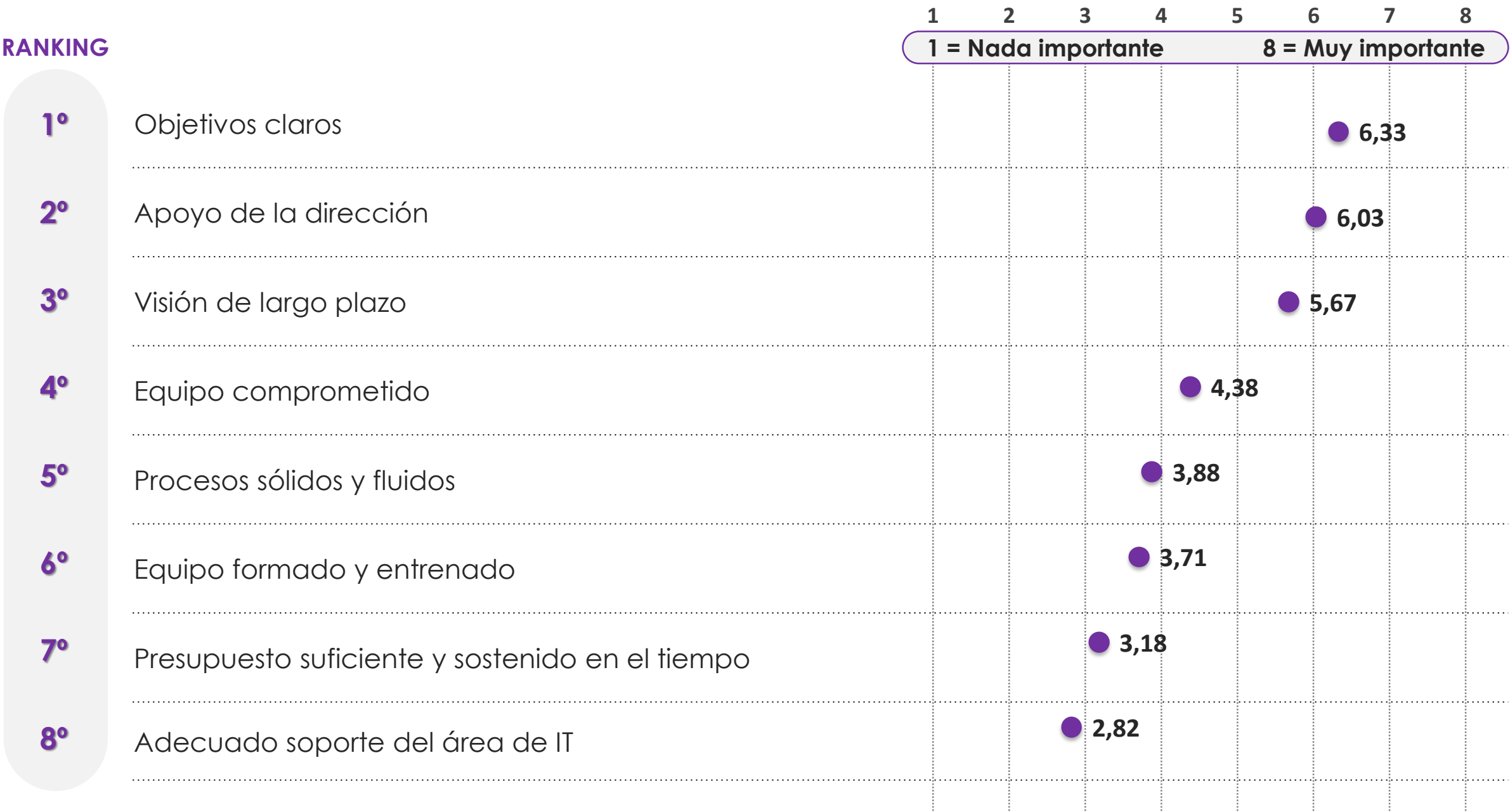


ESTRATEGIA DE DATOS

¿Una estrategia de datos exitosa depende de...?

Aspectos ordenados según el nivel de prioridad que dieron los encuestados

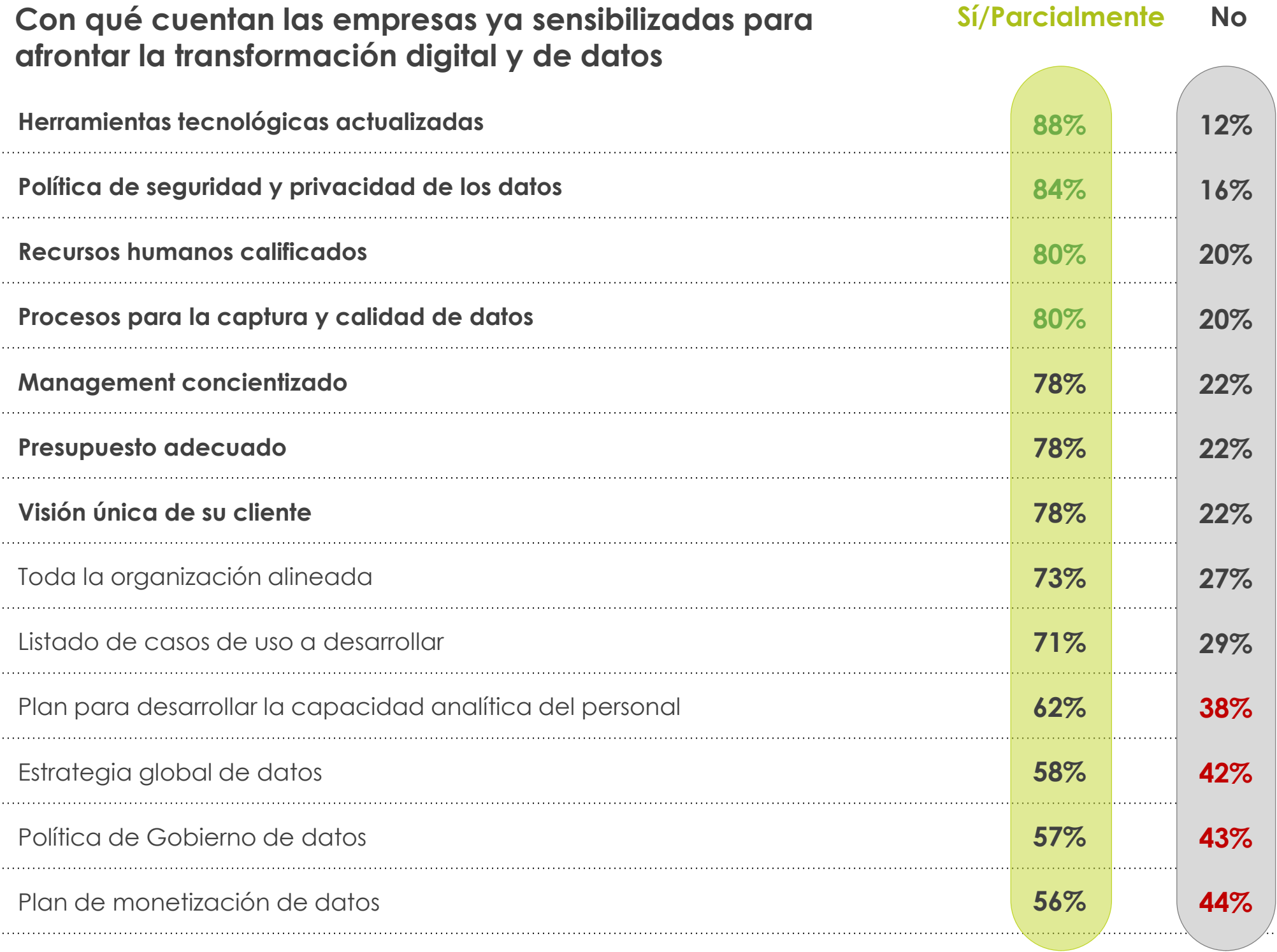
RANKING



Base: 89 casos, quienes tienen en marcha proyectos de gobiernos de datos o piensan encararlo el próximo año

TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y EMPRESAS SENSIBILIZADAS

Con qué cuentan las empresas ya sensibilizadas para
afrontar la transformación digital y de datos



Base: 89 casos, quienes tienen en marcha proyectos de gobierno de datos o piensan encararlo el próximo año.



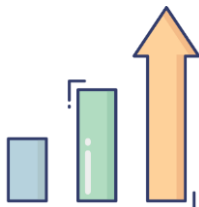
Movilizamos el crecimiento

GESTIÓN BASADA EN DATOS

PRINCIPALES DESAFÍOS

¿Cuáles dirías que son los principales desafíos a superar para transformarse en una Data-Driven Organization?

Respuesta múltiple



Principales desafíos a superar para constituirse en una empresa cuyas decisiones estratégicas y operativas se sustentan en el análisis e interpretación de datos y no de percepciones.

Mejorar la recolección y calidad de los datos.	43%
Que la dirección tenga conciencia de la importancia del dato y brinde un apoyo concreto.	40%
Tener personal calificado (ingenieros y científicos de datos).	30%
Reunir equipos interdisciplinarios colaborativos.	30%
Priorizar las ideas de negocio y las tecnologías aplicables para obtener resultados.	27%
Incorporar conocimiento en ciencia y gobierno de datos.	26%
Automatizar decisiones de negocios para ciertos procesos.	20%
Crear casos de uso aplicables que aporten valor al negocio.	20%
Seleccionar la tecnología adecuada a las necesidades.	20%
Adoptar modelos de trabajo ágiles.	10%
Disponer de tiempo para hacer experiencia.	9%
Conocer y dominar el uso de tecnología específica.	9%
Adoptar prácticas éticas para manejar la privacidad de los datos y cumplir las normas de seguridad.	2%
Cambio cultural	1%

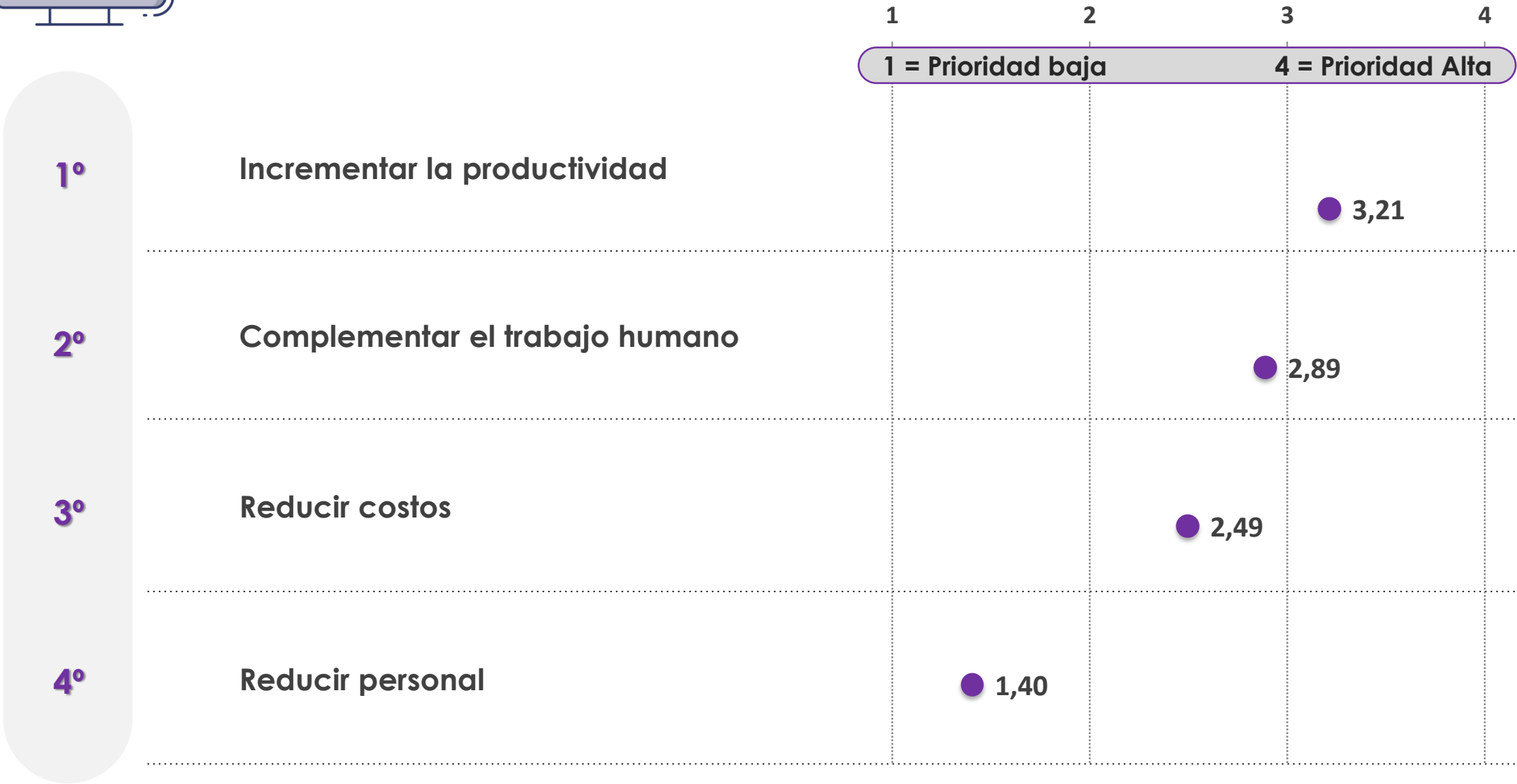
Cambio cultural

Base: 89 casos, quienes tienen en marcha proyectos de gobierno de datos o piensan encararlo el próximo año.



El uso de nuevas tecnologías, el gobierno de datos y la IA deben usarse para...

Se ordenan los cuatro objetivos según el nivel de prioridad dado por los respondientes



Base: 89 casos, quienes tienen en marcha proyectos de gobierno de datos o piensan encararlo el próximo año.

Movilizamos el crecimiento



Equipo profesional del proyecto:

- Director general del proyecto: Ariel Secondo
- Experta en ciencia, gobierno y monetización de datos: María del Rosario Bruera
- Responsable de análisis cuantitativo: Rosana Cheij
- Responsable de programación y trabajo de campo: Lucas García