

CASO DE ESTUDIO

TECNOLOGÍA QUE INSPIRA:

CÓMO LA MAGIA ENCIENDE LA CULTURA DE INNOVACIÓN EN NTTDATA



Este caso de estudio ha sido desarrollado en el marco del Comité de Marketing Cultural de la Asociación de Marketing de España (AMKT), un espacio de reflexión, colaboración y acción que reivindica el papel de la cultura como herramienta estratégica en las organizaciones.

Desde el comité creemos que la cultura no es un complemento, sino un catalizador. Que tiene el poder de transformar, de unir, de dar sentido a la estrategia de marketing. Y que cuando se integra con autenticidad en la vida de una empresa, puede generar un impacto tan profundo como medible.

NTT DATA Sparks es un ejemplo vivo de ese poder. Una experiencia que utiliza el lenguaje de la magia no como entretenimiento, sino como territorio cultural desde el que repensar la innovación, la pertenencia y el propósito.

Este documento recoge no solo el desarrollo del proyecto, sino también los aprendizajes que lo convierten en una referencia para quienes buscan activar la cultura desde dentro.

Miembros Del Comité De Marketing Cultural De AMKT



Coté Soler

Presidente, ymás /
Presidente, Comité de
Marketing Cultural de
AMKT



Ana Meira

Partner,
REGULAR ANIMAL



Eric Mottard

Director General,
EventoPlus



Oriana Vázquez

CEO, Ymás

SOBRE LA COMPAÑÍA

NTT DATA es una consultora global de servicios tecnológicos con presencia en más de 50 países. Su sede en Estados Unidos actúa como eje estratégico, conectando talento internacional, grandes cuentas y oportunidades de innovación.

En este escenario, la cultura corporativa adquiere un rol esencial: no sólo como reflejo de la identidad de la organización, sino como fuerza impulsora del cambio, de la cohesión y del compromiso. La compañía apuesta por una cultura activa, viva, que inspire a sus equipos del mismo modo que sus soluciones transforman a sus clientes.

“Queremos construir una cultura que no solo mire al futuro, sino que lo inspire.”

Víctor Sierra, Managing Partner at NTT DATA USA



EL DESAFÍO

En un contexto de crecimiento y transformación organizativa, NTT DATA USA se enfrenta a un reto silencioso pero profundo: conectar a las personas con aquello que da sentido a su trabajo.

En contextos donde prima la lógica y la eficiencia, el mayor desafío es sentirse parte de un proyecto con propósito. El reto no es comunicar más, sino comunicar mejor. No basta con transmitir mensajes: hay que generar experiencias que activen la creatividad, fortalezcan los vínculos y refuercen los lazos entre equipos.

Se busca una forma diferente de hablar de tecnología y colaboración. Una que no pase solo por los planes y los procesos, sino también por la emoción, la imaginación y la sorpresa.



EL PUNTO DE PARTIDA

NTT DATA USA no había explorado hasta ahora el marketing cultural como vía para activar su cultura interna. **NTT DATA Sparks** marca un punto de inflexión: la primera vez que la compañía apuesta por una experiencia creativa con una carga simbólica y emocional tan significativa.

La oportunidad surge en el marco de su colaboración con REGULAR ANIMAL, agencia creativa especializada en estrategia, comunicación y branding, que propone un enfoque poco habitual en entornos corporativos: **Equiparar la tecnología con la magia**. No desde lo ilusorio, sino desde lo transformador. Desde esa mirada capaz de despertar asombro, abrir una conversación y generar conexión.

Lo que comienza como una propuesta creativa se convierte en un proyecto compartido. Una visión que ambas partes hacen crecer y materializan juntas en una experiencia inmersiva diseñada para iluminar lo que la tecnología puede hacer cuando se pone al servicio de las personas.

“No fue solo una propuesta creativa, fue una invitación a mirar lo que hacemos con otros ojos.”

Víctor Sierra, Managing Partner at NTT DATA USA



PROPÓSITO Y OBJETIVOS

Desde el inicio, el proyecto tiene una ambición clara: generar una experiencia transformadora para los equipos de NTT DATA USA. Una experiencia que no solo refuerce vínculos, sino que renueve la mirada sobre lo que significa innovar, colaborar y pertenecer.

Los objetivos son tan humanos como estratégicos:

- Reforzar el orgullo de pertenencia.
- Celebrar el rol que juega cada persona en el equipo.
- Activar la creatividad como competencia transversal.
- Demostrar que la cultura interna también puede ser un terreno fértil para la innovación.

“Queremos despertar algo en las personas. Recordarles por qué hacen lo que hacen y con quién lo hacen.”

Víctor Sierra, Managing Partner at NTT DATA USA



OBSTÁCULOS Y RETOS

Como en toda iniciativa que se aleja de lo previsible, el primer obstáculo fue mental: atreverse. NTT DATA USA nunca había impulsado un proyecto de estas características. No existían precedentes internos ni garantías de éxito. La propuesta era tan poderosa como incierta, y dar el primer paso implicaba salir de la zona de confort y asumir un riesgo real.

Ese primer paso lo dio Carlos Luzuriaga, COO & Head of International Organizations, al reconocer el potencial transformador de la idea y apostar por ella antes que nadie. Su respaldo fue decisivo para abrir camino y dar legitimidad a lo inesperado.

“A veces hay que tomar decisiones que no se pueden justificar con datos, solo con visión. Esta era una de ellas.”

Carlos Luzuriaga, COO & Head of International Organizations, NTT DATA USA

A eso se suman los desafíos operativos: coordinación de participantes, diseño de dinámicas poco convencionales, gestión de expectativas y logística internacional. Todo debía estar milimétricamente cuidado, sin perder frescura ni autenticidad.

REGULAR ANIMAL acompaña al equipo de NTT DATA en ese proceso: convierte la intuición en narrativa, el entusiasmo en estructura, y una idea arriesgada en una experiencia posible. El verdadero reto no fue creativo, sino cultural: construir la confianza necesaria para hacer algo que nunca se había hecho.

“Convertir una buena idea en algo que funcionara de verdad fue nuestro mayor reto creativo.”

Ana Meira, Partner at REGULAR ANIMAL

EL ENFOQUE CULTURAL

A la hora de definir el concepto, surge una pregunta provocadora: ¿y si la tecnología fuera magia? No desde lo ilusionista, sino desde lo transformador. Desde esa mirada que despierta asombro, provoca conversación y nos invita a imaginar nuevos futuros.

La elección de la magia no es estética ni anecdótica: es cultural. Se trata de un lenguaje simbólico cargado de historia, emoción y narrativa. Un arte que opera desde la sorpresa para activar la curiosidad y abrir espacios de interpretación. Justamente lo que necesitaba NTT DATA para hablar de innovación sin caer en lo técnico, y para construir cultura interna sin utilizar los caminos tradicionales de la comunicación corporativa.

Equiparar la tecnología con la magia permite recuperar el asombro como vía de acceso al propósito. Hablar de lo que hacemos —y por qué lo hacemos— desde un lugar emocional, compartido y memorativo. La magia no funciona como espectáculo añadido, sino como código cultural desde el que se reescribe una narrativa de pertenencia y transformación.

Ahí está la clave que convierte a NTT DATA Sparks en una iniciativa de **marketing cultural**: utiliza una disciplina artística y simbólica para reconfigurar la identidad interna de una organización, generar una experiencia colectiva de sentido y abrir nuevas formas de conexión entre personas, valores y visión.

LA ELECCIÓN DEL PROYECTO

NTT DATA Sparks toma cuerpo como una experiencia de dos días en Washington, DC. Un evento diseñado al milímetro para conectar tecnología, creatividad y pertenencia.

El formato mezcla dinámicas participativas, retos creativos y una puesta en escena cuidada. La presencia del ilusionista Jorge Blass —referente en magia contemporánea y narrativa visual— da sentido simbólico a la propuesta: transformar lo invisible en visible, y lo cotidiano en extraordinario.

Ana Meira, Partner at REGULAR ANIMAL

**La tecnología
transforma
realidades. La
magia también.
Ese era nuestro
punto de
encuentro.”**

PÚBLICO Y EXPERIENCIA

El proyecto se diseña para un grupo de entre 30 y 40 ejecutivos de distintas áreas de la organización. Personas con influencia interna, sensibilidad hacia el cambio y capacidad de irradiar cultura.

La experiencia está estructurada para guiar al grupo a través de distintos niveles de conexión:

Con la tecnología	—————>	Como asombro.
Con el equipo	—————>	Como red de confianza.
Con uno mismo	—————>	Como fuente de propósito.

Desde el primer momento, todo está pensado para involucrar: desde las preguntas del icebreaker hasta el reto creativo de diseñar un truco de magia, pasando por las conversaciones informales que se activan en la cena.



CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El éxito del proyecto no se mide solo en métricas, sino en reacciones. Se busca generar una experiencia significativa, capaz de dejar una huella emocional en los participantes.

Aun así, se establecen algunos indicadores:

- Participación activa durante las sesiones.
- Feedback cualitativo recogido al cierre.
- Grado de replicabilidad o interés interno por escalar el modelo.



Jorge Blass

“La magia tiene el poder de conmovernos, de hacernos mirar lo cotidiano con ojos nuevos. Cuando se une con la tecnología, se convierte en una herramienta poderosa para despertar la imaginación, provocar conversación y conectar a las personas desde un lugar genuino. Eso fue lo que generamos en NTT DATA Sparks.”

FACTORES CLAVE DE ÉXITO

El éxito de NTT DATA Sparks no responde a una fórmula cerrada, sino a la combinación de una idea creativa con una ejecución comprometida y valiente.

Entre los factores más determinantes destacan:

- La colaboración fluida entre NTT DATA y REGULAR ANIMAL, basada en una visión compartida y en la confianza mutua. Pero, sobre todo, en la valentía de NTT DATA para apostar por una propuesta poco convencional y hacerla posible. No basta con tener una buena idea: hay que querer llevarla a cabo.
- El valor simbólico de un concepto poderoso —la magia como metáfora— que permite hablar de tecnología desde un lugar más humano y emocional.
- La atención minuciosa al diseño de la experiencia: cada momento, cada dinámica y cada gesto están pensados para activar conexión, inspiración y sentido.

OBSTÁCULOS SUPERADOS

Como en todo proyecto ambicioso, el camino no está exento de desafíos. Uno de los principales fue romper con la inercia de lo esperado: construir un formato que no se parezca a un evento corporativo al uso sin perder foco ni profundidad.

También se enfrentaron cuestiones logísticas —agenda de participantes, coordinación internacional, producción técnica— que exigieron flexibilidad y capacidad de adaptación. La clave estuvo en mantener la esencia del proyecto.

“No ha sido solo un evento, si no una invitación a sentirse parte de algo más grande.”

Participante Anónimo

IMPACTO

Los resultados hablan por sí solos. La participación fue activa y entusiasta desde el primer momento. El grupo se implicó con generosidad, curiosidad y ganas de experimentar algo distinto.

El feedback recogido al cierre confirma el impacto transformador del proyecto: muchos participantes lo describen como “único”, “emocionante” y “necesario”. Ha despertado el interés de otras áreas dentro de la organización y se considera ya un modelo inspirador para futuras iniciativas internas.

Más allá de lo cuantificable, NTT DATA Sparks deja una huella emocional profunda. Una sensación compartida de haber vivido algo especial, diferente, y genuinamente humano.



“He estado en muchos offsites a lo largo de mi carrera, y ninguno se ha acercado a lo que hemos experimentado en NTT DATA Sparks. La forma de dirigirnos, la precisión en los contenidos, el diseño de las actividades... ha sido excelente. Solo espero que sea el primero de muchos!”

Antonio Domínguez, Head of Santander Holding at NTT DATA USA

APRENDIZAJES

NTT DATA Sparks demuestra que el marketing cultural no es solo para el exterior: también puede transformar lo que ocurre dentro de una organización. Cuando una empresa utiliza un lenguaje cultural —como la magia— no solo está haciendo comunicación creativa, está generando un nuevo contrato simbólico con su gente. Está diciendo: esto también forma parte de lo que somos.

Entre los aprendizajes más relevantes del proyecto, destacan tres:

- La cultura corporativa puede hablar otros idiomas. Incorporar un código cultural como la magia permite abordar temas complejos —innovación, pertenencia, propósito— desde la emoción y la experiencia compartida. No se trata de “adornar” el mensaje, sino de activar significados que conecten con las personas desde un lugar profundo.
- La cultura y la empresa no son mundos opuestos. Cuando se integran con autenticidad y visión estratégica, los lenguajes culturales pueden convertirse en herramientas de transformación. En NTT DATA Sparks, la magia no entretiene: abre un espacio de interpretación colectiva sobre el rol de la tecnología y el valor del trabajo en equipo.
- El marketing interno necesita valentía. Este proyecto funciona porque se asume el riesgo de hacer algo que nunca se había hecho antes. Porque se apuesta por una idea con fuerza simbólica. Y porque se diseña con el mismo rigor que cualquier acción externa dirigida a clientes o mercado.

“NTT DATA Sparks ha abierto una nueva forma de entender cómo nos comunicamos.”

Víctor Sierra, Managing Partner at NTT DATA USA

NTT DATA Sparks no es solo un evento corporativo: es un punto de inflexión. Marca el inicio de una nueva forma de relacionarse con la cultura dentro de la organización, donde la innovación no se comunica únicamente en términos técnicos, sino también emocionales.

A través de una experiencia que une tecnología, creatividad y narrativa simbólica, NTT DATA demuestra que la transformación cultural no ocurre desde los manuales, sino desde los momentos que emocionan, conectan y se recuerdan.

Esta primera incursión en el marketing cultural ha revelado el enorme potencial que tiene explorar nuevos lenguajes para hablar de lo que una empresa es y hacia dónde quiere ir. NTT DATA Sparks ha plantado una semilla. Y todo indica que no será la última.

Víctor Sierra, Managing Partner at NTT DATA USA

“Lo más valioso de Sparks es que nos enseñó a vernos con otros ojos. A conectar desde un lugar más auténtico. Y eso, sin duda, es solo el comienzo.”



CASO DE ESTUDIO

TECNOLOGÍA QUE INSPIRA: CÓMO LA MAGIA
ENCIENDE LA CULTURA DE INNOVACIÓN EN
NTT DATA

GRACIAS!

