

## Conozca la madurez de su empresa en el uso de datos

---

### "El recurso más valioso ya no es el petróleo, ahora son los datos"

[The economist](#)

Tener una estrategia sólida basada en datos puede impulsar su empresa y organización hacia nuevos conocimientos y descubrimientos que les permitan tomar mejores decisiones, y en general, fomentar nuevas innovaciones como nunca antes.

**Cuando se aprovecha todo su potencial, los datos pueden cambiar la comprensión de su mercado, clientes y competencia.**

El problema es que hay una gran cantidad de datos flotando y, desafortunadamente, muchas organizaciones todavía luchan por incorporarlos de manera efectiva en sus estrategias de negocio. Esto se reduce a una cosa: **La madurez de los datos**. Pero, ¿cómo saber dónde se encuentra su organización en este tema?

En esta guía, hablaremos de las cuatro etapas de madurez de los datos y explicaremos claramente tips y consejos para ir avanzado. En el test de evaluación recibió una calificación, la cual lo coloca en una de las cuatro etapas: **Explorador, Usuario, Líder, Innovador**.

### ¿Qué significa "Madurez de los datos"?

Siguiendo la definición de [Forbes](#), **la madurez de los datos representa la capacidad de una organización para utilizarlos, junto con qué tan bien la organización aprovecha esas capacidades a su favor.**

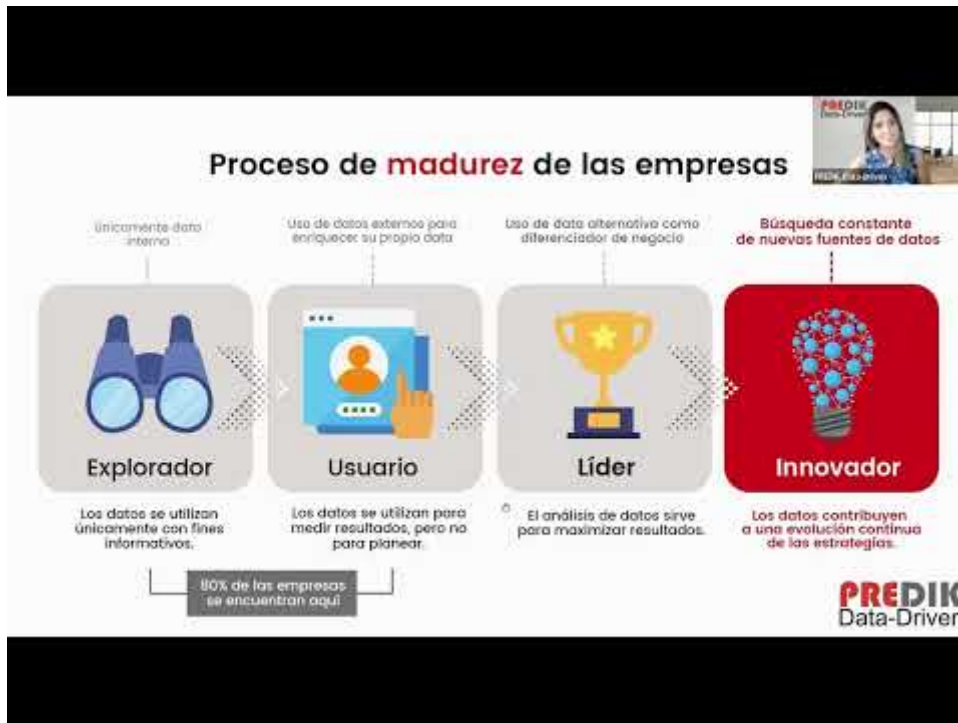
Una empresa madura en sus datos puede implementar sus recursos de información para lograr una variedad de objetivos. En muchos casos, esto no sólo significa tomar mejores decisiones, sino también hacer que toda la organización esté orientada evolucionar de manera constante.

### Entendiendo las cuatro etapas de madurez de los datos

Es vital entender que la transformación desde una organización inicial en el ámbito de los datos (etapa 'Explorador') hasta convertirse en una entidad avanzada y madura (etapa 'Innovadora') no es un proceso que suceda instantáneamente. Avanzar a través de las fases de madurez de los datos exige tiempo, esfuerzo y sobre todo, persistencia.

Por esta razón, en vez de encasillar a su organización, nuestro objetivo es ofrecerle una herramienta sencilla para identificar su posición actual y proporcionar un mapa que guíe su evolución hacia una mayor madurez en el manejo de datos.

Recuerde que, de acuerdo a los resultados de su test usted puede encontrarse en una de estas cinco etapas:



<https://youtu.be/jD049u6SFF8>

## Etapa 1: Explorador

Como indica su nombre, en esta etapa las organizaciones apenas están comenzando a descubrir el potencial de los datos a su alcance.

El rasgo distintivo de esta fase es la inconsistencia en la gestión y uso de la información a lo largo y ancho de la entidad. Las organizaciones en la etapa 'Explorador' suelen carecer de una infraestructura centralizada para datos, lo que significa que cualquier recolección o análisis se lleva a cabo de manera aislada.

Igualmente, no hay una estrategia unificada que garantice la compartición y calidad de la información.

Sin una estrategia de datos central, las entidades 'Exploradoras' se apoyan principalmente en su información interna para generar informes básicos. Aún no han establecido conexiones con bases de datos externas que podrían ofrecer respuestas a cuestiones empresariales esenciales.

Aunque estas organizaciones necesitan evolucionar en su madurez **data-driven**, ya tienen la ventaja de reconocer la importancia de los datos y de empezar a extraer insights, aunque sean elementales.

### 5 características que distinguen esta etapa

**Inicio en el descubrimiento del potencial de datos:** Las organizaciones en esta etapa están comenzando a comprender y a utilizar la información a su disposición.

**Inconsistencia en la gestión y uso de datos:** Existe una falta de coherencia y uniformidad en cómo se manejan y aplican los datos en toda la organización.

**Ausencia de una infraestructura centralizada:** Las organizaciones carecen de un sistema o plataforma unificada para recoger, analizar y compartir datos.

**Dependencia de la información interna para informes básicos:** Principalmente se apoyan en sus propios conjuntos de datos para generar informes rudimentarios, sin aprovechar fuentes externas o tercerizadas.

**Reconocimiento del valor de los datos:** A pesar de las limitaciones, estas organizaciones ya ven la importancia de los datos y comienzan a utilizarlos para obtener conocimientos iniciales.

## **Consejos para avanzar a la siguiente etapa**

El primer paso es lograr que los tomadores de decisiones en la organización tengan claro, y estén de acuerdo, en la importancia que tienen los datos para la empresa (más allá de los reportes internos).

La cultura organizacional debe entender que, al pasar a la siguiente etapa serán capaces de aumentar eficiencia, reducir costos, generar más ingresos y lograr de mejor manera sus resultados.

Una vez que los tomadores de decisiones están “a bordo”, el siguiente paso es buscar ayuda externa. Un error sería contratar científicos de datos o invertir en herramientas de análisis sin antes realizar un análisis de evaluación.

Una consultora externa con experiencia en ciencia de datos le permitirá desarrollar las políticas, procesos y estructuras necesarias para lograr los objetivos que se tienen.

Teniendo esto, es importante enfocarse en generar una arquitectura de datos y mejorar la gobernanza de los datos.

Estos dos elementos son las bases necesarias para colocarse en la siguiente etapa.

**Importante:** En este proceso de transición ni siquiera es necesario un equipo de analítica. Es preferible darle mayor prioridad a gestionar bien la información que ya se tienen y desarrollar una visión del contexto del negocio. Para ello, es necesario que las áreas relacionadas con inteligencia de negocio y TI den los primeros pasos.

## **¿Cómo PREDIK Data-Driven le ayuda a avanzar a la siguiente etapa?**

Antes de realizar cualquier tipo de inversión o reajuste operativa, en PREDIK Data-Driven solemos desarrollar un modelo “piloto” basado en una necesidad en concreto que tenga su empresa. Esto permite a su empresa evaluar la calidad y capacidad de su data actual.

De esta manera, podrá validar cuál es el impacto real de una solución basada en datos al momento de resolver un problema y tomar mejores decisiones. Igualmente podrá decidir si vale la pena o no pasar a una etapa más avanzada de datos (Y qué necesita para lograrlo).

Si el proyecto “piloto” muestra resultados congruentes que permitan justificar un impacto positivo y directo en el negocio, se avanza hacia la siguiente etapa, en la que se profundiza el modelo para ejecutar un proyecto de mayor alcance, dependiendo de las necesidades puntuales de la empresa y de la industria en la que opere

[Agende un demo Sin Compromiso](#)

## Etapa 2: Usuario

Estar en la etapa de “Usuario” marca un avance significativo en nuestro modelo de madurez de datos. Estas entidades reconocen el valor crítico de la calidad de los datos y han instituido protocolos para garantizarla como norma en toda la empresa.

Parte de este esfuerzo implica desarrollar una arquitectura de datos sólida que promueva el intercambio de información entre departamentos, equipos e individuos. Esta estructura también se amplía para integrar datos ad hoc provenientes de proveedores externos, fortaleciendo así sus fuentes internas.

El rasgo distintivo entre los ‘Usuarios’ y los ‘Exploradores’ radica en cómo se aprovechan los datos, análisis e insights para respaldar la toma de decisiones. Sin embargo, en esta etapa, la recolección y análisis de datos suelen tener un enfoque reactivo, es decir, se orientan más hacia la evaluación de resultados y el informe de desempeño.

Las organizaciones en la etapa de “Usuarios” todavía no han llegado al punto de considerar los datos como pilar central en la elaboración de sus estrategias comerciales.

### 5 características que distinguen esta etapa

**Reconocimiento del valor crítico de la calidad de datos:** Las organizaciones en esta etapa han comprendido la trascendencia de mantener datos de alta calidad y han implementado protocolos para garantizar dicha calidad a lo largo de toda la empresa.

**Desarrollo de una arquitectura de datos sólida:** Han establecido sistemas o estructuras internas que promueven el flujo eficiente y efectivo de datos entre diferentes departamentos, equipos e individuos.

**Integración de datos externos:** No solo confían en sus datos internos, sino que también buscan y se integran con conjuntos de datos ad hoc de proveedores externos, enriqueciendo así su base de información.

**Enfoque reactivo en el uso de datos:** A pesar de su progreso, la recolección y análisis de datos suelen ser reactivos, usándose principalmente para evaluar resultados pasados y reportar sobre el desempeño.

**Datos aún no centrales en la estrategia:** Aunque han avanzado en su uso de los datos, todavía no los han integrado plenamente como un pilar fundamental en la formulación y planificación de sus estrategias comerciales.

## **Consejos para avanzar a la siguiente etapa**

Pasar de la posición de “Usuario” a “Líder” requiere la conformación de equipos especializados capaces de transitar del análisis a la toma de decisiones activa, más allá de simples unidades de inteligencia de negocio. Para ello es esencial contar con un departamento de analítica avanzada y grupos que se destaquen en el análisis profundo de información.

Estos equipos deberían tener la habilidad de diseñar modelos predictivos, idear soluciones de gran impacto, brindar recomendaciones estratégicas a diferentes departamentos y reconocer áreas de oportunidad con agilidad.

El enfoque principal debe radicar en cómo maximizar el valor entregado a la empresa mediante el uso eficaz de los datos. Para lograrlo, es crucial elevar el nivel profesional de los departamentos de analítica. En este escenario, la figura del Chief Data Officer cobra relevancia, siendo crucial en la gestión y dirección de gerentes y equipos enfocados en datos.

Una estructura organizativa sólida y clara será la base para establecer elementos que distingan a la empresa. Como resultado, las organizaciones podrán innovar, creando soluciones más sofisticadas y complejas.

Un punto fundamental a destacar es la comunicación interdepartamental. Algunas empresas, reconociendo su importancia, integran mediadores en sus equipos para facilitar el flujo de información entre científicos de datos y departamentos como marketing, ventas y logística.

## **¿Cómo PREDIK Data-Driven le ayuda a avanzar a la siguiente etapa?**

En PREDIK Data-Driven contamos con el equipo y las herramientas necesarias para enriquecer sus modelos de datos actuales con otras fuentes de datos externos y data alternativa.

También le ayudamos en aumentar su capacidad actual de análisis, para que pueda generar soluciones más avanzadas y complejas. Contamos con un equipo de expertos en Machine Learning, Modelos Predictivos e Inteligencia Artificial, que le permitirán agilizar sus procesos de información.

Externalizar el uso herramientas complejas o personal más especializado, no solo le permitirá pasar a la siguiente etapa de mejor manera, sino también con una menor inversión.

[Lleve el análisis de sus datos al siguiente nivel](#)

## **Etapas 3: Líder**

Las organizaciones «líderes» colocan los datos como núcleo de su toma de decisiones e inteligencia competitiva.

En este contexto, el análisis de datos no solo impulsa la estrategia empresarial, sino que también dibuja el camino hacia la consecución de metas organizativas y la optimización de resultados comerciales.

Reconociendo su valor, los líderes frecuentemente fusionan datos de terceros con los propios, viendo en esta integración el elemento clave para obtener un borde competitivo en el mercado. Además, estas organizaciones han perfeccionado y centralizado su infraestructura de datos.

Más allá de implementar sistemas y estándares que aseguren la máxima calidad de la información, fortaleciendo así la confianza en los insights generados, han diseñado una arquitectura que permite una cultura empresarial profundamente arraigada en datos.

En el contexto de estudios de mercado, el Big Data puede usarse para analizar información de diversas fuentes, como redes sociales, transacciones comerciales y datos demográficos. De esta manera, las empresas pueden tener una visión más completa y precisa del mercado.

## 5 características que distinguen esta etapa

**Datos como núcleo de decisiones:** Las organizaciones líderes enfatizan la importancia de los datos en la toma de decisiones, poniéndolos en el corazón de su estrategia y operaciones.

**Fusión con datos de terceros:** Reconociendo el valor de la diversidad de información, integran activamente conjuntos de datos de terceros con sus propios registros, buscando así una perspectiva más amplia y un borde competitivo.

**Infraestructura de datos optimizada:** Han perfeccionado sus sistemas y procesos, lo que se traduce en una gestión de datos más eficiente y efectiva.

**Estándares de alta calidad:** Establecen e implementan rigurosos estándares para asegurar la máxima calidad de los datos, lo que incrementa la confianza en los análisis e insights que generan.

**Cultura empresarial arraigada en datos:** No solo se trata de tener la tecnología y los procesos adecuados; han cultivado una cultura organizacional donde los datos son fundamentales, permitiendo que toda la entidad opere basándose en información precisa y actualizada.

## Consejos para avanzar a la siguiente etapa

Para avanzar a la etapa final de madurez, es esencial considerar la expansión del equipo existente. La fase de innovación demanda superar las estructuras tradicionales, extendiéndose más allá de los equipos habituales de científicos e ingenieros de datos.

Para capitalizar al máximo las ventajas de la Inteligencia Artificial y los modelos de Machine Learning, es fundamental incorporar perfiles especializados en innovación, así como ingenieros expertos en ML e IA.

Por último, es vital que los equipos encargados de la gestión de datos estén preparados para identificar y aprovechar nuevas fuentes de información, y para adoptar metodologías emergentes.

## ¿Cómo PREDIK Data-Driven le ayuda a avanzar a la siguiente etapa?

En PREDIK Data-Driven le ayudamos a expandir sus fuentes de información y a explorar opciones “poco convencionales”, pero de gran valor. Contamos con datasets enriquecidos y desarrollados para satisfacer las necesidades de equipos de datos avanzados.

Desde movilidad peatonal, hasta monitoreo de tráfico en camiones, nuestros conjuntos de datos son creados por científicos de datos para científicos de datos.

[Conozca más sobre nuestros datasets enriquecidos](#)

## Etapa 4: Innovador

**Los ‘Innovadores’ representan el punto más alto de la madurez de los datos.**

Para estas organizaciones, los datos trascienden su rol tradicional como simples instrumentos para la toma de decisiones y se convierten en un motor impulsor de innovación continua en todos los niveles organizacionales.

Estas entidades reconocen que, aunque las estrategias de negocios más sólidas puedan enfrentar desafíos, el uso proactivo de datos, complementado con algoritmos predictivos, puede optimizar sus resultados comerciales y ofrecerles una ventaja constante frente a la competencia.

Su capacidad de adaptarse rápidamente a las fluctuaciones del mercado y a los cambios socioculturales es una competencia esencial, no un lujo.

Además, con visión de futuro, buscan constantemente fusionar sus datos con conjuntos provenientes de terceros, incluso aquellos que podrían parecer fuentes inusuales o «no obvias». Esto con el objetivo de mantenerse en la vanguardia competitiva y descubrir oportunidades emergentes de alto impacto.

Todo lo anterior implica que la gobernanza de datos sea intrínseca a todos sus procesos de negocio, respaldada por una arquitectura robusta que facilite el intercambio ágil y eficiente de información de calidad.

En resumen, los ‘Innovadores’ encarnan el ideal de madurez de los datos al cual todas las organizaciones deberían aspirar.

### 5 características que distinguen esta etapa

**Datos como motor de innovación:** Para estas organizaciones, los datos van más allá de ser un simple recurso. Son el motor que impulsa la innovación constante en todos los niveles de la empresa.

**Uso proactivo con visión predictiva:** Los ‘Innovadores’ no sólo reaccionan a los datos existentes, sino que los utilizan de manera proactiva, desarrollando algoritmos predictivos que les permiten anticipar

tendencias y ajustar sus estrategias en consecuencia.

**Adaptabilidad rápida:** Poseen la habilidad y disposición para adaptarse con agilidad a las fluctuaciones del mercado y a los cambios socioculturales, reconociendo que esta adaptabilidad es una competencia esencial.

**Integración de fuentes diversas:** Buscan constantemente fusionar sus propios datos con conjuntos de información de terceros, incluso aquellos que pueden ser considerados inusuales, con el objetivo de descubrir nuevas perspectivas y oportunidades.

**Gobernanza de datos intrínseca:** La gestión y gobernanza de datos está arraigada en todos sus procesos de negocio, respaldada por una infraestructura robusta que permite el intercambio eficiente de datos de alta calidad.

## **Recuerde, este es un proceso que requiere constancia, tiempo y cooperación entre las áreas de su organización**

Como hemos señalado, los datos representan uno de los activos más valiosos para cualquier organización hoy día. Sin embargo, numerosas empresas se encuentran inciertas sobre cómo optimizar su uso. Si su organización se identifica con esta situación, no hay motivo de alarma: Simplemente es señal de que está iniciando su travesía hacia la madurez en el manejo de datos.

**La buena noticia:** Existen múltiples estrategias para evolucionar hacia una empresa experta en datos. Este proceso no es necesariamente lineal y no se logra de inmediato.

Pero, al decidir situar los datos como pilar central de su organización — potenciando la estrategia empresarial, guiando la toma de decisiones y desentrañando inteligencia competitiva sin precedentes —, está dando un paso clave para diferenciarse de su competencia.