

Importancia de los datos en la transformación digital



Índice

Características imprescindibles de los datos	3
La transformación digital en datos	4
¿Qué es transformación digital?	6
¿Por qué los datos son tan importantes?	7
¿Qué son los datos 3.0?	9
Los datos son el nuevo petróleo	13
5 pasos para facilitar la transformación digital a través de los datos	15
Cómo aprovechar el poder disruptivo de los datos en tu organización	18

Características imprescindibles de los datos

Desde nuestra experiencia ofreciendo apoyo experto a proyectos de gestión de datos, nos encontramos con que las organizaciones tienen, normalmente, **dos iniciativas diferentes en marcha: una es su voluntad de transformarse digitalmente y la otra es tratar de alinearse cada vez más con sus datos.** Es lo que se conoce como [compañías data driven](#), que tienen en común el que ambas se basan en datos y **buscan explotar el valor de la información en base a tres pilares: tecnología, gobierno y valores.** (*¿Sabías que las empresas data driven experimentan un aumento anual en sus ingresos del 27%?*)

Cuando estas iniciativas se llevan a cabo en el marco de una transformación digital efectiva, que ya se ha visto favorecida por el uso de los datos correctos, suelen encontrarse dos elementos que han de tenerse presentes. Se trata de los siguientes:

- **Gobierno de datos.** No sería posible siquiera plantearse el llevar a cabo ninguna de estas iniciativas sin contar con **políticas efectivas de gobierno.** Este gran efectivo

que son los datos debe ser gestionado y gobernado para conseguir el fin que queremos.

- **Calidad de datos.** Pese a que no puede considerarse como un proyecto en sí, constituye la evidencia de que en la compañía se están dando pasos para madurar. **Las iniciativas de calidad de datos actúan como un catalizador que tiene efectos muy positivos en el crecimiento de la organización.** Normalmente las compañías miden la calidad al inicio y durante sus proyectos, para ver cómo de efectivas son las medidas aplicadas. Si los resultados revelan síntomas de falta de calidad, hay que interpretarlos como la confirmación de la **necesidad urgente de poner en marcha ciertas iniciativas de mantenimiento y sostenimiento de la calidad.**

En este ebook hablaremos de estos elementos, de las iniciativas de alineación con los datos, del **enfoque data céntrico** y, por supuesto, también de un viaje apasionante y necesario, como es el de la **transformación digital del negocio.**

La transformación digital en datos

1. Aunque el 90 % de los CEOs cree que la economía digital tendrá un impacto significativo en su industria, solo el 25 % tiene planes en marcha y menos del 15 % están financiando y ejecutando el plan. Un mero 10 % de las empresas se describen como completamente digitales.
2. El 27% de los altos ejecutivos consideran que la transformación digital es una cuestión de supervivencia. Además, el 87 % de las empresas piensa que la transformación digital es una oportunidad competitiva.



3. El 39% de las organizaciones afirma que la transformación digital les ha ayudado a avanzar en la habilitación de transacciones en tiempo real. El 32 % asegura que ha contribuido a mejorar la eficiencia operativa y el 28 % confirma que les ha ayudado a adquirir nuevos clientes.
4. El año pasado, dos tercios de los directores ejecutivos de las empresas Global 2000 ponían a la transformación digital en el foco central de su estrategia corporativa.
5. El 55 % de las empresas que no cuentan con un programa de transformación digital indica que el plazo para adoptarlo es de un año o menos. **El 85 % de los que toman las decisiones sienten que tienen un margen de tiempo de 2 años antes de sufrir financieramente o quedarse por detrás de sus competidores.**
6. **El 52% de los altos ejecutivos considera que la falta de familiaridad con la tecnología es un obstáculo para la transformación digital.** Los principales desafíos de la transformación digital incluyen el desarrollo de nuevos modelos comerciales y estrategias para aumentar la conectividad (43%), ejecutar una estrategia digital en toda la organización (39%) y contratar empleados con las habilidades adecuadas (32%).
7. Las tecnologías disruptivas más importantes son la nube (58%), la movilidad y la colaboración (54%) **y los datos (52%).**

Fuentes: [Boardview](#), [Business 2 Community](#), [Presente](#), [Microsoft](#), [CMO](#), [DATUM](#), [Digital McKinsey](#)



¿Qué es transformación digital?

Tal y como confirman los datos, **la transformación digital es mucho más que una renovación tecnológica**, pese a que la actualización de equipos, sistemas, programas y aplicaciones sea necesaria para abrirse nuevos caminos a la eficiencia. Para digitalizarse **no basta con utilizar intensivamente canales digitales**, aunque éstos nos acercan a los clientes.

Una transformación a este nivel **tampoco es otra iniciativa de revisar los procesos de la organización, pese a que la autoevaluación constituya un paso necesario**. Y, en contra de lo que muchos creen, sus efectos no se limitan a la modernización de la empresa, aunque sí nos ayuda a adaptarnos a los nuevos escenarios y sus exigencias.

Y es que **la transformación digital es algo más**. Como dice la definición del proceso que publica [Forbes](#):

La transformación digital es un viaje que mueve a las compañías, de un mundo definido en base a sus procesos, a un mundo definido en torno a sus datos.

La transformación digital cambia el paradigma de la compañía, poniendo en el centro a la información. Esta verdad tan importante refuerza la idea que planteábamos al inicio de este ebook, acerca de la **profunda relación que existe entre la transformación digital y las organizaciones orientadas a datos**.

En este camino que lleva de la orientación de procesos a la orientación a datos no existen los atajos. **El cambio de paradigma es la forma correcta de realizar la transformación en las organizaciones: apuntando siempre a los datos**.

Ya no puede hacerse de otra forma y, por eso debemos entender por qué la información ocupa una posición tan relevante.



¿Por qué los datos son tan importantes?

Los directivos de muchas empresas a las puertas de iniciar un proceso de transformación digital todavía se preguntan por qué los datos son tan importantes. Es necesario reflexionar acerca de las circunstancias que los hacen tan relevantes y podríamos destacar las siguientes:

- **Los datos optimizan los canales de venta.**
- **Los datos dirigen la innovación y los resultados.**

- **Los datos ayudan a ser más eficientes.**
- **Los datos permiten conocer, interpretar y anticipar la realidad.**

De hecho, **los datos son la realidad contenida en nuestros sistemas**. Es difícil pensar en algo más sustancial que la propia esencia de la empresa y de todo lo que la rodea. Y estos datos, que son el corazón de cualquier iniciativa que emprendemos, en una perspectiva histórica podrían representarse así:

LA DISRUPCIÓN EN LA IMPORTANCIA DE LOS DATOS

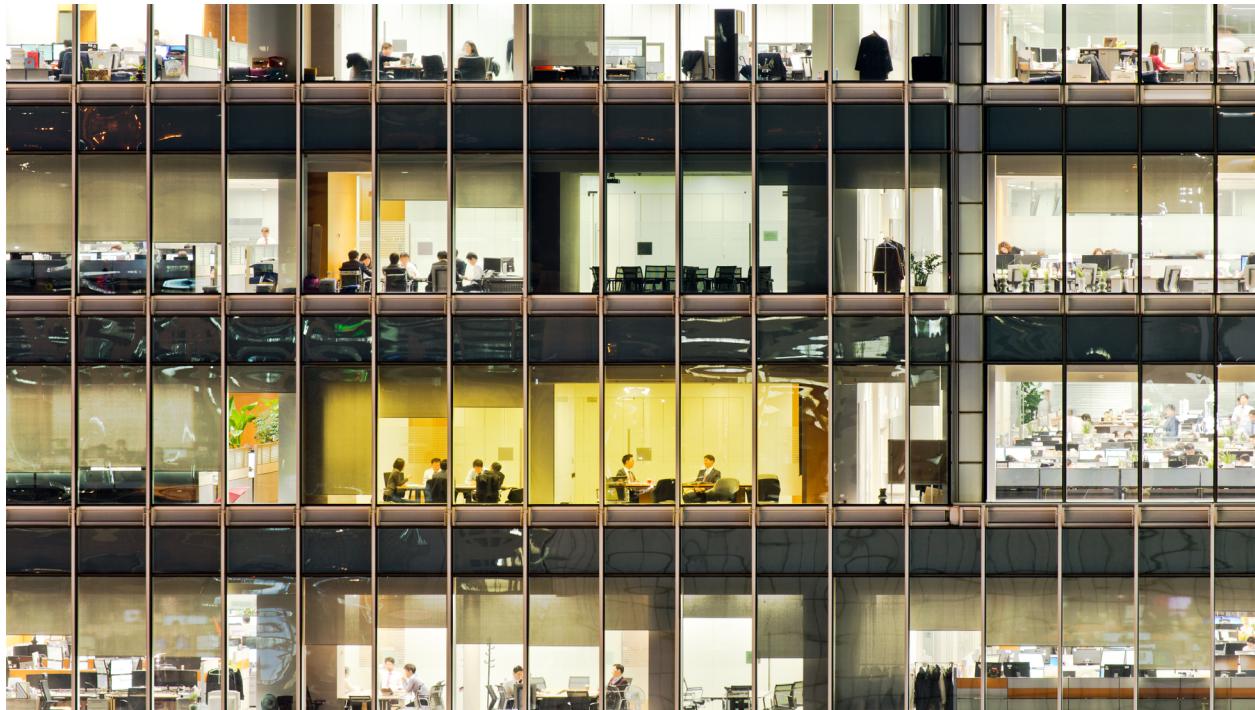


Porque, si bien es cierto que los datos siempre han estado ahí, también es verdad que su papel no ha sido el mismo en todas las épocas. Su uso, la disponibilidad de la información, el tipo de usuario con acceso a los datos y el potencial de compartición de conocimiento se han ido ampliando desde hace cinco o seis décadas hasta ahora.

Esta evolución, marcada por los avances en la tecnología y por la demanda de unos usuarios de negocio cada vez más empoderados, se puede dividir en cuatro momentos, cada uno ligado a un tipo de datos. Son los siguientes:

- **Datos anteriores al dato 1.0.** Se trata de los datos de los años 60, 70, 80, épocas donde lo importante eran los sistemas. Grandes sistemas de cómputo, grandes sistemas de información... **el foco se ponía en las grandes tecnologías.**

- **Dato 1.0.** Llega un momento en que los datos empiezan a usarse en determinadas aplicaciones. Se trata de **un uso que va madurando, impulsado por la aparición de los sistemas ERP y CRM.**
- **Dato 2.0.** En esta fase **los datos se emplean como soporte a procesos y alinean a toda la organización**, permitiendo que diferentes personas, procesos y áreas comparten los mismos datos, desde distintos ángulos.
- **Dato 3.0.** Es la realidad que vivimos, en la que **entendemos los datos como motor de la transformación digital. Las empresas son data céntricas y las preocupaciones tiene que ver con cuestiones de fondo, como la calidad de la información o el gobierno de los datos.**



¿Qué son los datos 3.0?

Un componente importante de una transformación digital efectiva es permanecer actualizado respecto a las últimas tendencias. En lo que respecta a los datos destacan 5, que,

aunque se consideran corrientes novedosas de cambio con la vista puesta en 2020, en algunos casos, son ya una realidad. Se trata de las siguientes:

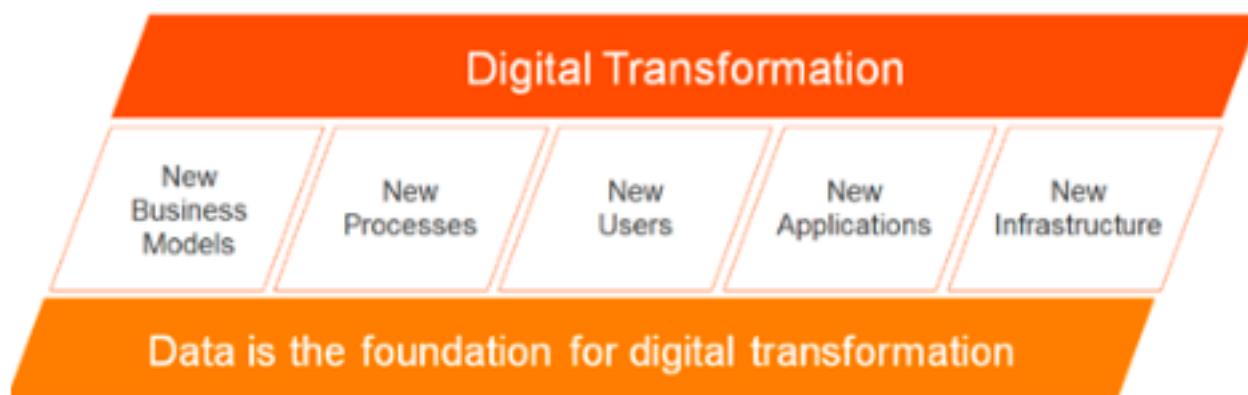
				
Explosión en Volúmenes	Nuevos Users	Nuevos Data Types <small>(mobile, social, IoT)</small>	Datos en Cloud	Machine Learning /AI
15.3 zetabytes per año en tráfico global de datos	325 millones de usuarios de negocio y creciendo	20 billones de terminales conectados	Más del 92% del tráfico de los data centers provendrá del Cloud	1 billón de trabajadores serán asistidos por machine learning y/o AI

- Explosión en volúmenes.** Cualquiera que conoce un centro de información entiende que esto es una realidad, cada vez generamos y guardamos más información. **La cantidad de datos disponibles aumenta las probabilidades de descubrimiento, aunque también trae consigo desafíos**, como los que tienen que ver con la calidad, el rendimiento o el coste de gestión.
- Nuevos usuarios.** Los usuarios con acceso a la información en la empresa son cada vez más, y no hablamos sólo de un aumento

cuantitativo, aunque también es cierto que su número va en aumento; sino de un incremento cualitativo, puesto que **la variedad de perfiles que interactúan con los datos es significativamente mayor. Hoy día, la novedad es que podemos encontrarnos con usuarios de negocio y usuarios técnicos**. Si hasta hace no demasiado los datos eran territorio reservado a IT, actualmente las compañías permiten que los usuarios de negocio accedan a la información y que sean ellos también quienes gestionen los procesos de datos.

3. **Nuevos tipos de datos.** Las redes sociales, el IoT o la movilidad son fenómenos ligados a la tecnología que han afectado en gran medida a la capacidad de generar datos. **En la realidad que vivimos, la información no procede únicamente de una persona delante de un terminal, sino que llega de todas partes**, en cualquier momento con una variedad de volúmenes, formatos y exigencias.
4. **Datos en el cloud.** Se predice que **más del 92% de los datos vendrá del cloud** y eso obliga a que la mayoría de organizaciones tengan aplicativos en la nube, o una infraestructura allí. Este fenómeno, aunque irá a más, ya es una realidad.

5. **Inteligencia artificial y aprendizaje automático.** Estos conceptos dejan de formar parte del mundo de la ciencia ficción, permitiendo que todos los sistemas que tenemos de asistencia estén **guiados por machine learning o procesos de IA**. (*¿Sabías que el 67% de los consumidores en todo el mundo recurrieron a algún chatbot en el último año? (Business Insider)*)



Todas las tendencias que vienen implican la explosión de los datos y, por tanto, las empresas debemos estar preparadas para

poderlos gestionar. Porque **sin datos y sin la capacidad de gestionarlos, no será posible la transformación digital**.

Características imprescindibles de los datos

Algunos atributos del dato guardan una relación más estrecha, si cabe, con ese **potencial de valor que encierran** y que nos impulsa a quererlos gestionar. Hablamos de los dos siguientes:

1. **Velocidad.** No nos referimos a la rapidez de los procesos, sino a la facilidad que tenemos para acceder rápidamente a los datos. Una velocidad que puede garantizarse cuando el usuario de negocio puede llegar a la información que necesita de forma ágil, algo que sólo es posible si:
 - a. **No hay barreras,** de tecnologías, de personas ni de departamentos.

- b. **Los datos están gobernados,** la mejor forma de asegurar que están contextualizados.
- c. **Los datos son predictivos** y nos permiten beneficiarnos de ese valor extra que se deriva de la capacidad de anticipación.
- d. **La información es self service.** El autoservicio hace posible que el usuario pueda consumirlos en el momento en que los necesita, porque ya están disponibles.
- e. **Los datos son confiables, de calidad, completos, actualizados y consistentes.**



La transformación digital será posible si podemos acceder rápidamente a los datos

f. **La información es fácil de compartir**, una cualidad necesaria para ampliar el valor de la inteligencia empresarial y del conocimiento que se va generando.

2. Datos correctos. El dato debe garantizar su valor continuo durante toda su vida. No debería darse el caso de que los datos requieran acciones posteriores de

limpieza, ni que alberguen dudas, ni que necesiten de conciliaciones manuales porque no se termina de estar seguro acerca de ellos. Esta característica de los datos, que implica la confiabilidad, integridad, validez y coherencia (unida a la velocidad), va a ser imprescindible para asegurarnos el éxito.



Los datos son el nuevo petróleo

En un [artículo de la revista The Economist](#), los datos se comparan con el petróleo, afirmando que son el activo más valioso que existe. Y lo es, por su potencial generador

de ventajas competitivas y por su alcance, que nos permite ampliar el conocimiento de nuestros mercados.



Continuando con la analogía establecida en la conocida publicación entre los datos y el petróleo, cabe recordar que el petróleo en sí no vale nada y, para poder ser consumido debe ser refinado. Exactamente **lo mismo que sucede con los datos, que también necesitan de estos procesos de refinamiento que nos orientan a su valor y a la transformación digital, a procurar un adecuado gobierno y a controlar siempre la calidad de nuestros sistemas.**

Cuando se analizamos el esquema de una **compañía data driven** podemos constatar que existe este valor, que realmente se experimentan sus efectos y que **todos los procesos y todas las personas están orientados a los datos.**

Para llegar a ese estadio deben concurrir una serie de elementos imprescindibles, se trata de los siguientes:



Partiendo de la base de una sólida infraestructura de datos, se ha de asegurar una buena gobernanza, la que permitirá que de la información se derive insight a través de procesos analíticos y de inteligencia

empresarial. Las iniciativas de la organización podrán, entonces, ponerse en marcha con el respaldo que da la confiabilidad en los datos, apoyando con cada acción la visión de la compañía.

5 pasos para facilitar la transformación digital a través de los datos

La transformación digital de la compañía no es una meta, sino un proceso y, como tal, merece ser evaluado a lo largo del recorrido. Existen cinco pasos que pueden ayudar a las empresas a evaluar en qué estadio de maduración de su proceso de transformación digital se encuentran, y cómo facilitan sus datos esta evolución.

Se trata de un método que puede aplicarse de manera sencilla y realizarse de forma rápida. **Sus resultados permitirán que la compañía entienda hasta dónde ha llegado y hacia dónde debe avanzar.** Son los siguientes:

1. **Evaluar la madurez digital.** En esta valoración habría que tener en cuenta cuatro aspectos diferentes:
 - a. El liderazgo y el gobierno, la cultura y los equipos con que se cuenta.
 - b. La voluntad de llegar a ser transformados.
 - c. La tecnología disponible para sustentar este proceso.
 - d. Los dominios de datos, los que gestionan, los que conocen y los que servirán como primer termómetro para conocer su madurez.

2. **Confirmar la visión digital.** No se trata de una frase hecha, sino que **al hablar de visión digital hacemos referencia a dónde queremos llegar a la meta que aúna a toda la organización.** Esta visión debería reunir los siguientes atributos:
 - a. Ser simple, aunque sólida.
 - b. Estar compartida por toda la organización, para que todos los esfuerzos apunten en la misma dirección.
 - c. Ser alcanzable y realista.
 - d. Poder llevarse a cabo en distintas fases y procesos.
 - e. Estar, por supuesto, orientada al cliente. No tiene sentido poner en marcha una iniciativa en ninguna compañía si no es para transformarnos, dejar de mirarnos a nosotros mismos y **poner al cliente en el centro de los servicios y de los procesos de la organización.**
3. **Entender los datos.** Es un paso obvio, pero es que no es posible una transformación digital sin datos. Esto supone ir un paso más allá y poder llevar a cabo acciones como las siguientes:

- a. Realizar un catálogo de los datos.
- b. Saber cuáles son los roles y las personas responsables de la gestión, los propietarios de los datos y de los principales procesos que los alteran.
- c. Conocer también los procesos de calidad a los que se somete la información.

4. Poner en marcha el despliegue. Una vez que se confirma que el estadio de madurez de la compañía llega hasta este nivel, debemos desplegar la visión y acercarnos a esos proyectos que nos ayuden a avanzar. Esta transición requiere un acercamiento concreto que consiste en realizar un primer proyecto, evaluarlo, confirmar que ha reforzado la visión e ir a por el siguiente proyecto. Este **camino iterativo** en base a iniciativas ofrece resultados que permiten dar a entender que es útil lo que hacemos, que nos acercamos a la meta, que vamos despejando dudas paso a paso. Es la clave para **conseguir resultados que nos permitan mejorar en nuestro proceso de maduración**.

5. Hacer la elección correcta en materia de tecnología. Nada de esto es posible sin tecnología, y para que sustente un proceso de transformación digital y el cambio de paradigma a una organización orientada a datos, los elementos mínimos que deben considerarse al seleccionarla son:

- a. **Gobierno de datos:** roles, políticas, procedimientos, sistemas y responsabilidades, que sostengan una buena gobernanza.
- b. **Catálogo de datos:** que contenga todas estas realidades de los datos del negocio y que son mucho más que simples aplicativos.
- c. **Calidad de datos:** hay que exigirla y también entenderla, hay que comprometerse con ella.
- d. **Integración de datos:** la capacidad para que cualquier dato del sistema sea accesible y accionable, y, por tanto, pueda ser integrado en la gestión para aplicar los procesos y la inteligencia que se necesite.

Esta tecnología, y todos los elementos que deben estar presentes, tiene que elegirse teniendo en cuenta siempre a dos perfiles distintos: usuarios técnicos y usuarios de negocio. **Nunca más la tecnología que gestiona datos puede estar únicamente administrada por departamentos de sistemas.** Necesitamos involucrar a los usuarios en los procesos de calidad, en la medición, en la aplicación de reglas que mejoren los datos, en la gestión de los catálogos y, por supuesto, en las iniciativas de gobierno.

Hace falta una tecnología que permita usuarios de perfiles distintos.

Y, con estos 5 pasos conseguimos ayudar a las compañías en este viaje apasionante de olvidarnos de los procesos y orientarnos a conseguir el máximo valor de los datos.

Es difícil determinar qué debe suceder primero, si **plantearse la necesidad de avanzar hacia un paradigma centrado en los datos o dar inicio a un proyecto de transformación digital**, puesto que ambas iniciativas están relacionadas de forma muy estrecha. Sea cual sea el impulsor de la empresa para **avanzar hacia una versión más eficiente, competitiva y mejor de sí misma**; no hay que olvidar que **los datos son el combustible** que le ayudará a llegar tan lejos como sus capacidades le permitan.



Cómo aprovechar el poder disruptivo de los datos en tu organización

Una vez se constata la necesidad de no frenar la transformación digital del negocio y se entiende que los datos son una pieza clave en este proceso, es el momento de **elegir al socio tecnológico adecuado.**

Informatica es el nº1 mundial en Enterprise Cloud Data Management, algo que prueban sus más de veinte años de experiencia liderando proyectos de datos en más de 7.000 organizaciones de todo el mundo. Con presencia en 26 países y una red de partners global que es sinónimo de garantía, su prioridad es la satisfacción del cliente.



Recientes encuestas demuestran que **es el proveedor que mayor lealtad ha sabido ganar y conservar por parte de sus clientes, además, a diferencia de otras compañías, la innovación es su meta y, por eso, cada año destinan más de 180 millones de dólares a proyectos de investigación y desarrollo** que les permiten continuar siendo vanguardia y liderar el mercado.

Las soluciones de Informatica son líderes del mercado en distintas áreas, como Data Management, Cloud Data Management, **Data Governance, Data Quality**, Master Data Management, Data Security y Data Integration.

Sólo en Enterprise Cloud Management, su oferta es tan completa que permite cubrir, todas necesidades de la organización en materia de Data Governance, garantizarle una visión holística de las operaciones, con sus soluciones Customer 360, Product 360, Supplier 360, Reference 360 y Enterprise Information Catalog y permitirle continuar ampliando su base de conocimiento empresarial de forma segura con Intelligent Data Lake y Secure & Source.

La diferencia que identifica a los proyectos que cuentan con el apoyo de las soluciones y productos de Informatica es que **el foco se pone al 100% en los datos**, algo que supone un gran avance, tanto en términos de minimización del riesgo, como en probabilidades de éxito.

¿Sabías que más del 90 % de los proyectos en los cuales los servicios profesionales de PowerData asumen un papel de jornada completa entran en producción?

¿Hablamos de gobierno de datos? ¿Satisfecho con la calidad de los activos informacionales del negocio?

¿Tienes dudas de cómo empezar tu proyecto de gobierno de datos?

Haz click aquí para agendar una consulta gratuita con uno de nuestros expertos



PowerData
The Data Management Company