Este documento pertenece a una serie de ejercicios para adquirir habilidades en el uso de los LLMS

# Objetivo (Solicitar preguntas)

Es una técnica con la que le pedimos al LLM que nos formule las preguntas necesarias para entender lo que queremos.

### Prompt

Quiero crear un post acerca del análisis de datos. Escribe un post para mi blog e intenta hacerlo de la mejor manera posible realizándome preguntas previamente que te ayuden a darme el mejor resultado.

VER LA SALIDA AL FINAL DEL DOCUMENTO CON LAS 8 preguntas que formula

### Prompt

1 persuadir sobre la calidad del dato y el concepto de propietario del dato en la organización

2.Profesionales de la administración de empresas

3 basura entra basura sale

4 El lector ya ha sufrido problemas de estadísticas incorrectas

5 profesional

6 largo

7 como en cataluña la no normalización de los nombres de las provincias de la comunidad autónoma a una lengua sea esta el catalan o sea esta el español hace que los informes comerciales distribuyan las ventas en 6 provincias.

8 linkedin

VER LA SALIDA AL FINAL DEL DOCUMENTO CON LAS 8 preguntas que formula

### Prompt

No uses emojis en el texto.

Cambia el titulo las 6 cataluñas por las siete provincias de cataluña.

En ese punto enumera Geron, Girona, Lleida,Llérida, Barcelona, Tarragona, Barna

# Objetivo (Solicitar preguntas)

Ahora te toca a ti. Pídele que te haga preguntas para ayudarte con una tarea.

Prueba indicarle que al final del texto te haga sugerencias para mejorarlo

### Prompt

### Prompt

### Prompt

### Prompt

### Prompt

# RESULTADO

Perfecto, Luis Miguel. Para ofrecerte un post bien estructurado, relevante y alineado con tu experiencia y estilo, necesito hacerte algunas preguntas clave. Esto nos permitirá enfocar el contenido con claridad, aplicabilidad y valor tanto para profesionales como para estudiantes. Aquí van:

**1. Objetivo del post**

* ¿Cuál es el propósito principal del artículo?  
  (Ej. educativo, persuasivo, inspirador, reflexivo, posicionamiento profesional, etc.)

**2. Audiencia objetivo**

* ¿A quién te diriges?  
  (Ej. estudiantes de datos, profesionales de negocio, directivos, docentes, perfiles técnicos, etc.)

**3. Ángulo o enfoque del análisis de datos**

* ¿Qué aspecto quieres destacar?  
  (Ej. importancia del análisis de datos para la toma de decisiones, herramientas prácticas, errores comunes, cultura data-driven, habilidades clave, etc.)

**4. Nivel de profundidad**

* ¿Qué nivel de conocimientos asumimos que tiene el lector?  
  (Ej. introductorio, intermedio, avanzado)

**5. Tono del post**

* ¿Prefieres un tono más técnico, inspirador, narrativo, académico, práctico o una combinación?

**6. Extensión aproximada**

* ¿Quieres un artículo corto (300-500 palabras), medio (500-1.000), o largo (1.000+)?

**7. ¿Deseas incluir ejemplos, casos reales o visualizaciones?**

* Por ejemplo, ¿quieres que use un caso ficticio en Power BI, SQL o Python?
* ¿Alguna experiencia tuya como profesor que quieras incorporar?

**8. ¿El artículo será publicado en tu blog personal, LinkedIn, o en otra plataforma?**

Una vez tenga tus respuestas, preparo un borrador adaptado con introducción, desarrollo y cierre, bien argumentado y con valor práctico. ¿Vamos adelante?

# POST

**Tienes razón, Luis Miguel. Aquí tienes el post completo, ahora con el resumen ejecutivo al inicio, como introducción pensada especialmente para captar la atención en LinkedIn, seguido del texto ampliado con los aspectos de cultura organizacional y nuevos roles. Todo sin emojis y con tono profesional.**

**Resumen ejecutivo**

**¿Te imaginas tomar decisiones estratégicas basadas en datos erróneos… sin saberlo?  
En este artículo comparto un caso real donde algo tan básico como no normalizar los nombres de provincias llevó a una empresa a reportar siete provincias distintas dentro de Cataluña.  
Este problema no es tecnológico. Es organizacional.  
Hablamos de calidad del dato, de cultura empresarial y de los nuevos roles que deben asumir la responsabilidad sobre la información en una organización. Porque si los datos no se gobiernan, lo que entra es basura… y lo que sale también.**

**"Basura entra, basura sale": por qué la calidad del dato no es un tema técnico, sino estratégico**

**En muchas organizaciones, los dashboards no fallan por falta de tecnología, sino por algo mucho más simple… y peligroso: datos defectuosos.**

**Hablo de informes que no cuadran, ventas mal atribuidas, decisiones basadas en cifras engañosas. Y cuando uno tira del hilo, rara vez encuentra un problema en el BI o en el ERP. Lo que encuentra es desgobierno del dato.**

**El caso de las siete provincias de Cataluña**

**Un caso real que me tocó revisar: un reporte comercial mostraba siete “provincias” distintas dentro de Cataluña. ¿La causa? Diferentes formas de escribir el mismo nombre en los sistemas de ventas:**

* **Gerona**
* **Girona**
* **Lleida**
* **Lérida**
* **Barcelona**
* **Tarragona**
* **Barna**

**¿El resultado?**

* **Las ventas estaban mal segmentadas.**
* **El equipo comercial creía tener cobertura total, cuando en realidad se duplicaban zonas.**
* **Las decisiones de expansión se tomaban con base en datos fragmentados.**

**Todo esto por no definir algo tan básico como una tabla de referencia unificada para provincias, y por no asignar a nadie la responsabilidad de mantenerla.**

**¿Quién es el propietario del dato?**

**Aquí entra un concepto clave: el propietario del dato.**

**Cada conjunto de datos debe tener un responsable funcional, no solo técnico.**

* **¿Quién valida que los nombres estén normalizados?**
* **¿Quién aprueba los cambios?**
* **¿Quién garantiza que los datos sirvan para decidir y no para confundir?**

**El dato no es de IT. El dato es del negocio.**

**La calidad del dato es una decisión de gestión**

**La frase “garbage in, garbage out” no es solo un principio técnico. Es una advertencia estratégica.**

* **No puedes tomar decisiones fiables con datos sucios.**
* **No puedes escalar un modelo predictivo si tus etiquetas son inconsistentes.**
* **No puedes automatizar sin estandarizar.**

**Por eso, el análisis de datos empieza mucho antes del Power BI, del SQL o del Python. Empieza en una conversación:  
¿quién responde por este dato y para qué se va a usar?**

**La cultura del dato no se compra, se construye**

**Uno de los errores más comunes es creer que invertir en herramientas o contratar perfiles técnicos es suficiente para volverse una organización "data-driven". Pero la tecnología sin cultura no transforma nada.**

**Una cultura orientada al dato se basa en:**

* **Rigor en la captura, uso y validación de la información.**
* **Conciencia de que los datos no son neutros ni automáticos: hay que interpretarlos con criterio.**
* **Corresponsabilidad entre áreas técnicas y de negocio.**

**Esta cultura no se construye desde TI, sino desde la dirección y el ejemplo diario de los líderes. Cuando los mandos intermedios y directivos exigen datos de calidad, los procesos y hábitos se alinean. Cuando lo consideran una tarea ajena, la organización se llena de excusas y parches.**

**Nuevos roles para nuevos desafíos**

**La profesionalización del dato ha traído consigo roles cada vez más claros. Estos son algunos que deberías conocer, incluso en organizaciones no tecnológicas:**

* **Data Owner: responsable funcional del dato. Define qué significa, cómo se usa y quién puede acceder.**
* **Data Steward: responsable operativo del dato. Vela por su calidad, consistencia y trazabilidad en el día a día.**
* **Chief Data Officer (CDO): rol estratégico que define la política de datos en la organización. No depende de sistemas, sino de la dirección general.**
* **Data Analyst / BI Analyst: traduce los datos en información útil para tomar decisiones, pero no debería ser responsable de limpiar errores ajenos.**

**Estos roles no son "lujo corporativo": son necesarios si queremos que los datos tengan valor real y no se conviertan en un riesgo silencioso.**

**Conclusión**

**La madurez analítica de una organización no se mide por su tecnología, sino por su disciplina en la gestión del dato.**

**Si en tu empresa los reportes cambian según quién los haga, o si las ventas en Cataluña aparecen en siete columnas distintas… no es un problema del analista. Es un síntoma de que falta gobierno del dato y cultura del dato.**

**Y eso no se arregla con un curso de Excel. Se arregla con liderazgo, roles claros y decisiones conscientes.**

**¿En tu organización hay un verdadero sentido de propiedad sobre el dato o es una responsabilidad diluida? ¿Qué prácticas has visto que realmente funcionen para mejorar la calidad de la información?**

**Te leo en los comentarios.**

**#DataGovernance #CalidadDelDato #CulturaDelDato #TomaDeDecisiones #BusinessIntelligence #TransformaciónDigital #GestiónEmpresarial #DataOwner #DataSteward**

**¿Quieres que prepare un carrusel de LinkedIn con este contenido o un resumen descargable en PDF para compartir con tus alumnos o colegas?**