



# La Verdad Incómoda Sobre Ser 'Data-Driven'

Por qué la tecnología por sí sola no salvará  
tu estrategia (y qué hacer al respecto).

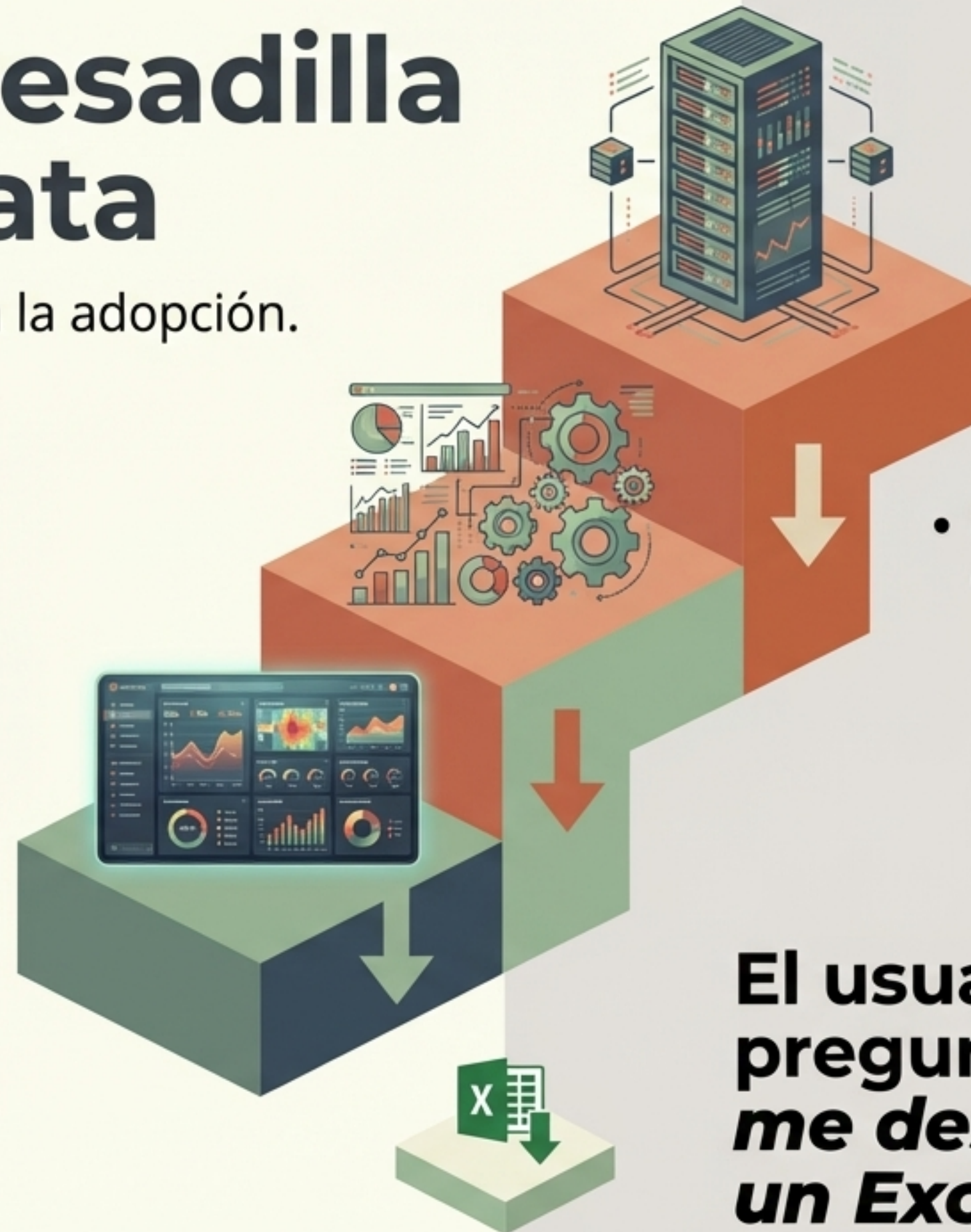
# La Paradoja del FOMO de los Datos

Las empresas están invirtiendo a ciegas por miedo a quedarse atrás, pero la realidad es contundente.



# La Peor Pesadilla del Big Data

La inversión no garantiza la adopción.



- **Paso 1:** Inversión estratosférica en infraestructura.

- **Paso 2:** Meses de ingeniería, despliegue de IA y análisis.

- **Paso 3:** Entrega de un Dashboard de última generación.

**El usuario final acaba preguntando: "¿Cómo me descargo esto a un Excel?"**

# Comprar tecnología no te hace "Data-Driven"

Desde los inicios del Big Data, existe la idea errónea de que la creación de valor es un desafío puramente técnico.



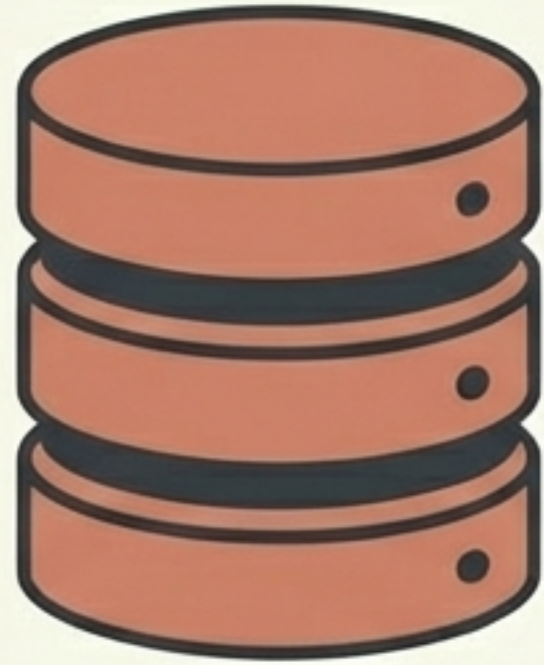
**Creencia:** "Si compramos la plataforma correcta y damos un curso, mágicamente extraeremos valor empresarial."



**Verdad:** "Ser data-driven no es un proyecto de TI. Es una transformación cultural y estratégica."

# El Verdadero Significado del “Data-Driven”

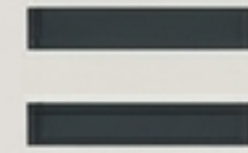
Una organización verdaderamente orientada a los datos utiliza la información como un activo estratégico fundamental, no como un accesorio.



Datos de toda la  
organización



Sentido común y  
experiencia humana



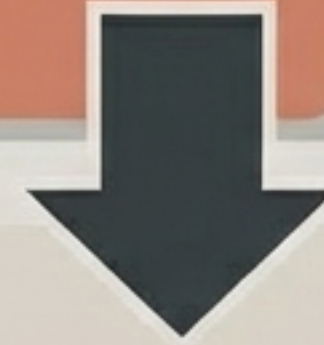
Mejores decisiones  
(Facturar más, gastar  
menos, gestionar mejor  
los riesgos).

# La Regla de Oro: El Negocio Dicta, el Dato Sirve

Una estrategia de datos no se inventa desde cero. Se deriva de cómo la empresa planea ganar el juego contra sus competidores.

## 1. Estrategia de Negocio:

¿Qué significa "ganar" para nosotros?  
¿A qué estamos jugando?



## 2. Demanda Estratégica:

¿Qué capacidad superior necesitamos  
para lograr esa victoria?



## 3. Estrategia de Datos:

Construir y mantener esa capacidad  
específica para toda la organización.

# Caso 1: El Fracaso de la Aseguradora Tradicional

Implementación técnica impecable, adopción nula.



**La Inversión:** Consultores, Data Warehouse, formación en PowerBI.



**El Modelo:** Un modelo predictivo alerta que un cliente clave tiene un 78% de probabilidades de irse a la competencia.



**La Realidad:** El director comercial ignora el dashboard y renueva la póliza basándose en su "instinto de 20 años". El modelo queda abandonado.

# Caso 2: El Éxito del Retail de Moda

La capacidad de datos nace de una necesidad de negocio clara.



- **Objetivo de Negocio:** Ser los más rápidos en detectar y responder a microtendencias para ganar a la competencia.



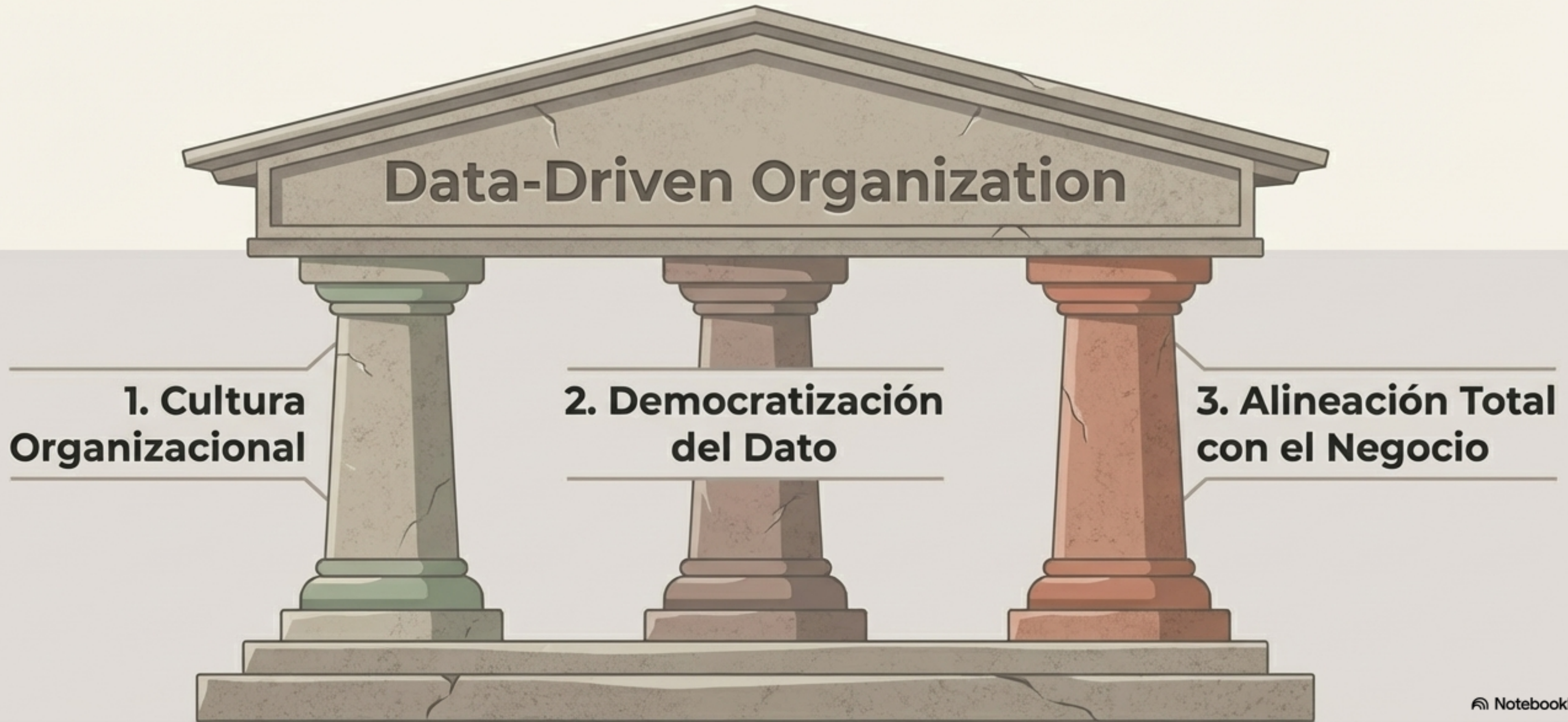
- **Capacidad Requerida:** Motor de análisis que rastrea redes sociales y blogs en tiempo real.



- **La Ejecución:** Identificación de patrones emergentes y envío de alertas automáticas directas a los equipos de diseño y producción.

# El Framework: Los 3 Pilares Esenciales

Para que una estrategia funcione de verdad y vaya más allá de comprar software, requiere dominar tres áreas interconectadas.



# Pilar 1: Cultura Organizacional

No basta con tener datos; las personas deben confiar en ellos y usarlos.



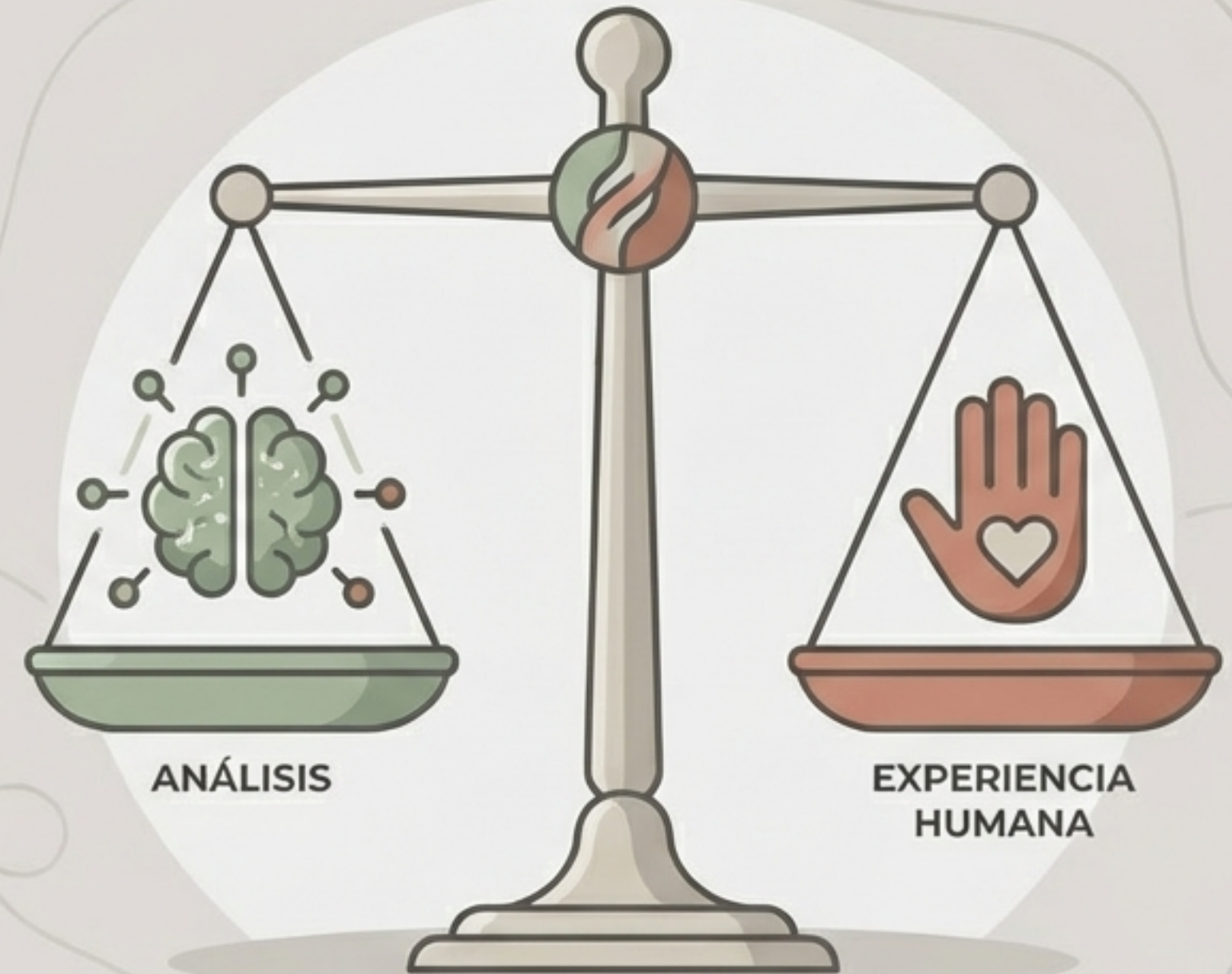
- **El Equilibrio:** El marketing no puede basarse solo en intuición, pero el Data Scientist tampoco puede imponer imponer modelos sin entender el contexto del negocio.



- **La Implementación:** Una cultura de datos no se impone desde arriba con un email del CEO.

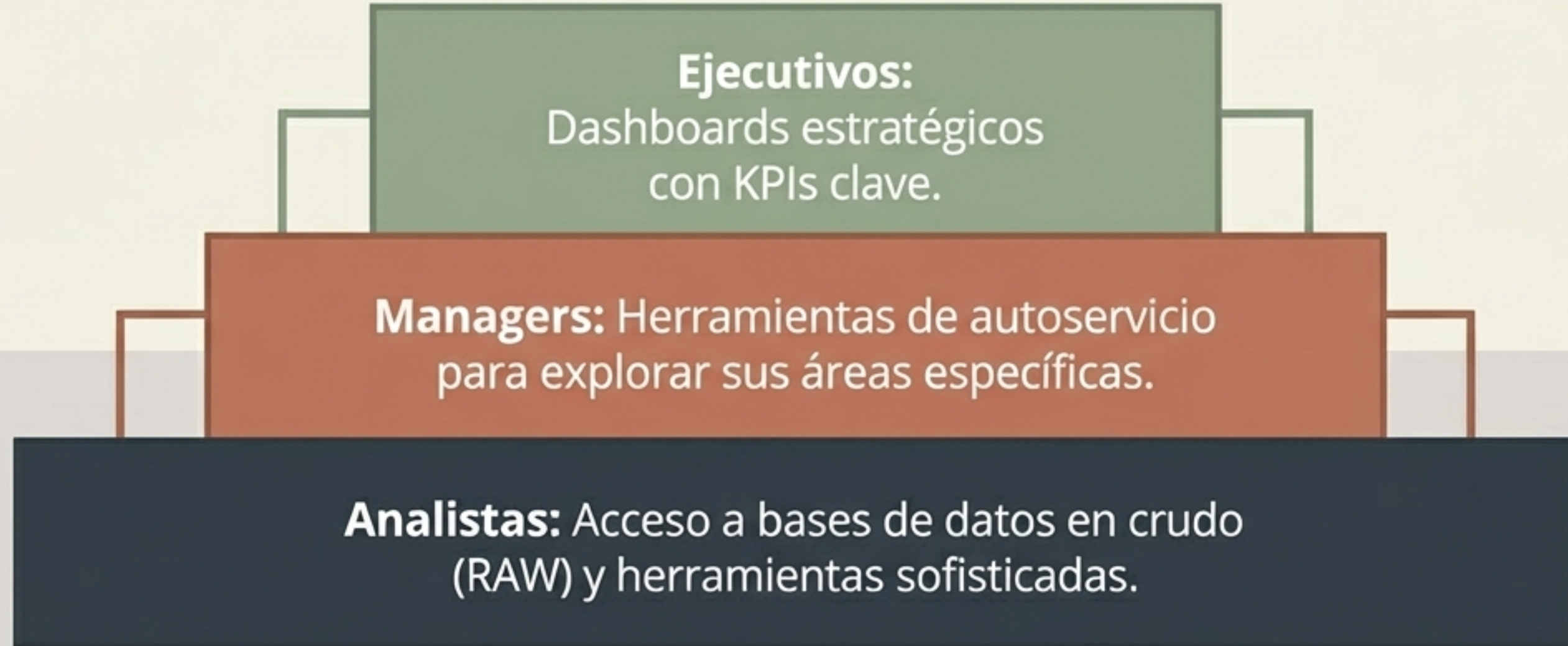


- **El Método:** Se construye con ejemplos, pequeñas victorias ("pico y pala") y demostrando valor continuamente.



# Pilar 2: Democratización del Dato

Evitar el caos del "acceso para todos" mediante niveles estructurados.



El objetivo es el equilibrio perfecto entre empoderamiento y gobernanza. Los datos deben estar accesibles en un formato que el usuario entienda.

# Pilar 3: Alineación Total con el Negocio

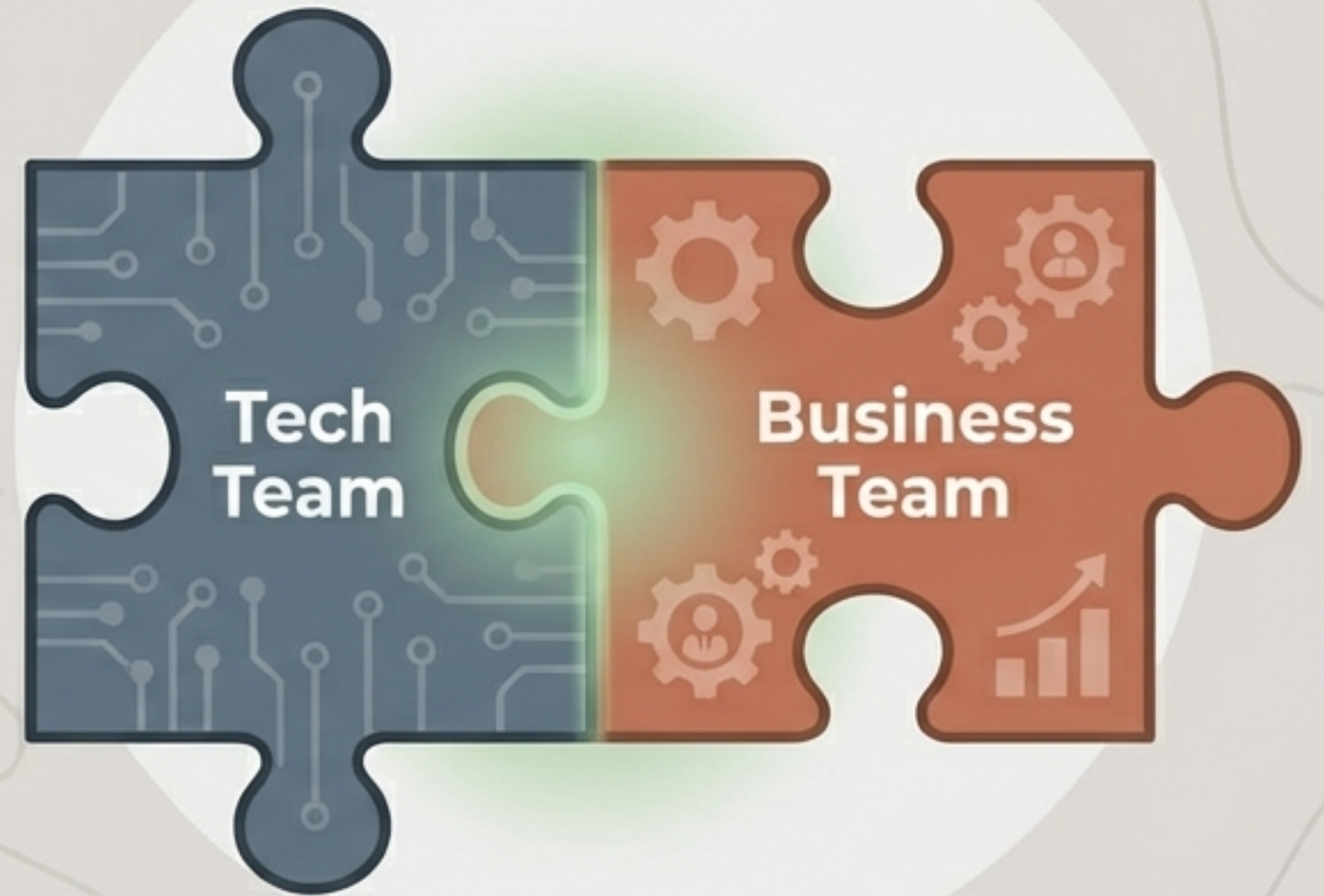
Los proyectos de datos no pueden vivir en una burbuja tecnológica.



- **Sponsor de Negocio:** Cada iniciativa de datos necesita alguien del negocio que "se juegue algo" con el proyecto y tenga un objetivo claro que cumplir.



- **Impacto Real:** Si un proyecto solo le importa al equipo de datos, probablemente no debería existir. Toda métrica de éxito debe estar conectada a un impacto directo en el éxito competitivo.



# Hablar el “Idioma del Negocio”

El equipo de datos debe traducir sus logros técnicos a impacto comercial.

## Idioma Técnico

- "Vamos a implementar un pipeline de ETL en Spark."
- "Hemos reducido el tiempo de procesamiento de datos en un 40%."

## Idioma de Negocio

- "Tendréis datos actualizados de clientes cada hora en lugar de cada semana para reaccionar más rápido."
- "Al procesar más rápido, ventas contacta a los leads en menos de una hora, aumentando la conversión un 15%."

# La Verdadera Transformación

Ser Data-Driven no es implementar un Data Warehouse y dar el trabajo por terminado.

Es cambiar fundamentalmente la forma en que una organización piensa, decide y actúa. Es poner la estrategia de datos al servicio exclusivo de la estrategia de negocio para facturar más, reducir costes y ganar agilidad competitiva.



Primero decides cómo vas a ganar. Después, identificas los datos que necesitas para lograrlo.

# Da el siguiente paso hacia el futuro empresarial

Si estás inmerso en una transformación de datos, descubre cómo conectar toda la cadena de valor empresarial con IA y datos contextualizados.



## Evento Exclusivo SAP

-  - Fecha: 30 de Octubre
-  - Lugar: Llotja de Mar, Barcelona
-  - Destacado: Presentación de Joule, el agente colaborativo de IA de SAP, casos de éxito de clientes y networking estratégico.

**Regístrate Ahora (Enlace en las notas)**