

Transformación Digital

Aplicación de IA y Ciencia de Datos en las organizaciones

Raúl Trejos Espinosa, Líder Comunidad Ciencia de Datos
BAC Credomatic, Costa Rica



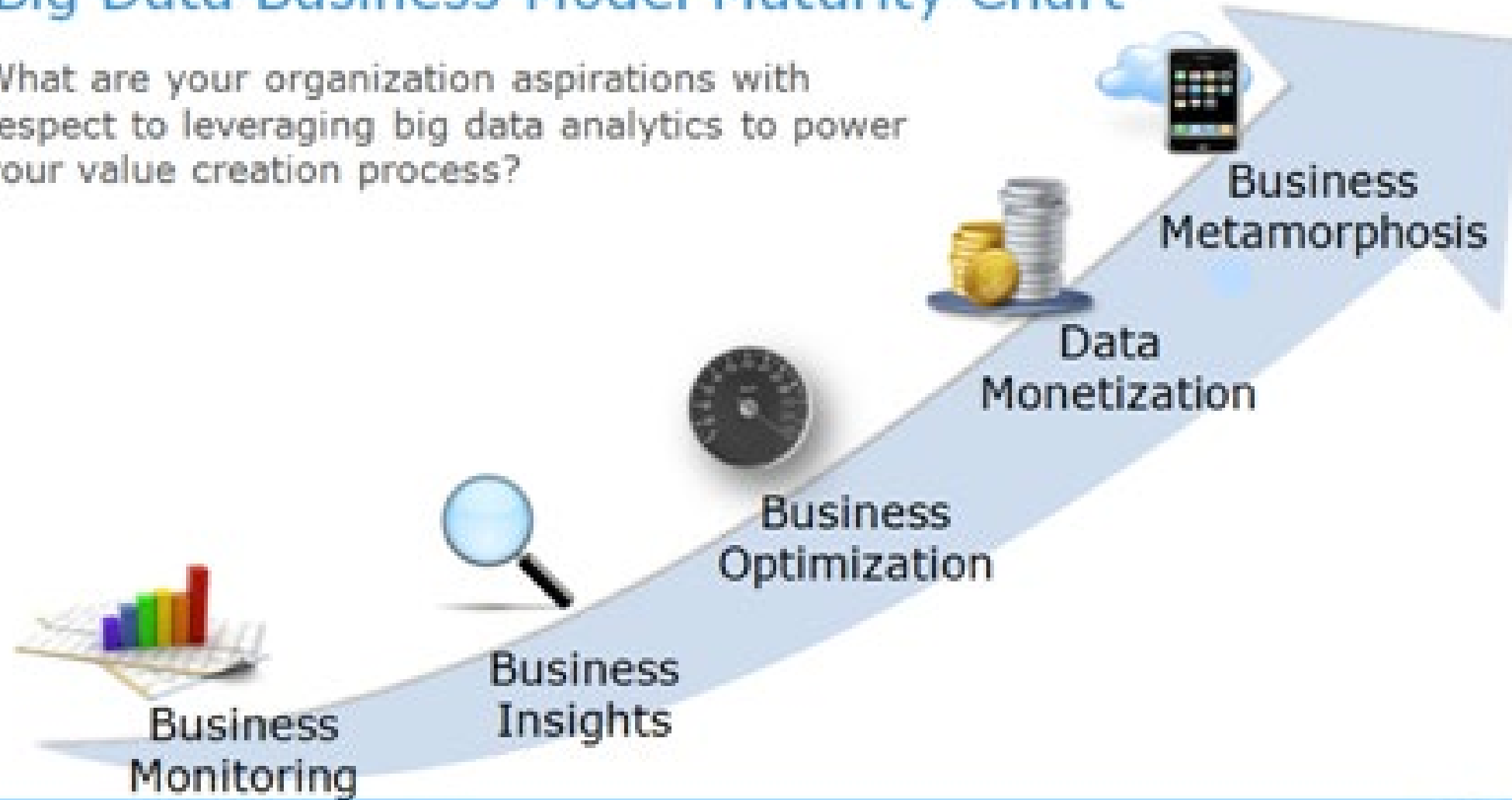
463 EB para el año 2025 (1EB= 1.000.000.000.000.000.000 bites)

- **500 million tweets**
- **294 billion emails**
- **4 petabytes de datos creados en Facebook**
- **4 terabytes creados por autos conectados**
- **65 billion de mensajes por WhatsApp**
- **5 billion búsquedas son hechas**

Los **datos** por si mismos **no tienen valor**, su valor se encuentra en analizarlos para obtener **información** en forma de **hallazgos (insights)** que permitan desarrollar **acciones** que generen **valor en el entorno social**.

Big Data Business Model Maturity Chart

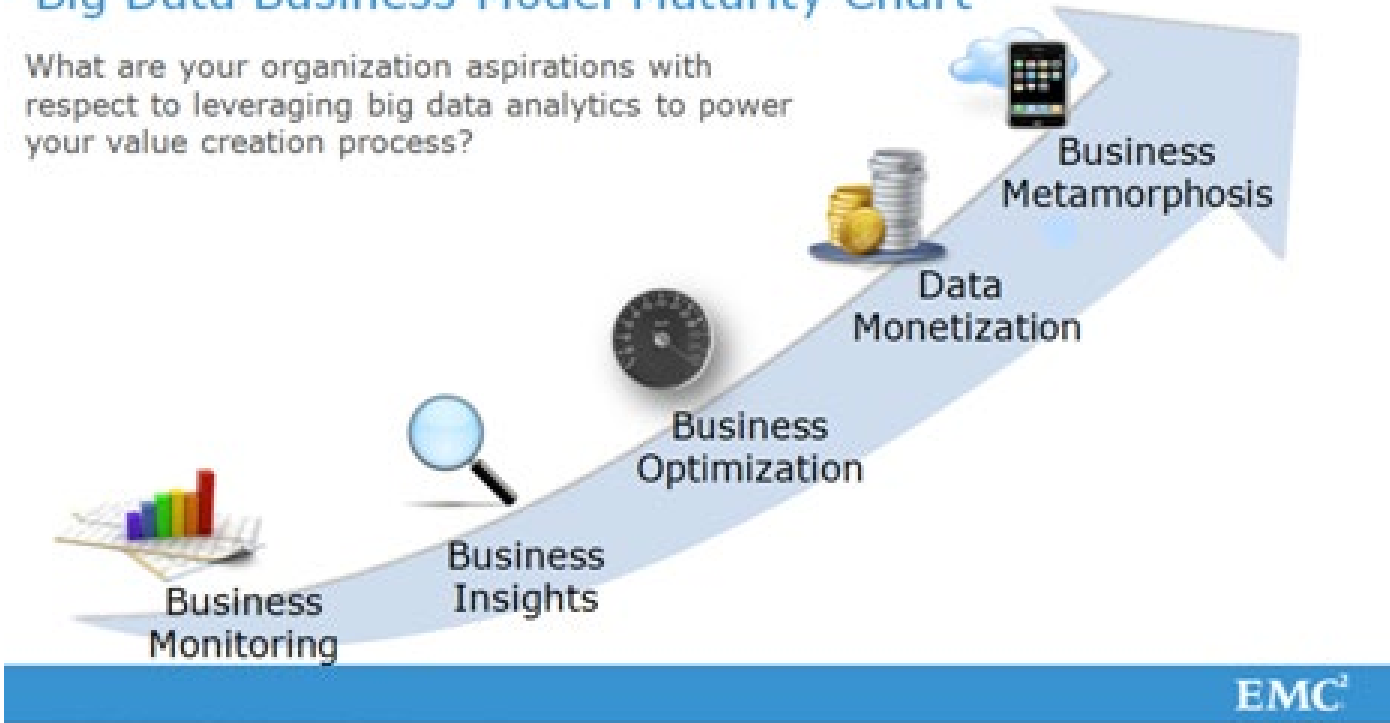
What are your organization aspirations with respect to leveraging big data analytics to power your value creation process?



EMC²

Big Data Business Model Maturity Chart

What are your organization aspirations with respect to leveraging big data analytics to power your value creation process?

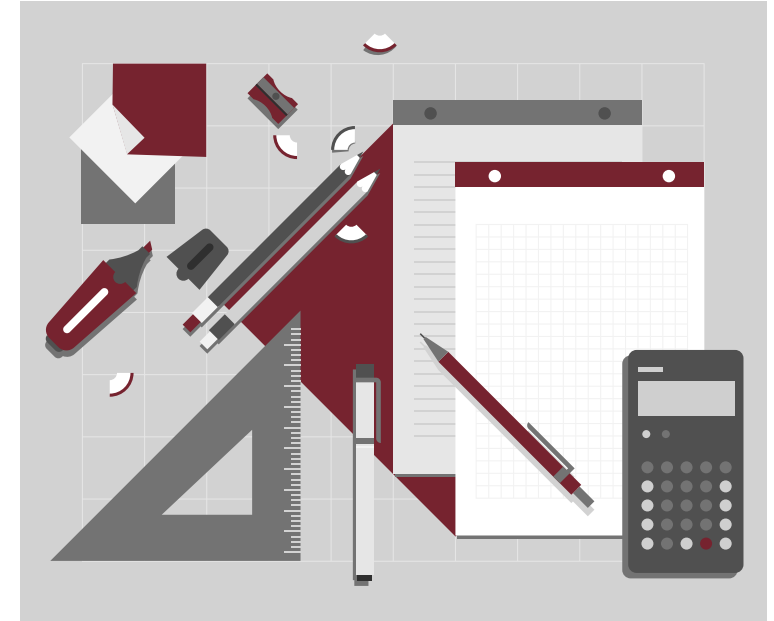


Data Engineers
also known as database administrators and data architects.

Data Analysts
also known as business Analysts.

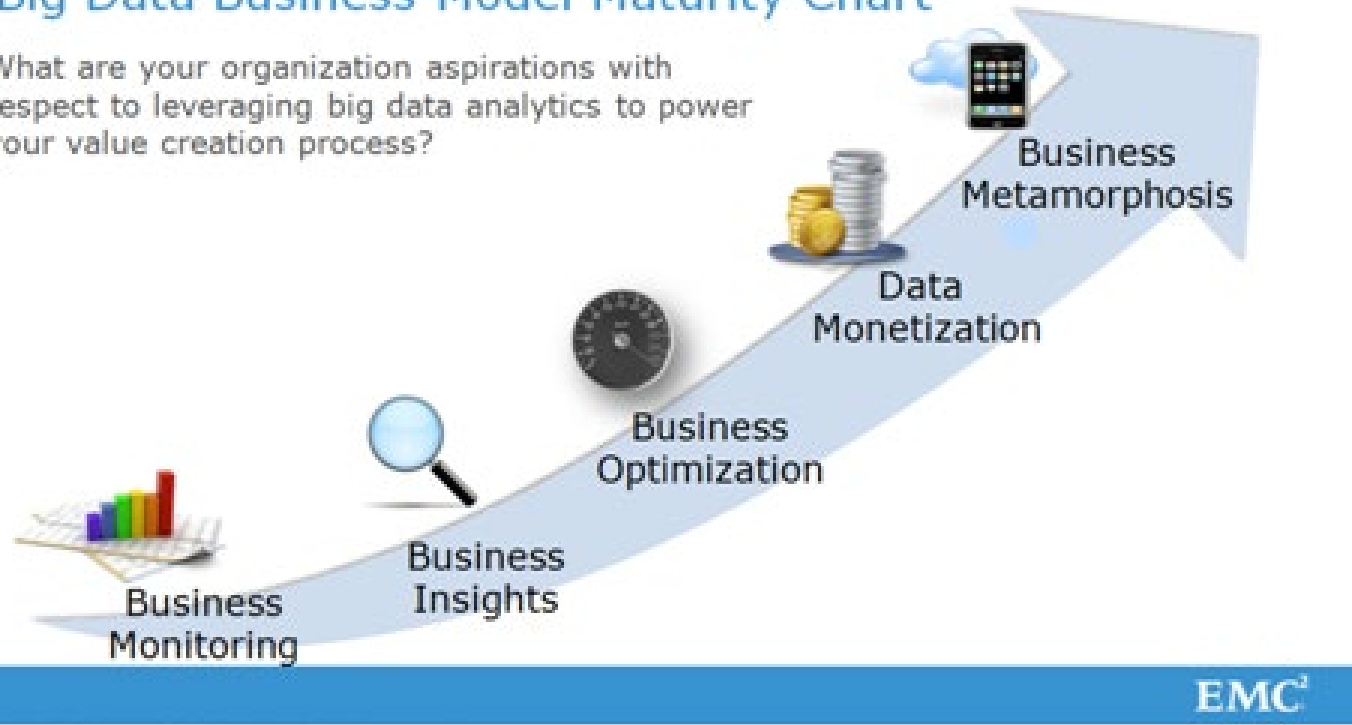
Preguntas: ¿Qué paso? Y ¿Por qué paso?

F1. Monitoreo de negocio (Business Monitoring): las organizaciones apalancan data waterhouse e inteligencia de negocios



Big Data Business Model Maturity Chart

What are your organization aspirations with respect to leveraging big data analytics to power your value creation process?

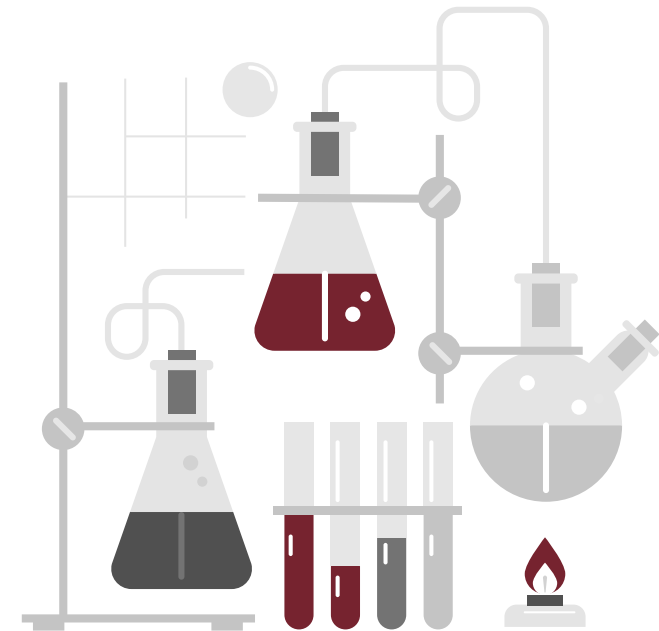


Data Engineers
also known as database administrators and data architects.

Data Scientist
also known as Data Managers, statisticians.

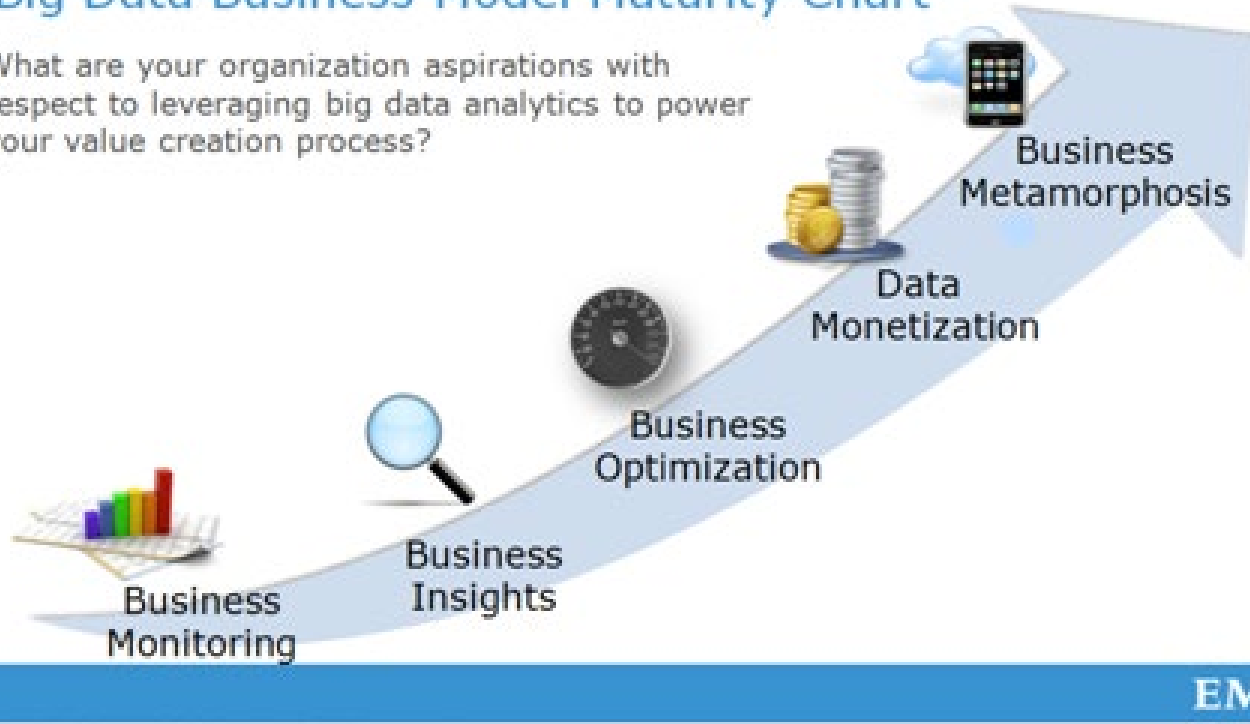
Preguntas: ¿Qué va a pasar?

F2. Hallazgos de negocio (Business insights): esta etapa busca apalancar analítica predictiva para descubrir a los clientes, el producto y las operaciones desde una perspectiva 360 por medio de fuentes de datos externas e internas.



Big Data Business Model Maturity Chart

What are your organization aspirations with respect to leveraging big data analytics to power your value creation process?



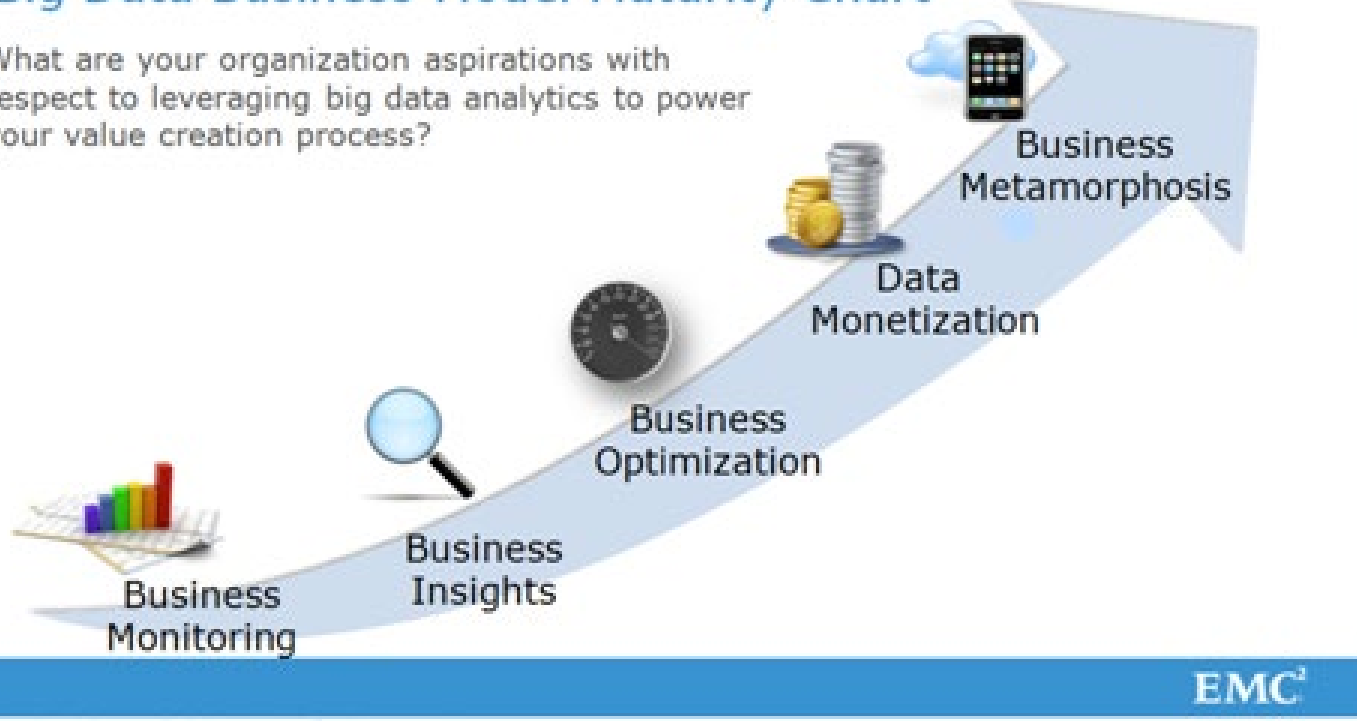
Preguntas: ¿Qué hago con lo que creo va a pasar?

F3. Optimización de negocio (Business Optimization): se aplica analítica prescriptiva sobre le cliente, el producto y la operación con el fin de desarrollar hallazgos (insights) accionables, o recomendaciones a los ejecutivos de ventas, gerentes de negocio, colaboradores de canales y clientes.



Big Data Business Model Maturity Chart

What are your organization aspirations with respect to leveraging big data analytics to power your value creation process?



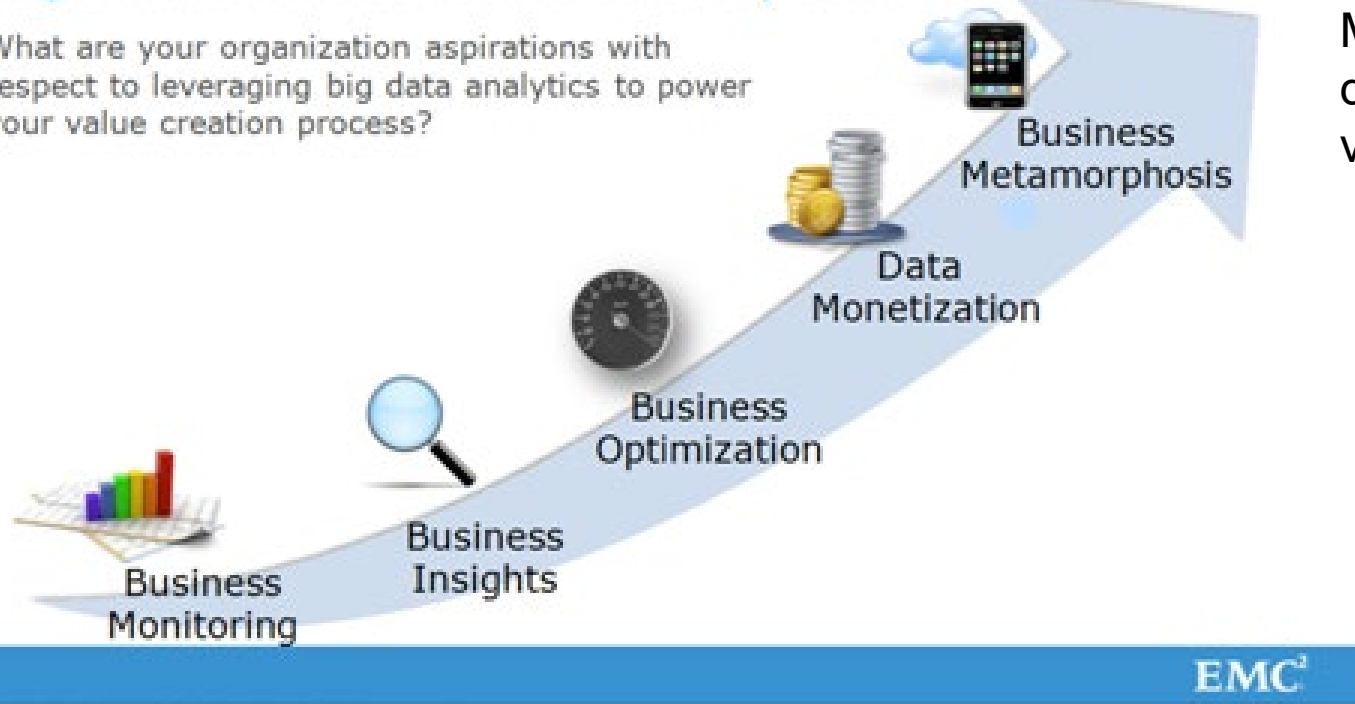
F4. Monetización de los datos (Data monetization): se utilizan los nuevos hallazgos y acciones para generar nuevas fuentes de ganancias integrando la analítica a los productos y servicios para crear productos inteligentes, entrar a nuevos mercados y alcanzar nuevas audiencias.



Toda la organización

Big Data Business Model Maturity Chart

What are your organization aspirations with respect to leveraging big data analytics to power your value creation process?



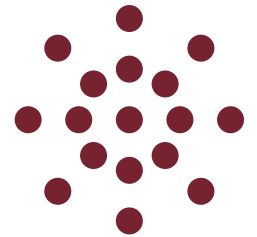
Toda la organización

F5. Metamorfosis de negocios (Business Metamorphosis): se dice que ocurre la metamorfosis de negocio cuando se pasa de vender productos a vender “business as a service”.

Empresas de energía



Optimización de energía



Retail



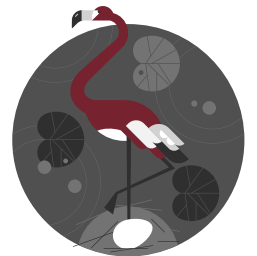
Optimización de compras



Líneas aéreas



Viajes de placer

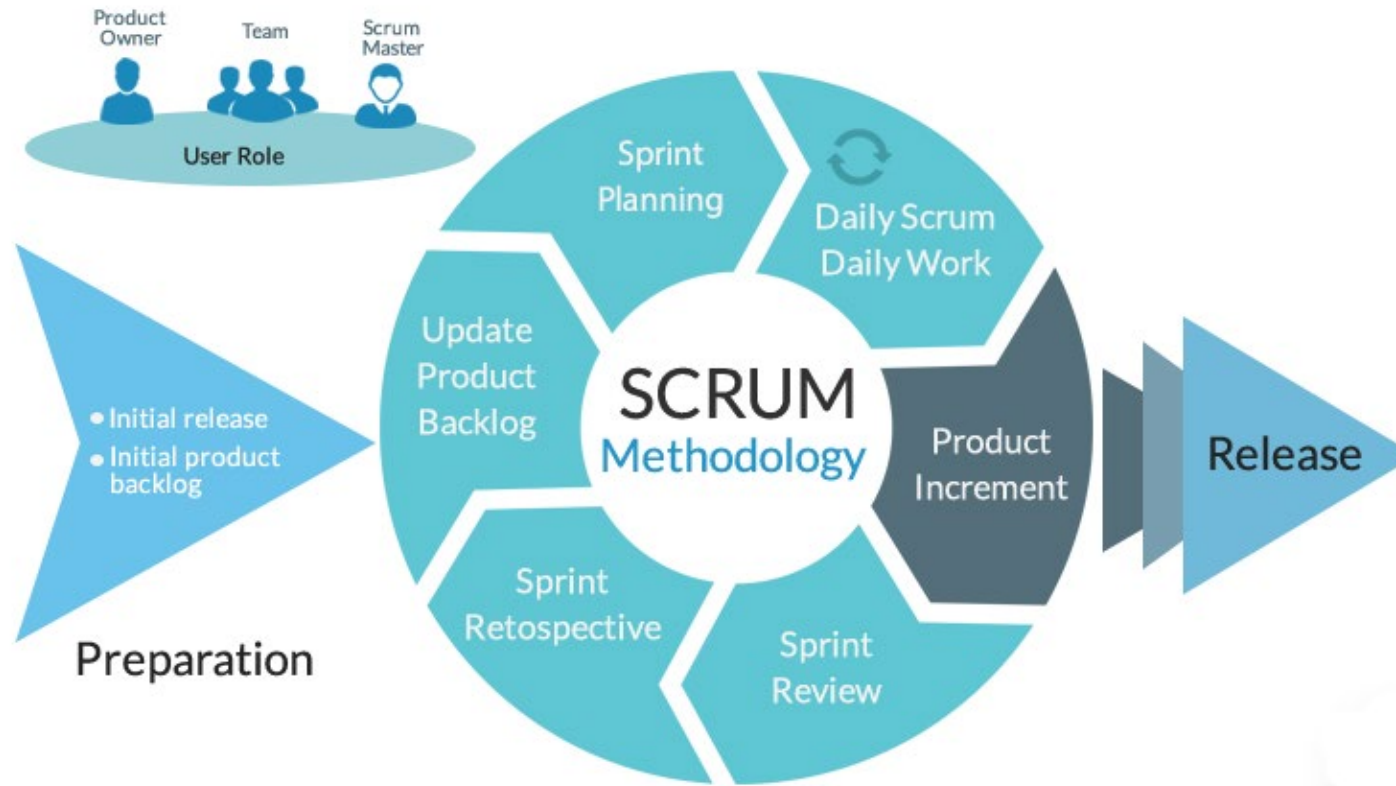


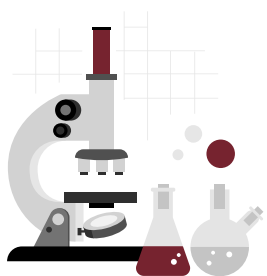
Líneas de pensamiento de la transformación digital

- No piense en Tecnología de Big Data, piense en **transformación de negocio**.
- No piense en Data Warehouse, piense en **Data Lake**.
- No piense en “qué paso”, piense en **“qué va a pasar”**.
- No piense en PCSMA (persona con el salario más alto), **piense en colaboración**.

La **Transformación Digital** de los negocios requiere una **Trasformación de la Cultura**.

Una de las formas de lograr la Transformación de la Cultura es por medio de los marcos de trabajo ágil como SCRUM





Consejos desde la experiencia

- Entienda los roles de la analítica de datos y contrate según su nivel en el índice de madurez.
- Si no tiene el apoyo de la alta gerencia para esta transformación no pierda tiempo haciéndola.
- Si no está dispuesto a cambiar la cultura no se lance en la transformación digital.



Consejos desde la experiencia

- Enséñele a su personal técnico que el objetivo no es generar un modelo de ciencia de datos...el objetivo es crear riqueza aumentando las ventas o disminuyendo los gastos.
- En ocasiones da más valor desarrollar un atributo por la combinación de dos variables que el desarrollo de varios meses de un modelo de ciencia de datos. Construya una plataforma de insights destinado a la predicción.
- Construya un Centro de Excelencia para la formación, retención y promoción de talento en su organización.

“Usted puede tener datos sin información, pero no puede tener información sin datos” Daniel Key Moran



La materia prima de la transformación digital son los datos, adquiéralos, estructúrelos y gobiérnelos para extraer la mayor información, hallazgos y acciones de negocio.

Muchas gracias

Raúl Trejos Espinosa, Líder Comunidad Ciencia de Datos
BAC Credomatic, Costa Rica

