

NIVEL 1 DE 5 - FRAGMENTADO

Diagnostico de test

36%

SCORE

La operacion muestra senales de baja integracion entre procesos, CRM, datos y equipos. La prioridad no deberia ser automatizar mas, sino construir una base operativa minima viable.

* Operacion fragmentada | - CRM desordenado / Deuda tecnologica

test - programacion@epicdanta.com - 22 de julio de 2026

Resumen ejecutivo

test presenta un nivel de madurez RevOps Fragmentado, con un score final de 36/100. El patron principal detectado es Operacion fragmentada. Este resultado es una lectura estructurada de autoevaluacion y debe validarse con entrevistas, CRM y procesos reales.

Ficha rapida del diagnostico

Empresa	test
CRM declarado	Excel / Google Sheets
Tipo de negocio	B2B
Tamano del equipo comercial	4-10 personas
Ciclo de venta promedio	Menos de 7 dias
Dolor principal declarado	Generamos leads, pero no cierran
Prioridad ejecutiva	Generar mas demanda
Nivel de confianza del diagnostico	Alta

Como se calcula el score

Score ponderado por dimension	42/100
Ajuste por desbalance	-6

Arquetipo RevOps detectado

ARQUETIPO PRINCIPAL

Operacion fragmentada

La empresa opera con procesos informales, baja visibilidad y poca conexión entre áreas. El principal reto no es automatizar, sino construir una base operativa mínima viable.

Prioridades:

> Definir lifecycle y proceso comercial > Establecer CRM como fuente central > Crear dashboards básicos > Asignar ownership operativo

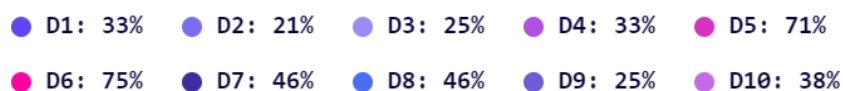
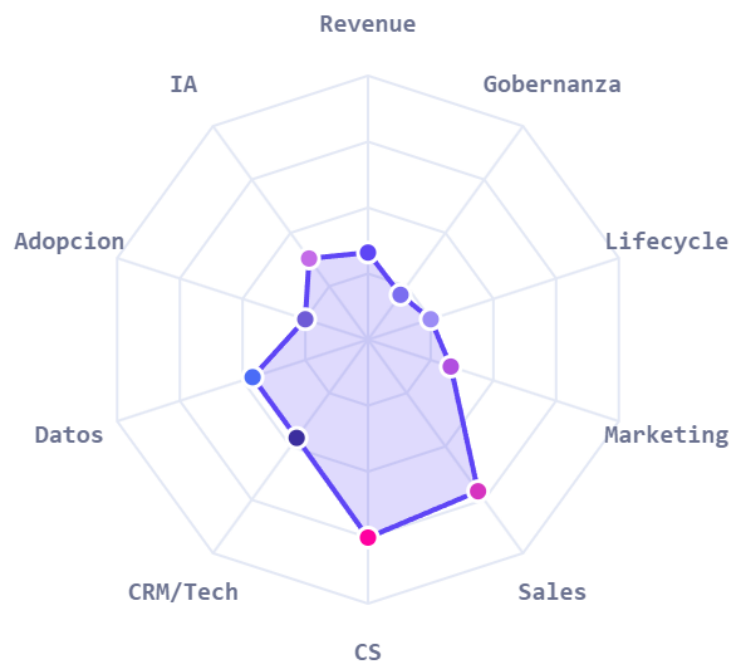
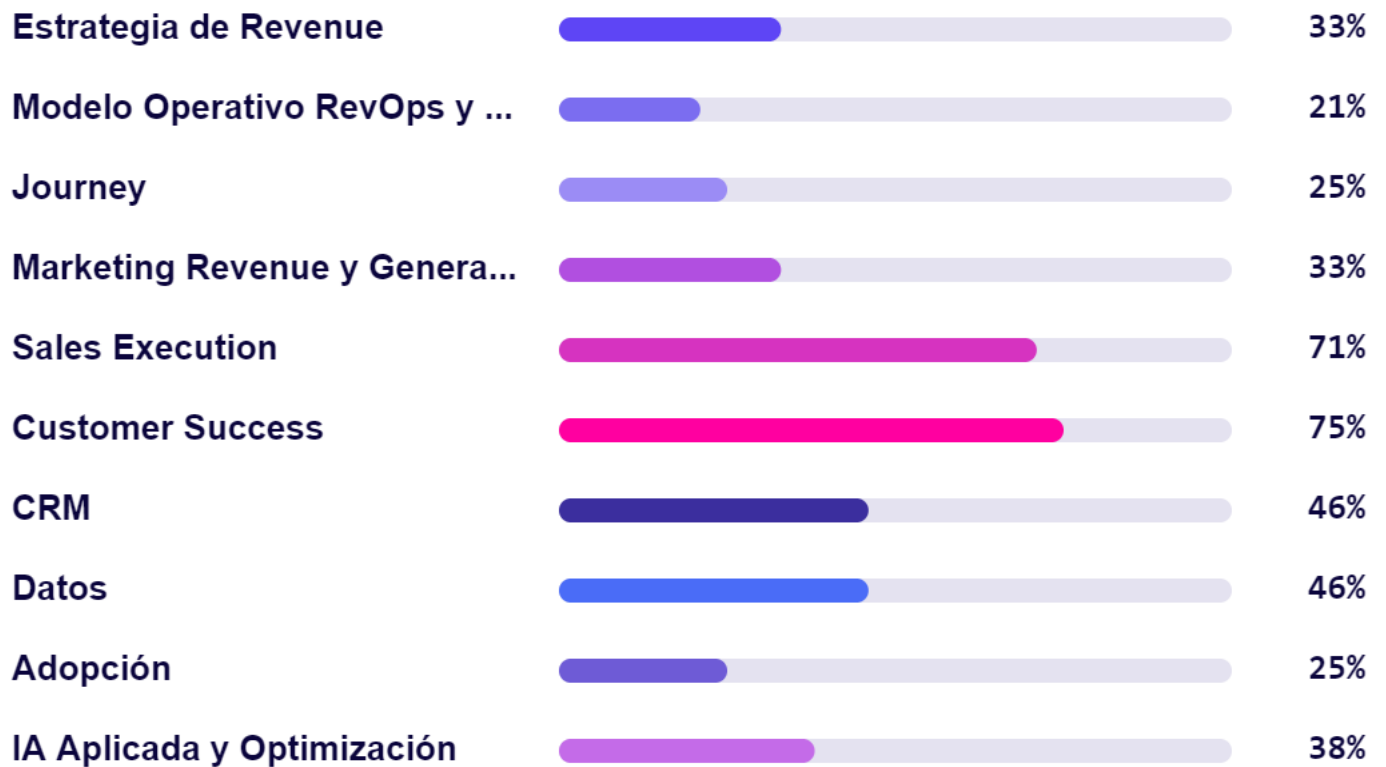
ARQUETIPO SECUNDARIO

CRM desordenado / Deuda tecnologica

El CRM y la estructura tecnologica estan limitando la visibilidad y eficiencia comercial. Probablemente existen campos inconsistentes, datos incompletos, integraciones debiles o procesos manuales.

Madurez por dimension

El score global es agregado; la madurez RevOps depende del equilibrio entre dimensiones.



Fortalezas principales

Áreas donde la empresa muestra mayor madurez relativa. Representan capacidades aprovechables como base para mejorar el resto del sistema.

FORTALEZA

Customer Success, Servicio y Retención - 75%

FORTALEZA

Sales Execution, Pipeline y Forecast - 71%

PUNTO DE PARTIDA

CRM, Tecnología, Automatización - 46%

Brechas críticas

BRECHA CRÍTICA

Modelo Operativo RevOps y Gobernanza - 21%

BRECHA CRÍTICA

Adopción, Enablement y Gestión del Cambio - 25%

BRECHA CRÍTICA

Journey, Lifecycle y Handoffs - 25%

Bloqueadores detectados

[!] Sin CRM central

El CRM no funciona todavía como sistema central de la operación comercial. Esto limita visibilidad, trazabilidad y automatización.

[!] Ventas no usa el CRM

Si ventas no usa el CRM de forma consistente, el pipeline y el forecast pierden confiabilidad.

[!] Lifecycle y handoffs inmaduros

Las etapas del lifecycle o los traspasos entre areas no estan suficientemente definidos, generando perdida de leads y mala experiencia del cliente.

[!] Sin ownership operativo

No existe suficiente ownership sobre RevOps, CRM o datos. Sin responsables claros, los procesos tienden a degradarse con el tiempo.

[!] Baja adopcion general

La empresa puede tener herramientas o procesos definidos, pero si los equipos no los adoptan, la madurez real sera limitada.

Impacto probable en el negocio

Baja visibilidad del pipeline

La direccion puede tener dificultad para entender que oportunidades son reales, cuales estan en riesgo y que ingresos pueden anticiparse con confianza.

Forecast poco confiable

Si el pipeline, las etapas o los datos no son consistentes, el forecast puede depender mas de percepcion individual que de evidencia operativa.

Perdida de leads u oportunidades

Handoffs poco claros, baja velocidad de respuesta o falta de criterios de calificacion pueden provocar que oportunidades reales se pierdan en el proceso.

Dependencia de personas clave

Si los procesos no estan documentados ni adoptados, la operacion depende demasiado de conocimiento individual y se vuelve dificil de escalar.

Automatizaciones con bajo impacto

Automatizar sobre procesos poco claros o datos debiles puede acelerar errores en lugar de resolverlos.

Nivel de confianza del diagnostico

Confianza Alta

El nivel de confianza del diagnostico es alto porque la mayoría de las capacidades fueron evaluadas con claridad. Aun así, los hallazgos deben validarse contra procesos, datos y configuración real del CRM.

Recomendaciones prioritarias

01 - Prioridad para operacion fragmentada

Revisar y definir la base operativa minima RevOps: lifecycle, owners, CRM, datos criticos y reporting ejecutivo. La prioridad no es automatizar mas, sino entender que procesos deben estandarizarse primero para que marketing, ventas y servicio trabajen sobre una misma logica.

Impacto: Mayor claridad operativa y menor dependencia de criterios informales. | Area: RevOps / Gobernanza

02 - Sin CRM central

Establecer el CRM como fuente central de la operacion comercial antes de automatizar o escalar. Conviene validar uso real por equipo, datos criticos, pipelines e integraciones necesarios para direccion.

Impacto: Trazabilidad y base para todo el sistema RevOps. | Area: CRM / Tecnologia

03 - Ventas no usa el CRM

Revisar por que ventas no usa el CRM de forma consistente: si es un problema de proceso, capacitacion, friccion de uso o liderazgo comercial. Conviene definir campos obligatorios y rituales de pipeline review.

Impacto: Pipeline y forecast mas confiables. | Area: Sales Execution

04 - Modelo Operativo RevOps y Gobernanza - brecha critica

La operacion puede estar funcionando sin suficiente coordinacion transversal. Esto suele generar decisiones aisladas, procesos que se contradicen y baja claridad de responsabilidades. La recomendacion es definir ownership RevOps, rituales de revision y un modelo simple de gobernanza operativa.

Area: Modelo Operativo RevOps y Gobernanza

05 - Adopcion - brecha critica

La empresa puede tener procesos o herramientas, pero la adopcion parece ser una limitacion importante. Esto suele deberse a falta de capacitacion, liderazgo, utilidad percibida o exceso de complejidad. La prioridad es entender por que los equipos no adoptan antes de disenar mas procesos.

Area: Adopcion

Patrones combinados detectados

Sales alto + Datos bajos

Ventas puede estar funcionando por disciplina comercial, pero con datos poco confiables para direccion. La recomendacion es revisar calidad del pipeline, definiciones de metricas y dashboards para que la gestion comercial sea mas predecible.

Diagnostico completo por dimension

Score, nivel y lectura por dimension. Sin preguntas ni respuestas individuales.

D1 - Dimension 1 de 10

22% Fragmentado

Estrategia de Revenue e ICP

La empresa necesita fortalecer la base estrategica de revenue antes de optimizar procesos o tecnologia. Sin objetivos compartidos, ICP claro y criterios de priorizacion, marketing, ventas y servicio pueden estar trabajando con focos distintos. La recomendacion es alinear direccion, segmentos prioritarios y criterios de crecimiento.

D2 - Dimension 2 de 10

Modelo Operativo RevOps y Gobernanza

21% - Fragmentado

La operacion puede estar funcionando sin suficiente coordinacion transversal. Esto suele generar decisiones aisladas, procesos que se contradicen y baja claridad de responsabilidades. La recomendacion es definir ownership RevOps, rituales de revision y un modelo simple de gobernanza operativa.

D3 - Dimension 3 de 10

Journey, Lifecycle y Handoffs

25% - Fragmentado

El journey comercial y los handoffs entre areas necesitan mayor definicion. Esto puede provocar leads sin seguimiento, friccion postventa o perdida de contexto del cliente. La prioridad deberia ser mapear el lifecycle completo y definir criterios claros de traspaso entre marketing, ventas y servicio.

D4 - Dimension 4 de 10

Marketing Revenue y Generacion de Demanda

33% - Fragmentado

Marketing puede estar generando actividad, pero aun no esta suficientemente conectado con revenue. La prioridad deberia ser alinear campanas con ICP, etapas del journey, criterios de calificacion y medicion de impacto en pipeline. Esto permitira pasar de metricas de actividad a metricas de negocio.

D5 - Dimension 5 de 10

Sales Execution, Pipeline y Forecast

71% - Integrado

El equipo comercial muestra buena madurez en ejecucion y pipeline. La oportunidad esta en optimizar conversion, velocidad, win rate y forecast accuracy. Una revision avanzada puede detectar cuellos de botella por segmento, vendedor, etapa o canal.

D6 - Dimension 6 de 10

Customer Success, Servicio y Retencion

75% - Integrado

La empresa muestra buena madurez en servicio y retencion. La oportunidad esta en conectar mejor satisfaccion, soporte, expansion y revenue. Una revision RevOps puede ayudar a convertir senales de cliente en acciones comerciales y mejoras del journey.

D7 - Dimension 7 de 10

CRM, Tecnologia, Automatizacion

46% - Reactivo

La empresa cuenta con herramientas, pero todavia puede haber friccion por datos duplicados, automatizaciones parciales o integraciones incompletas. El siguiente paso es priorizar mejoras tecnologicas segun impacto operativo y dependencia con procesos.

D8 - Dimension 8 de 10

Datos, Reporting y Gobernanza

46% - Reactivo

La empresa tiene reportes o datos utiles, pero puede haber inconsistencias en definiciones, fuentes o confianza. El siguiente paso es consolidar metricas clave, automatizar dashboards y definir responsables de calidad y mantenimiento.

D9 - Dimension 9 de 10

Adopcion, Enablement y Gestion del Cambio

25% - Fragmentado

La empresa puede tener procesos o herramientas, pero la adopcion parece ser una limitacion importante. Esto suele deberse a falta de capacitacion, liderazgo, utilidad percibida o exceso de complejidad. La prioridad es entender por que los equipos no adoptan antes de disenar mas procesos.

D10 - Dimension 10 de 10

IA Aplicada y Optimizacion

38% - Fragmentado

La empresa todavia no parece tener una estrategia clara de IA aplicada a RevOps. Esto no necesariamente es negativo si la base de procesos y datos aun requiere madurez. La prioridad deberia ser identificar casos de uso realistas y asegurar que datos, gobernanza y adopcion esten preparados.

Roadmap sugerido 30/60/90 dias

30 DIAS

Diagnosticar y ordenar

- Auditoria de CRM y campos criticos
- Definir lifecycle minimo viable

60 DIAS

Disenar y conectar

- Limpiar datos y normalizar propiedades
- Implementar CRM como fuente central

90 DIAS

Implementar y optimizar

- Implementar mejoras priorizadas
- Medir impacto en conversion,

- | | | |
|--|--|---|
| - Validar resultados del assessment con entrevistas internas | - Rediseñar procesos prioritarios | visibilidad o eficiencia |
| - Revisar proceso comercial real frente al proceso declarado | - Definir owners, SLAs y criterios de lifecycle | - Optimizar reportes y automatizaciones |
| - Identificar brechas críticas en CRM, datos y handoffs | - Ajustar CRM, propiedades y dashboards críticos | - Evaluar casos de IA si la base lo permite |

Siguiente conversacion recomendada

Dado el nivel de madurez detectado, la siguiente conversacion deberia enfocarse en ordenar la base: lifecycle, CRM, ownership, datos criticos y visibilidad ejecutiva. Antes de hablar de automatizacion avanzada, conviene validar que tan consistente es la operacion actual.

Convierta este diagnostico en un roadmap RevOps accionable

Este assessment no reemplaza una revision real de CRM, datos, procesos y adopcion. El siguiente paso recomendado es un diagnostico RevOps guiado.

Epic Danta - RevOps Maturity Score - 22 de julio de 2026