



## **La Data: Un insumo de valor y capitalizable**

Sin lugar a duda, estamos en la era de la información, tiempo en que las empresas manejan grandes cantidades de datos de manera integrada o dispersa, en ese sentido nos detenemos a analizar las necesidades reales de las instituciones.

¿Necesitan las empresas disponer de una gran cantidad de data o en su defecto poder tomar decisiones asertivas en tiempo real? Entendemos que las empresas requieren de Informaciones que aporten valor en la toma de decisiones a través de plataformas tecnológicas, capaces de transformar data dura en informes interactivos.

El manejo correcto de esos datos permite detectar oportunidades, generar interacciones y sobre todo cerrar ventas, pero de no contar con el capital humano con mentalidad analítica capaz de convertir ese insumo en data de valor, sería imposible la capitalización de estos. Es el administrador de datos el encargado de sacar el máximo partido a los mismos para que las empresas logren así una ventaja analítica con relación a los competidores.

En los 90's se hablaba de ventaja competitiva, esta fue introducida por Michael Porter y plantea que las empresas para competir deben disponer de una ventaja sobre sus competidores, que le permita estar en una posición de ventaja y, que, además, sea capaz de mantener en el tiempo. Hoy, en la era de la información se habla de ventaja analítica, partiendo del hecho que las personas son lo que sus datos dicen de ellos. Por lo que, es necesario dedicar tiempo y recursos a analizar dichos datos y el hacerlo bien, dará una Ventaja analítica, que respaldará y afianzará la ventaja competitiva.

A pesar del avance de la ciencia de los datos, esta se enfrenta a un obstáculo que va más allá de la tecnología o de la escasez de talento analítico y es la tendencia del ser humano en guiarse por la intuición y los rumores, de aquí nos surge la interrogante, ¿deben los ejecutivos obviar su intuición, y basar sus decisiones sólo en el uso de datos confiables? Indiscutiblemente no, el olfato de la experiencia sumado a la disponibilidad de datos en tiempo real otorga una verdadera ventaja analítica y competitiva ya que permite la comprobación de lo que se intuye por medio de los datos.

No importa la cantidad de datos que manejemos lo que importa es como se gestionen para convertirlo en data capitalizable, lo que nos permitirá utilizar los datos para identificar y aprovechar nuevas oportunidades como: Movimientos de negocios más inteligentes, operaciones más eficientes, Servicios acorde a las necesidades de nuestros grupos de interés y sobre todo Clientes felices y rentables.

Concluimos señalando la realidad del mercado laboral compañías orientadas a un enfoque de toma de decisiones basado en datos no en intuición, por lo que desde las aulas se debe incentivar la investigación en los estudiantes, el análisis de datos, despertar la pericia investigadora, a través de casos de éxito, a fin de desarrollar en los alumnos las competencias que requiere el mercado laboral.

## **Mariana Fernández**

Docente Escuela de Mercadotecnia, UASD

**CEO CIADEN**