

Mtro. Christian Vázquez Sánchez

Director de Analítica Estratégica y Gestión de Datos en SSI-Soluciones Software Inteligente
christianvs@gmail.com

DATOS: ¿EL NUEVO PETRÓLEO?

TENER INFORMACIÓN CONFIABLE Y BIEN GESTIONADA ES CRÍTICO PARA LAS ORGANIZACIONES QUE BUSCAN SER EXITOSAS. ¿PODRÍA TRATARSE DEL ORO NEGRO DEL SIGLO XXI?

Sin importar la industria a la que pertenezcan, las organizaciones requieren datos para realizar sus transacciones comerciales y atender a sus clientes. Éstos no sólo son el motor de la operación, sino que proveen inteligencia de negocio (*business intelligence*), un conocimiento (*insight*) que permite mejorar procesos y estrategia.

Sin embargo, los datos confiables no se producen por casualidad. En el complejo entorno actual, su correcta gestión depende de un proceso de planeación y diseño, de un gobierno eficiente, así como de aspectos técnicos y tecnológicos efectivos, además del compromiso de todos los integrantes de la empresa para obtener resultados de alta calidad. También implica asegurarse de que la información de clientes, productos y de la operación se encuentren seguros, de tal manera que su uso no sea inadecuado o sin ética (Sebastian-Coleman, 2018). Dicho de otra manera, la confiabilidad y alta calidad de los datos depende del éxito con que se ejecuten las funciones y actividades de gestión.

Hoja de ruta

En una empresa, la estrategia de datos es el mapa de más alto nivel que guía las actividades referentes a la información, de manera articulada con los objetivos de negocio. Ésta permite contestar las preguntas y tomar decisiones respecto de cómo esos activos intangibles deberán impulsar el logro de las metas (Aiken, 2017). Desarrollarla y mantenerla debería ser una de las funciones principales del CEO (Chief Executive Officer) y ser parte integral del plan maestro de la organización.

La estrategia de datos debe dar soporte al plan del negocio en su totalidad, ésta contesta los “porqué”, mientras que su administración responde los “cómo”.

Gestión de datos

El Data Management Body of Knowledge (DAMA-DMBOK) lo define como el desarrollo, ejecución y supervisión de planes, políticas, programas y prácticas que entregan, controlan, protegen e incrementan el valor de los datos y activos de información a lo largo de su ciclo de vida. Abarca tres tipos de actividades:

1 De gobierno. Establecen un sistema de responsabilidades sobre la información, como definir una estrategia, implantar políticas, asignar custodios, así como definir el valor que tiene para la organización.

2 Del ciclo de vida. Estas actividades se enfocan en la planeación y el diseño de los datos, de tal manera que puedan ser utilizados eficientemente. Intervienen la arquitectura y el modelado de información, la construcción del *data warehouse*, la integración de fuentes, la inteligencia de negocio, el *big data*, la ciencia y la gestión de datos maestros.

3 Fundamentales. Se requieren para lograr una gestión consistente e integral. Incluyen la seguridad de la información, la gestión de la calidad y los metadatos.

Beneficios para la organización

Tener claro el “porqué” y el “cómo” de los datos, hace conscientes a las empresas de lo importante que es mejorarlos. De acuerdo con estudios de Peter Aiken, gurú de este tema, 80% de ellos son redundantes,

obsoletos o triviales (ROT). En el entendido de que contar con mejor información llevará a mejores decisiones para generar beneficios económicos, velar por una alta calidad parece un negocio rentable. No cabe duda de que establecer un gobierno de datos y un programa de mejora continua de su calidad únicamente tendrá sentido a la luz de una estrategia.

Napoleón Bonaparte solía decir que no es posible vencer a un enemigo grande con un ejército pequeño. Es importante traerlo a colación porque, en ese sentido, la estrategia de datos permite saber quién es el enemigo y de qué tamaño debe ser el ejército: qué procesos de negocio, plataformas tecnológicas y personas impiden el funcionamiento óptimo de la cadena de suministro de información, para corregir lo que sea necesario con el fin de lograr los objetivos.

Una adecuada gestión de datos ofrecerá a la empresa los beneficios listados a continuación:

- Satisfacer las necesidades de información de la organización.
- Garantizar la integridad de los activos de información.
- Asegurar la calidad de esos activos.
- Preservar tanto la confidencialidad como la privacidad de los datos.
- Impedir el uso inapropiado de la información.
- Garantizar que se utilice de manera efectiva para crear valor.

Por dónde empezar

El primer paso es responder algunas preguntas sobre la organización: ¿Cuenta con una estrategia de datos?, ¿éstos permiten satisfacer a los clientes, crear nuevos modelos de negocio, ser competitivos en el mercado o afrontar la transformación digital?, ¿se puede crear conocimiento a partir de ellos y ser una empresa inteligente?

Si las respuestas son negativas y se requiere afrontar los retos actuales de la economía de la información, se deben dar los siguientes pasos:

- Convencer a toda la organización de que los datos son un activo valioso.

- Adoptar un marco de referencia para administrarlos.
- Hacer una evaluación de madurez de esa gestión.
- Implementar el gobierno de datos.
- Impulsar la estrategia de datos dentro del plan de negocio.
- Implementar el programa para manejarlos, con enfoque en resolver los problemas prioritarios o críticos.
- Repetir. La gestión es un proceso continuo.

¿Petróleo o tierra?

Clive Humby, un prominente investigador británico dijo alguna vez que los datos son el nuevo petróleo (*oil*), ya que pueden ser extraídos y refinados hasta alcanzar un valor capaz de impulsar la economía actual. La frase se ha repetido millones de veces en internet, hasta que se hizo muy popular en el mundo de los negocios.

Contrariado por esa afirmación y en búsqueda de una mejor comparación, Peter Aiken afirma que los datos son la nueva tierra (*soil*), ya que el proceso para obtener valor de ellos es más parecido a la siembra:

“Plante cosas buenas en ella y producirá beneficios vez tras vez. Pero deberá esperar. Trabajar la tierra requiere paciencia y dedicación, pues uno no siembra tomates un martes y los cosecha al siguiente jueves”.

Los datos no producen beneficios por casualidad ni por arte de magia, se requiere una cultura organizacional que los reconozca como activos valiosos que deben protegerse y gestionarse, con el fin de lograr beneficios económicos alineados al plan estratégico.

En la mayoría de las empresas no conciben los datos como un activo, por lo que no tienen una estrategia ni llevan a cabo su gestión. No se dan cuenta de que no hacerlo equivale a no administrar sus recursos financieros, materiales o humanos. Es decir, no se utilizarán eficientemente, habrá desperdicios, se perderán varias oportunidades de negocio y no se creará valor. ❖

