

Mtro. Christian Vázquez Sánchez

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

# Cómo identificar oportunidades de negocio con los datos

Optimizar estas herramientas ofrece certezas y alcances inusitados.

Mientras las empresas se adaptan a la era de la economía digital y sortean los desafíos que dejó la pandemia por COVID-19, los retos tecnológicos y de negocios se siguen acumulando.

¿Cómo incorporar a los planes estratégicos de negocio la Inteligencia Artificial (IA), la ciencia de datos y el Internet de las cosas? ¿Cómo sumar los principios de la transformación digital para competir en una carrera que sucede a toda velocidad? ¿Cómo gestionar y utilizar los datos, principal fuente de crecimiento orgánico de las empresas, para obtener mejores resultados? Éstas son algunas de las preguntas clave en este sentido.

Aun cuando el escenario donde se libra la batalla de los negocios ha cambiado, el tema central persiste: ¿cómo incrementar las ventas, reducir los costos, superar a la competencia, administrar los riesgos y desarrollar nuevos productos y servicios?

Resulta fundamental para las compañías actuales entender que, aunque las preguntas son las mismas, las respuestas provienen de otro lugar, donde la tecnología y los datos son teoremas fundamentales.

## El éxito de un plan estratégico depende de las cualidades comunicativas de los líderes.

A continuación, se esbozarán algunas ideas sobre cómo aterrizar una estrategia de datos que permita identificar oportunidades de negocio que se traduzcan en valor.

### Tendencias en la gestión de datos

La transformación digital y el auge de las organizaciones basadas en datos continúan en todo el mundo. Desde luego, el notable incremento del trabajo remoto y el comercio digital intensificaron esta tendencia.

Los datos se encuentran en el centro de las revoluciones digitales y muchas organizaciones se están enfocando en crear una estrategia al respecto para respaldar oportunidades de negocio, a la vez que cumplen con las exigencias de privacidad y el uso adecuado en relación con terceros.

Además de los datos, las tecnologías y los métodos de gestión, las personas son una fuerza vital en el cambio organizacional hacia la transformación digital. Tanto así, que empresas globales muestran preocupación por impulsar una alfabetización de datos generalizada para implementar una analítica de autoservicio que respalde una ágil toma de decisiones.

### Estrategias de datos y oportunidades de negocio

Hoy, la manera en que se utilizan los datos para transformar los negocios y generar riqueza determina que una empresa sea líder. Las más exitosas los utilizan para tomar decisiones sobre sus productos y servicios, optimizar y crear eficiencia en sus procesos internos y comprender a sus clientes con mayor profundidad.

Todo *Chief Executive Officer* (CEO) moderno tiene claros los conceptos anteriores, pero no necesariamente la hoja de ruta que debe trazar para aterrizarlos. Enseguida, se describirán algunos pasos útiles dentro de estas dinámicas.

### Estrategia de negocio

Se debe pensar como un mapa. Con ella es posible establecer una dirección



## Preguntas útiles para enfocar los casos de uso

- ▶ **¿Cuál es el objetivo?** Por ejemplo: ¿se trata de comprender la edad de los clientes? ¿Se busca identificar ineficiencias en los procesos de diseño, fabricación, logística, ventas o posventa?
- ▶ **¿Cómo medir el éxito?** Cada idea debe vincularse a una métrica o indicador monitoreable para una retroalimentación sobre su éxito.
- ▶ **¿Qué datos se necesitan?** ¿Se sabe lo relevante para lograr los fines o se tendrán que implementar nuevas iniciativas de monitoreo y recopilación? ¿Serán datos internos o externos?
- ▶ **¿Qué tecnologías y habilidades se requieren?** ¿Lo indispensable estará disponible a través de servicios en la nube? Y si hay necesidades más específicas o se trabaja con datos muy sensibles, ¿tendrá que construirse una infraestructura a la medida?
- ▶ **¿Cuáles son los requisitos de gobernanza?** Cuando se trata de datos, especialmente personales y confidenciales, debe haber seguridad de que se está cumpliendo con las leyes y normativas.
- ▶ **¿Quién será el cliente y quién el propietario?** Es muy importante tenerlo claro, porque afecta la forma en que se comunicarán los datos y la manera en que se asignarán responsabilidades.

adecuada. Al definirla con claridad, se contará con pautas y estructuras para desarrollar negocios y planes de crecimiento, así como para lograr objetivos estratégicos y responder con facilidad las siguientes preguntas: ¿qué es lo más importante para que la empresa crezca y tenga éxito?, ¿se buscan ganancias, crecimiento, una mejor comprensión de los clientes y reducir, tanto su rotación como el desperdicio de procesos?

El éxito de un plan estratégico radica en que los miembros de la organización lo conozcan. Es responsabilidad de los líderes comunicarlo y promoverlo.

### Estrategia de datos

Con ella se precisará qué datos respaldarán los objetivos estratégicos y si se tienen o se requiere de alguna iniciativa para contar con ellos. Una buena estrategia de datos no habla sobre aquellos disponibles, sino de qué es lo que el negocio quiere alcanzar, saber o corregir, y cuáles son necesarios para tal fin.

Este proceso también conlleva definir una estrategia de gobierno y una de gestión de datos congruente.

### Casos de uso

Representan el vínculo perfecto entre las partes interesadas del negocio y el equipo de ciencia de datos. Además, su enfoque permite multiplicar el valor económico de los datos basándose en la reutilización.

Cuando se trata de identificar casos de uso de datos, para Bernard Marr el mejor punto de partida está en generar una lluvia de ideas sobre iniciativas que ayuden a alcanzar los objetivos estratégicos.

Desde una perspectiva de alto nivel, hay seis casos de uso fundamentales:

- Optimizar la toma de decisiones.
- Comprender a los clientes y los mercados.
- Crear mejores productos.
- Ofrecer servicios superiores.
- Eficientar las operaciones.
- Monetizar los datos de manera directa.

Vincular estos casos de uso de alto nivel con uno o dos objetivos estratégicos es esencial, pues la gran cantidad de oportunidades que ofrecen los datos hace que sea fácil distraerse. Considerar casos de uso sin saber primero cómo ayudan a lograr los objetivos estratégicos es una receta para perder tiempo y dinero, según Marr.

En suma, se debe pensar en casos de uso prospectivos siempre que se ajusten a un objetivo de estrategia o a una categoría adecuada. Una vez que se cuente con esto, será hora de pensar en cuáles trabajar primero. Se deben priorizar los que ofrezcan mayor valor a la empresa, ya sea porque la vuelven más eficiente y rentable o porque generan ventajas competitivas. 📌