

ENTREVISTA A BILL SCHMARZO, CHIEF DATA MONETIZATION OFFICER,
KEYNOTE SPEAKER DEL DATA & AI SUMMIT 2021

“TRATAR A TODOS LOS DATOS DE LA MISMA MANERA ES UN DESPERDICIO DE DINERO”

El experto en *data analytics* comparte su *know-how* para aprovechar esta herramienta en los negocios.

¿Cómo ha afectado la Covid-19 al data analytics como herramienta clave para los negocios?

Hoy es mucho más importante, ya que las organizaciones están obligadas a hacer “más con menos” luego de los efectos de la pandemia. Eso requiere que las organizaciones adopten el análisis predictivo granular (lo que yo llamo “nanoeconomía”) a fin de tomar decisiones operativas y políticas de forma informada.

¿Qué deben entender las empresas sobre data analytics para poder aprovecharlo realmente?

Primero, deben comprender qué es lo más importante para ellas (iniciativas comerciales clave) y cuáles son los indicadores clave de rendimiento (KPI) con los que medirán el progreso y el éxito. Parece bastante simple, pero muchas iniciativas de data analytics comienzan sin un marco claro sobre lo que están tratando de lograr y qué resultados buscan optimizar. Una vez que se entiende eso, la empresa necesita ejecutar una serie de sesiones de visualización con las partes interesadas de la compañía y el equipo de data analytics para identificar dónde y cómo el análisis puede afectar materialmente esos KPI.

¿Qué habilidades deben desarrollar los equipos humanos?

Primero, es necesario comprender a un nivel básico cómo funciona el data analytics. A eso le llamo “aprender a pensar como un científico de datos”. Segundo, se requiere entender a los clientes, las intenciones de sus clientes y los resultados deseados, y cómo sus clientes determinan el valor. Ahí es donde entra en

juego el design thinking, el lenguaje del cliente. Por último, deben comprender los conceptos básicos de economía de datos, que se trata de la aplicación de data analytics para derivar e impulsar nuevas fuentes de valor operativo, de productos y de clientes.

¿Cómo diferenciar entre la data con valor económico y la que no lo tiene?

Todo está impulsado por los business use cases y el valor comercial de esos casos. No se puede evaluar completamente el valor de los datos de forma aislada al negocio. Los datos que no están vinculados a un caso de uso empresarial no tienen valor. Si no se está cuantificando el valor que brindan los datos para optimizar un caso de uso empresarial, entonces no se están monetizando los datos.

¿Cuáles son los errores más comunes que cometen las empresas con el data analytics en su día a día?

Primero, tratar de desarrollar una estrategia de análisis y datos de forma aislada al negocio. Es el negocio el que determina qué es valioso y qué no lo es, según los casos de uso (o iniciativas comerciales) que persiguen. Y seamos muy claros, no todos los datos tienen el mismo valor;



lo que probablemente sea el segundo problema: debido a que algunas organizaciones no invierten el tiempo para comprender (y cuantificar) los casos de uso más importantes de la empresa y luego imaginar qué datos son más importantes para optimizar ese caso de uso, las organizaciones de TI tratan a todos los datos de la misma manera. Esto genera un gran desperdicio de dinero, de valiosos recursos humanos y la atención de los grupos de interés del negocio.

Si quieres conocer quiénes más serán parte del Data & AI Summit, ingresa a: www.seminarium.pe. ■