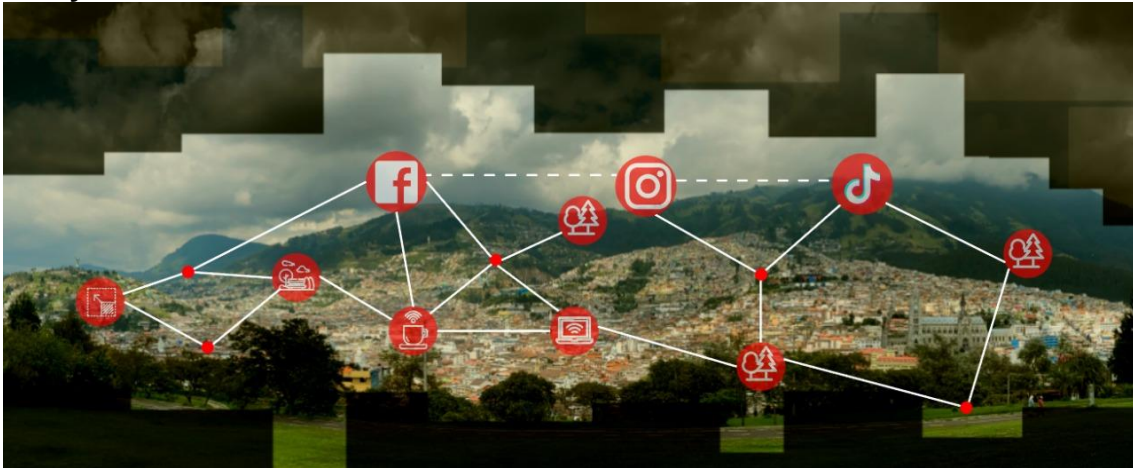


Estrategias de las grandes empresas aplicables en cualquier emprendimiento

Quito, 18 de febrero de 2022

MSc. Mat. Elizabeth Regalado Bolaños
Javier Crisanto
Evelyn Herrera



Dentro del mundo empresarial, el análisis de datos ha tomado mayor relevancia por su capacidad de lograr resultados positivos para la empresa, minimizando pérdidas dentro del mercado. Estos datos son simplemente registros de rastros que dejan los usuarios de la red al realizar una búsqueda en una red social o en páginas como Google, Yahoo!, Bing entre otras; estas páginas demuestran las tendencias de las personas para hacer sus búsquedas por internet y en consecuencia se genera automáticamente una base de datos de información recopilando tendencias o necesidades directas de las personas. Estos datos (estructurados o no estructurados) dentro de la empresa ayudan a que los proyectos, planes de negocio y marketing sean exitosos porque ya se tiene estudiado el mercado, ganando tiempo y dinero dentro de las compañías.

Las grandes corporaciones ocupan estos datos para evaluar el mercado, saber la situación de la competencia e idean propuestas que ayudan a que el producto o servicio sea más llamativo con el objetivo de ganar más clientes y a su vez mantener los que ya poseen. Pero ¿Estos datos pueden ayudar a los pequeños emprendimientos también? La respuesta es que sí, la idea de la data base es recopilar información de toda clase de personas; por esta razón no importa el tipo de negocio o servicio que se ofrezca; por otro lado, tiene más peso la clase de público al que se quiere llegar. En este sentido la información que se obtenga puede ayudar a que el negocio planteado sea mucho más rentable.

En las grandes empresas la aplicación de esta información se puede destinar al área de marketing, donde las estrategias de venta, producción o diseño pueden acortar tiempos dándole fuerza a la idea tradicional donde el “*tiempo es dinero*”. Lo mismo sucede en una escala más pequeña, donde en un pequeño emprendimiento un producto puede tener mejor aceptación que otro. Sin embargo, si no se tomó en cuenta el análisis de datos inicial, la inversión que realicemos puede redundar en un producto menos rentable; en consecuencia, se terminaría con el emprendimiento sin ni si quiera haber empezado.

Al analizar datos y tendencias de un producto, esta herramienta nos proyecta a tener una visión más amplia del futuro del producto, tomando en cuenta que al mismo tiempo se lo puede analizar con el pasado del producto o la competencia del presente, con esto se concluye en una valoración de efectividad de la idea, dando seguridad al impulsor de la misma.

Utilidades del análisis de datos

Aumenta la cartera de clientes, la misma que será la base de difusión del producto o servicio, tomando en cuenta que su estudio periódico ayuda a retroalimentar la información para planificar nuevas ideas acordes a las nuevas necesidades de los clientes.

Almacena y procesa información para la toma de decisiones, donde se considera mediante un barrido de datos las partes más importantes que necesita mejorar o crear la empresa para establecer objetivos y destinos.

Alerta temprana y vigilancia constante, se espera lograr con el análisis de datos, puesto que su estudio periódico puede alertar de una falla dentro de la empresa o marca un indicio para tener precaución antes de que el daño sea irreparable.

Articulación comunicacional, como fuente guía para que todos dentro de la organización se comuniquen; los canales de diálogo ayudan a que la productividad aumente con resultados positivos.

CRÉDITOS



Empresa Golden Companies

Artículo original: Análisis de datos digitales en el Sector privado (2021)

Obtenido de la página web oficial de la Empresa Golden Companies;

<https://www.golden-companies.com/>

Autor del artículo: Alan Pozo

Bibliografía:

- Pozo, A. (2021, 10 diciembre). Análisis de datos digitales en el Sector privado. Golden. Recuperado 21 de enero de 2022, de <https://www.golden-companies.com/2021/12/10/analisis-de-datos/>