

Seminario de Prensa

SAS Institute de México

El Papel de la Analítica en la Toma de Decisiones Inteligentes

Dr. Viterbo H. Berberena González.

Profesor de Ciencias Analíticas.

Consultor Senior en Inteligencia Analítica.

Agenda

1. Antecedentes.
2. Nuevos conceptos.
3. La cadena del valor de la inteligencia.
4. Los competidores analíticos.
5. La analítica aplicada como sello distintivo de la marca de las organizaciones.
6. La ventaja competitiva sostenible.
7. Conclusiones.

Antecedentes

- Competing on Analytic. Working Knowledge Research Report, Babson College, May 2005.
- Competir Mediante el Análisis. Revista Harvard Business Review. Edición Especial, Enero 2006.
- La Cadena del Valor de la Inteligencia. III Simposio Anáhuac de Investigación. Memorias, Febrero 2006. Universidad Anáhuac México Norte.
- Competing on Analytics: The New Science of Winning. Harvard Business School Publishing Corporation, 2007.
- Analytics at Work: Smarter Decisions, Better Results. Harvard Business Press, 2010.

Nuevos conceptos

- **Analítica Aplicada - Analytics.**
- **Inteligencia Analítica – Business Analytics.**
- **Minería de Datos – Data Mining.**

Nuevos conceptos

Analítica Aplicada (Analytics)

- Institute for Advanced Analytics, Michael Rappa Ph.D., Junio 2007, NC State University.
- Disciplina académica emergente.
 - Estadística aplicada, Tecnologías de información, Análisis de Procesos, Comunicaciones.
 - Habilidades especializadas para obtener, explorar y comprender complejos patrones que existen en los datos.
 - Comprensión holística de la interrelación dinámica de los procesos y su entorno en múltiples contextos.
- Definición aceptada por la comunidad académica mundial.

Nuevos conceptos

Inteligencia Analítica (Business Analytics)

- La Cadena del Valor de la Inteligencia, III Simposio de Investigación Anáhuac, Berberena V., Febrero 2006.
- Utilización de la analítica aplicada para la extracción en los datos de complejos patrones de comportamiento .
- Aplicación práctica de las ciencias analíticas que incluye la minería de datos y otras técnicas de análisis.
- Definición comercial aceptado por las empresas y organizaciones a nivel mundial.

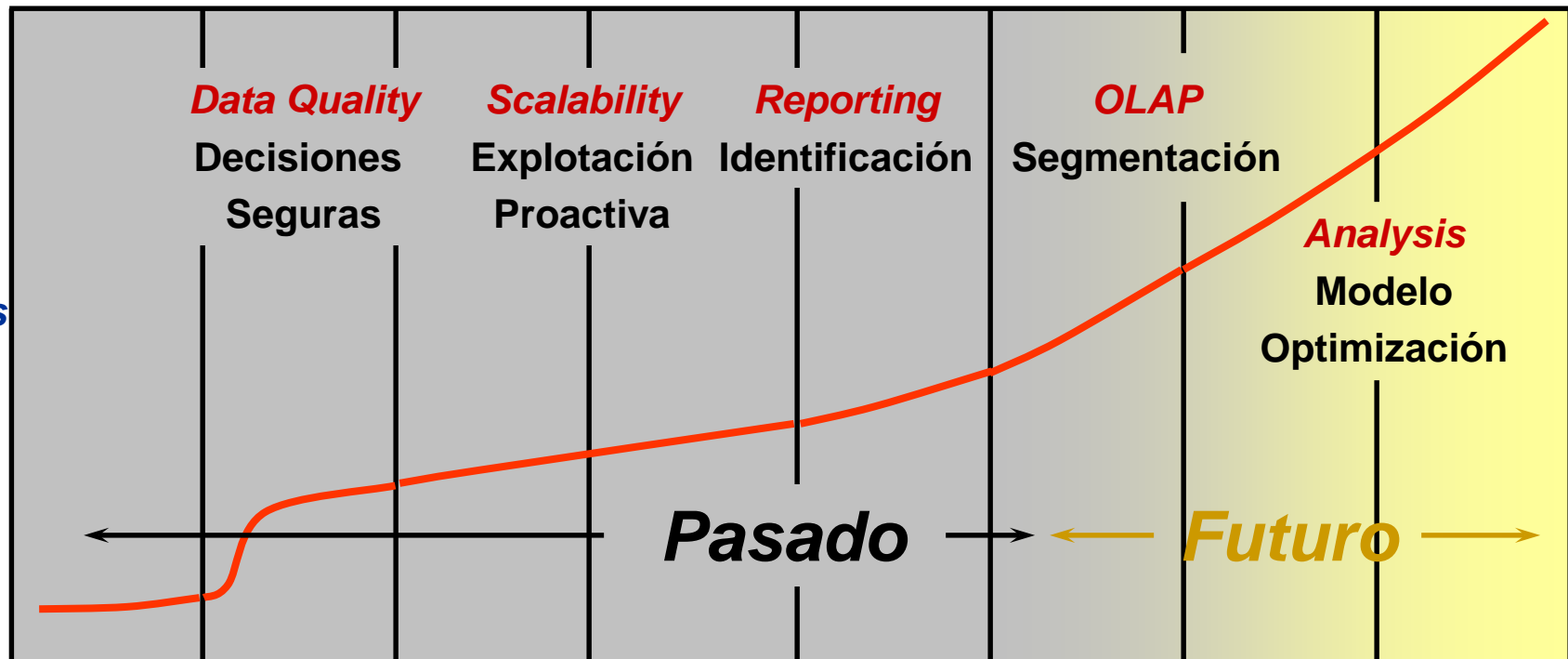
Nuevos conceptos

Minería de Datos (Data Mining)

- SAS Institute, Inc. NC, USA, 1998.
- Proceso de selección, exploración y modelación de grandes cantidades de datos, con el objetivo de descubrir patrones previamente desconocidos y obtener una ventaja competitiva para el negocio.
- Potente fusión del hardware, el software, las grandes bases de datos y el conocimiento técnico de especialistas, analistas y consultores.

Cadena del Valor de la Inteligencia

Datos — Información — Conocimiento — Inteligencia →



Competidores Analíticos

- Dominan en sus respectivos sectores.
- La mejor evidencia y las mejores herramientas cuantitativas.
- Despliegue analítico de alta potencia.
 - Modelos matemáticos y técnicas de optimización.
 - Enfoque de análisis integral.
 - Apoyo de los altos ejecutivos a las estrategias de análisis.

Analítica – Sello de Marca

- Empresas con alto nivel de éxito y crecimiento.
- Modelos de soporte cuantitativo para toma de decisiones (grandes y pequeñas).
- Fuerte cultura de análisis (probar-y-aprender).
- Personas con habilidades para el análisis cuantitativo.
- Realizan cientos de experimentos para probar el mercado.

Analítica – Sello de Marca

- Equipo de analítica aplicada con doctores y maestros en diferentes áreas:
 - Tecnologías de información.
 - Matemáticas y estadísticas aplicadas.
 - Comunicación.

- De sencillas a complejas herramientas computacionales:
 - MS Excel,
 - Minitab,
 - SAS,
 - Cognos,
 - Business Objects,
 - Fair Isaac Applications,
 - SAP,
 - Oracle.

Ventaja Competitiva

- Innovación – Nuevos productos o servicios.
- Tecnologías de puntas.
- Mejoramiento Continuo - Cultura de calidad.
- Fusiones de empresas – Economías de escala.
- **Analítica aplicada – Optimización de los procesos de negocio – Competidores Analíticos.**

Conclusiones

“En una época en la que muchos sectores las empresas ofrecen productos similares y utilizan tecnologías comparables, los procesos de negocio son uno de los pocos espacios restantes de diferenciación. Y los competidores analíticos exprimen hasta última gota de valor de esos procesos”

“Las empresas occidentales incapaces de aventajar a sus rivales indios o chinos en los costos, pueden buscar una ventaja optimizando sus procesos de negocios”

Thomas H. Davenport

Datos de Contacto

Dr. Viterbo H. Berberena González

- Profesor de Ciencias Analíticas del Centro de Alta Dirección en Ingeniería y Tecnología de la Universidad Anáhuac México Norte.
- Consultor Senior en Inteligencia Analítica del Banco Santander y Buró de Crédito en México.



vberberena@anahuac.mx



viberberena@pearson-research.com



vhberberena@santander.com.mx



(52 55) 5328 8060 (CADIT, Universidad Anáhuac)



(52 55) 5531 5324 ext.146 (Pearson Research S.A. de C.V.).