

**39 Jornadas Nacionales de Administración Financiera**  
Septiembre 2019

## **El valor competitivo de la información para las empresas**

**Mauro Andrés de Jesús**  
**Martín Ezequiel Masci**  
**Gabriela Figueroa**  
**Trinidad Tevini**

*Universidad de Buenos Aires*

*Centro de Estudios para Análisis Financiero, CEPAF-IAD-COM*

Para comentarios:  
[martinmasci@economicas.uba.ar](mailto:martinmasci@economicas.uba.ar)

Los datos son ahora el alma de muchas empresas, particularmente en la economía moderna en la que las mismas tienden a centrarse en su área de especialización limitada mientras tercerizan el resto (The Goldman Sachs Group, 2019).

Desde organizar y optimizar procesos complejos de producción de una red de proveedores, hasta el manejo de clientes: su generación, mejora de servicios post-venta y retención. Estas empresas modernas dependen casi por completo de los datos (Fuld, 2010; Tanner, 2014). Naturalmente, tratar de usar datos para establecer una ventaja competitiva parece natural y sencillo. Abundan las anécdotas sobre los éxitos basados en datos (Walker, 2015; Davenport y Harris, 2007), pero la experiencia sugiere que es en realidad es bastante difícil para las empresas usar datos para construir una ventaja competitiva sostenible.

En este paradigma, se configuran un conjunto de teorías basadas en aportes de las ciencias de la administración y las finanzas (Fisher, Marshall y Raman, 2010) basadas en ciencias de datos y su impacto organizacional. Pero, por otro lado, existen aportes de las disciplinas de ciencias cuánticas que impactan en la toma de decisiones y no están creadas ni aprovechadas por los circuitos de generación de valor de valor en una empresa. Este trabajo de investigación explora una articulación entre ciencias computacionales, matemática aplicada y ciencias de la administración para lograr reducir la distancia disciplinar que se encuentra hoy en día (Gonçalves, 2013).

De hecho, identificando ejemplos de empresas que han utilizado datos con éxito mantener una ventaja competitiva es una tarea difícil. Esto motiva a considerar las siguientes dos preguntas: 1) ¿por qué no han podido más empresas construir una competitividad sostenible? y 2) ¿cuándo pueden servir los datos para este propósito?

## BIBLIOGRAFÍA

- Arthur, Lisa (2013). *Big Data Marketing: Engage Your Customers More Effectively and Drive Value*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Davenport, Thomas H (2014). *Big Data at Work: Dispelling the Myths, Uncovering the Opportunities*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Davenport, Thomas H., and Jeanne G. Harris (2007). *Competing on Analytics: The New Science of Winning*. Boston, MA: Harvard Business School Publishing, 2007.
- Davenport, Thomas H., and Jinho Kim (2013). *Keeping Up with the Quants: Your Guide to Understanding + Using Analytics*. Boston, MA: Harvard Business School Publishing.
- Fisher, Marshall L., and Ananth Raman (2010). *The New Science of Retailing: How Analytics Are Transforming the Supply Chain and Improving Performance*. Boston, MA: Harvard Business Press.
- Fuld, Leonard M (2010). *The Secret Language of Competitive Intelligence: How to See Through and Stay Ahead of Business Disruptions, Distortions, Rumors and Smoke Screens*. Indianapolis, IN: Dog Ear Publishing.
- Gonçalves, C. P. (2013). Quantum financial economics. Risk and returns. *Journal of Systems Science and Complexity*, 26(2), 187-200.
- Liebowitz, Jay, Ed (2013). *Big Data and Business Analytics*. Boca Raton: CRC Press Taylor & Francis Group.

- 
- Mayer-Schönberger, Viktor, and Kenneth Cukier (2013). *Big Data: A Revolution that Will Transform How We Live, Work and Think*. New York: Houghton Mifflin Harcourt Publishing.
- Sathi, Arvind (2012). *Big Data Analytics: Disruptive Technologies for Changing the Game*. Boise, ID: MC Press.
- Strongin, Steve *et al* (2018). *The Everything-as-a-Service economy*. Goldman Sachs Global Markets Institute.
- Tanner, John F. (2014) *Analytics and Dynamic Customer Strategy: Big Profits from Big Data*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- The Goldman Sachs Group (2019), A survivor's guide to disruption. Global Markets Institute. Disponible en: <https://www.goldmansachs.com/insights/pages/gs-research/survivors-guide-to-disruption/report.pdf>
- Walker, R. (2015). *From big data to big profits: Success with data and analytics*. Oxford University Press.
- Welton-Rossman, T. (2018). *Tutoring for the Modern Age*. Forbes.