



— Outperform  
the Future —

# MARKET INSIGHT AS A SERVICE,

la capitalización de los datos

SINTEC CONSULTING



La competencia en todos los sectores ha incrementado y las necesidades de los clientes evolucionan de manera acelerada buscando la personalización de los productos y servicios. Además, las decisiones de negocio cada día se basan en mayor producción en *big data* y analítica que están migrando a gran velocidad a la nube con la complejidad que eso implica, para su explotación ágil y productiva. Estos factores resultan en que las empresas enfrentan el complicado reto de determinar el valor y la utilidad de los datos reunidos para luego aplicarlos en soluciones de negocio.

Ciertamente, en el último par de años, la cuantía de *big data* disponible ha aumentado de manera exponencial. Hoy en día se genera una cantidad masiva de datos a partir de diversas fuentes y a una velocidad impresionante, la web, los sensores y las aplicaciones basadas en la nube contribuyen con este flujo creciente de datos. No obstante, el hecho de que las empresas puedan capturar una gran suma de datos no necesariamente significa que los sepan utilizar de manera eficiente.

La realidad es que la mayoría de las organizaciones alrededor del mundo no cuenta con los recursos requeridos para analizar toda la información que poseen. Por ende, gran parte de estos datos se desaprovecha y se vuelve inútil. De hecho, según estudios solamente ***una de cada cinco empresas tiene las herramientas necesarias para reunir, entender y utilizar los datos de manera efectiva.***

En ese contexto, la capacidad de organizar y combinar tanto datos estructurados como no estructurados para luego transformarlos en un “entendimiento” es lo que diferencia a muchas empresas —y su potencial de éxito— de sus competidores. De este contexto nace la solución de Sintec, ***Market Insights as a Service*** (IaaS, por sus siglas en inglés), que ofrece importantes ventajas para el uso provechoso de los datos y que ofrece resultados de datos con requerimientos específicos, a partir de una analítica predictiva e inteligencia de negocios en la nube.

# UNA DE CADA CINCO EMPRESAS TIENE LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS

**PARA REUNIR, ENTENDER Y UTILIZAR  
LOS DATOS DE MANERA EFECTIVA**

En otras palabras, además de ofrecer una mayor comprensión de los resultados y necesidades de cada negocio, esta solución ofrecida aporta los pasos específicos a seguir para aprovechar la información y así lograr las metas que el equipo de liderazgo ha trazado, no solo aproximarse o casi alcanzar el éxito, sino cumplir con el objetivo.

Sabemos que el Software como Servicio (SaaS, por sus siglas en inglés) ofrece entendimiento y analítica a través de diversos tipos de datos registrados en la base de datos de la aplicación de SaaS, pero IaaS va un paso más allá. Este último reúne la información de diversas fuentes, incluyendo SaaS, y combina todos los datos, análisis y mejores prácticas en la industria para generar un entendimiento accionable y ayudar a las empresas a lograr sus metas de negocio. De hecho, **la generación de acciones es un componente clave en las soluciones de Market Insights as a service** y se utiliza para establecer una serie de pasos que las empresas necesitan seguir para cumplir sus objetivos.

## En la actualidad,

**Market Insights as a Service se ha vuelto sumamente popular en diversos campos; por este motivo, el servicio se ha segmentado**



### POR TIPO DE INDUSTRIA:

- Servicios Financieros y Bancarios
- Bienes de Consumo
- Energía
- Manufactura
- Telecomunicaciones y TI
- Sector Público



### POR REGIÓN:

Este servicio se ha implementado en países de América Latina, Norteamérica, Europa, Asia-Pacífico, Medio Oriente y África



### POR TIPO DE DESARROLLO:

Cubriendo tanto los datos de nubes públicas como privadas e híbridas

# MARKET INSIGHTS AS A SERVICE

ES UNA SOLUCIÓN QUE PUEDE APLICARSE A TODO TIPO DE NEGOCIOS YA QUE TOMA DATOS, LOS DEPURA Y LOS CONVIERTE EN PLANES ACCIONABLES.

Esta solución también optimiza y estandariza procesos de negocio y permite a los usuarios tomar decisiones certeras. Esto ofrece numerosas ventajas en múltiples áreas del negocio. Por ejemplo, desde un enfoque asociado con temas comerciales, permite identificar anomalías en el ciclo de ingresos, reducir la cartera vencida y comprender sus causas, conducir la estrategia de negocios al identificar las tendencias de rentabilidad, y ayudar a mejorar la atracción de nuevos clientes. Asimismo, extrae información comprehensiva a partir de los datos disponibles y la traduce en estrategias de retención de clientes para las organizaciones.

Con estas ventajas mencionadas, resulta evidente que la implementación del Market Insight as a Service hace posible incrementar las fuentes de ingreso de los negocios, reducir los costos e incrementar la rentabilidad al ampliar el enfoque en el modelo de operación de la tecnología *cloud* (de nube) y optimizar el entendimiento de los indicadores relevantes para cada negocio.

De acuerdo con algunos estudios, las empresas que aprovechan el uso de fuentes de datos y aplican una analítica con perspectiva, reportan tener mejores resultados en indicadores de desempeño, tales como incursión en nuevos mercados, desarrollo de nuevas fuentes de ingresos y mayor eficiencia en sus operaciones.

Con todo lo anterior, resulta lógico que las empresas estén enfocando el 35% de sus inversiones de TI en Market Insights as a Service y en otros servicios basados en el aprovechamiento de la nube. De ahí que se proyecte que el valor de mercado del *big data* y de Market Insights as a Service alcanzará los 88 mil millones de dólares hacia finales de este año.

***El 90% de la data del mundo se creó en los últimos 24 meses, día a día se genera una cantidad enorme de información y debe existir una estrategia para administrar, almacenar, analizar y traducir en valor lo que actualmente se está generando; mientras más datos, más análisis y mejores resultados.***

¿Los negocios pueden permitirse desaprovechar la oportunidad que los datos ofrecen? Considere todo lo que esta solución haría por ayudarle a recopilar y estructurar, refinar y predecir datos para finalmente obtener información útil a través de ellos y generar planes de acción que habiliten el cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

CIUDAD DE MÉXICO / MONTERREY / BOGOTÁ / SÃO PAULO / SANTIAGO DE CHILE

www.sintec.com  
informes@sintec.com