

A sí se desarrolló el diálogo:

¿Qué es una consultora de datos?

-Básicamente, una consultora de datos es una empresa que se especializa en ayudar a nuestros clientes a tomar mejores decisiones aportando información. Tratamos de acercar todos los datos internos que tienen nuestros clientes, pero también nos encargamos de recopilar información de fuentes externas para minimizar los riesgos en todas las decisiones que se puedan tomar. Esto puede ir desde lanzar un nuevo producto hasta, por ejemplo, mudar un local a otra ubicación. También nos encargamos de automatizar procesos que son muy manuales, desde campañas de marketing hasta, por ejemplo, el recuento y la reposición de stock en ciertas sucursales. Trabajamos con muchas industrias y con distintos tamaños de empresas, pero lo más importante es que po-

TRES LICENCIADOS CORRENTINOS CON UN NUEVO PROYECTO

Los jóvenes marcan presencia

Días atrás, Nayma, una emprendedora que a los 18 años se abre camino instalando una marca propia de anteojos. Ayer, fue el turno de tres profesionales de la economía que han instalado una consultora de datos. Se trata de Alejandro Chain (h), Juan Pablo Jepik, y Maximiliano Ros, quienes visitaron los estudios de LT 7 para participar del programa La Otra Campana con la conducción de Gustavo Ojeda.

tenciamos a la empresa con una herramienta adicional, que puede darle al empresario, además de su experiencia y conocimiento del negocio, la información necesaria.

¿Qué tipo de empresas contratan este servicio?

-La pregunta es relevante porque muchas veces surge la duda debido a que una consultora de datos es algo novedoso. La verdad es que la información muchas veces proviene de la misma empresa. Por ejemplo, tene-

mos clientes que son comercios, industrias como fábricas madereras, por dar un ejemplo, pero también hay clientes que son profesionales independientes.

Eso es importante destacar, esa gama de empresas que contratan este servicio.

-Ahora, por ejemplo, también estamos incursionando en el sector agropecuario. Estamos desarrollando un nuevo servicio que consiste en el conteo de ganado mediante imágenes de drones. Esto es muy re-



MODERNIZAR. Los jóvenes empresarios enfatizaron en que la producción y el comercio a gran escala demandan inversión en buenos inventarios y logística.

levante, especialmente porque acá, en esta misma radio, los productores nos cuentan sobre el problema del abigeato en la provincia de Corrientes y en todo el Norte de nuestro país. El robo de ganado es algo que no se puede prevenir por completo, pero este es uno de los servicios que estamos ofreciendo. No sólo se trata del conteo de ganado, sino también de la localización de los potreros y la evaluación de la calidad de la pastura en determinados lugares.

"Evaluamos lo conveniente y entregamos un informe"

¿Cómo es el paso a paso?

-Lo primero que hacemos ante cualquier proyecto es reunirnos con la persona y entender a fondo sus necesidades. Una consultora, en primer lugar, ofrece soluciones o un servicio ajustado exactamente a las necesidades del cliente. En este caso, como se trata de un servicio más específico, nos encargamos de entender las dimensiones del campo, cuántas cabezas de ganado estarían dispersas por distintas parcelas o potreros. Luego, nos acercamos al establecimiento con el dron, lo desplegamos, recogemos las imágenes aéreas, y esas imágenes se procesan en un modelo de información. Con esas imágenes, elaboramos un reporte que no sólo detalla la cantidad de cabezas de ganado por parcela o potrero, sino también ofrece información sobre el estado del suelo. Evaluamos si es conveniente dejar a las vacas donde están ahora o mudarlas debido a la calidad y vigorosidad del suelo, y eso es lo que se le entrega al cliente finalmente.

¿También están en el mercado inmobiliario?

-Exactamente. También hacemos análisis de oferta del mercado inmobiliario. Este es un servicio bastante solicitado por inmobiliarias porque podemos recopilar la cantidad de casas o departamentos distribuidos en distintos barrios. Hemos realizado este estudio tanto en Corrientes como en ciudades de Santa Fe, por ejemplo. Esto es muy útil porque el mercado inmobiliario es muy volátil. Las inmobiliarias quieren entender si los precios de los inmuebles que están ofertando están acordes a lo que pide el mercado en general y si la tasación de los inmuebles está en precios que permitan una buena rotación y competitividad. Es algo bastante interesante y varía mucho dependiendo de la ciudad. Por eso es muy importante hacer un seguimiento continuo del mercado inmobiliario en general y de la oferta, no sólo en un momento particular, sino también una comparación a lo largo de los distintos meses.

"Nuestra empresa ofrece soluciones a medida"

¿Por qué contratarlos a ustedes? ¿Por qué elegirlos para estar en el mercado? ¿Qué los diferencia?

-Es una excelente pregunta. Lo más importante es que nuestra empresa ofrece soluciones a medida. Desde la base, diseñamos todo para resolver tu problema en particular. Después de eso, no es que nos damos vuelta y se lo vendemos a alguien más. Ese problema es específico y único para vos. Te doy un ejemplo para que se entienda. Uno de nuestros clientes era un comercio con tres o cuatro sucursales. Usaban una de las sucursales como depósito, y muchas veces el resto de las sucursales se quedaban sin producto. Nuestro trabajo fue hacer un mapeo con los números, y cada vez que una sucursal se quedaba sin producto, le llegaba un mail informando la situación. Esto permitió al cliente crecer entre un 22 por ciento y un 25 por ciento mes a mes en ventas reales. Ese es el valor de nuestro trabajo: sumarle tecnolo-

gía a la experiencia y conocimiento que ya tiene el empresario. Y sumo que nosotros tratamos de hacer todo entendible para el cliente. Nos encargamos de lo técnico y damos una solución que sea fácil de comprender. Eso es lo más importante de nuestro trabajo.

Nosotros estamos viviendo en Buenos Aires, pero viajamos mucho, ¿sí? Porque tenemos clientes tanto en la Capital de Corrientes como en la provincia de Santa Fe. Entonces, viajamos bastante, pero la verdad es que no tenemos problema. Como somos varios, cuando tenemos que tener alguna reunión, la pactamos y vamos al lugar que se encuentre. También podemos tenerla vía videollamada en un primer momento, hasta llegar a cerrar un presupuesto o un plan de acción, y ahí sí nos movilizamos hasta el lugar. Pero eso no es un problema. En este momento, tenemos clientes de varios lugares y nos podemos manejar muy bien de esta forma.

Si ustedes quieren especificar cosas, cuestiones técnicas, sería bueno.

-La idea es que al final se entienda qué es lo que se ofrece o qué es lo que se entrega realmente y por qué habría que contratar el servicio. Aunque la parte técnica o estadística está explicada dentro de un informe o presentación, la idea es que el cliente se lleve algo fácil de entender, detallado, y que pueda empezar a accionar. Una de las cosas que nos piden mucho es lo que se conoce como estrategias de localización. Todos sabemos lo que es: "quiero

abrir un kiosco, abro un kiosco y me fue bien; el segundo kiosco, no, lo abrí en otro barrio y no me fue tan bien". ¿Viste cómo es abrir un negocio? Nosotros decimos que se puede minimizar el riesgo de que salga mal. ¿Por qué? Porque podemos estudiar si ese barrio en el que te querés introducir tiene características similares al barrio en el que te fue bien, si la parte demográfica, si el crecimiento en la cantidad de personas que sean tus clientes potenciales tam-

bién se encuentra en este nuevo barrio, si tenés competidores cerca, si el tamaño de los competidores influye, el tránsito de la gente, si hay un buen número de personas caminando por ahí. Todo eso se estudia y, con esa información, le decimos al cliente: "Mirá, este barrio por ahí no es tan buena opción como tal o tal, como otros lugares". Nos encargamos de recoger toda la información de las publicaciones de alquileres, porque también consideramos

que, si tenés, por ejemplo, una maderera, como mencionábamos antes, el costo de alquilar un galpón o depósito para su operatoria es considerable, especialmente si son contratos a largo plazo. Entonces, esa decisión hay que tomarla con cuidado y tiempo, siendo previsores para minimizar el riesgo de que salga mal.

Cada empresa tiene una dinámica distinta. Por ejemplo, algunos clientes conocen más los locales por su vidriera, otros por sus

redes sociales.

-Pasa muchísimo. Muchas veces el método de la libreta, el de almacenar, como se conoce, queda corto.

Entonces, hay muchos galpones enormes, corralones, que no tienen ni idea de cuántos activos tienen. Recordemos cómo se conecta el mundo con ustedes y yo les agradezco la presencia acá.

-Muchas gracias también por la oportunidad. Nuestra página es all4data.com.ar, o nos pueden encontrar en Instagram. El número de teléfono es 3794-894-506.