

Resumen de Prensa



Academia Nacional de Economía

Fecha
Jueves 29 de noviembre

Hora
18:30 hs.

Lugar
Universidad de Montevideo
Dr. Prudencio de Peña 2544

Condiciones
Entrada libre previa inscripción a info@acadeco.com.uy, al teléfono 2915 6724, o confirmando asistencia en [facebook.com/acadeco](https://www.facebook.com/acadeco)

Tercera Mesa Redonda

Ciclo Academia Nacional de Economía 2018

En busca de consensos clave: Educación en la era digital

Exponen:

- María Martha Passadore**
Directora Académica en la Facultad de Ciencias Empresariales y Economía.
- Josefina Maisonnave**
Directora en Initium.
- Patricia Filluelo**
Economista. Experta en Marketing Analítico.
- Victoria Dotta**
Business Intelligence & Pricing en Tienda Inglesa.

El pasado jueves 29 de noviembre, en la Universidad de Montevideo, se llevó a cabo la tercera mesa redonda del ciclo 2018 de la Academia Nacional de Economía: En busca de consensos clave. El tema escogido en esta oportunidad fue: Educación en la era digital.

El Dr. Alejandro Cid dio la bienvenida en nombre de la Universidad de Montevideo.



María Martha Passadore

Su exposición se centró en los desafíos que plantea el futuro laboral y en la necesidad de estimular el desarrollo de habilidades “blandas”

Citando una frase de Tim Cook, señaló que más que preocuparnos por los avances de las máquinas en el trabajo, debemos preocuparnos por que los hombres no se transformen en robots. Para ello es necesario desarrollar la creatividad y todo lo que se conoce como habilidades blandas.



Y este desarrollo se da tanto en la empresa como en la educación.

El desafío pues, es incorporar tecnología, adoptar redes sociales pero mantener el cara a cara y potenciar el análisis de la información y la creatividad a partir del mismo.

Destacó que existen nuevas carreras universitarias de análisis de datos para los negocios.

Josefina Maisonnave.

Se refirió al necesario desarrollo de habilidades estratégicas que el mundo demanda, puesto que ya hoy el avance tecnológico nos modela la vida

En recientes trabajos se señala la cantidad de tipos de trabajo que se van a perder y al mismo tiempo, la cantidad de puestos de trabajo que se van a crear en actividades que hoy no existen.

Los ejecutivos entienden que es importante lograr habilidades estratégicas para resolver problemas, para adaptarse, para liderar sus empresas.



Realizó una breve enumeración de las principales habilidades estratégicas: saber comunicarse, trabajar en equipo, actualizarse permanentemente, ser empático, tener pensamiento crítico, entre otras.

En la iniciativa Initium de la UM, precisamente arman programas de desarrollo de estas habilidades estratégicas, a través de distintos talleres.

Se produjo un intercambio de ideas con los asistentes, acerca de la importancia de la capacitación a los cuadros existentes en las empresas, así como a los niños y se destacó la necesaria capacitación en valores.

Se señaló asimismo como una habilidad estratégica más, la capacidad de anticiparse a los hechos.

Patricia Filluelo

Comenta que tradicionalmente se consideraba que los factores de producción eran: capital, tierra y mano de obra. Hoy en día eso es mucho más complejo y la Data es el nuevo factor de producción.

Cada tres años se duplica la información del mundo. Cada dos días generamos el tamaño de la información que tenía la humanidad hasta el año 2003.



En marketing ya no existe el consumidor homogéneo. La Data nos permite segmentarlo de modos impensables tiempo atrás. El *mass marketing* no va más.

En las Empresas las decisiones se basan en hechos con toda la información críticamente analizada.

La metodología del *business case* es poder armar el caso de negocios previamente basándose en información. Es una manera robusta de tomar decisiones, minimizando los riesgos.

Para entender la información se necesitan equipos que formulen las preguntas correctas y desarrollen las respuestas adecuadas.

¿Y dónde están las dificultades? Los líderes comentaron que no tienen personas capacitadas para entender esos datos. Por ello es clave la formación.

Considera que Uruguay debe seguir estas tendencias del mundo y estar a la vanguardia dando un ejemplo con sus profesionales.

Victoria Dotta

Destaca la importancia de desarrollar adecuados sistemas de información y modelos predictivos, de manera de poder tomar decisiones profesionalizadas, basadas en evidencias y en datos.

Su experiencia es que eso se ha podido desarrollar en una empresa no tecnológica.

Cita el ejemplo de la riqueza de los datos transaccionales de los clientes. Eso permite generar segmentos similares de clientes y permite inversiones en marketing mucho más rentables, dirigidas a un grupo definido.



Detrás hay algoritmos que predicen la demanda, permiten compras más eficientes, pueden medir elasticidades de más de 40 mil productos.

Para este análisis de datos, es ideal contar con profesionales formados en aspectos técnicos, pero que cuenten con habilidades blandas y visión de negocios. De allí la importancia de trabajar en equipos multidisciplinarios.

Se produjo un intercambio de ideas con los presentes acerca de hasta dónde llega el marketing basado en datos y creando necesidades a los consumidores. La respuesta es que la ética y los valores deben permear en todas las actividades de la empresa y que los consumidores están teniendo un papel cada vez más activo al respecto. Se señaló la experiencia uruguaya en certificación en el código de ética de CFA para profesionales de inversiones: la ética paga, se concluyó.



Benavente, Dotta, Passadore, Filluelo, Maisonnave, Cid