

**MIRADAS CON HISTORIA**

# ASÍ TRIUNFAN...

## EL ARTE DE MEDIR

**EL ARTE DE MEDIR RECOPILA, VISUALIZA Y ANALIZA LOS DATOS DE SUS CLIENTES PARA PERMITIRLES TOMAR LAS MEJORES DECISIONES. UN BUEN PUÑADO DE HALCONES DEL ÍBEX 35 CONFÍA EN ESTA STARTUP ESPECIALIZADA EN DATA SCIENCE**

## LO QUE LA VERDAD ESCONDE

**POR FEDE DURÁN**

**LA HABILIDAD DEL MERCADER NO ESTÁ SOLO** en el consabido madrugón. El mercader fino, el mercader de verdad, el que sueña con la logística impecable y la caja registradora llena, desarrolla con los años un afilado sentido olfativo que le permite conocer al dedillo al comprador habitual e intuir los secretos más íntimos del potencial nuevo cliente. Si los procesadores sustituyesen a las verduras (o a los collares de perlas de Tahití), tendríamos una idea aproximada de lo que convierte a El Arte de Medir en una *startup* especial. Porque esta empresa madrileña que nació de la nada en 2011 y nunca quiso recurrir a inversores o entidades financieras se dedica justamente a eso: a desmenuzar los intestinos mismos de quien requiere sus servicios para permitirle entenderse mejor y obrar en consecuencia. ¿*Big data*? Más, mucho más: el *data science*, disciplina en la que

son pioneros en España, recopila datos, por supuesto, pero también los traduce en gráficas inteligibles y los interpreta para determinar dónde están los puntos débiles y fuertes de un negocio y cómo es posible mejorarlo.

Atendiendo a la nómina de El Arte de Medir, cuesta albergar la menor sospecha: Santander, BBVA, Bankinter, Telefónica, Inditex, La Liga, Carrefour, El Corte Inglés o Tuenti han pasado por sus manos. Gemma Muñoz, CEO y cofundadora, se sabía el estribillo. Era una de las pocas personas en el país capaz de manejarse en una especialidad más común en praderas fértiles como Silicon Valley. Los tres bancos citados recurrieron a ella para crear divisiones específicas que maceraran el dato y lo convirtiesen en oro, pero en este caso ocurrió lo que suele ocurrir siempre con los seres inquietos: Muñoz ponía los cimientos, daba forma a la criatura y acababa aburriéndose cuando esta echaba a andar. Su siguiente página fue Panda Security, un salto cualitativo que tampoco llenó del todo sus pulmones, y después vino la aventura *freelance*, tan ecuménica en estos tiempos, y una epifanía

que ya en 2011 la llevaría a embarcarse, junto a Eduardo Sánchez, Chief Data Officer de la *startup*, en la singladura que ocupa esta página. La historia de Sánchez también es curiosa: aunque de ciencias puras, en sus entrañas se cuecen las letras aproximadamente mixtas, pues durante 15 años escribió en *PC Actual*, donde llegó a ser jefe de laboratorio.

El Arte de Medir facturó en 2016 un millón de euros, cantidad que espera duplicar en el próximo lustro. Está presente en Alemania y Chile y prepara el aterrizaje en toda Latinoamérica. Muñoz es actriz habitual del programa Google Partners e imparte charlas en universidades a lo largo y ancho del planeta (incluidas la Complutense y la Politécnica de Valencia). La estructura del equipo es pequeña pero matona: 12 profesionales que combinan habilidades críticas como la visualización del negocio, la emisión de un diagnóstico acertado y el acompañamiento al cliente hasta que es capaz de exprimir los datos por sí mismo. El caso de Yoigo es paradigmático: la teleoperadora tenía un problema con las tiendas físicas por el alto coste que arrastran, así que contrató a la firma española para redoblar el negocio *on line*. Nueve meses después de activar la maquinaria, Yoigo incrementó un 100% su clientela digital.

La consultora Global Institute anticipa que solo en Estados Unidos se crearán gracias al *data science* entre 140.000 y 190.000 empleos en 2018. La demanda, advierte la institución, será hasta un 60% más elevada que la oferta en este ámbito. España, que suele aparecer tarde en los escenarios de más rabiosa actualidad, haría bien en desperezarse y superar la parcelilla del *big data* en la que todavía hoy parece centrar sus energías. El dato en sí vale tanto como un ovillo de lana. Mejor desmenuzarlo como a una rana para ver qué esconde dentro. Saber lo que uno encierra marcará (otra vez) las diferencias entre las grandes organizaciones y los aspirantes de pacotilla. ■



**Gemma Muñoz y Eduardo Sánchez.**