

---

SEBASTIÁN FARIÁS,  
CEO DE MATISI CONSULTING

## Importancia de la ciencia de datos y el análisis de negocios

Frente al incremento permanente y vertiginoso de los datos, disponer de la capacidad de analizar grandes volúmenes de este tipo de insumos permite a las organizaciones extraer información muy valiosa y útil para la toma de decisiones y la definición de estrategias, entre otras acciones.

Tanto la Ciencia de Datos como el Análisis de Negocios proveen a las empresas e instituciones un conjunto de métodos y herramientas para lograr tales desafíos y mejorar sus procesos, la gestión y los resultados en el tiempo.

En materia de toma de decisiones, por ejemplo, ambas disciplinas posibilitan a las organizaciones no sólo analizar datos históricos, sino que también proyectar tendencias hacia el futuro, reduciendo así eventuales riesgos y maximizando las oportunidades que se presenten. Lo anterior se da en áreas relacionadas con la gestión de la cadena de suministros, campañas de marketing y planificación estratégica, por mencionar algunas.

Adicionalmente, mediante el análisis de enormes volúmenes de datos es más fácil para una compañía entender las preferencias y comportamientos de sus clientes, lo que contribuye a proveer servicios y productos como un “traje a la medida”, junto con mejorar la experiencia de los consumidores y elevar su lealtad en el tiempo.

Mientras el Análisis de Datos ayuda a disminuir los costos operativos, fomentar la producción, potenciar la calidad de los productos e incrementar la eficiencia en las operaciones diarias, el Análisis de Negocios detecta ineficiencias y zonas donde se pueden fortalecer los procesos de una empresa, lo que genera una competitividad mayor y una mejor adaptación a las transformaciones del entorno.

En materia de fraudes, el análisis de datos posibilita reconocer en tiempo real actividades sospechosas y eventuales fraudes. Por medio de la utilización de técnicas de modelado predictivo y determinados algoritmos, las organizaciones estarán en condiciones de identificar situaciones anómalas para mantener a salvo sus principales activos y su reputación corporativa.

A la vez, el análisis de datos da la posibilidad a las compañías de entregar una experiencia más personalizada y eficiente a sus clientes, pues por medio del monitoreo continuo de interacciones y preferencias es factible adelantarse a las necesidades de ellos.

En conclusión, las organizaciones que incluyan estas dos disciplinas en su estrategia empresarial estarán en una posición más ventajosa para potenciar la eficiencia operativa, aprovechar las oportunidades del entorno y proveer mejores experiencias a sus clientes.