

## Inteligencia de negocios

### 2A – Modelo de Negocios de Proyecto de Ciencia de Datos

Por David Aarón Ramírez Olmeda

Programa: Maestría en Ciencia de Datos e Información



En el mundo actual las empresas enfrentan desafíos cada vez más complejos en la gestión de riesgos, especialmente en el ámbito del crédito. La creación y mantenimiento de un área interna de riesgo de crédito y analítica de datos implica un alto costo en términos de tiempo, recursos humanos, y financieros. Es en este contexto que nuestro equipo, compuesto por expertos en actuaría y ciencia de datos con una vasta experiencia en diversas industrias, está desarrollando un modelo de negocio que podría clasificarse como **Data Science as a Service (DSaaS)**.

Aunque este modelo es **pseudo hipotético**, ya que se basa en ideas y conexiones reales que estamos desarrollando con algunos colegas, su enfoque principal es la **venta de modelos de riesgo de crédito**. Sin embargo, también se considera la posibilidad de expandirlo a otros tipos de modelos predictivos en el futuro.

El **cliente de los datos** que buscamos son aquellas empresas que, ya sea por limitaciones de recursos o por estrategia, deciden no desarrollar internamente sus áreas de riesgo de crédito o analítica de datos. Estos clientes buscan externalizar estas funciones para reducir costos y enfocarse en su core business, mientras que nosotros les proporcionamos soluciones de alta calidad para gestionar y minimizar los riesgos asociados con el crédito. Este tipo de servicio es especialmente atractivo para empresas que desean aprovechar las ventajas de la ciencia de datos sin tener que pasar por el proceso largo y costoso de formar un equipo especializado desde cero.

El **producto o servicio** que ofrecemos no se limita únicamente a la entrega de los modelos predictivos. Va más allá, abarcando también la interpretación de los datos generados por estos modelos y la asesoría continua para su correcta implementación y uso en las decisiones empresariales. En esencia, ofrecemos una solución integral que incluye tanto el desarrollo como la implementación y el mantenimiento de los modelos, asegurando que se adapten continuamente a las necesidades cambiantes del negocio.

Respecto al **modelo de precios**, es importante destacar que nuestro enfoque es flexible, adaptándose a las necesidades y capacidades de cada cliente. En general, proponemos un esquema de precios basado en el valor que generamos para el cliente, es decir, un modelo basado en el rendimiento o **performance-based pricing**. Esto significa que el costo del servicio estaría vinculado al éxito y la efectividad de los modelos en la práctica, lo que garantiza que ambas partes estén alineadas en términos de objetivos y resultados. Adicionalmente, para empresas con proyectos a largo plazo, podríamos considerar un esquema de suscripción o un pago por uso, dependiendo del volumen y la complejidad del trabajo requerido.

Determinar el **precio** específico para cada cliente requerirá un análisis detallado, que tome en cuenta factores como el tiempo necesario para desarrollar los modelos, la complejidad de los datos y la experiencia del equipo involucrado. Realizar un **estudio de mercado** será crucial para establecer comparaciones entre el costo de nuestro servicio y el costo de desarrollar un equipo interno similar, considerando también el tiempo que un equipo interno podría tardar en alcanzar el nivel de eficiencia y calidad que ofrecemos. De esta manera, el cliente puede visualizar claramente el ahorro de tiempo y recursos, además de los beneficios adicionales que nuestro servicio proporciona.

El **valor agregado** de nuestra propuesta se manifiesta en varios aspectos clave. En primer lugar, la vasta experiencia y el conocimiento especializado de nuestro equipo nos permite desarrollar soluciones robustas y efectivas en un tiempo significativamente menor que el que tomaría a un equipo interno con menos experiencia. Además, nuestros modelos están diseñados para ser duraderos, con necesidad de actualizaciones mínimas, generalmente una vez al año, lo que reduce los costos recurrentes para el cliente. También es importante mencionar que, al externalizar esta función crítica a un equipo de expertos, las empresas pueden centrarse en otras áreas estratégicas, confiando en que su gestión de riesgos está en manos competentes.

Finalmente, es importante destacar que, al trabajar con un equipo que no solo desarrolla sino también mantiene y actualiza los modelos, el cliente se asegura de que las soluciones sigan siendo relevantes y efectivas a lo largo del tiempo, adaptándose a los cambios del mercado y a las necesidades particulares de la empresa. Este enfoque holístico no solo maximiza el valor para el cliente, sino que también fortalece la relación de largo plazo entre nuestro equipo y las empresas con las que colaboramos.

## **Bibliografía**

- Pohl, M., Bosse, S., & Turowski, K. (s.f.). *A Data-Science-as-a-Service Model*. Magdeburg Research and Competence Cluster, Faculty of Computer Science, University of Magdeburg, Magdeburg, Germany.
- Mishra, S., & Tripathi, A. R. (s.f.). *AI business model: an integrative business approach*.
- Guevara, M., Ortega, D., & Monguet, J. M. (2011). *Modelo de Negocio Conceptual con una Vista Sociocultural / A Conceptual Business Model with a Sociocultural View*. Universidad de Carabobo, Universidad Politécnica de Cataluña.
- Barrios, M. (s.f.). *MODELO DE NEGOCIO*. [Versión preliminar].

