

## Nota de prensa

### **Business Analytics, un viaje desde el dato a la acción, y de la acción a la generación de ventajas competitivas, según Neteris**

**Esta ha sido una de las ideas principales del desayuno organizado por Neteris y Oracle en el que se ha mostrado cómo una correcta estrategia de análisis de los datos de negocio puede marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso corporativo.**

**Madrid, 22 de febrero de 2017** – [Neteris](#), empresa de consultoría de gestión y sistemas de información, celebró el pasado 16 de febrero, junto con Oracle, un desayuno alrededor de las diferentes posibilidades de análisis de datos de negocio y sobre cómo cada una de ellas puede ayudar a las empresas a conseguir diferentes objetivos.

El evento ha sido todo un éxito ya que asistieron más de 60 personas representando a 40 compañías nacionales e internacionales, entre las que encontramos un reparto muy sintomático de perfiles técnicos y de negocio, circunstancia que infiere sobre la dimensión que está tomando esta área en el mercado.



El encuentro se abrió con la intervención de Ignacio Romero, Director General de Neteris, quien introdujo la audiencia a la temática haciendo especial hincapié en las motivaciones que deben impulsar a las organizaciones a definir cuanto antes una estrategia de análisis de datos. Romero habló también sobre la evolución que ha experimentado la analítica en las últimas décadas, sobre los diferentes modelos de despliegue y sobre cómo pivotar nuestro modelo de negocio alrededor de una solución de Business Analytics.

Seguidamente tuvo lugar la presentación de Silvia Menéndez, Practice Manager del Área de Analytics en Neteris, quien, a través de un símil representado por un viaje con diferentes estaciones, explicó las distintas etapas del ciclo analítico así como los diversos niveles de adopción en el mercado.

Según Silvia Menéndez, el 99% de las empresas se encuentran en el primer nivel del ciclo, “**el Descriptivo**”, que es el que permite a las compañías descubrir lo que ha pasado dentro de una organización. El 33% de las compañías se encuentra en el siguiente nivel, “**el Diagnóstico**” que es capaz de ir un paso más allá e informar de los motivos por los que han sucedido las cosas. El tercer nivel, o tercera estación del viaje planteado por Neteris, es “**el Predictivo**”, nivel con mucha menor adopción entre las empresas y que ofrece la capacidad de anticiparse a posibles eventos futuros a través de la aplicación de potentes algoritmos matemáticos y estadísticos aplicados a los datos. Finalmente, y con prácticamente un 1% de adopción, , el **Análisis Prescriptivo**, que es capaz de cuantificar el efecto que podrían tener sobre los negocios determinadas acciones, planteadas como escenarios que se introducen en modelos de simulación que permiten decidir sobre aquello que presenta mejores resultados en base a los indicadores de negocio.

*“El objetivo de cualquier empresa es responder a los desafíos del mercado sin tener que perseguir la información, es la información la que debe viajar hacia los directivos cuando algún evento previamente definido ocurre en la organización. Para conseguir esto hay que recurrir a herramientas de Analytics”, comenta Menéndez. “Cualquier compañía, sea del sector que sea, que quiera seguir siendo competitiva está obligada a analizar más y mejor, tanto interna como externamente, es condición sin la que no será posible competir”.*

Se insistió también en que la analítica de datos está dirigida, según el nivel del ciclo analítico en el que nos encontremos, a diferentes perfiles dentro una organización. Así, a modo de ejemplo, se apuntó como el nivel “**Strategic**” se orienta a niveles directivos y el “**Discovery**” a mandos intermedios y analistas.

Posteriormente, Miguel Ángel Jiménez, Responsable Distribuidores & Negocio de Praxair, contó cómo gracias a la solución Oracle Business Intelligence, desplegada íntegramente por Neteris, combinada con una funcionalidad de geolocalización, la multinacional pudo resolver problemas complejos relacionados con el *pricing* de sus productos dentro de las redes de distribución.

Tras esta intervención, Juan Diego Ruiz, Business Analytics Sales Consultant de Oracle, hizo una demo donde mostró el potencial y la sencillez de uso de algunas de las soluciones de *analytics* de Oracle, algunas de las cuales sorprendieron a la audiencia ya que en directo y usando la solución Big Data *Discovery*, se pudo realizar un análisis que acabó mostrando los lugares de Manhattan en los que el sector del taxi recibía mejores propinas.

Por último, tomó la palabra José Luis Pérez, Practice Manager de Neteris, el cual cerró el evento mediante un ejercicio en el que nos presentó a un personaje ficticio, al que se le plantean una serie de problemáticas y objetivos de negocio para cuya consecución tuvo que recorrer las diferentes etapas del ciclo analítico, un ejemplo muy didáctico para afianzar los conceptos que se habían presentado en las ponencias anteriores.

**Sobre Neteris**

Neteris nace en 2008 como Consultoría de Gestión y Sistemas de Tecnología de la Información con la intención de aportar a sus clientes excelencia y la máxima optimización de sus inversiones TI. Se trata de una compañía de capital 100% español, en la que confían más de 80 compañías de todo el mundo.

Fundada por profesionales procedentes de Oracle y CGEY, Neteris es una compañía altamente experimentada en proyectos de Implementación de Soluciones Oracle, que en tan sólo 8 años ha conseguido posicionarse como uno de los partners más destacados en el despliegue de Tecnología y Aplicaciones Oracle.

La consultora ofrece a sus clientes servicios de análisis, transformación y gestión de necesidades de negocio a través de la implementación de cualquier tecnología, en concreto la que sea más adecuada para la realidad de cada uno de sus clientes.

**Para más información:**

Neteris– Tel.: 900 902 049  
Guadalupe Carton  
[guadalupe.carton@neteris.com](mailto:guadalupe.carton@neteris.com)

Art Marketing – Tel.: 91 351 31 51  
Rosa Hernández (629 770 005)  
[rosa@artmarketing.es](mailto:rosa@artmarketing.es)

**AVISO LEGAL:** En el caso de haber recibido este correo electrónico por error, rogamos nos notifique inmediatamente esta circunstancia mediante su reenvío a la dirección electrónica del remitente.

Los datos personales que Ud. nos haya facilitado y, especialmente su dirección de correo electrónico, figuran incorporados a un fichero con el fin de gestionar nuestras relaciones y cuya responsabilidad corresponde a ART MARKETING COMUNICACIÓN Y ARTE, S.L. que garantiza el tratamiento de sus datos de carácter personal de conformidad con la Ley Orgánica 15/1.999 de Protección de Datos de Carácter Personal. Ud. podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición ante ART MARKETING COMUNICACIÓN Y ARTE, S.L. en Carretera de Húmera, 19 28224 Pozuelo de Alarcón Madrid.

De conformidad con la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, le solicitamos el consentimiento para el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales, consentimiento que entenderemos otorgado, salvo que Ud. nos indique, por este mismo medio y en el plazo de siete días naturales, su oposición al tratamiento de sus datos con fines promocionales.