

De la Simulación a la Solución

¿Cómo los Datos Sintéticos Están Transformando la Toma de Decisiones en el Marketing Latinoamericano?

dipli



Resumen

En la era del big data y la inteligencia artificial, los datos sintéticos emergen como una herramienta clave para superar limitaciones de acceso, privacidad y representatividad en la investigación de mercados. Este artículo analiza el estado actual del desarrollo y uso de datos sintéticos, su aplicación en áreas como la experiencia de usuario, el retail y los sistemas financieros, así como su potencial para acelerar la innovación en América Latina. A través de una revisión crítica de literatura técnica y reportes del sector, se discuten las ventajas y limitaciones de esta tecnología, especialmente en contextos como el colombiano, donde el acceso a datos reales puede estar restringido. Se concluye que los datos sintéticos, si bien no sustituyen la interacción humana, ofrecen un complemento valioso que puede democratizar la analítica avanzada y fomentar productos más inclusivos, seguros y personalizados.

Palabras claves

Datos sintéticos, inteligencia artificial, privacidad de datos, experiencia de usuario, innovación digital, América Latina.



¿Por qué los datos sintéticos están captando la atención del mundo digital?

La necesidad de contar con datos de alta calidad para entrenar modelos de inteligencia artificial ha impulsado el desarrollo de técnicas para generar datos artificiales con propiedades estadísticas similares a las de datos reales. Estos datos sintéticos permiten simular escenarios, validar hipótesis y entrenar algoritmos sin comprometer la privacidad de individuos o depender de extensas campañas de recolección de información (European Data Protection Supervisor, 2023).

En campos como la medicina, la conducción autónoma o la investigación de experiencia de usuario, los datos sintéticos ya están demostrando su valor como insumos confiables para la experimentación y el desarrollo de productos.

¿Estamos ante una solución a la escasez de datos reales?

Uno de los grandes aportes de esta tecnología es su capacidad para cerrar brechas en la cobertura y diversidad de datos. En mercados emergentes donde la calidad de las muestras tradicionales puede ser deficiente, como ocurre frecuentemente en Latinoamérica, los datos sintéticos permiten construir perfiles más representativos, diversos y ajustados a realidades complejas (Topp, 2024).

Por ejemplo, en lugar de depender exclusivamente de encuestas o focus groups, es posible utilizar algoritmos generativos para simular interacciones de clientes, prever comportamientos y validar conceptos de producto en tiempo récord y a menor costo.

¿Qué beneficios concretos ofrecen para el marketing y el diseño de productos?

En el marketing, los datos sintéticos están revolucionando el diseño de productos digitales al permitir pruebas tempranas con usuarios virtuales. Herramientas como

Synthetic Users o incluso modelos como ChatGPT se utilizan para emular entrevistas y explorar flujos de uso antes de llegar al usuario final.

Además, en el sector retail latinoamericano, se han aplicado para realizar simulaciones de compra, detectar errores de usabilidad y reducir tiempos de iteración. En el evento Innovattek 2025, se destacó cómo las empresas están utilizando inteligencia artificial generativa para acelerar procesos de diseño, implementar pruebas automatizadas con datos sintéticos y mejorar la calidad del software desde etapas tempranas.

¿Pueden los datos sintéticos garantizar privacidad y equidad?

Una de las principales ventajas es que los datos sintéticos pueden ser generados sin revelar información personal identificable, lo cual los convierte en aliados del cumplimiento regulatorio y la protección de la privacidad (European Data Protection Supervisor, 2023).

Además, su uso estratégico permite corregir sesgos existentes en los conjuntos de datos originales, contribuyendo así a modelos más justos y equitativos. No obstante, es clave reconocer que los datos sintéticos pueden heredar sesgos si el modelo de origen no ha sido adecuadamente depurado.

¿Qué papel pueden jugar Colombia y América Latina en este escenario?

Colombia ya está dando pasos importantes hacia la integración de tecnologías avanzadas en sus sectores estratégicos. Eventos como TECH SPHERE, que reúnen a la academia, industria y sector público, han incluido los datos sintéticos como uno de sus focos prioritarios de discusión tecnológica.

Además, en el sector financiero, el uso de datos sintéticos está permitiendo a las fintech colombianas optimizar sistemas de detección de fraude y personalización de servicios, mejorando la eficiencia operativa y la inclusión financiera.

El desafío, sin embargo, radica en fortalecer la infraestructura, formación y gobernanza para que estos avances no queden limitados a iniciativas puntuales, sino que se traduzcan en capacidades sistémicas.

¿Estamos preparados para un futuro híbrido entre lo real y lo artificial?

Los datos sintéticos no están llamados a reemplazar los métodos tradicionales de recolección, sino a complementarlos. Su adopción exige una comprensión profunda de sus limitaciones, pero también de su potencial para ampliar horizontes de exploración.

Como sintetiza Eismann (2023), aunque los modelos generativos pueden fallar en comprender las experiencias humanas más profundas, su capacidad para acelerar pruebas, generar ideas y democratizar el acceso a la investigación es insoslayable.

En América Latina, y especialmente en Colombia, estos avances pueden ser la llave para una transformación digital más justa, eficiente y centrada en las personas.

Referencias

European Data Protection Supervisor. (2023). Synthetic Data.

https://www.edps.europa.eu/press-publications/publications/techsonar/synthetic-data_en

EPAM Systems. (2025). Datos sintéticos: el nuevo impulso en la investigación de experiencia de usuario. Radar Tecnológico. <https://radartecnologico.com/29790/tecnologia/datos-sinteticos-investigacion-experiencia-usuario-uxr/>

Cartagena, S. (2024). Nace un espacio en Colombia para consolidar la relación entre la academia y el sector tecnológico. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/es/noticias/nace-un-espacio-en-colombia-para-consolidar-la-relacion/478838>

Topp, K. (2024). Synthetic data: A game-changer in data-driven decision making. Research World. <https://researchworld.com/articles/synthetic-data-a-game-changer-in-data-driven-decision-making>

America Malls & Retail. (2025). La IA como catalizador para productos útiles, rentables y centrados en el usuario. <https://america-retail.com/paises/colombia/la-ia-como-catalizador-para-productos-utiles-rentables-y-centrados-en-el-usuario/>

Area Cúcuta. (2025). La inteligencia artificial revoluciona los pagos digitales en Colombia. [https://www.areacucuta.com/la-inteligencia-artificial-para-transacciones-financieras-trazan-el-futuro-de-los-pagos-en-colombia/:contentReference\[oaicite:12\]{index=12}](https://www.areacucuta.com/la-inteligencia-artificial-para-transacciones-financieras-trazan-el-futuro-de-los-pagos-en-colombia/:contentReference[oaicite:12]{index=12})

Copyright y Licencia de Uso:

A menos que se indique lo contrario por parte del autor, este trabajo se comparte con fines académicos y de divulgación educativa. El contenido puede ser utilizado, compartido y adaptado para propósitos no comerciales, siempre que se otorgue la debida atribución al autor original. Los derechos morales, incluyendo el derecho a la integridad de la obra, deben ser respetados. Cualquier uso comercial de este material requiere autorización explícita previa.