

Big Data ocupa su propio asiento en la sala de juntas

Los datos siempre han sido vitales. Un consejero delegado o un director financiero no puede trabajar sin tener acceso a los datos de ventas, gastos o costes de personal.

pero además, cada vez hay más consciencia de la necesidad de pasar de un enfoque táctico, enfocado de forma retrospectiva y basado en silos, a un enfoque mucho más estratégico, consolidando datos de diferentes fuentes y analizando tanto los **datos generados por el negocio como la nueva información** proveniente de los clientes o la cadena de suministro. Esto les va a permitir a las organizaciones planificar con efectividad y mayor eficiencia.

Inversión en el centro de datos

Las inversiones en centros de datos están reduciéndose a la mínima expresión y las empresas tienden simplemente a mantener lo que sea imprescindible. Una nueva inversión sólo se considera si puede aportar un cambio realmente transformador.

En el reciente Índice de Centro de Datos de Nueva Generación (NGD) de Oracle, descubrimos una tendencia clara: más del 90% de los entrevistados reconoce la necesidad de un nuevo centro de datos. La escala de las inversiones exige la implicación de la dirección, por lo que tener **conocimiento de los retos y oportunidades que presenta Big Data** será clave para obtener su aprobación.

El valor de los datos

Big Data se ha colado, por lo tanto, en las agendas de la dirección de las empresas. Ahora es esencial que los directivos tengan un conocimiento real del valor de los datos y sepan cómo son extraídos y analizados. También es **vital romper los silos departamentales y ver qué dicen los datos** en su conjunto. Recursos Humanos no tiene por qué revisar las tendencias en ventas ni Finanzas analizar el tráfico web. Pero todas estas piezas se suman para ofrecer una completa imagen del negocio.

Con Big Data, **la escala de la información disponible es gigantesca**. Además de los canales usuales internos (cifras económicas, datos del CRM, datos logísticos), existen otras muchas fuentes externas: sitios dedicados a la comparativa de productos, páginas de fans de Facebook, comentarios en Twitter, checkins en Foursquare... Recolectar esta información y analizarla puede ser una tarea ardua, pero la recompensa lo merece.

Toma de decisiones estratégicas

El nivel de conocimiento que ofrecen los Big Data puede ser realmente revolucionario e incluso cambiar el curso de una empresa, impulsando las fuentes de ingresos y abriendo otras nuevas. Un ejemplo puede encontrarse en el campo de las telecomunicaciones. Muchas compañías se están enfrentando a una reducción de sus ingresos procedentes del negocio tradicional de voz. Lo primero que tienen a su favor, sin embargo, es la **enorme cantidad de información sobre sus**

clientes que reúnen. Utilizando analíticas de Big Data, podrían componer informes (cumpliendo con la normativa vigente) sobre cómo las personas utilizan sus teléfonos: cuándo y dónde se realizaron las llamadas, qué webs han sido visitadas y por cuánto tiempo, períodos punta, etc., y poner en valor esta información en el mercado retail.

Situación actual

En el informe, los entrevistados sobrepusieron la consolidación (36%) al crecimiento del negocio (22%) como factor principal para la inversión en nuevos centros de datos, lo que demuestra que **buscan eficiencia antes que emprender nuevos proyectos.** También podría ser señal de que están más preocupadas todavía por acomodarse a los Big Data y no por explotarlos.

Pero, una vez que se calmen las aguas económicas, Big Data será una cuestión crítica. Elevará a TI al más alto nivel directivo y hará de las inversiones en los centros de datos una de las decisiones más importantes que una empresa pueda tomar.