

Tres de cada cuatro compañías invertirán en Big Data en los próximos dos años

Aprovechar los beneficios que el **Big Data** puede ofrecer a una corporación es, yendo a lo básico, una cuestión de dinero. Sin descuidar otros aspectos, la inversión en proyectos de este tipo es crucial para lograr mejorar en competitividad, ingresos y definición del público al que se dirigen, por citar solo algunas de las ventajas. Y las empresas son conscientes de esta necesidad: **un 75% están invirtiendo en Big Data o planean hacerlo en los próximos dos años**. El porcentaje, aunque elevado, marca un desaceleramiento respecto al crecimiento en años anteriores, con un incremento del 3% respecto a los datos de 2014.

Son dos de las conclusiones de un estudio de [Gartner](#), realizado entre más de 400 organizaciones de distintas industrias. Para las encuestadas, **el objetivo principal de esta inversión es intensificar la experiencia de cliente**, como citan en un 64% de los casos. También ocupan un lugar destacado mejorar la eficacia del proceso y un marketing mejor definido, lo que buscan en un 47% de las empresas al destinar dinero a la analítica de datos.

Respecto al equipo o profesional que lideran el proyecto de Big Data, hay diferencias notables respecto al año pasado. Mientras que **en 2014 era el CIO de las empresas** el que en el 37% de los casos se encargaba de iniciar un proceso de inversión en estas capacidades, seguido por los directivos de unidades de negocios en un 25% de las situaciones estudiadas, este año se igualan los roles.

Es curioso observar cómo aunque la mayoría de las compañías que han invertido o planean hacerlo esperan conseguir un retorno de su aporte, hay una gran parte de ellas, alrededor del 40%, que no saben si tendrán **ROI** positivo o negativo.