



Los datos, el valor real de tu empresa

Los datos son un valor intangible en todas las compañías. La ingente cantidad de información que se genera en cualquier proceso informático reporta en datos tratables para obtener patrones o tendencias que rebelen características únicas de los modelos de negocio de las mismas empresas. ¿Dónde recae, entonces, la responsabilidad de obtener el máximo beneficio de este nuevo agente? En la recolección, el proceso y la ordenación de la información. Tareas que se erigen como prioritarias para garantizar la optimización de la empresa y su crecimiento y rentabilidad.

A la gran cantidad de datos, que van desde los 30-50 Terabytes hasta varios Pentabytes, se la conoce como Big Data, y a su estudio y procesamiento, como analítica de datos.

La **analítica de datos** permite analizar todo un conjunto de datos que se generan en tiempo real, ya sean estructurados o no estructurados, con el objetivo de determinar modelos que ayuden a generar conocimiento de valor para las empresas. Se trata de dar un paso más y dejar de lado las tablas y los gráficos de los indicadores tradicionales, lo que supone una transformación de la cultura de la organización hacia la innovación y la automatización en la toma de decisiones.

Gracias a la introducción de algoritmos en puntos clave del negocio, las compañías pueden revertir momentos críticos y optimizar puntos buenos como, por ejemplo, un usuario que visita una tienda, una máquina con el límite de recaudación sobrepasado, un equipo a punto de fallar, etc. Todos estos valores, estudiados adecuadamente, tienen un impacto positivo puesto que contribuyen a tomar decisiones de forma inteligente a favor de un desarrollo óptimo.



El uso de la analítica de datos se ha popularizado entre todas las industrias: servicios financieros, fabricación, transporte, logística, recreativo, viajes, medicina, etc., ya que ayuda a predecir y manejar interrupciones, optimizar rutas, ofrecer un servicio de atención al cliente proactivo, realizar ofertas de ventas cruzadas, predecir errores y fallas de equipos, administrar información en tiempo real, optimizar precios y prevenir el fraude.

Para desarrollar un buen proceso de analítica de datos se deben seguir las siguientes fases:

- Recogida y preparación de datos.
- Visualización de datos.
- Analítica geoespacial y de ubicación.
- Analítica Predictiva.
- Streaming Analytics.

De todas ellas, la fase de preparación de datos es la parte más crítica a la que conviene dedicar más recursos para poder tener unos datos lo más trabajados posible y así obtener información relevante para la fase de análisis. En esta etapa, es en la que se deben extraer los datos de las herramientas, prepararlos, limpiarlos y dejarlos listos para empezar a trabajar.

Por su parte, **Big Data** es un conjunto de datos, a través de los cuales las empresas obtienen información de valor, cuyo volumen (tamaño), variedad (complejidad), velocidad (crecimiento), veracidad (fiabilidad) y valor (utilidad) no hacen viable su procesamiento con herramientas de análisis tradicionales. Su utilidad recae en poder hacer un análisis con el que obtener ideas que generen decisiones estratégicas para la compañía.

Este trabajo con los datos facilita la creación de tendencias, internas y de negocio, que provocan que las empresas evolucionen de manera eficiente, se desempeñen mejor y sean más rentables. En un sentido amplio, los principales beneficios de incorporar estrategias de Big data en las compañías son la reducción de costes y tiempo, la rápida toma de decisiones inteligentes y la creación de nuevos productos y servicios optimizando ofertas.



Precisamente son las propias características del Big Data las que nos indican cuales son los principales desafíos a nivel de calidad de los datos: disponemos de multitud de fuentes y tipos de datos diferentes, nos enfrentamos a un tremendo volumen de información, afrontamos su gran volatilidad y debemos construir un plan de gobernabilidad de Big Data.

Para evitar estos inconvenientes es recomendable seguir los pasos que se listan a continuación en el momento de empezar a trabajar con datos:

- Establecer una estrategia de Big Data. Los datos no son solo un producto secundario, sino que se deben tratar como un activo empresarial relevante.
- Conocer las fuentes del Big Data: streaming de datos, datos de los medios sociales, datos disponibles públicamente, etc.
- Acceder, administrar y almacenar Big Data. Se debe disponer de métodos para unir datos, asegurarlos, gestionarlos, almacenarlos y prepararlos para el análisis.
- Analizar el Big Data con herramientas de alto rendimiento.
- Tomar decisiones inteligentes basadas en los datos administrables y confiables.

Y, además, apuntamos unos consejos derivados de buenas prácticas:

- Alinear el Big Data con objetivos empresariales específicos.
- Alinear los datos estructurados y no estructurados.
- Apostar por estándares y su administración.
- Optimizar la transferencia de conocimiento.
- Trabajar en modo laboratorio para descubrir mejoras.
- Usar la computación en la nube.



En resumen, la analítica de datos y el Big Data, suponen una gran ventaja competitiva para las compañías. Confiar en estas nuevas formas de trabajar facilita la transformación digital y el cambio de cultura organizativa y mejoran la experiencia de usuario y empleado. Se abre una ventana para identificar tendencias que generen nuevas oportunidades comerciales y acciones surgidas de esta nueva fuente de conocimiento.

En nuestro sector, trabajar con soluciones informáticas que faciliten la recogida de datos de las máquinas y los presenten de forma ordenada y estructurada es un primer paso para empezar este cambio hacia una empresa innovadora y competitiva. Lo importante, entonces, es escoger bien la herramienta que aglutine la información sobre nuestra explotación y que nos aportará un gran valor diferencial.

