

Donde está Wally

Ese es el nombre por el que se conoce a la ya mítica serie de libros creada por el británico Martin Handford en 1987. Sin embargo, no se trata de libros de lectura sino para jugar, en cuyas páginas ilustradas hay que encontrar a Wally en escenas con decenas de detalles que despistan al lector.

Aunque parezca que esto puede ser un juego, lo cierto es, que es totalmente aplicable a la vida real. Muchos de vosotros seguro que os estaréis preguntando cómo exactamente. La respuesta es muy simple. BI (Business Intelligence) y Big Data. Dos buzzwords que están cogiendo bastante fuerza últimamente impulsadas por grandes compañías como Google, Facebook o Amazon, etc.

Los datos, bien procesados pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso, entre captar a un cliente y perderlo, entre obtener más beneficios y no obtenerlos, etc. Por eso, muchas de las empresas que se dedican a la explotación de datos tienen una única finalidad:

obtener conocimiento de los datos, para conocer mejor el contexto en el que trabajan, adaptarse a él y ser mejor que la competencia.

Aunque cueste creerlo, no lo hacen por amor al arte!

La consecuencia de este comportamiento se transmite en unos mayores beneficios anuales e incremento del capital, de ahí el interés de tantas compañías.

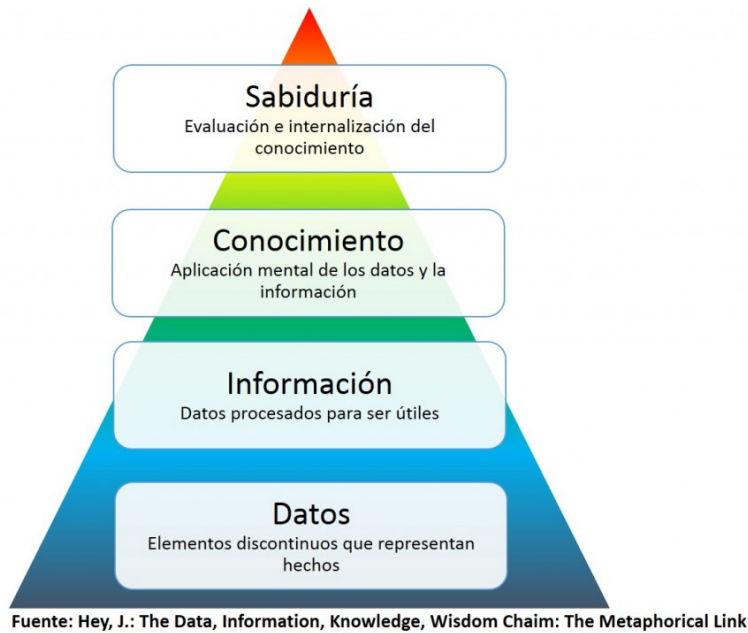
Pero lamentablemente, no todo es tan fácil como guardar millones de líneas de logs, que luego se procesan en un centro de datos, con el objetivo de crear un bonito cuadro de mando en tiempo real para un alto ejecutivo.

Imaginemos por un momento, que el mar de personas que rodea a Wally en los libros, se convierten en datos y que Wally representa el conocimiento de ese conjunto de datos. Cuando uno se pone a buscar a Wally, le cuesta, y muchas veces llega a atascarse sin poder encontrarlo. En el Big Data y BI pasa exactamente lo mismo. Hay que tener muy claro, cual es la estrategia de la empresa y cómo los sistemas de procesamiento de datos masivos, ya sean de BI o Big Data, pueden ayudarnos a mejorar. De forma que, estos sistemas vayan en paralelo con la estrategia de la compañía.

De nada sirve implantar un registro de transacciones, y ponerse a analizarlas si no se tiene claro cuál es el objetivo de dicho trabajo.

No hace falta recordar que el conocimiento tiene como fuente los datos, por lo que este no puede existir sin los mismos (recordemos esto viendo la imagen

de la pirámide).



Piramide del conocimiento

Y es que las empresas se han dado cuenta de que el análisis de los datos, se ha convertido en algo prioritario porque permite darse cuenta de lo que realmente esta pasando.

Un claro ejemplo de ello es lo sucedido a la multinacional estadounidense WallMart. Parafraseando a una de mis profesoras de grado, decia tal que asi:

Según la historia, se descubrieron una serie de asociaciones, algunas perfectamente lógicas (cereales y leche, o ginebra con tónica y limones), y una completamente inesperada: pañales y cerveza. Aparentemente, los clientes masculinos, cuando compraban pañales los viernes por la noche, tenían además una gran tendencia a adquirir también cerveza.[1]

Que empleado de WallMart habria sido capaz de llegar a esa conclusion?

Es totalmente cierto decir que el Big Data supone una ventaja competitiva pero sólo si se es capaz de generar nuevas oportunidades de negocio a partir de datos de alto valor añadido.

Nuestra capacidad para producir información ha avanzado a la velocidad de la luz con respecto a hace tan solo unos años. Y es por esta ingente cantidad de datos disponibles, la necesidad de desarrollar herramientas que los analicen y procesen para identificar lo relevante.

Según el profesor de bioinformática de la Escuela de Salud Pública de Harvard Winston Hide[2], en los últimos cinco años se ha generado más información científica que en toda la historia de la humanidad. El volumen de los datos

existentes es de tal magnitud que, si ocupara un espacio físico, Hide asegura que superaría el tamaño de una galaxia.

Y es que la verdad es que el Big Data ha abierto la veda a una sociedad más informada, más eficiente, capaz de realizar proezas de las que hasta hace poco sólo se podían realizar en la ciencia ficción. Y si a este hecho le sumamos las tendencias de futuro, basta con leer algunos de las conclusiones para darse cuenta de que esto no ha hecho na mas que empezar, conclusiones como[3]:

- En 2020, más de 30 mil millones de dispositivos estarán conectados a Internet.
- En 2014 se transfieren 1.570 terabytes de información por minuto.
- El 73% de las organizaciones mundiales están invirtiendo o tienen planificado invertir en Big Data en los próximos dos años.
- En 2014 el número de proyectos Big Data puestos en producción ha crecido un 5%.
- Las soluciones tecnológicas Big Data aportarán 206.000 millones de euros a la economía de Europa en el año 2020, un incremento en el PIB de la Eurozona de un 1,9%.
- En un minuto, en Internet se generan 4,1 millones de búsquedas en Google, se escriben 347.000 twitts, se comparten 3,3 millones de actualizaciones en Facebook, se suben 38.000 fotos a Instagram, se visualizan 10 millones de anuncios, se suben más de 100 horas de vídeo a Youtube, se escuchan 32.000 horas de música en streaming, se envían 34,7 millones de mensajes instantáneos por Internet o se descargan 194.000 apps.

[1] Pañales y cerveza?,

<https://www.enriquedans.com/2006/08/panales-y-cerveza.html>

[2] Big Data, el poder de los datos.

<https://www.fundacionbankinter.org/documents/20183/42758/Publicaci%C3%B3n+Big+data/cc4bd4e9-8c9b-4052-8814-ccbd48324147>

[3] En 2020, más de 30 mil millones de dispositivos estarán conectados a Internet,

<http://www.obs-edu.com/es/noticias/estudio-obs/en-2020-mas-de-30-mil-millones-de-dispositivos-estaran-conectados-internet>