

## Huracanes, Ventas y Big Data

**Author :** Iker Díaz de Corcuera Urretavizcaya

**Date :** 27 noviembre, 2015

La mayoría de la gente pudiera pensar, que los calendarios de huracanes en los Estados Unidos y en otros muchos países, y unas tartas planas, rectangulares y prehechas hechas por la compañía Kellogg's y llamadas Pop-Tarts no tienen entre sí ninguna relación evidente y que de alguna manera sería como intentar relacionar el tocino con la velocidad.

Pues bien, Walmart, una multinacional de grandes almacenes y la segunda mayor empresa del mundo por ingresos y con unos números de vértigo (200 millones de clientes a la semana, 10700 tiendas, establecida en 27 países, 2 millones de trabajadores, 1.5 millones de transacciones por hora, varios Terabytes de información generada en tiempo real, base de datos de 3 Petabytes), guarda y analiza todas las compras de todos los clientes.

Los máximos responsables de esta compañía se dieron cuenta, por ejemplo, que en época de huracanes, los almacenes Walmart de las zonas afectadas, vendían muchas más cajas de Pop-Tarts que en otras situaciones y días normales. Con estas evidencias, se impartieron las oportunas órdenes a los gerentes de dichas tiendas para que en esas épocas colocasen los Pop-Tarts en la entrada de los establecimientos.

El resultado fue espectacular con un **aumento extraordinario de las ventas**.

En este punto me parece interesante plantear la siguiente pregunta ¿A quién se le hubiese ocurrido cruzar los datos de las ventas de esas dulces tartitas con los datos meteorológicos o con los calendarios de huracanes?

Como es conocido las tres Vs que caracterizan el Big Data son el volumen, debido a las enormes cantidades de información que se genera en nuestros días, la variedad, ya que la información que se produce y se maneja es de muy diferentes tipos y de una diversidad gigantesca y la velocidad con la que se genera toda esa información.

Bajo mi punto de vista, y tomando como ejemplo el caso comentado anteriormente, el valor del Big Data no es tanto el gran volumen de información que lo caracteriza, sino los cambios que va a originar en empresas y compañías de todo tipo en cuanto a la nueva manera de afrontar la toma de decisiones en muy diferentes ámbitos y que, en mi opinión, deberá estar basada fundamentalmente en evidencias, datos empíricos y tendencias.

Me parece oportuno señalar que si yo fuese el responsable de una empresa que apostase por ser competitiva y moderna, me preocuparía e intentaría realizar una recopilación exhaustiva de los datos, experimentaría con ellos y estoy convencido de que haciendo una correcta exploración de los mismos, se podría conseguir para el conjunto de la compañía, información que, a buen seguro, y a primera vista nunca se hubiese encontrado o que nunca se hubiese ocurrido buscar.

Todo ello con el objetivo claro de la mejora de resultados a todos los niveles e incluso pensando en la creación de nuevos productos y servicios, de mejorar los existentes e, incluso, teniendo presente y no descartando nunca, la creación de nuevos modelos de negocio.

De hecho y según una encuesta global realizada hace pocos meses por EMC Corporation (empresa internacional dedicada al software y los sistemas de almacenamiento de la información), el 79% de las compañías creen que el Big Data será clave para la toma de decisiones de las mismas y el 58% considera que determinará el éxito de la empresa.

La principal conclusión que se puede extraer de ese estudio, es que el uso de sistemas de análisis de datos está tomando cada vez más importancia en las empresas de cara a ser competitivas y poder afrontar potenciales riesgos. Sin embargo, todavía queda camino por recorrer en la implementación de tecnologías Big Data, puesto que solo un 36% de las empresas consultadas ha conseguido una ventaja competitiva utilizando el análisis de grandes cantidades de datos, y un 29% ni siquiera lo incluye en sus estrategias de futuro.

Me parece a mí que quizás uno de los principales frenos al uso de tecnologías Big Data, tiene que ver con el desconocimiento y la cultura empresarial de muchas compañías. Pero por otro lado, y creo que no descubro nada nuevo, pienso que las empresas están empezando a ver el uso de datos como vía para la innovación y la competitividad, tanto a nivel local como global, y en este aspecto, los que trabajamos o vamos a trabajar en el mundo de la ingeniería informática tenemos mucho que decir y aportar, en un futuro más o menos cercano.

Y es que se avecina un auténtico y potente huracán de eventos, informaciones y datos.