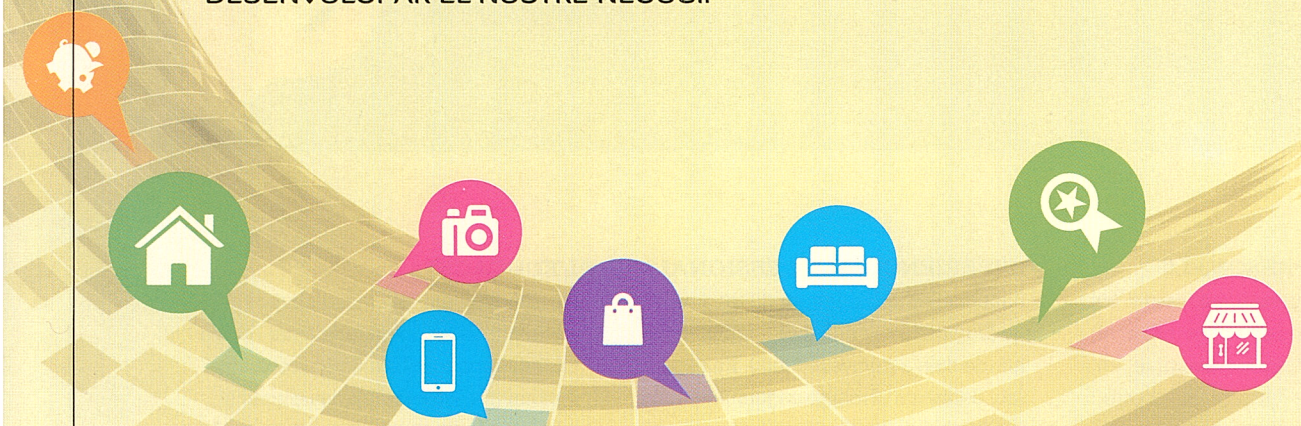
‘Big data’, el nou or líquid

CADA MINUT ES PRODUEIXEN 4,1 MILIONS DE RECERQUES A GOOGLE, S’ESCRIUEN 347.000 TUITS I ES VISUALITZEN 10 MILIONS D’ANUNCIS A LA XARXA. SÓN XIFRES QUE PODEN RESULTAR ACLAPARADORES I FER-NOS PENSAR QUE NOMÉS LES GRANS CORPORACIONS PODEN TREURE PROFIT DE L’ANÀLISI D’AQUESTA ALLAU D’INFORMACIÓ. PERÒ ELS AVENÇOS TECNOLÒGICS HAN ABARATIT L’OBTENCIÓ DE DADES I DEPÈN DE LA NOSTRA CAPACITAT EL FET DE TROBAR I ANALITZAR ADEQUADAMENT AQUELLES QUE PUGUIN SER EFECTIVES PER DESENVOLUPAR EL NOSTRE NEGOCI.



Els experts en estratègia digital Albert Solana i Genís Roca defineixen el *big data* com la presa de decisions o la prestació de serveis basada en l’ús de fluxos de dades digitals i la capacitat de processar-los en temps real.

Els fluxos de dades que alimenten el *big data* són una realitat que el 2020 aportarà 206.000 milions d’euros a l’economia d’Europa i impulsarà un increment del 1,9% en el PIB de l’eurozona. Saber gestionar-los correctament serà imprescindible en un futur pròxim si volem oferir serveis personalitzats en el moment adequat.

Amb tot, la creació de nous models de negoci sorgits a l’entorn de l’anàlisi de grans volums de dades –que seria el desitjable– és un objectiu al qual només podem aspirar si prèviament hem passat per altres estadis. Perquè, com ens podem atrevir amb el *big data* si abans no hem après a gestionar i treure profit de les dades internes que genera el nostre propi negoci o empresa? Com a agents comercials, ens passem el dia interactuant amb proveïdors i clients, però no sempre incorporem correctament el flux de dades que generen aquests contactes. Hem de trobar eines (plataformes web, aplicacions mòbils, etc.) per poder ampliar de forma continuada i sistematitzada coneixements que ens permetin posar en marxa noves estratègies de negoci.

No podem oblidar que l’enfocament ha d’estar posat en el negoci, no en un procés constant d’anàlisi que paralitzi. Al cap i a la fi, el *big data* persegueix millorar l’experiència del client i al mateix temps la millora de l’eficiència dels processos de negoci. Per exemple, ara que ja no es ven gaire música en format físic, molts grups utilitzen plataformes com Spotify per analitzar a quins llocs es reprodueixen més les seves cançons i, en base aquesta informació, decideixen a quines ciutats actuar per poder omplir els locals i optimitzar costos.

ASSESSORAMENT LEGAL

Per altra banda, l’assessorament legal en l’aprofitament de dades és

cabdal, ja que ens haurem d'assegurar que tant la informació que obtenim com l'ús que en fem posteriorment estiguin emparats per la llei. Per tant, en el nostre equip ideal (encara que sigui extern) haurem de tenir diferents perfils: algú que ens assessori en temes legals, un analista de dades i la persona enfocada al negoci.

És cert que la gestió de bases de dades no és un concepte nou per als agents comercials. Tampoc ho són els fulls de càlcul. Però el desenvolupament tecnològic ens permet ara requerir i seleccionar parts d'aquestes dades i treure'n conclusions no detectables a simple vista, sobretot quan parlem de grans acumulacions de dades. En el seu llibre *Big Data para directivos*, Albert Solana i Genís Roca expliquen, per exemple, que el diari esportiu *Marca* prediu la quantitat de diaris que ha d'enviar a cada localitat en funció dels resultats esportius de la jornada i de les previsions meteorològiques.

Òbviament, l'Administració també fa ús del *big data*. L'Ajuntament de Barcelona analitza la presència de terminals mòbils estrangers per saber quin percentatge de passatgers baixa dels creuers que visiten la ciutat i quines rutes fan. Amb aquesta informació, prenen decisions sobre quins serveis es poden millorar o bé es pot mirar de derivar visites a altres punts de la ciutat.

A més de les dades internes de la nostra empresa, podem trobar companyies (Telefónica, BBVA, DataCentric, en són exemples) o societats com Camerdata que comercialitzen dades externes llestes per donar servei a altres empreses (els col·legiats tenen preus especials en la compra de bases de dades). També hi ha conjunts de dades públiques que podrien ser útils, com ara el portal d'Open Data de la Unió Europea, el portal de dades de salut dels Estats Units (amb dades acumulades dels darrers 125 anys) o el catàleg d'informació pública del sector públic d'Espanya. I no podem passar per alt els fluxos de dades externes a les empreses que provenen de telèfons intel·ligents, de la navegació dels usuaris per Internet o de les publicacions a les xarxes socials, que també es poden explotar.

EL 'BIG DATA' BUSCA MILLORAR L'EXPERIÈNCIA DEL CLIENT I L'EFICIÈNCIA DELS PROCESSOS DE NEGOCI

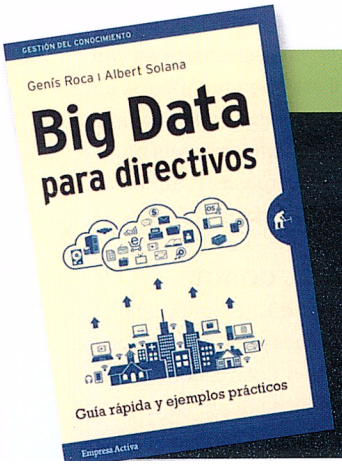
Caldrà estar atents també al desenvolupament de l'Internet de les coses (dispositius intel·ligents interconnectats a través d'Internet). Les dades procedents d'aquests dispositius suposaran a curt termini el flux d'informació més gran que aglutina Internet i, per tant, el més gran proveïdor per als sistemes de *big data*. Es calcula que el 2020 més de 30.000 milions de dispositius estaran connectats a Internet

'BIG DATA' EL 2015

En el seu estudi *Big Data 2015*, l'Online Business School (OBS) diu

que el 2014 el 73% de les organitzacions mundials estaven invertint o tenien planificat fer-ho en *big data* en els propers dos anys. Amèrica del Nord lidera la inversió i l'adopció de projectes i eines *big data*, amb un 47% de les seves empreses, enfront del 37,8% que registrava el 2013. A Europa, els sectors econòmics més beneficiats pel *big data* són el comerç (47.000 milions d'euros), la indústria (45.000 milions), l'Administració pública (27.000 milions) i el sector sanitari (10.000 milions).

Qualitativament, les àrees de negoci on el *big data* ha demostrat ser un gran aliat de les empreses són aquelles relacionades amb la millora de l'experiència del client i amb la millora de l'eficiència dels processos de negoci, seguit del transport, la salut, els mitjans de comunicació, les assegurances, la banca, les comunicacions i el comerç minorista.



LECTURA RECOMANADA

'BIG DATA PARA DIRECTIVOS'

Aquest llibre està enfocat a la generació de negoci i a la resolució dels múltiples dubtes que un directiu pot tenir respecte del valor del *big data* des d'una perspectiva pragmàtica. En les seves pàgines, els autors aporten nombrosos exemples de l'aplicació pràctica del *big data*, de manera que el lector podrà identificar situacions semblants en la seva feina diària i visualitzar-ne el resultat amb la incorporació d'aquestes habilitats de gestió. A més, exposen les diferents barreres que s'hauran de superar i expliquen, en una última part, el tractament legal i la privacitat de les dades dels consumidors, amb la qual cosa el llibre pretén fer reflexionar sobre la importància d'aquest punt per a futurs projectes de l'organització.