

Big Data para directivos

Autores: **Albert Solana y Genís Roca**

Editorial: **Empresa Activa**

Precio: **12 euros**

Páginas: **128**

Dos autores de gran prestigio dentro de su sector. Uno de los temas que están dando mucho que hablar y sobre lo que hay poco escrito. El Big Data, el nuevo vocablo de moda y el término que aparece en todas las quinielas referidas a las últimas tendencias tecnológicas, se basa, en realidad, en una práctica habitual en el ámbito empresarial. De hecho, casi todas las grandes empresas ya hace tiempo que toman sus decisiones en base al análisis de datos. Sin embargo, hoy, el hecho digital está revolucionando y redimensionando este concepto. Big Data no sólo hace referencia a la gestión de datos internos (CRM, facturación, ventas...) sino también a la información procedente de nuevos flujos de datos como los emitidos desde nuestros móviles, aquellos registrados a partir de la conexión de los objetos a Internet o los generados en las redes sociales. ¿Qué pasaría si el sector hotelero supiera el tiempo medio de estancia y los lugares más visitados por los turistas en función de su nacionalidad? Estos datos existen, las compañías de telefonía cuentan con ellos gracias a la información obtenida vía la activación del roaming, y ofrecen muchas y nuevas posibilidades de negocio.

