

Prensa Capgemini

Paqui López/Ángeles García Molero

Tel: +34(91)6577000



@Capgemini_ES



Facebook.com/CapgeminiSpain

Un nuevo estudio global realizado por Capgemini y EMC muestra el Big Data como conductor de la disrupción del mercado, dejando a muchas organizaciones preocupadas por el cambio

Capgemini desarrolla sus capacidades de datos y de conocimiento para satisfacer las crecientes demandas del mercado

Madrid - 10 de marzo de 2015 – Un estudio global de Capgemini, uno de los principales proveedores de consultoría, tecnología y outsourcing, en colaboración con EMC Corporation, revela que en medio de la desorganización del mercado impulsado por el Big Data, dos tercios de las empresas (65 por ciento) reconocen que están en riesgo de convertirse en poco competitivas a menos que adopten las nuevas soluciones de análisis de datos. El informe *'Big & Fast Data: The Rise of Insight-Driven Business'* encuestó a más de 1.000 altos ejecutivos que participan en la toma de decisiones, en Norteamérica, América del Sur, Europa y Asia Pacífico, para conocer las necesidades y la preparación que tienen las empresas para la adopción del Big Data. En respuesta a la demanda del cliente y basándose en el éxito de su línea de servicio global, Business Information Management, lanzada hace cinco años, Capgemini planea casi triplicar su capacidad de datos y conocimiento con la nueva práctica global 'Insights & Data', enfocada en ayudar a los clientes a acceder a ideas relevantes para ponerlas al servicio de la toma de decisiones en toda la empresa.

Según el 64 por ciento de las empresas encuestadas, Big Data está cambiando las fronteras tradicionales del negocio y está permitiendo a nuevos proveedores establecerse en su sector. Más de una cuarta parte (27 por ciento) hablaron de la competencia de nuevos actores en otros sectores, mientras que una mayoría (53 por ciento) espera hacer frente a la rivalidad de las start-ups con capacidades de datos. Esto sugiere que el dominio de la gestión y el análisis de Big Data son claves, no sólo para el éxito, sino también para la supervivencia del negocio.

Los conocimientos basados en datos son fundamentales para el rendimiento empresarial

Hay un reconocimiento generalizado de que los datos que tienen las organizaciones se están convirtiendo en un componente central de su valor de mercado (según el 59 por ciento de quienes han contestado la encuesta). Esto también se refleja en las salas del consejo, con casi un tercio de las empresas (32 por ciento)

que ya disponen o están en proceso de introducir nuevos roles para la gestión de datos. Entre otras conclusiones el informe muestra las siguientes:

- El 54 por ciento dice que la inversión en grandes volúmenes de datos en los próximos tres años superará la inversión pasada.
- El 61 por ciento reconoce que el Big Data es ahora un impulsor de los ingresos en sí mismo y se está haciendo tan valioso para sus negocios como sus productos y servicios existentes.
- El 43 por ciento de las empresas están organizadas, o en proceso de reorganización, para explotar las nuevas oportunidades de Big Data.
- El 36 por ciento comenta que, debido a la importancia estratégica del Big Data, han tenido que sortear a los equipos de TI para llevar a cabo los análisis de datos necesarios para obtener una visión de negocio.
- Más de la mitad (52 por ciento) de los encuestados aseguraron que el descubrimiento de información, y con ello el desarrollo rápido de conocimiento procedente de los datos, se vio obstaculizado por las limitaciones en el proceso tradicional de desarrollo de TI.
- Es en el acceso rápido al Big Data donde los altos ejecutivos aprecian mayor valor – el 77 por ciento afirma que cada vez más, los tomadores de decisiones demandan datos en tiempo real.

John Brahim, responsable de la práctica global Insights & Data de Capgemini afirma: *"Hemos llegado a un punto de inflexión en el mercado. La información está en el centro de todas las decisiones de negocio y las empresas deben adoptar plenamente las oportunidades de Big Data o corren el riesgo de salir perdiendo en el mercado. Nuestro informe pone de manifiesto que, mientras algunas organizaciones están utilizando grandes volúmenes de datos para reducir costes y mejorar el rendimiento, otros lo utilizan para introducirse en nuevos mercados y, en definitiva, obtener un rendimiento económico de los datos en sí mismos. Cada empresa debe definir un camino para convertirse en un negocio impulsor de ideas. Hemos diseñado un conjunto básico de directrices y hemos creado un marco subyacente que ayudará a las empresas a utilizar la información en el momento necesario. Creemos que este es el enfoque que, en última instancia, supondrá un cambio de juego para las empresas y para todos los sectores"*.

Para Paul Maritz, CEO de Pivotal, EMC Federation *"La disponibilidad y el uso creciente de los datos, están alimentando las experiencias de usuario y los nuevos modelos de negocio en la era digital. Las empresas de todos los sectores necesitan ser conscientes de la habilidad, no sólo para adoptar rápidamente, racionalizar y reaccionar a las múltiples fuentes de datos, sino también para construir los conocimientos adquiridos a partir de la actividad que desempeñan. Aquellas entidades que no desarrollen esta capacidad tienen un elevado riesgo de disrupción. Esto significa que las empresas tienen que invertir en las personas, habilidades, herramientas y plataformas modernas, con carácter de urgencia"*.

"Con el 90 por ciento de todos los datos en el mundo generados en los últimos dos años y 80 mil millones de sensores activados para 2020, las empresas deben construir modelos de negocio Big Data y economías

Insight. El éxito requiere el dominio de los datos sobre las decisiones. La capacidad de adquirir todo tipo de datos, transformar los datos en información, extraer las ideas, y tomar medidas basadas en las percepciones, permitirá a las empresas crear modelos de negocio disruptivos. Aquellos líderes que tengan éxito se encontrarán con que el 20 por ciento de sus fuentes de ingresos provendrán de estas ideas en el año 2020. Más importante aún, estas empresas tendrán una ventaja digital en el cumplimiento de la regulación, mejorando la eficiencia de las operaciones, creando nuevas fuentes de ingresos, diferenciándose en la estrategia, e impulsando la autenticidad de la marca", asegura R "Ray" Wang, Analista y Presidente, Constellation Research, Inc.

Capgemini's Insights & Data práctica global de Capgemini centrada en la plataforma **Insights-as-a Service**

Basándose en el éxito de la línea de servicio global Business Information Management, lanzada hace cinco años, Capgemini está evolucionando esa línea hacia una práctica mundial centrada en 'Perspectivas y Datos' ('Insight & Data'), que está previsto crezca de forma más rápida que el mercado general. Actualmente, Capgemini tiene 10.000 profesionales en este campo –la mayoría ingenieros de datos y especialistas en business intelligence- pero se prevé que la demanda del mercado se duplique en los próximos cinco años.

La práctica 'Insights & Data' de Capgemini combina el trabajo pionero con los grandes volúmenes de datos y su experiencia en consultoría de negocios, con un enfoque centrado en nuevos conocimientos. Como parte de esta iniciativa, Capgemini ha desarrollado una innovadora plataforma Insight-as-a-Service que se puso a prueba con un selecto número de clientes durante el primer semestre de 2015. Diseñado para permitir a las empresas analizar y responder a los patrones de comportamiento y a las acciones de sus clientes en tiempo real, esta nueva plataforma también permitirá la mejora continua de los procesos de negocio seleccionados, en los dominios identificados, sin incurrir en el coste inicial de la inversión en la analítica de datos y en la infraestructura de TI. Capgemini espera que su plataforma Insight-as-a-Service esté operativa en el segundo semestre de 2015.

Puedes descargar el informe en - [**Big & Fast Data: The Rise of Insight-Driven Business**](#)

El informe **Big & Fast Data: The Rise of Insight-Driven Business** se basa en la investigación llevada a cabo por FreshMinds, en nombre de Capgemini y EMC. Reúne los resultados de una encuesta cuantitativa online con entrevistas cualitativas en profundidad durante agosto de 2014. Participaron en el estudio más de 1.000 ejecutivos tomadores de decisiones en 9 sectores (incluyendo bienes de consumo y venta al por menor, ingeniería, servicios financieros, salud, medios de comunicación, petróleo y gas, sector público, telecomunicaciones y utilities) y 10 mercados de todo el mundo (incluyendo Australia, Brasil, Canadá, China, Francia, Alemania, Países Bajos, Países Nórdicos (Suecia, Finlandia, Noruega) Reino Unido y los Estados Unidos).

###

Acerca de Capgemini

Con casi 145.000 empleados presentes en más de 40 países, Capgemini es uno de los principales líderes en servicios de consultoría, tecnología y outsourcing del mundo. El Grupo Capgemini alcanzó unos ingresos globales de 10.573 millones de euros en 2014. Capgemini, en colaboración con sus clientes, crea y proporciona las soluciones tecnológicas y de negocio que mejor se ajustan a sus necesidades y que conducen a alcanzar los resultados deseados. Siendo una organización profundamente multicultural, Capgemini ha desarrollado su propia forma de trabajar, la Collaborative Business Experience™, basada en su modelo de producción Rightshore®.

Para más información: www.es.capgemini.com

Rightshore® es una marca registrada perteneciente a Capgemini

Acerca de EMC

EMC Corporation es un líder global que permite a las empresas y a los proveedores de servicios transformar sus operaciones y ofrecer tecnología de la información como servicio (ITaaS). Para esta transformación es fundamental el cloud computing. Por medio de productos y servicios innovadores, EMC acelera el viaje al cloud computing, ya que ayuda a los departamentos de TI a almacenar, administrar, proteger y analizar su activo más valioso, la información, de una manera más ágil, fiable y rentable.

Para más información: www.EMC.com