

Prensa Capgemini

[Paqui López/Ángeles García Molero](#)

Tel: +34(91)6577000

 [@Capgemini_ES](#)

 [Facebook.com/CapgeminiSpain](#)

Capgemini muestra el creciente impacto del Big Data en la toma de decisiones

- **Un estudio con la Economist Intelligence Unit revela que la información es tan esencial para el negocio como la tierra, el trabajo y el capital**
- **El 58 por ciento de las compañías prevé incrementar su inversión en Big Data durante los próximos tres años**

Madrid, 12 de noviembre de 2012 – Capgemini, uno de los principales proveedores mundiales de consultoría, tecnología y outsourcing, ha publicado las conclusiones de una encuesta mundial sobre el empleo de Big Data¹ en la toma de decisiones corporativas. El informe de la Economist Intelligence Unit “[El Factor Decisivo: Big Data y toma de decisiones](#)”, encargado por Capgemini, revela que nueve de cada diez líderes empresariales consideran hoy en día que la información es el cuarto factor de producción, tan fundamental para la organización como los otros tres factores productivos: tierra, trabajo y capital. El estudio, realizado a más de 600 ejecutivos de nivel C, directores senior, y a líderes de IT de todo el mundo, muestra que el empleo de Big Data ha mejorado una media del 26% el rendimiento de la organización, además, el impacto continuará creciendo hasta en un 41% en los siguientes tres años. La mayoría de compañías (un 58%) han anunciado su intención de realizar una mayor inversión en Big Data durante los próximos tres años.

Los dos tercios de los ejecutivos consideran que sus empresas son “conductoras de datos”, y consideran que la recogida de datos y su análisis sustentan la estrategia de la compañía y la toma de decisiones diarias.

¹ Big Data se refiere al enorme aumento en el volumen del conjunto de datos, lo que supone que son difíciles de gestionar e interpretar empleando herramientas tradicionales de gestión de datos. El conjunto de datos está creciendo gracias a las búsquedas en internet, las redes sociales, y el aumento de la informática profesional aunque son cada vez más las informaciones recogidas por los sensores de dispositivos móviles, tecnologías sensoriales (teledetección), cámaras, micrófonos, lectores de identificación por radiofrecuencia y redes de sensores inalámbricos. Hay múltiples beneficios de trabajar con grandes conjuntos de datos que permiten a las empresas a detectar las tendencias del negocios y detectar problemas preventivos.

Los líderes que basan sus juicios en una combinación de experiencia e instinto son cada vez más escasos. Más de la mitad (54%) declara que la gestión de decisiones basadas únicamente en la intuición o en la experiencia resulta dudosa y el 65% afirma que, cada vez más, las decisiones de gestión se basan en “información analítica exhaustiva”. Esta cifra se eleva hasta un 73% en el sector de servicios financieros, un 75% en el de la salud, farmacéutico y biotecnología y un 76% en las compañías de energía y recursos naturales. La mayoría de los ejecutivos (58%) confían en el análisis de datos no estructurados incluyendo contenidos en formato texto, mensajes de voz, imágenes y vídeos, mientras que más del 40% declaran que la información de las redes sociales concretamente ha alcanzado una creciente relevancia en la toma de decisiones.

Según la consultora Gartner Inc., *"Los ejecutivos y directores, se refieren cada vez más a la información como uno de los activos más importantes y estratégicos de su organización. Indudablemente hay un fuerte aumento de las empresas que aprovechan la información como principal motor del rendimiento, arma competitiva y refuerzo de las relaciones"**

La puntualidad y la calidad de los datos siguen siendo temas importantes. A pesar de que el 42% de los ejecutivos declaran que el análisis de datos ha ralentizado la toma de decisiones, la gran mayoría (85%) cree que el creciente volumen de datos no es el principal reto, sino más bien el ser capaz de analizar y actuar en consecuencia en tiempo real. Cada vez más, las empresas esperan la publicación de los análisis para automatizar la toma de decisiones, dos terceras partes de los encuestados (un 67%) considera que la calidad de los datos es un obstáculo importante a la hora de tomar decisiones, alegando que se enfrentan a una lucha diaria con la inexactitud de los mismos.

"La explotación de Big Data supone un cambio en la calidad de toma de decisiones empresariales" declaró Juan C. Martínez, Director de Big Data Analytics / SAP HANA, de Capgemini. "Las empresas pueden obtener una ventaja competitiva no solo a través del aprovechamiento de las nuevas y variadas fuentes de datos. Es la capacidad de analizar de forma rápida y eficiente para optimizar los procesos y las decisiones tomadas en tiempo real, lo que aporta el mayor valor añadido. En esta línea, las compañías genuinamente impulsoras de datos son capaces de monitorizar tanto el comportamiento de los consumidores como las condiciones del mercado con una mayor certeza y reaccionar con rapidez y eficiencia para diferenciarse de su competencia".

El 56% de los entrevistados consideran que los silos de las empresas son un reto importante para las compañías que quieren sacar el máximo provecho del Big Data. El cambio del modelo de negocio por

departamentos al negocio por procesos está impidiendo el intercambio y la integración de datos y una visión holística de la gestión de datos. Sin embargo, quizás la cuestión más difícil es la escasez de talento reclamado por la mitad de los encuestados (51%). La brecha entre la oferta y la demanda de analistas de datos cualificados fue percibida, en mayor medida, por las empresas de productos para minoristas y consumidores. Dos terceras partes de los encuestados de dichos sectores citan el acceso al talento como el obstáculo más difícil para la toma de decisiones basadas en datos.

Como respuesta a la creciente relevancia y a los retos asociados con Big Data, la línea de servicio global de BIM de Capgemini ha invertido en una amplia cartera de soluciones de Business Analytics y servicios, incluyendo un enfoque pragmático orientado a los negocios de Big Data y de asesoría objetiva sobre las opciones de tecnología clave para los clientes. Capgemini ofrece soluciones analíticas enfocadas en la industria para Retail, Utilities, Media, Telecomunicaciones, Industria, y Servicios Financieros, además de nueve soluciones distintas de Business Analytics: Análisis de Clientes, Análisis de campañas de Márketing, Análisis Predictivo en el mantenimiento de Activos, Desempeño Empresarial; Análisis de redes sociales, Planificación Avanzada y Programación, Gestión de Riesgos, Detección del Fraude y Análisis de CFO.

Para obtener una copia completa del informe y descargar la infografía, por favor, visite: <http://www.capgemini.com/the-deciding-factor>
<http://www.capgemini.com/news-and-events/news/capgemini-report-shows-rising-impact-of-big-data-on-decisionmaking/>

* *Gartner Inc., Predicts 2012: Information Infrastructure and Big Data (29 Nov 2011)*

Sobre la muestra

The Economist Intelligence Unit ha realizado una encuesta, completada en marzo de 2012, entre 607 ejecutivos. El 38% de los participantes procedían de Europa, el 28% de Norte América, el 25% de Asia-Pacífico y el resto, procede de América Latina, Oriente Medio y África. La muestra está focalizada en altos cargos, por una parte, el 43% de los participantes son ejecutivos de nivel C, por otra, gerentes de alto nivel, tales como vicepresidentes, jefes de unidades de negocio y jefes de departamento. Los encuestados tienen funciones variadas y proceden de más de 20 industrias diferentes, principalmente de los servicios financieros, servicios profesionales, tecnología, manufacturación, salud y farmacéutica, y empresas de venta al pormenor.

Acerca de Capgemini

Con más de 120.000 empleados en 40 países, Capgemini es uno de los principales líderes en servicios de consultoría, tecnología y outsourcing del mundo. El Grupo Capgemini ha alcanzado unos ingresos globales de 9.700 millones de euros en 2011.

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®.

Rightshore® es una marca registrada propiedad de Capgemini