

# 'BIG DATA' I EMPRESA: QUÈ RESTA PER FER?

**A**ctualment estem assistint no només a l'adopció de *big data* per part de les empreses a un ritme cada cop més creixent sinó també a l'acceleració en el desplegament d'estratègies per transformar-se en organitzacions orientades a les dades. Les principals empreses mundials ja han emprès l'adopció d'estratègies empresarials al voltant de *big data*; una adopció massiva liderada per negoci i cada cop més des de la direcció executiva. De fet, segons un estudi d'IDC, només un 10% dels projectes *big data* són purament projectes d'IT.

La clau d'aquesta tendència imparabile està en la constatació que les tecnologies com *big data* aporten un retorn d'inversió clar per al negoci, explicat amb noves formes d'ingressos com a conseqüència de l'anticipació de la demanda, el desenvolupament de nous productes i serveis personalitzats, les millores quant a eficiència operativa, la major capacitat d'anàlisi per a la presa de decisions, així com en la prevenció i predicció de riscos i frau. Però també *big data* és la font de nous models de negoci basats en la monetització de les dades, fet que també està provocant la transformació de les empreses de productes i serveis en empreses de dades; és un fenomen transversal que afecta totes les indústries i sectors.

El fet diferencial és que per primera vegada la demanda de canvi i adaptació ràpida que requereix un negoci no té per què estar compassada amb els ritmes de transformació tecnològica. *Big data* es potencia gràcies al núvol,

**“ De totes maneres, reconèixer la importància de 'big data' no significa ser capaç d'adoptar-lo amb èxit. Des de la meua experiència, l'adopció de 'big data' com a part d'una estratègia corporativa implica cinc grans reptes quant a gestió empresarial: lideratge, tecnologia, gestió del talent, presa de decisions i cultura organitzativa. Si bé les tecnologies disruptives provoquen canvis exponencials, les organitzacions evolucionen a un ritme menor i cal lideratge organitzatiu per mantenir el rumb malgrat les tensions internes i externes que provoquen orientar les nostres estratègies cap a models de negoci basats en dades**

la infraestructura virtualitzada i l'analítica avançada com a servei. Per tant, mentre les àrees d'IT dissenyen el seu *roadmap* evolutiu per integrar les seves arquitectures tradicionals per encaixar-les amb *big data*, el negoci pot anar desenvolupant projectes tàctics basats en casos d'ús amb un retorn d'inversió a curt termini.

De totes maneres, reconèixer la importància de *big data* no significa ser capaç d'adoptar-lo amb èxit. Des de la meua experiència, l'adopció de *big data* com a part d'una estratègia corporativa implica cinc grans reptes quant a gestió empresarial: lideratge, tecnologia, gestió del talent, presa de decisions i cultura organitzativa.

Si bé les tecnologies disruptives provoquen canvis exponencials, les organitzacions evolucionen a un ritme menor i cal lideratge organitzatiu per mantenir el rumb malgrat les tensions internes i externes que provoquen orientar les nostres estratègies cap a models de negoci basats en dades. Des del punt de vista de la tecnologia, *big data* suposa que el centre de gravetat dels sistemes d'informació ja no són les aplicacions. Això canvia la manera de processar, analitzar i explotar la informació, es fa obligatori replantejar l'encaix amb els sistemes tradicionals.

El tercer gran repte és la gestió del talent: són necessaris nous perfils professionals que sàpiguen gestionar *big data* i analitzar-lo. Una nova generació de professionals, com els científics de dades, els arquitectes en *big data* i els enginyers de dades, que no només tenen habili-



Les tecnologies com 'big data' tenen un retorn d'inversió clar. ARXIU

tats i coneixements diferencials, sinó que les seves motivacions, interessos i expectatives davant la seva professió i el seu lloc de feina són totalment diferents a les de les generacions anteriors.

*Big data* no només canvia la manera en què descobrim noves relacions ocultes i patrons de comportament únics a partir de la informació, sinó que ens obliga a prendre decisions d'una manera diferent: a partir de les dades i no basades en la intuïció o els prejudicis.

Per últim, *big data* requereix una cultura organitzativa transparent i oberta a compartir la informació, entenent que és un actiu de va-

lor estratègic que no pertany ni a un departament ni a un sistema sinó a l'organització.

El fenomen del *big data* no té marxa enrere. És un factor dominant en tots els sectors i a les nostres vides que canvia per sempre la manera com interaccionem amb la informació com a societat. Això ho han de tenir en compte les empreses i també els països, ja que només aquells que generin el marc adequat per a l'intercanvi de dades entre empreses –evidentment amb seguretat i garanties, però en un marc que permeti la generació de valor empresarial– seran països competitius a la nova economia de dades.