

Big Data: la asignatura que aprueban con nota los directivos españoles

España se sitúa 8 puntos por encima de la media europea en gestión y análisis de datos en el ámbito laboral, según cifras de una encuesta realizada a 5.000 empleados. En la actualidad, 6 de cada 10 ejecutivos basan sus decisiones en Big Data, según el último Barómetro de Innovación de General Electric. Entre sus usos clave, ayuda a establecer predicciones de mercado, volúmenes de venta y modelos que explican cambios en el comportamiento y hábitos de compra de los consumidores, según IMF Business School

Hace tan sólo unos años, términos como Big Data, Inteligencia Artificial, chatbot o cloud, parecían sacados de una película de ciencia ficción y su utilidad distaba mucho de la realidad. Hoy, España es líder europeo en alfabetización de datos, como asegura una encuesta realizada a 5.000 empleados de toda Europa por Qlik, compañía especializada en analítica de datos. En ella, afirman que el 25% de los españoles tiene una gran capacidad para entender y gestionar datos en su trabajo diario, frente al 17% de la media europea.

El negocio de los datos no ha hecho más que nacer y las previsiones de la Unión Europea indican que se crearán en los próximos dos años 900.000 nuevos puestos de trabajo tecnológicos. Los datos se han convertido en el oro líquido del siglo XXI y los ejecutivos españoles son conscientes de ello. Tanto es así que 6 de cada 10 ejecutivos ya basa sus decisiones en el Big Data, según las cifras obtenidas del último Barómetro de Innovación de General Electric. Para Carlos Martínez, presidente de IMF Business School, “el análisis masivo de datos ha llegado para quedarse. En nuestro país, aunque aún queda mucho por hacer, las empresas son cada más conscientes de la necesidad no sólo de guardar sino de gestionar la gran cantidad de datos que utilizan día a día. Ahora la pregunta no es cómo almacenar la información, sino para qué”.

El motivo del auge en Big Data no es otro que el valor de los resultados obtenidos a través del análisis exhaustivo de la información, material que hasta hace unos años las empresas desechaban. Pero ahora las compañías pueden establecer predicciones sobre distintos escenarios de comportamiento de mercado, volúmenes de venta y modelos que explican cambios y hábitos de compra de los consumidores. Por ejemplo, el uso del Big Data en los supermercados estadounidenses Walmart sirvió para detectar que las ventas de un determinado tipo de galletas aumentaban en épocas de huracanes porque la gente hacía acopio de provisiones. La marca ha aprovechado esta información para promocionar sus productos de manera destacada cuando se anuncia un temporal y ha conseguido incrementar sus ventas.

Cómo formar a los directivos en Big Data

Hasta hace unos años no existían cursos especializados en la formación en Big Data y la mayoría de los profesionales que decidieron lanzarse a esta disciplina eran fundamentalmente matemáticos o estadísticos. Sin embargo, cada vez hay más profesionales que proceden de ingenierías, administración de empresas e, incluso, humanidades.

Desde IMF Business School son conscientes de la necesidad de formación en áreas como el análisis de datos, pero es un campo muy amplio y se necesitan perfiles muy variados. Por ese motivo, han lanzado un nuevo Máster especializado en Big Data y Business Analytics, programa premiado en los 'Premios Tecnología e Innovación'; organizados por el periódico La Razón hace unos meses.

Datos de contacto:

Redacción
695604946

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>