

10 TENDENCIAS

2017

EL AÑO DE LA ALFABETIZACIÓN DE DATOS

Qlik Q



En los últimos meses hemos sido testigos de una explosión de datos, la evolución en los métodos de tratamiento de datos y la aparición de los activistas de la información. Los empleados pueden dominar y explotar ahora activamente la enorme cantidad de información disponible (datos científicos, desarrolladores de aplicaciones, analistas de negocio, etc.) aportando así a su entidad un valor altamente creativo.

Sin embargo, el número de personas capaces de gestionar estas cantidades de datos, cada vez mayores, es insuficiente. Con la enorme cantidad de información a disposición de las empresas, el año 2017 puede marcar el nacimiento de una nueva era digital basada en los datos, pero el número limitado de especialistas capaces de explotar y analizar todos estos datos no permite alcanzar este objetivo. Por desgracia, la cantidad de datos aumenta más rápido que nuestra capacidad de utilizarlos.

2017 abre nuevas perspectivas y anuncia el desarrollo de la «alfabetización de datos». Con este fin, se llevarán a cabo acciones para permitir que aumente el número de personas que utiliza los datos. Al igual que aprender a leer y escribir se convirtió en norma hace 100 años, la alfabetización de datos, la capacidad de leer, analizar y debatir con los datos, está destinado a convertirse en una de las habilidades más importantes para todo tipo de empleados.

Esto proporcionará las herramientas y formación adecuadas para mejorar la cultura de los datos. Por lo tanto viene a cubrir la brecha existente entre el enorme volumen de datos disponibles y nuestra capacidad para extraer información útil de los mismos.

Però, ¿qué cambios veremos que convertirán a la alfabetización de datos en una realidad? Aquí tiene nuestras predicciones.

# #01

## LA CONTAMINACIÓN DE LA INFORMACIÓN se vuelve un factor crucial

Con el desarrollo de las sutiles trampas de clics, la desinformación y el crecimiento exponencial de los datos, los sistemas generan datos imprecisos o contradictorios e incluso podrían ir en algunos casos hasta contaminar los datos buenos con los malos. Por lo tanto, es muy importante entender cuáles son los datos correctos. El desarrollo de la cultura de datos no ocurrirá sin una buena gobernanza.

# #02

## BIG DATA: UNA CUESTIÓN DE ASOCIACIÓN MÁS QUE DE VOLUMEN

Los datos son cada vez más fragmentados y se generan cada vez más de forma externa en la nube, lo que deriva en un gasto de espacio de almacenamiento de datos sin un objetivo real. Para aportar una ventaja real, las empresas deben adoptar un modelo que les permita combinar rápidamente su grandes volúmenes de datos con sus datos tradicionales. La asociación de datos también destacará la información falsa con mayor facilidad y mejorará la precisión y comprensión de los datos.

“ Tiene un aspecto muy potente y atractivo para el usuario, y le permite crear informes o manejar grandes volúmenes de información de forma flexible y sencilla. ”

Sergio Hernando, Director Delivery SEF Nielsen España

# #03

## LA VISUALIZACIÓN DE AUTOSERVICIO PARA TODOS

El modelo de negocios Freemium se introduce en 2017. Algunas formas de análisis serán accesibles a todos los empleados y se democratizará la cultura de datos de forma totalmente natural. Los empleados serán más propensos a entender la información a la que acceden y lo que esta significa para sus organizaciones. Este es un primer paso para la democratización, no obstante, no hay que descuidar la gobernanza.

# #04

## EL BI MODERNO MARCA LA DIFERENCIA

El descubrimiento de datos orientado al usuario se extenderá ahora a toda la empresa. En 2017, esta área va a evolucionar hasta reemplazar a las plataformas de BI obsoletas, especializadas en la producción de informes. Cuando el BI moderno se imponga como la arquitectura de referencia, esto abrirá las puertas a un análisis de autoservicio y a un fácil acceso a la exploración de datos a más personas. El BI moderno también ofrece un fuerte argumento en términos de control y gobernanza (escalabilidad, rendimiento, seguridad).

“Durante una reunión con un cliente, pudimos sacar la tablet, conectarnos a Qlik y hacer el análisis en directo. Analizamos la rentabilidad del proyecto y dimos una respuesta al momento”.

Antonio Cano, Director Gerente de El Conchel

# #05

## LA NUBE HÍBRIDA SE IMPONE

La transición a la nube se está acelerando debido a que es intuitiva, escalable y centralizada. Sin embargo, los datos y procesamientos de datos no se encuentran todos en una sola plataforma y la existencia de datos confidenciales no ayuda a mantener los entornos bajo control. Los entornos híbridos ofrecen una buena respuesta a esto, con todos los procesamientos de datos y publicaciones disponibles tanto in situ como en la nube. En 2017, la nube híbrida y multiplataforma se convertirá en el principal modelo para el análisis de datos.

“ Nosotros hemos elegido una estrategia de arriba a abajo para equipar a todos nuestros usuarios a todos los niveles. Hoy todo el mundo está en Qlik porque es extremadamente fácil de usar. ”

David Mimoun, Responsable Grupo BI y CRM B2B, TF1

# #06

## MODELOS PREDICTIVOS MENOS OPACOS

Los procesos analíticos evolucionan con nuevas formas de inteligencia que se están desarrollando en el software, ofreciendo respuestas automáticas al instante. Pero el proceso de análisis no debería ser algo opaco, ni demasiado normativo. La "Inteligencia artificial" hace mucho ruido, pero a menudo es más útil como complemento que como sustitutivo del análisis humano. Porque para obtener las respuestas correctas primero hay que hacer las preguntas correctas.

“ Con la plataforma pueden detectarse errores que antes eran difíciles de encontrar en informes estáticos, como artículos mal ubicados o cambios de precio. Tenemos una foto de la compañía que antes no existía. ”

Rubén Moral, Responsable de IT, AyB Hislabor

# #07

## LA CARA OCULTA DEL ANÁLISIS PERSONAL

El análisis personal se puede considerar desde dos ángulos. El primero consiste en permitir que cada activista de la información pueda llevar a cabo su propio análisis. El segundo consiste en analizar los datos sobre «segmentos unitarios», a través de una información más detallada. La combinación de ambos enfoques es el sueño de cualquier especialista de marketing, porque así puede entender el comportamiento y las expectativas de los clientes. Tenga cuidado, no obstante: los clientes son cada vez más conscientes del valor de sus datos personales.

# #08

## RECONCILIAR EL MUNDO FÍSICO Y DIGITAL

El análisis no se hará simplemente en cualquier parte, se hará en todas partes. Pokémon © GO es un indicador de la próxima evolución que tocará al mundo de los negocios, tras la movilidad. Esto significa que el análisis comenzará a aparecer en el contexto de la localización por GPS, los dispositivos táctiles y el reconocimiento de voz, la realidad virtual y la gamificación y continuará por este camino conectándose también a otros dispositivos y electrodomésticos.

# #09

## LA ANALÍTICA NATIVA PARA APPS

Todo el mundo debe ser capaz de explorar sus propios datos. La cultura de los datos permitirá a los usuarios realizar análisis donde quiera que se encuentren, a través de aplicaciones desarrolladas para adaptarse a sus propios contextos y situaciones. Los desarrolladores de apps se benefician de unas plataformas de análisis abiertas y extensibles, que puedan integrarse fácilmente, personalizarse y contextualizarse.

“ Gracias a los cuadros de mando e indicadores que proporcionamos, el director financiero, el director comercial y el de Recursos Humanos se benefician plenamente de todos los datos disponibles en el sistema ERP. ”

Sylvain Moussé, Director de Tecnologías de Cegid

# #10

## LA VISUALIZACIÓN DE TODA LA CADENA DE SUMINISTRO DE LA INFORMACIÓN

La visualización se convertirá en un elemento clave en todo el proceso de tratamiento de datos, desde la preparación e integración de los datos, hasta las fases de explotación y análisis. La colaboración y la comunicación se verán facilitadas en gran medida, lo que aumentará la eficacia de los agentes de la cadena de suministro de información.



## Acerca de Qlik

Qlik®, líder en plataformas de análisis visual, es uno de los pioneros del BI dirigido por el usuario. Su cartera de productos, accesible a través de la nube o en sus instalaciones, satisface las crecientes necesidades de la empresa, que depende del análisis visual, de un auto-servicio de análisis guiado, integrado y personalizado para utilizar todos los datos, donde quiera que se encuentren.

Las soluciones Qlik Sense®, QlikView® y Qlik® Cloud permiten a los usuarios integrar información procedente de múltiples fuentes para darle significado y revelar las relaciones ocultas entre los datos para hacer descubrimientos que conducen a nuevas ideas. Con sede en Radnor, Pennsylvania (EE.UU.), Qlik está presente en más de 100 países y cuenta con más de 40.000 clientes en todo el mundo.

## La diferencia de Qlik

El modelo asociativo: Qlik es el único proveedor que ofrece un enfoque totalmente revolucionario e innovador en cuanto a la forma en que los datos se analizan a través de su motor de indexación asociativo. A diferencia de las herramientas de visualización basadas en consultas y los sistemas de BI tradicionales, Qlik no se limita a unas jerarquías predefinidas o nociones preconcebidas de relaciones entre datos. Los usuarios pueden explorar a fondo y libremente sus datos y entender las relaciones que se dan entre ellos. Descubren la historia que se oculta en sus datos

En 2016, Qlik quedó clasificado entre los líderes en el Cuadrante Mágico de Gartner para plataformas de Business Intelligence y análisis por sexto año consecutivo, gracias a su amplitud de visión y su capacidad de ejecución. Qlik ofrece las capacidades de análisis más potentes del mercado.



[www.qlik.es](http://www.qlik.es)

© 2016 QlikTech International AB. Todos los derechos reservados. Qlik®, Qlik Sense®, QlikView®, QlikTech®, Qlik® Cloud, Qlik® DataMarket, Qlik® Analytics Platform y los logotipos de QlikTech son marcas registradas de QlikTech International AB registradas en múltiples países. Otras marcas y logotipos aquí mencionados son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de sus respectivos propietarios.