

EL PODER DE LA EMPRESA BASADA EN LOS DATOS

Innovación avanzada y agilidad
empresarial con nube, IA y análisis


accenture



Innovación avanzada y agilidad empresarial con nube, IA y análisis

Resumen



La cantidad de datos generados por personas, organizaciones y máquinas/dispositivos crece día a día, pero muy pocas empresas están haciendo uso de sus propios datos de clientes y operativos para obtener una ventaja competitiva.



Las empresas deben convertirse en “empresas basadas en los datos”, organizaciones habilitadas para la nube que puedan maximizar el valor de los datos y tratarlos como un activo diferenciado por su integridad, linaje y calidad. Estas empresas incorporan datos preparados para la nube y análisis predictivos en su núcleo.



Para estar verdaderamente basadas en los datos, las empresas deben vincular una estrategia basada en datos con resultados claros, y también crear una estrategia de “datos en la nube”. Deben identificar oportunidades con alto rendimiento de la inversión y permitir que los datos actúen como un activo estratégico. Por último, los ejecutivos de una organización deben comprometerse plenamente a desarrollar y mantener una cultura estratégica basada en datos.

A medida que el mundo se digitaliza cada vez más, las personas, las organizaciones, las entidades gubernamentales y, ahora, las “cosas” generan cantidades asombrosas de datos.

De hecho, según un informe, se crean 5 quintillones de bytes de datos todos los días en todo el mundo.¹

Pero, ¿están las empresas haciendo un uso efectivo de sus propios datos de clientes y operativos para obtener una ventaja competitiva? En su mayor parte, la respuesta es “no”. Ciertamente, las organizaciones reconocen el valor de los datos y están utilizando tecnología más sofisticada para capturarlos. Pero, como señala Gartner®, casi el 97 % de los datos no son utilizados por las organizaciones.² Gartner también indica que más del 87 % de las organizaciones tienen bajos niveles de madurez en términos de inteligencia empresarial y capacidades analíticas.³

Este déficit de capacidad llega en un momento en que podría restringir gravemente el crecimiento de una empresa o incluso debilitar la viabilidad general. Esto se debe a que las demandas de datos están creciendo drásticamente. En un estudio de Accenture titulado “From Bottom Line to Front Line”, descubrimos que las organizaciones de alto rendimiento están viendo un aumento significativo en la demanda de datos y análisis, de fuentes mucho más allá de las operaciones de TI y las finanzas. De hecho, estamos observando un aumento de la demanda de datos en todas las líneas de negocio.⁴

El objetivo: operar una empresa inteligente impulsada por información facilitada por la nube

Un estudio de Accenture⁵ reveló una correlación directa entre el alto rendimiento y convertirse en lo que llamamos una “empresa basada en los datos”, una empresa que puede utilizar la nube como catalizador para maximizar el valor de los datos y tratarlos como un activo diferenciado por su integridad y calidad.

Dichas empresas utilizan los datos como base para la innovación, la agilidad empresarial y la toma de decisiones empresariales críticas a través de la inteligencia artificial y los análisis para mejorar la eficacia, reducir el riesgo e impulsar nuevas fuentes de ingresos. Las empresas basadas en los datos incorporan datos basados en la nube y análisis predictivos en su núcleo. Se caracterizan por la optimización, la predicción, el aprendizaje continuo y una cultura impulsada por los conocimientos.

Las ventajas pueden ser importantes. Según la experiencia de Accenture, las organizaciones basadas en los datos están superando a sus competidores en términos de rentabilidad, así como de adquisición y retención de clientes.

Un obstáculo: la capacidad de crear la arquitectura de nube adecuada para admitir datos en la nube (consulte el siguiente apartado).

Cuando las empresas siguen dependiendo de sistemas propios de aprovisionamiento de datos antiguos, la documentación de la lógica y las reglas de negocio son deficientes y la preparación de datos desde la fuente hasta la presentación es lenta. Como resultado, el ciclo de transformación de datos para la generación de informes puede tardar días, lo que resulta en ventas reducidas y un rendimiento empresarial deficiente.

Para superar estas limitaciones, las empresas necesitan hacer la transición de su sistema heredado de abastecimiento e integración de datos a una arquitectura de datos más modernizada, lista para el futuro, flexible y escalable en la nube. Esto puede permitir la captura de datos en tiempo real, reducir el tiempo de procesamiento (a veces en más de un 50 %) y acelerar los resultados empresariales.⁶



Creación de una estrategia de “datos en la nube”

Algunas empresas basadas en los datos adoptaron la informática en la nube desde el principio. Sin embargo, la mayoría de las organizaciones comenzaron su transformación de datos con la informática en las instalaciones, y luego trasladaron gradualmente los datos transaccionales a la nube solo para requisitos específicos. Este enfoque satisfacía adecuadamente las necesidades comerciales hasta hace poco. En la economía digital, la implementación en las instalaciones está mostrando sus limitaciones.

El traslado de los datos empresariales a la nube, si se planifica e implementa correctamente, ofrece muchas ventajas. Un tejido de datos bien diseñado en la nube puede proporcionar a las empresas la escalabilidad, la flexibilidad empresarial, y los conocimientos fiables y basados en datos que tanto necesitan para obtener resultados más inteligentes y rápidos.

Utilizando el poder de la inteligencia artificial, la ciencia de datos profundos y una serie de servicios de datos ágiles e inteligentes, las empresas pueden descubrir datos oscuros, identificar activos de datos que se pueden monetizar y obtener información empresarial inteligente e innovadora a gran velocidad.

¿Qué está obstaculizando las transformaciones basadas en datos?

¿Qué impide que las empresas se conviertan en empresas basadas en los datos? Una respuesta es que diferentes tipos de empresas tienen motivaciones distintas. La transformación de una empresa tecnológica a menudo se desencadena por la innovación disruptiva o la incapacidad de hacer crecer el negocio más allá de las limitaciones técnicas y los patrones arquitectónicos de la época. Tal amenaza puede hacer que una empresa acepte la transformación.

Para otros tipos de empresas, su razón para transformarse puede no ser tan dramática. A menudo, la razón tiene que ver con un miedo más general a perder la ventaja competitiva. Ese es un impulso importante para el cambio, pero, sin una amenaza dramática contra la que luchar, algunas partes de la empresa pueden no sentir suficiente urgencia. Por lo tanto, muchas empresas no tecnológicas están tardando considerablemente más en transformarse. Algunas incluso se han estancado.



Discover Financial Services está aplicando con éxito una estrategia de datos en la nube. Este banco utiliza datos de una variedad de fuentes —estructuradas y no estructuradas, en streaming y por lotes— y analiza rápidamente los datos para obtener información.

Llegar a este punto requería un cambio audaz de un enfoque fragmentado en las instalaciones a una plataforma de datos en la nube totalmente integrada en Amazon Web Services (AWS).

Innovación con velocidad y a escala

La plataforma de datos en la nube de Discover hace que los datos empresariales sean accesibles a los científicos de datos en tiempo real. Al aprovechar la combinación adecuada de opciones tecnológicas y técnicas de automatización, la plataforma de datos en la nube permite a los científicos de datos mejorar su entorno de exploración, obtener los datos necesarios y explorar modelos avanzados. En lugar de esperar semanas o meses para iniciar sus experimentos de datos, los datos se preparan y se ponen a disposición en la nube con un solo clic.

Diseño flexible y listo para el futuro

El diseño modular de la plataforma en AWS significa que los componentes pueden actualizarse o intercambiarse fácilmente para que el sistema pueda evolucionar. Esto ofrece a los científicos de datos acceso continuo a las mejores capacidades innovadoras y a futuras soluciones de aprendizaje automático.

Mitigación de riesgos mejorada

Los análisis y el aprendizaje automático aumentan la precisión de las decisiones de préstamo, lo cual mitiga el riesgo.

Como banco basado en los datos, Discover Financial Services ha transformado con éxito la forma en que almacenan, acceden y analizan los datos. Su estrategia nativa en la nube aumenta la ya sólida propuesta de valor de Discover para clientes y accionistas.

Las organizaciones deben utilizar un enfoque de arquitectura de “mejor adecuación” para adoptar datos en la nube, en función de su nivel de madurez en la nube y sus demandas comerciales, presentes y futuras. Las opciones incluyen:

Ampliación de la cadena de suministro de datos en las instalaciones

Deje la incorporación, el procesamiento o el consumo de datos existentes en manos de un servicio de datos basado en la nube y cree soluciones rápidas para gestionar las necesidades comerciales urgentes.

Modernización de la cadena de suministro de datos en la nube

Cree un ciclo de vida de datos paralelo en la nube alineando proactivamente la plataforma de datos con el ecosistema de aplicaciones híbrido, desplazando así sistemáticamente el “centro de gravedad” de los datos a la nube.

Creación de un nuevo ecosistema de datos en la nube

Rediseñe la cadena de suministro de datos en la nube, es decir, cree una solución de datos nativa en la nube. Este enfoque suele ser necesario cuando la plataforma de datos actual de una organización resulta inadecuada para analizar datos en tiempo real y cumplir con los requisitos de conformidad y servicio al cliente.

Casos de éxito basados en datos

Destacar los casos de éxito sobre transformaciones basadas en datos es una de las formas de comunicar una propuesta de valor a la empresa e incluso de contribuir a acelerar una nueva mentalidad de datos.

KDDI, Accenture y ARISE analytics

Consideremos KDDI, una de las mayores empresas de telefonía móvil de Japón, con más de 50 millones de suscriptores. En el saturado mercado móvil japonés, en el que la cantidad de teléfonos móviles supera a la población del país,⁷ la competencia entre las operadoras es particularmente dura.

Una empresa de comunicaciones puede tener millones de clientes, pero solo hay una pequeña ventana de oportunidad para atraer a esos clientes a varios puntos de contacto. ¿Cómo puede una empresa llevar a cabo con éxito campañas comerciales durante esas pequeñas ventanas? La respuesta está en la capacidad para formular y ofrecer una experiencia de cliente única y personalizada. Eso, a cambio, requiere convertirse en una empresa basada en la nube y basada en datos.

Para ofrecer una mejor experiencia al cliente, lo que a su vez puede impulsar el aumento de los ingresos, KDDI se asoció con Accenture para formar ARISE analytics,⁸ que analiza big data para obtener información significativa sobre la actividad de los clientes.

Estas empresas crearon “Single Brain”, un motor integrado de atención al cliente alojado en AWS.⁹ Al profundizar en los datos y utilizar inteligencia artificial, ARISE revela información sobre las preferencias de los clientes a partir de petabytes de datos de estilo de vida. Con Single Brain, KDDI puede optimizar sus canales de clientes, el tiempo de contacto y el contenido.

Según Takuya Kudo, director científico de KDDI, “ARISE está transformando KDDI de una empresa de comunicaciones a un punto de contacto más amplio para la vida cotidiana de los clientes mediante el uso de inteligencia artificial para desarrollar perfiles de clientes que pueden contribuir a adaptar una experiencia de cliente única. De esta manera, podemos mejorar continuamente nuestra competitividad”.

Los resultados han sido impresionantes. Durante el proyecto piloto inicial, la tasa de conversión de la empresa aumentó un 130 %. La atención al cliente mejoró y la empresa también experimentó un impacto positivo sustancial en las tasas de abandono. KDDI, Accenture y AWS ahora han ampliado la plataforma ARISE a otros segmentos y sectores, tanto dentro de KDDI como externamente.

Información basada en datos para la policía de West Midlands

Las transformaciones basadas en datos no solo son para grandes empresas. De hecho, organizaciones más pequeñas y líneas de negocio concretas buscan con frecuencia generar valor y servir a los clientes y los ciudadanos con mayor eficacia. El programa de análisis basado en la nube de la policía de West Midlands, en el Reino Unido, es un ejemplo de mejora de un caso de uso específico a partir de datos.

La policía de West Midlands (WMP) da servicio a la segunda área metropolitana más grande del Reino Unido, que experimenta una amplia gama de delitos que van desde amenazas terroristas hasta incidentes cotidianos de poca monta. Con la necesidad de mejorar el rendimiento utilizando los recursos existentes y trabajando con presupuestos reducidos, la WMP examinó cómo podrían mejorar los resultados en materia de delincuencia, reducir el daño e identificar vulnerabilidades.

Trabajando con Accenture y AWS, la organización creó el programa Data-Driven Insight (DDI), que ha puesto información de alta calidad y procesable en manos de 6000 agentes de policía a través de búsquedas,

informes y análisis mejorados basados en tecnologías en la nube. Estas capacidades se basan en un conjunto de datos alimentado por diversas fuentes estructuradas y no estructuradas de datos policiales. Con un conjunto de datos más completo, los agentes pueden crear una imagen más detallada y completa de las personas y los patrones de delincuencia. Esto está contribuyendo a reducir el tiempo y el esfuerzo dedicados por los agentes de policía a encontrar la información y los conocimientos prácticos que necesitan para trabajar de manera efectiva.

El programa proporciona una capacidad de análisis predictivo altamente sofisticada para apoyar las intervenciones preventivas al dirigir mejor a los oficiales a las personas que corren más riesgo y evaluar el impacto de una variedad de intervenciones. Este aspecto de la plataforma se está ampliando actualmente con datos de otras grandes fuerzas policiales del Reino Unido para proporcionar una capacidad nacional de análisis de datos.

“Podemos ser una organización mucho más ágil, mucho más preparada con la información y las herramientas para evitar el crimen, proteger al público y ayudar a los necesitados”, según Dave Thompson, jefe de policía de West Midlands.

AWS y la empresa basada en los datos preparada para la nube

De acuerdo con un documento técnico de AWS, “Cómo superar los cinco principales desafíos de big data”¹⁰, crear y ejecutar aplicaciones de big data en la nube puede proporcionar la escala y el rendimiento necesarios para descubrir rápidamente conocimientos empresariales.

AWS ofrece un conjunto completo de servicios en la nube en diferido para big data, así como servicios administrados para el análisis de big data. El completo conjunto de capacidades de AWS abarca toda la gama de enfoques para el análisis de big data, incluidos almacenes de big data, almacenamiento de datos, análisis distribuido e inteligencia empresarial. AWS ofrece un entorno flexible, abierto y seguro que brinda a las organizaciones la capacidad de desarrollar sus propias herramientas, instalar su propio software o utilizar soluciones de socios.¹¹

Los big data desempeñarán un papel cada vez más importante para permitir que las organizaciones tomen decisiones empresariales más inteligentes, rápidas y automatizadas. Las empresas no tienen que verse frenadas por la escasez de habilidades, los altos costes, la imprevisibilidad de los datos, los problemas de seguridad o la dificultad de crear un caso de negocio.

Cómo avanzar en la transformación basada en los datos

En todos los sectores, los ejecutivos están encargados de crear información relevante para el negocio a partir de volúmenes de datos en constante expansión. Estas son algunas de las medidas que hay que tener en cuenta para prosperar en una época tan difícil:

1 Vincular una estrategia basada en la nube y basada en los datos para obtener resultados claros

¿Qué busca? ¿Mejorar la adquisición y retención de clientes? ¿Aumentar las ventas y la rentabilidad? ¿Mejorar el rendimiento de la cadena de suministro? Hay muchos objetivos valiosos, pero concéntrese en lo que es adecuado para usted.

2 Comenzar con oportunidades con alto retorno de la inversión

Las empresas pueden verse abrumadas por la gran cantidad de datos que tienen, ya sean creados, transmitidos o heredados. Capturar todos estos datos de manera efectiva es un desafío, pero contemplar la mejor manera de obtener información de todos los datos puede ser aún más abrumador. Las empresas deben comenzar poco a poco con una oportunidad de negocio de alto valor para demostrar el impacto rápido y positivo de la aplicación de inteligencia artificial y análisis predictivo a los datos corporativos.

3 Preparar los datos como un activo estratégico

Una vez que se ha establecido la arquitectura básica de la nube, un paso importante para convertirse en una empresa basada en los datos es modelar el verdadero valor de los datos para la empresa de forma que los datos puedan tratarse adecuadamente como un activo estratégico. Las empresas pueden entonces priorizar las oportunidades que ofrecen los datos en su negocio. Los análisis predictivos pueden descubrir ingresos sin explotar y nuevas oportunidades de negocio, pero solo si los datos son fácilmente accesibles y están disponibles.

4**Dotar a las líneas de negocio con información**

Permitir que las líneas de negocio de una organización tengan información sobre los problemas comerciales y de los clientes en tiempo real es muy importante. Capacitar aún más a las empresas para que adopten medidas a fin de abordar esas cuestiones es fundamental para que una organización acepte el objetivo de convertirse en una empresa basada en los datos.

5**Crear una estrategia de “datos en la nube”**

Determine la arquitectura más adecuada, desde aumentar una cadena de suministro de datos en las instalaciones hasta crear una nueva arquitectura de datos basada en la nube.

6**Obtener la aprobación de la empresa**

Los ejecutivos de una organización deben comprometerse plenamente a desarrollar y mantener una cultura estratégica basada en los datos. Solo cuando los dirigentes empresariales alinean los objetivos, las prioridades y las expectativas de la empresa con los conocimientos derivados de los datos, las organizaciones pueden servir a sus clientes de manera más rápida y eficaz. Las empresas deben evaluar y abordar el nivel de cambio empresarial necesario para que su organización entienda realmente el valor de los datos para su negocio.

7**Administrar el cambio en la organización y la cultura de manera efectiva**

Basarse en los datos requiere un cambio cultural significativo, y podría existir resistencia por parte de aquellos arraigados en procesos antiguos. Administre el cambio de forma sistemática y sensible.

Conclusión: plataformas en la nube para transformaciones basadas en los datos

Cada vez más, las organizaciones confiarán en plataformas en la nube para acelerar su transformación en una empresa basada en los datos. Plataformas como AWS proporcionan a las empresas una amplia gama de herramientas de análisis de datos con el poder de analizar grandes volúmenes de datos de clientes, empresas y transacciones de forma rápida, segura y a bajo coste.

Todas las empresas deben moverse rápidamente para evaluar sus capacidades de análisis de datos y definir el rumbo para la transformación en una empresa basada en los datos. Es una parte crucial para ser más receptivo a los clientes y a las oportunidades del mercado, y más ágil dada la naturaleza rápidamente cambiante de la tecnología y el mercado.

Contactos clave



Accenture AWS Business Group (AABG)

Campbell Abbey

Campbell Abbey es el responsable internacional de AABG para soluciones de inteligencia artificial y aprendizaje automático en AWS. Es un visionario de la nube consumado y basado en datos que es muy reconocido por su capacidad para influir en el cambio y comunicar las ventajas de adoptar estrategias basadas en datos en la nube. Campbell tiene una amplia experiencia en el trabajo con clientes para desarrollar datos en la nube y estrategias de IA que se centran en la transformación y el rendimiento de los programas de inversión. Tiene un profundo conocimiento de las tendencias tecnológicas en la nube que modifican la industria y de la perspicacia empresarial requerida para comunicar a los ejecutivos la capacidad de los servicios en la nube de IA y aprendizaje automático para impulsar la agilidad, la productividad y las nuevas fuentes de ingresos.

<https://www.linkedin.com/in/campbellabbey>



Amazon Web Services

Nick Richmond

Nick Richmond es el responsable internacional de innovación de Accenture AWS Business Group (AABG) en Amazon Web Services (AWS). En este cargo, Nick es responsable de liderar las estrategias y soluciones de innovación globales para los clientes y de alinear la mensajería y las actividades de comercialización en torno a CMT. Ayuda a los clientes empresariales a adoptar y escalar eficientemente tecnologías que ofrecen un valor de negocio significativo.

Nick cuenta con más de veinte años de experiencia en Europa y Asia-Pacífico, así como en varias funciones de liderazgo tecnológico en empresas de consultoría globales como KPMG y Accenture, y empresas emergentes como Fonix Mobile. Nick tiene una licenciatura del Imperial College de Londres y ahora reside en Singapur con su esposa e hijos.

<https://www.linkedin.com/in/nickrichmond>

Referencias

¹ <https://blogs.cisco.com/datacenter/internet-of-things-iot-data-continues-to-explode-exponentially-who-is-using-that-data-and-how>

² https://books.google.ca/books?id=P4paDwAAQBAJ&pg=PT20&lpg=PT20&dq=gartner+data+unused+97&source=bl&ots=9INMWEJUoU&sig=AC-fU3U2C4kWfnNrrl2L2X9fWakObTR3Pzw&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gartner%20data%20unused%2097&f=false 2018

³ <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2018-12-06-gartner-data-shows-87-percent-of-organizations-have-low-bi-and-analytics-maturity> 2018

⁴ Accenture, "From Bottom Line to Front Line", 2018. https://www.accenture.com/t20180910T083815Z_w/us-en/_acnmedia/PDF-85/Accenture-CFO-Research-Global.pdf

⁵ Ibid.

⁶ "Turbocharge business with data intelligence on cloud", Accenture, 2018. https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-87/Accenture-CVE-Turbocharge-A4-Brochure-v4-web.pdf#zoom=50

⁷ http://www.dentsu.com/news/ideas/japanese_people_and_smartphones.html

⁸ <https://www.accenture.com/us-en/blogs/blogs-takuya-kudo-big-data-arise-analytics>

⁹ Ibid.

¹⁰ AWS, "How to Overcome the Top Five Big Data Challenges," 2017. <https://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/mktg-apac/Big+Data+Refresh+Q4+Campaign/How+to+Overcome+the+Top+Five+Big+Data+Challenges+copy.pdf>

¹¹ Ibid.

Acerca de Accenture

Accenture es una destacada empresa multinacional de servicios profesionales que ofrece una amplia gama de servicios y soluciones en diversas áreas (estrategia, asesoría, servicios digitales, tecnología y operaciones). Combinando una experiencia inigualable y habilidades especializadas en más de 40 sectores y todas las funciones empresariales (respaldadas por la red de entrega más grande del mundo), Accenture trabaja en la intersección entre las empresas y la tecnología para ayudar a los clientes a mejorar su rendimiento y crear valor sostenible para las partes interesadas. Con 492 000 personas atendiendo a clientes en más de 120 países, Accenture fomenta la innovación para mejorar la forma en que funciona y vive el mundo. Visítenos en www.accenture.com.

Este documento ha sido creado por asesores de Accenture como orientación general. No tiene por objeto ofrecer asesoramiento específico sobre sus circunstancias particulares. Si necesita asesoramiento o más detalles sobre cualquier asunto mencionado, póngase en contacto con su representante de Accenture.

Este documento hace referencia descriptiva a marcas comerciales que pueden ser propiedad de otras entidades. El uso de dichas marcas comerciales en este documento no es una declaración de propiedad de dichas marcas comerciales por parte de Accenture, y no pretende afirmar ni implicar la existencia de una asociación entre Accenture y los propietarios legítimos de dichas marcas comerciales.