



BUSINESS ASSURANCE

PENSANDO A LO GRANDE

La industria alimentaria tiene hambre de big data

SAFER, SMARTER, GREENER

El big data está en boca de todos últimamente y también en el orden del día de todas las empresas. Es el nuevo elemento que puede cambiar el terreno de juego para muchas industrias, con el potencial de mejorar de forma drástica la eficiencia, las formas de acercarse al mercado y a las partes interesadas y de gestionar un panorama que es cada vez más complejo.

Existe una tendencia creciente, en todas las industrias y sectores, de utilizar análisis de datos para gestionar el rendimiento y los riesgos. Éste es el núcleo del gran giro del big data: la capacidad de utilizar los datos para obtener conocimiento procesable, visiones y predicciones. Cada día se crean 2,5 trillones de bytes de datos, almacenados desde sensores, publicaciones en redes sociales, registros de transacciones de compras y así continua la lista, incluyendo los datos generados a través de las operaciones diarias de las empresas. Las cifras no pueden ser más grandes, pero la capacidad de "pensar a lo grande" no viene del mero volumen en sí mismo, sino de lo que haces con la información.

¿Qué es el big data?

El big data se caracteriza por la disponibilidad de una cantidad de datos que es demasiado grande como para ser procesada utilizando bases de datos y sistemas de software convencionales. Sin embargo, la implantación de herramientas y técnicas de tecnología avanzada posibilita efectuar comparaciones complejas y obtener información relevante que de otro modo no sería posible, o no sería visible. Esto es grande en el sentido de que posibilita una comprensión oportuna de los datos, una supervisión en tiempo real e información predictiva. Pone a las empresas en posición de adoptar decisiones basadas en datos para gestionar y mejorar el

desempeño, no solo de forma reactiva sino de forma predictiva. Además, abre posibilidades no solo a nuevas posibilidades de gestión de riesgos, sino también a diferentes innovaciones, que son incluso revoluciones. Esto va desde cambiar radicalmente los servicios y productos hasta satisfacer de forma eficaz los requisitos de las partes interesadas, y probablemente, cambiar la capacidad de hacer frente a los retos de la empresa, de la industria o incluso los globales.

¿Algo para el futuro?

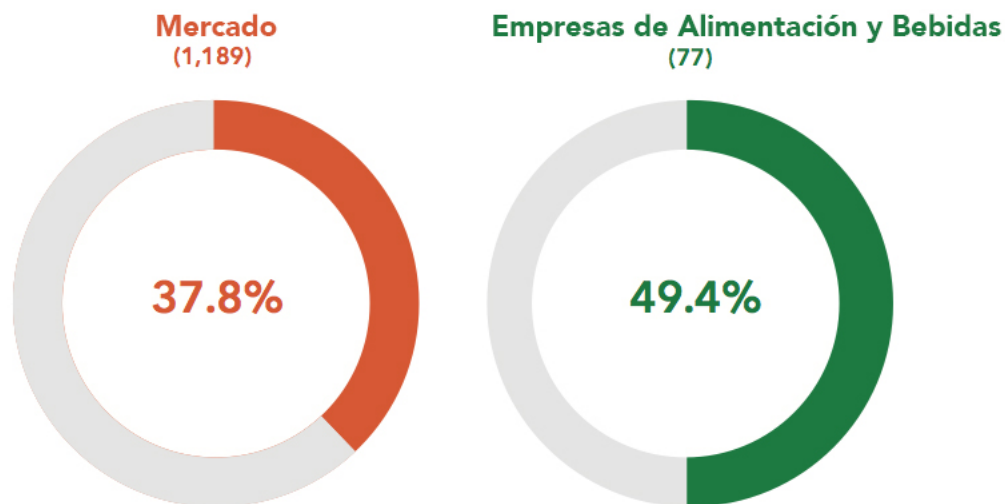
Muchos ven el big data como algo que guarda un futuro prometedor para las empresas que inviertan, adquieran las competencias adecuadas y gestionen con el objetivo de sacar provecho. Sin embargo, el big data no es solo para el futuro; ya está aquí. La reciente encuesta ViewPoint (que será publicada el 13 de abril), llevada a cabo por DNV GL, indica que el big data es ya una realidad para una serie de empresas de todo el mundo. De la muestra total de 1.200 encuestados, el 50% manifiesta que ya ha llevado a cabo alguna acción relacionada con el big data. Aproximadamente la misma cifra indica que el big data representa una oportunidad para su empresa y el 45% reconoce la importancia de crear capacidades para el big data. El impulso y el optimismo únicamente no se refleja en un 5%, que indica que considera el big data como amenaza; la atención general se centra en el potencial.

2,5 000.000.000
TRILLONES 000.000.000

Cada día se crean 2,5 trillones de bytes de datos, recogidos de sensores, publicaciones en redes sociales, registros de transacciones de compras y la lista continúa.

¿Cómo prevé que afecte a su negocio el big data en los próximos 2-3 años?

■ Nivel alto / bastante alto



DNV GL © 2016

¿Piensan a lo grande las empresas de alimentación y bebidas?

Si analizamos los datos del informe ViewPoint centrándonos únicamente en las empresas de alimentación y bebidas, vemos que esta industria parece estar un paso por delante de las demás en su enfoque para el big data. Los encuestados que representan a este sector reflejan el mercado cuando se trata del número de empresas que indica que ya han llevado a cabo como mínimo una acción. Ven el big data como oportunidad y no como amenaza. Más del 25% de los encuestados indican que la aplicación del big data ya ha impulsado su productividad y creación de valor y 1 de cada 4 parece tener, además, una estrategia clara para la cuestión.

Las empresas de alimentación y bebidas no dan datos, en general, que indiquen que se hayan beneficiado más que el total de la media por sus esfuerzos en big data. Pero sus acciones escogidas y por ello sus beneficios parece que se mueven alrededor de la eficiencia y el ahorro financiero, la reputación de marca y la gestión de la cadena de suministro. Esto podría ser un indicador de que las empresas encuestadas consideran que los conceptos de big data tienen el potencial de ayudarles a hacer frente a márgenes ajustados al mismo tiempo que gestionan su reputación de marca y un panorama de riesgos complejo y siempre creciente.

Y las expectativas son, para casi la mitad, que el big data impactará en su empresa en los próximos 2-3 años. Para muchos de ellos, el "cómo" aún está por verse. Parece que hay optimismo hacia el potencial presente y futuro, y las empresas de alimentación y bebidas también indican menos barreras para aprovecharse del big data.

La industria de alimentación y bebidas es reconocida por ser una industria colaborativa, especialmente en cuestiones de seguridad alimentaria. Esfuerzos como la Global Food Safety Initiative (GFSI) han tenido un impacto real. Es un ejemplo de lo que se puede hacer, beneficiando a todos, cuando una industria determina un asunto no competitivo y decide trabajar de forma conjunta. Será interesante ver, dada la naturaleza avanzada de las empresas de alimentación y bebidas, si esto se verá ampliado, acelerado e incentivado por el big data, hacia áreas nuevas o relacionadas. El potencial de compartir datos para hacer frente al fraude alimentario o a la trazabilidad, por ejemplo, es una cuestión interesante.

Si desea leer la encuesta ViewPoint al completo cuando sea publicada el 13 de abril, por favor visite la web de ViewPoint. También encontrará los informes completos de todos los estudios previos que hemos realizado.

Para más información:
ContactUs@dnvgl.com
www.dnvgcert.com
1-877-368-3530