



EL VALOR DE LA INFORMACIÓN: **BIG DATA Y RSC**

— Por Paola Palma Rojas —

¿Cuál es el valor económico de la información que diariamente generan millones de personas alrededor del mundo, con qué fines y quién la utiliza? ¿Cómo contribuye esta información a mejorar el desempeño de empresas y productos? ¿Estos intercambios de información pueden fortalecer la responsabilidad social corporativa?

Hoy en día, gracias a las telecomunicaciones, el uso de internet y la interacción a través de dispositivos móviles, cada persona genera una importante cantidad de información sobre sus preferencias de consumo, transacciones comerciales, intereses y valores.

El manejo y análisis en tiempo real de estos volúmenes gigantescos de información es lo que actualmente se conoce como Big Data. Su finalidad es crear conocimiento y valor, para empresas y gobiernos, capaz de orientar la toma de decisiones una vez que la información es interpretada.

Actualmente, la cantidad información producto de millones de transacciones e interacciones electrónicas, es abrumadora. En el año 2015, el “peso” de la información generada a nivel mundial equivalió a 8 trillones de gigas (gigabyte o GB). Si esta cifra es sorprendente, lo es aún más la estimación de que este volumen de información se multiplicará 40 veces al final de la presente década.

La recolección, almacenamiento, manejo y análisis de información está generando nuevos ámbitos empresariales y procesos de innovación muy particulares. Gracias a la información masiva, hoy es posible desarrollar nuevos productos, mejorar procesos de negocio y métodos organizacionales; y vislumbrar nuevos mercados.

La revolución de los datos masivos tiene el potencial de elevar la eficiencia y la productividad de las empresas. Por ello, el uso de Big Data está transformando paulatinamente toda la economía. Los sectores asociados a los servicios son los que se han transformado más rápidamente, sin embargo los sectores tradicionales como la manufactura o la agricultura, también se están beneficiando y transformando gracias al análisis de datos.

La riqueza que puede extraerse de la información masiva

Un ejemplo de una empresa global que maneja volúmenes masivos de información en su quehacer diario es Walmart. Con 1 millón de transacciones cada hora, su base de datos alcanzó 2.5 millones de Gigas en 2010. El líder de ventas minoristas, coordina las operaciones de empleados, clientes y proveedores en miles de tiendas alrededor del mundo gracias al manejo de información masiva.

Otras empresas como Adidas o Nike, utilizan la interacción en línea con sus consumidores para conocer información útil para desarrollar nuevos productos y monitorear la aceptación entre los consumidores. Sin embargo, esta interacción en línea también puede usarse para compartir los valores sociales y compromisos ambientales de las compañías.

Lo más interesantes es que al análisis masivo de datos, puede tener importantes contribuciones para fortalecer las estrategias de RSC de las empresas en todo el mundo.

La finalidad de analizar volúmenes descomunales de información es encontrar patrones de comportamiento, correlaciones e interacciones. Utilizando e interpretando diferente tipo de información, la empresa puede conocer si su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es efectiva en la creación de valor y si está respondiendo correctamente a sus compromisos sociales con clientes, comunidades, inversionistas y empleados.

Actualmente, los clientes exigen conocer el origen de los materiales con que se fabrican productos, desean conocer quién los fabrica y bajo qué condiciones. Al mismo tiempo, las comunidades solicitan saber que la empresa asume sus responsabilidades hacia la sociedad y el medio ambiente. Finalmente, los gobiernos requieren información sobre los resultados económicos, sociales y ambientales del desempeño de las compañías.

Los retos derivados del uso masivo de datos

Los beneficios derivados del manejo y análisis de información son elevados. Sin embargo, este nuevo paradigma conlleva retos que deben ser atendidos para garantizar que tales beneficios sean sostenibles.

La protección de la información generada por millones de usuarios necesariamente implica la existencia de reglas que eviten violaciones a la privacidad de usuarios. Estas reglas, escapan al ámbito de operación de las empresas y de los propios usuarios e implican necesariamente la intervención gubernamental.

Por otro lado, debe evitarse que el libre flujo de datos entre múltiples agentes se interrumpa. Las regulaciones o algún otro marco normativo para regular el mercado de información deben garantizar protección, pero evitar la falta de competencia entre los agentes participantes.

Debe resaltarse que la interacción entre diferentes actores dentro del mercado de datos masivos (proveedores de tecnologías, internet, empresas de análisis de datos, etc.), ha generado un nuevo modelo de competencia que nace de la cooperación entre los diferentes participantes.

Este nuevo modelo de operación llamado “coo-petencia” (cooperación+competencia) permite la colaboración entre empresas para crear valor que cada una por sí sola no podría crear.

Al mismo tiempo, los procesos de datos acortan las distancias geográficas ya que pueden ubicarse en distintos países. Estas “cadenas globales de valor de datos” operan en sectores muy diversos que van desde los servicios financieros, el comercio electrónico, hasta las empresas manufactureras, ventas minoristas, seguros, ciencia e investigación, marketing y publicidad.

Esta interacción global, eleva el potencial de Big Data como agente de cambio y fortalecimiento de las estrategias de RSC. Los datos masivos son la herramienta idónea para compartir, transmitir y medir los impactos de los compromisos sociales y sustentables de las compañías a nivel masivo. ●

