

## Al final, tal vez, el Big Data no le servirá...

**\*Por: Alonso Toro Lazo**

“*El futuro ya está aquí...*”. Con esta frase inicia un informe del BID publicado hace poco más de un año, que habla sobre los desafíos y oportunidades de la Industria4.0 en América Latina y el Caribe. Propone que Big Data, internet de las cosas, inteligencia artificial, nube, blockchain, ciberseguridad y otras tecnologías actuales son los pilares fundamentales de la cuarta revolución industrial.

La i4.0 consiste en la introducción de las tecnologías digitales en las fábricas, para transformar los procesos productivos mediante sensores y sistemas de información y hacerlos más eficientes.

Esta incorporación de tecnologías a la industria traerá grandes beneficios, generando transformaciones en la vida de las personas e impactando los sectores económicos y sociales, pero también enormes retos para la industria y el gobierno.

En este sentido, la i4.0 supone un cambio de mentalidad. Afirmar que las empresas puramente industriales estaban al margen de la digitalización y los sistemas de información se acabó.

La competencia global ha provocado cambios en el entorno competitivo de todas las industrias, razón por la cual las empresas deben desarrollar objetivos estratégicos que les permitan evolucionar constantemente para mantenerse por delante de la competencia. En resumen, deben asumir el cambio. Pero ¿cómo hacerlo?, ¿a través del Big Data?... quizá esa no sea la respuesta.

La explotación de nuevos y enormes flujos de información provenientes de estas tecnologías puede mejorar radicalmente el rendimiento de su empresa, pero primero necesita cambiar la cultura detrás de sus procesos de toma de decisiones, adoptar un modelo analítico orientado a la innovación estratégica realmente basado en los datos; comprender que requiere de nuevos roles de alto nivel, como el científico de datos, esa persona capaz de extraer un tesoro de una masa caótica y desestructurada de datos, pero que aún no podrá encontrar fácilmente en ninguna universidad; entender que para el consumidor la experiencia del mundo real y el virtual ahora son lo mismo y se debe repensar el negocio para crear una ventaja competitiva sostenible; que ahora debe preocuparse también por la privacidad de los datos que recopila de la actividad de sus consumidores y generar valor sobre ellos... Si no es así, tal vez el Big data no le servirá.

El verdadero reto de esta “industria inteligente” está en las personas, en como liderar el proceso de transformación digital dentro de su organización y el cambio que supone adaptarse a estos nuevos entornos conectados de la i4.0.

Al menos algo es seguro, estamos frente a una transformación digital que afectará a todos los sectores y TODAS las empresas tendrán la necesidad de adaptarse a esa transformación... **No es una opción.**

\*Docente Universidad Católica de Pereira