

Information Builders recomienda avanzar hacia modelos de negocio que permitan monetizar el valor de la información

Los expertos reunidos en el Summit de Madrid subrayan la importancia de una gestión eficiente de los datos para acometer con éxito los desafíos de la digitalización

Information Builders, especializada en soluciones de business intelligence (BI), analítica y gestión de datos, ha celebrado en Madrid su Summit anual, un encuentro que ha reunido a cerca de 130 personas interesadas en conocer las mejores prácticas y soluciones de inteligencia y analítica de negocio, integración y calidad de los datos, y en entender cómo se coordinan entre sí estas tecnologías para ayudar a monetizar el valor de la información.

La conferencia ha estado presidida por Miguel Reyes, vicepresidente para EMEA Sur y Latinoamérica de Information Builders, quien ha subrayado el “firme compromiso con la innovación de la compañía”, que le ha permitido “mantenerse líder de su sector a lo largo de sus 45 años de vida, ayudando a empresas de todo el mundo a afrontar sus desafíos en la gestión de la información, y en los últimos años a acometer el gran reto de su transformación digital”. Asimismo, Reyes ha avanzado una previsión de crecimiento de Information Builders Ibérica de entre el 10 y el 20% de la compañía para este año 2018.

Por su parte, Rado Kotorov, vicepresidente y CIO de BI & Analytics de Information Builders, ha destacado que, en un mundo interconectado en el que cada año se generan más de 16 Zettabytes de datos (cantidad que se habrá multiplicado por 10 en 2025), es imprescindible que las empresas caminen hacia una inteligencia basada en el data management y la monetización del dato para extraer todo su valor, mejorar la toma de decisiones y contribuir al crecimiento del negocio.

El dato, imprescindible para la transformación digital

El evento ha contado con la participación de José Antonio Cano, director de Análisis y Consultoría de IDC, quien ha analizado cómo están abordando las empresas el desafío de la digitalización. Un proceso que, según la consultora, ha supuesto el auge de los sistemas de pago por uso y el Software as a Service (SaaS). Asimismo, ha asegurado que “el dato es lo que nos permitirá acometer con éxito la transformación digital”.

Según Cano, en 2020 el 50% del gasto total en tecnología que lleven a cabo las empresas estará asociado a datos, y en 2019 el 40% de las organizaciones creará nuevos servicios y líneas de ingresos para monetizarlos. “Necesitamos cambiar las métricas, las estructuras de la organización y los métodos de relación con los stakeholders para alinearlos a esta nueva realidad”, ha explicado.

Asimismo, ha incidido en que “los sistemas de TI de las compañías deben evolucionar hacia un núcleo inteligente alimentado por datos internos, procesos y personas, para que sean analizados y den lugar a

nuevos productos y servicios que satisfagan las nuevas necesidades del mercado”. Por último, el responsable de IDC ha avanzado que entre las tendencias para 2019 destaca el customer experience, “alineando tecnología con negocio para ofrecer servicios personalizados y engagement con el cliente”.

Experiencias de clientes: hacia la eficiencia y la optimización

El Summit ha ofrecido las experiencias de tres empresas que actualmente están trabajando con las soluciones de Information Builders. Rural Servicios Informáticos (RSI), empresa pionera en la introducción del modelo SaaS en España que presta servicios de outsourcing al sector bancario, lleva más de 20 años apostando por la tecnología de Information Builders.

Daniel Martínez Batanero, director de Smart Data y Chief Data Officer de RSI, ha enumerado los aspectos que, como cliente, valora en una relación con su proveedor tecnológico, entre ellos “que me hagan una oferta flexible, poder pagar sólo por aquello que uso, que me ayude a innovar, que entienda mi hoja de ruta y me ayude a cumplirla, que mantengamos una comunicación fluida y aclaremos dudas y malentendidos, y que nos ayudemos a crecer juntos”.

El Hospital del Mar de Barcelona recurrió hace dos años a Information Builders para implantar un modelo de business intelligence que diera respuesta a sus necesidades a la hora de manejar bien la información con el fin de optimizar su gestión.

Como explica Francesc Cots, director de Control de Gestión del Hospital del Mar: “Nosotros no tenemos clientes, no generamos más ventas ni más ingresos, lo que hacemos es maximizar el gasto público en sanidad en beneficio de la salud. Tenemos la obligación de centrarnos en el paciente, y para ello debemos manejar bien la información y ser capaces de detectar lo que está cambiando en el sistema, y sin herramientas como las de Information Builders todo esto sería imposible”.

Por último, Jair Montealegre, Global Head of Capacity & InfoCenter del BBVA, ha puesto en valor su experiencia con la plataforma WebFOCUS de Information Builders: “Para un banco con 130.000 empleados, presencia en más de 30 países, más de 70 millones de clientes, entre 900 y 1.000 millones de transacciones cada día y con diversas tecnologías detrás, extraer la información de todos esos datos y relacionarla con todas nuestras capas tecnológicas era un difícil reto”, ha explicado.

La razón por la cual decidieron elegir WebFOCUS para acometer este reto, según Montealegre, se resume en que “fue el único proveedor que nos permitió optimizar nuestra gestión de información sin tener que cambiar nuestro modelo de datos, y hemos conseguido reducir de semanas a horas el proceso de obtención de información basada en datos que nos solicitan los diferentes departamentos de la empresa”.

Datos de contacto:

Information Builders

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Madrid](#) [E-Commerce](#) [Software](#) [Recursos humanos](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>