

IBM prepara la compra del negocio tecnológico de The Weather Company

Madrid - 29 oct 2015: IBM (NYSE: IBM) ha anunciado que ha llegado a un acuerdo definitivo para adquirir los negocios web, basados en la nube, de la compañía The Weather Company, lo que incluye WSI, weather.com, Weather Underground y The Weather Companybrand. La división del negocio audiovisual –The Weather Channel– no será adquirido por IBM, pero utilizará los servicios de análisis de datos de IBM. La combinación de la tecnología y el conocimiento de las dos compañías serán los pilares de la recientemente creada unidad de WatsonIoT (Watson Internet de las cosas) y de la plataforma cloud WatsonIoT, en la que IBM se comprometió a invertir 3.000 millones de dólares el pasado mes de marzo.

Esta adquisición dotará de las capacidades cognitivas y analíticas de IBM a la dinámica plataforma en la nube de datos del tiempo de The Weather Company, que nutre la cuarta aplicación móvil más consultada en Estados Unidos, con 26.000 millones de accesos al día. “Esta potente plataforma de datos en la nube permitirá a IBM ofrecer a industrias enteras el conocimiento en profundidad que necesitan para entender los factores que hacen tener éxito o no a sus empresas”, explica John Kelly, vicepresidente senior de IBM Solutions y Research.

Una vez cerrada la operación, IBM adquirirá el producto y los activos tecnológicos de The Weather Company lo que incluye a los mejores expertos en la ciencia de los datos meteorológicos, las capacidades de predicción precisa del tiempo y una plataforma en la nube de gran volumen que ingiere, procesa, analiza y distribuye enormes cantidades de datos en tiempo real. Los sofisticados modelos de la compañía analizan cada día los datos recogidos en 3.000 millones de puntos de referencia, de más de 40 millones de teléfonos inteligentes y de 50.000 vuelos de aviones, lo que le permite ofrecer una amplia gama de productos y servicios basados en datos a más de 5.000 clientes entre los que se encuentran medios de comunicación, compañías aéreas, empresas energéticas, de seguros e instituciones públicas.

El conocimiento derivado de los datos generados por el Internet de las cosas está transformando la manera en que las industrias operan. Por ejemplo, el análisis predictivo del tiempo atmosférico junto con el análisis en tiempo real de la conversación en los medios sociales, la comprensión detallada de los flujos de transporte y otros datos relacionados puede ayudar a los minoristas y distribuidores a mantener la disponibilidad de bienes esenciales en tiempos de necesidad. Por su parte, las empresas de aviación pueden ahorrar millones de dólares al año cruzando datos de múltiples fuentes para optimizar el consumo de combustible, reducir los retrasos y mejorar la seguridad de los pasajeros durante las condiciones atmosféricas adversas.

Servicios ya disponibles en la nube

The Weather Company e IBM habían firmado una alianza estratégica a principios de año para integrar los datos del tiempo en la toma de decisiones de las empresas. Gracias a este acuerdo, IBM ha colaborado con The Weather Company en la creación de soluciones conjuntas, paquetes de servicios de datos y APIs con el objetivo de permitir a las empresas y desarrolladores integrar los datos del tiempo en sus negocios. Algunos de estos servicios cloud han sido presentados esta semana:

- IBM Insight APIs para desarrolladores. Se trata de cuatro nuevas APIs (interfaces de programación de aplicaciones) a las que pueden acceder los desarrolladores desde la plataforma cloud IBM Bluemix, para incorporar datos históricos y previsiones meteorológicas de The Weather Company en webs o aplicaciones móviles. Además, también están disponibles dos APIs que permiten a los desarrolladores incorporar en las aplicaciones contenidos de Twitter –enriquecidos con la capacidad de análisis del sentimiento de IBM- vía Decahose o PowerTrack.

- IBM Insight Data Packages for Weather. Disponibilidad en IBM Cloud de nuevos paquetes de datos de IBM y The Weather Company personalizados por industrias. Estos paquetes de información han sido construidos gracias a diversas fuentes de datos meteorológicos que ofrecen desde alertas en tiempo real sobre posibles desastres hasta previsiones estacionales. Los datos pueden ayudar a las empresas de seguros a utilizar esta información para alertar de tormentas peligrosas que podrían causar daños materiales, ayudar a empresas del sector servicios a predecir picos en la demanda e identificar fallos en el servicio, ayudar a las administraciones públicas locales a desarrollar planes de emergencia detallados y permitir a otras industrias (como la de distribución) a utilizar estos datos para optimizar sus operaciones, reducir costes y descubrir nuevas oportunidades de negocio.

- IBM Industry Analytics Solutions. Se trata de una serie de soluciones preinstaladas que aprovechan las funcionalidades cognitivas de Insight Cloud Services para ayudar a las empresas a enfrentarse a retos muy concretos de la industria. Estas soluciones vienen a ampliar las que IBM ya presentó en mayo de 2015 y que proporcionan a los negocios la capacidad de generar información según el comportamiento de los consumidores. Las nuevas soluciones presentadas ahora permiten obtener información más completa para acciones de merchandising, planes de demanda y evaluación de perfiles de mercado, a través de la combinación de datos de varias fuentes externas como Twitter, The Weather Company, etc. Por ejemplo, IBM Demand Insights ayuda a analizar la relación entre la venta de productos concretos y el clima, acontecimientos, noticias, tendencias, comentarios sociales y otros factores externos para identificar fuerzas que puedan tener impacto en la actividad de compra de los consumidores. Esta solución proporcionará a distribuidores y compañías de productos de consumo información relevante para hacer ajustes en el inventario, dotación de personal o promociones. Por otro lado, IBM Market Insights permitirá a las empresas de productos de consumo, entretenimiento y medios de comunicación, entender mejor quiénes son sus clientes y qué otros intereses pueden tener. Esta solución analiza comentarios en redes sociales e identifica los atributos que definen a una determinada audiencia o segmento de consumidores. Estos datos se pueden utilizar para optimizar el gasto en anuncios, mejorar la definición del público objetivo en las campañas de marketing o incluso mejorar el desarrollo de productos y contenidos. La Compañía también ha anunciado IBM Behavior Based Fan Insight, una solución de análisis predictivo que el equipo de hockey profesional canadiense Ottawa Senators quiere utilizar para entender mejor a sus seguidores, aumentar la venta de entradas y mejorar la experiencia en el estadio.

"Los Insight Cloud Services ayudan a los clientes a disponer de información más clara y práctica de la

ruidosa realidad del mundo”, ha afirmado Joel Cawley, General Manager Information and Insights as a Service en IBM. “IBM está aplicando su experiencia en datos y analítica avanzada para aprovechar el potencial de los datos externos, encontrar y conectar las señales que aparecen en ellos, generar nueva información y ofrecerla integrada en los procesos de negocio del cliente.”

Insight Cloud Services han sido diseñados en base a una combinación de tecnología y recursos de la oferta de soluciones analíticas de IBM, la infraestructura cloud SoftLayer y los datos procedentes de los acuerdos de colaboración con The Weather Company y Twitter y más de 150 fuentes de Open Data. Estos servicios pueden soportar hasta 15.000 millones de llamadas API cada día con una latencia extremadamente baja y una alta disponibilidad.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Telecomunicaciones E-Commerce Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>