

PIUNT F611**Big Data y Analítica de Negocios en la
Gestión Organizacional y Empresarial: aplicaciones y casos de estudio.****RESUMEN**

Los resultados obtenidos por el grupo de trabajo en el Programa: CIUNT 26F/406 “Sistemas de Gestión en Organizaciones”, que comprendía los Proyectos: CIUNT 26F/406-1 “Herramientas de Gestión Aplicadas” y CIUNT 26F/406-2 “Simulación en Gestión de Educación Superior” en el período 2008 – 2013; y en el Proyecto PIUNT F509 “Modelos Cualitativos y Cuantitativos para la Implementación de la Gestión del Conocimiento en las Organizaciones” en el período 2014-2017, constituyen el punto de partida y de búsqueda de respuestas a nuevos interrogantes que surgen a partir de los hallazgos y los resultados de los mencionados proyectos de investigación.

El aumento tanto del volumen de datos disponibles como de la velocidad y la capacidad para procesarlos posibilitó a las organizaciones y a las empresas un nuevo marco de opciones para el desarrollo de sus actividades y de sus negocios. Marketing, ventas, operaciones, logística: todas las áreas funcionales de las organizaciones y de las empresas buscan obtener provecho de la gran cantidad de datos, obtenida con gran facilidad, para mejorar las operaciones y los negocios. Pero para que los datos tengan algún sentido, para que se traduzcan en decisiones, es necesario su captura, administración, procesamiento y análisis.

El objetivo de este proyecto es identificar y aplicar técnicas y procedimientos para la gestión de grandes volúmenes de datos, por medio de Big Data y de la Analítica de Negocios en diferentes organizaciones (con y sin fines de lucro), buscando generar conocimiento estratégico que impacte en la gestión y el desarrollo organizacional.

Se prevén utilizar métodos cualitativos tales como etnografía, análisis de casos, método documental y métodos cuantitativos preferentemente con estadística univariada, bivariada y multivariada, técnicas de simulación y herramientas de minería de datos. La ejecución del proyecto considera las siguientes etapas: conceptualización, relevamiento y diagnóstico, identificación de técnicas y procedimientos, implementación y transferencia.

Palabras Claves: Big Data, Analítica de Negocios, Gestión Organizacional

PIUNT F611
Big Data y Analítica de Negocios en la
Gestión Organizacional y Empresarial: aplicaciones y casos de estudio.

Introducción

Los resultados obtenidos por el grupo de trabajo en el Programa: CIUNT 26F/406 “Sistemas de Gestión en Organizaciones”, que comprendía los Proyectos: CIUNT 26F/406-1 “Herramientas de Gestión Aplicadas” y CIUNT 26F/406-2 “Simulación en Gestión de Educación Superior” en el período 2008 – 2013; y en el Proyecto PIUNT F509 “Modelos Cualitativos y Cuantitativos para la Implementación de la Gestión del Conocimiento en las Organizaciones” en el período 2014-2017, constituyen el punto de partida y de búsqueda de respuestas a nuevos interrogantes que surgen a partir de los hallazgos y los resultados de los mencionados proyectos de investigación.

Actualmente los volúmenes de información que genera la sociedad aumentan en gran medida diariamente, esto debido a la incursión de nuevas tecnologías las cuales incorporan imágenes, videos, sonidos y en general una gran cantidad de datos de tipo no estructurados, esta situación se genera debido a causas como la incursión de redes sociales, la implementación de transacciones comerciales y de negocios en internet, la llegada del comercio electrónico, la creación de dispositivos móviles y la sistematización y virtualización de actividades diarias, las cuales permiten una ágil comunicación y han tomado fuerza en las últimas décadas siendo apalancadas por el fácil acceso a internet que ahora se tiene y el cual con el tiempo le ha permitido a toda la sociedad interactuar de forma rápida y optima por este medio.

Problemática

El aumento tanto del volumen de datos disponibles como de la velocidad y la capacidad para procesarlos posibilitó a las organizaciones y a las empresas un nuevo marco de opciones para el desarrollo de sus actividades y de sus negocios. Marketing, ventas, operaciones, logística: todas las áreas funcionales de las organizaciones y de las empresas buscan obtener provecho de la gran cantidad de datos, obtenida con gran facilidad, para mejorar las operaciones y los negocios. Pero para que los datos tengan algún sentido, para que se traduzcan en decisiones, es necesario su captura, administración, procesamiento y análisis.

En las diferentes actividades económicas y empresariales es muy frecuente la necesidad de analizar gran cantidad de datos con la finalidad de dar soporte al proceso de toma de decisiones a nivel gerencial o para ayudar en el diagnóstico de situaciones complejas en las organizaciones y en las empresas.

Se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cómo explotar los grandes volúmenes de datos de las organizaciones y empresas?
- ¿Cómo generar conocimiento estratégico para mejorar la gestión organizacional a partir de las bases de datos disponibles?
- ¿Qué técnicas y procedimientos permiten la gestión de grandes volúmenes de datos?
- ¿Cuál es la taxonomía de las técnicas y procedimientos para transformar los datos en conocimiento?
- ¿En qué casos y situaciones se pueden realizar aplicaciones de éstas técnicas?

Objetivo general

Identificar y aplicar técnicas y procedimientos para la gestión de grandes volúmenes de datos, por medio de Big Data y de la Analítica de Negocios en diferentes organizaciones (con y

sin fines de lucro), buscando generar conocimiento estratégico que impacte en la gestión y el desarrollo organizacional.

Objetivos específicos

1. Proponer una taxonomía de las técnicas y procedimientos de Big Data y de la Analítica de Negocios, especificando las características de cada una de ellas.
2. Generar un modelo de gestión estratégica de buenas prácticas de seguridad de la información, para reducir los riesgos inherentes del negocio relacionados a la pérdida o divulgación no autorizada de conocimiento organizacional, a partir de técnicas de Analítica de Negocios y Big Data.
3. Utilizar a la analítica de negocios como factor clave para la eficacia de los objetivos organizacionales, esgrimiendo correctamente los datos para la toma de decisiones inteligentes, participando en ellas el análisis Big Data que permita identificar nuevas oportunidades en los mercados.
4. Evaluar las Tecnologías de DMP (Data Management Platform) para facilitar la toma de acciones del departamento de marketing, y Soluciones de Big Data para prevenir delitos cibernéticos en las empresas detectando, desde su génesis, posibles ataques masivos sobre la web y servicios de redes sociales o intrusismo no deseado en bases de datos.
5. Formular la migración de Big Paper a Big Data en la gestión de un unidad académica que permita que la información contenida en papel (Resoluciones, Notas, Convenios, Publicaciones docentes y otras) pueda ser integrada junto al resto de big data, permitiendo a la institución extraer mucho más valor de esos datos integrados.
6. Analizar cómo los bienes relacionales impactan en la economía en general y en las empresas en particular, a través de técnicas de big data, indagando en una concepción de desarrollo que trascienda más allá del crecimiento económico entendido como ingreso per cápita en el plano macroeconómico o crecimiento de los beneficios en el plano empresarial.
7. Identificar métricas, a partir de la analítica de negocios, que permitan cuantificar en las organizaciones y empresas el grado de capital organizacional, el capital humano y el capital intelectual para fomentar el desarrollo organizacional.
8. Generar conocimiento estratégico a partir de la explotación de los datos disponibles en las organizaciones y empresas, que permitan guiar la toma de decisiones y la optimización de los recursos disponibles.