

Del *Big Data* al Precio del Pan

Igor Galo

IE Business School – Madrid, España

Director de Comunicaciones para Latinoamérica



Se lleva muchos meses, incluso varios años ya, hablando del “*Big Data*”, la revolución que traerá al mundo de los negocios y de cómo utilizarlo para obtener beneficios.

Pues bien, la Start-Up Premise ya ha encontrado una salida comercial, y no solo a los datos de sus clientes, BBDD y o usuarios, sino a datos que circulan por la Red. Analizando muchos Petabytes (se calcula que toda la información que tiene Google ocupa entre 1 y 3 “petabytes”) que ni siquiera “son de su propiedad” Ha comenzado a calcular la inflación que soportan miles de productos... en todo el mundo.

Y a diferencia de los datos que suelen ofrecer las agencias gubernamentales, que publican con regularidad mensual los datos de precios de las cestas de la compra, Premise los ofrece día a día. Entrando en su web se puede ver que, por ejemplo las verduras habían subido un 7% en los últimos siete días en China y un 2% en el último mes (entendemos que en las semanas previas han caído).

La start-up, que por cierto cuenta con inversión de Google, ha saltado a la fama gracias al shutdown del gobierno de los EEUU y que ha provocado que diversas estadísticas como la inflación no se hayan publicado en la fecha prevista. Sin embargo muchos inversores y empresas no se han desesperado, ya tienen otro proveedor de información.

¿Tienen futuro las antiguas encuestas de precios elaborados por entes estatales en la era de Internet? Quizás, o quizás solo por el momento. Cada vez más productos y servicios se venden en Internet, e incluso los que no se venden anuncian sus precios. Y por otro lado, las legiones de móviles con cámara pueden enviar esta información de forma instantánea a servicios de análisis de datos en unos segundos para obtener resultados en tiempo real.

Un servicio que quizás no guste a muchos políticos y gobiernos que frecuentemente tienen problemas para controlar la inflación, o mejor dicho en actualizar salarios y prestaciones según la subida de precios. Quizás no sea por casualidad que el manager

general de América Latina de esta empresa esté en Argentina...

Sea como fuere, el famoso “*Big Data*” empieza a materializarse en servicios concreto de gran valor añadido como del que hemos hablado. Desde luego empresas y compañía puede tener en esto información de gran valor para gestionar sus compras, ventas o políticas de precios, ya que saber en tiempo real (y no unos días o semana después) si los precios de tu mercado bajan o suben es igual a la diferencia entre los beneficios y la pérdida.

Y por supuesto estos datos de inflación obtenidos por el análisis del *Big Data* y de redes información y colaboradores son de pago. A las agencias oficiales medidoras de la inflación les ha salido un nuevo competidor, esta vez no en forma de consultoras o analistas, sino en forma de start-up que analizar el *Big Data*. Y con toda probabilidad a esta les saldrá otros competidores locales y globales, a modo de “agencias de rating”

Bienvenido, *Big Data*, al día a día. Al mundo concreto y real. Otra cosa es que, como todo, cada tecnología traiga sus riesgos. 