



El milagro del 'Small Data': análisis de pequeñas cantidades de información que ayuda a grandes empresas

A veces un pequeño detalle puede arruinar un gran proyecto. Los expertos en análisis de datos ya no se conforman con el "Big Data" y empiezan a considerar imprescindible el "Small Data". Es decir: fijar la atención en sólo un aspecto de la realidad y contar con el factor humano. Esa receta ha permitido ya salvar de la quiebra a grandes empresas.

Detrás de todo lo que hacemos, siempre dejamos una huella. Las empresas quieren seguir nuestros pasos, conocer lo que nos gusta, con quién nos relacionamos y por dónde nos movemos. Demasiada información que, a veces, no sirve para nada.

"En ese mar de datos, **no saben cómo extraer lo realmente importante y convertirlo en información accionable** y poder aplicarlo en su empresa para mejorar sus campañas de marketing", asegura Juan Merodio, experto en 'small data'.

Fijar la atención en sólo un aspecto de la realidad y contar con el factor humano. Es lo que, en pocas palabras, se entiende como el 'Small Data'.

"El análisis de esos pocos datos **permite tomar soluciones rápidas**", explica Enrique Dans, profesor de sistemas en IE Business School.

Un ejemplo bien puede ser el de la empresa Lego. En el año 2002 las ventas de la empresa de juguetes caían en picado, la compañía danesa estaba al borde de la quiebra.

Decidieron preguntar a niños para encontrar soluciones, la respuesta de uno de ellos: que hicieran las piezas más pequeñas. Aquella sugerencia fue clave para remontar.