

El mercado Big Data generó 661 millones en LatAm en 2014

De acuerdo con un informe de **IDC**, el mercado de los grandes volúmenes de datos o **Big Data y de analítica** representó un valor en el pasado año 2014 de 661 millones de dólares en América Latina muy por encima de los 551 millones que supuso en el 2013. Esto se traduce a un crecimiento del 20%, según la firma analista.



Imagen: Shutterstock (Autor: Dirk Ercken)

De acuerdo con los expertos del mercado, el mercado de Big Data y Analítica considera en su crecimiento a tres segmentos: **Software, Infraestructura y Servicios de TI** que representaron un aumento del 21%; 54% y 24% respectivamente en 2014 frente al año anterior.

En una encuesta realizada a los **CIOs de 584 empresas de América Latina sobre las iniciativas en TI**, las soluciones de Big Data y Analítica se presentan como la séptima prioridad en la región para 2015.

Jerónimo Piña, Gerente de Programa de Software y Cloud en IDC LA ha declarado sobre el mercado mexicano que "la adopción en México aún está creciendo, a medida que evolucionen las empresas, va a ser más evidente y tendremos más industrias adoptando estas soluciones". Según los datos que maneja la firma analista, "**se estima que en México para 2015, Big Data y Analítica alcancen un valor de 191 millones de dólares**".

En cuanto a los sectores más representativos en el uso del Big Data y Analítica durante el último

año, la industria de Manufactura fue el que más adoptó con un 27%; Finanzas 21%, y Comercio 12%. Otros sectores en los que también hubo presencia en integrar soluciones de Big Data y Analítica fue Comunicaciones y Medios con un 12%, Servicios Profesionales 10% y Gobierno 6%, como señala el [informe de IDC](#).

Algunos de los factores que están generando mayor crecimiento en la adopción en soluciones alrededor del **Big Data y Analítica** son el **incremento del Internet de las Cosas (IoT por sus siglas en inglés)**, donde algunas industrias están explorando este tipo de soluciones, ya que genera un mayor volumen de información en línea para poder ser procesada y tomar decisiones en tiempo real; **la experiencia del cliente**, donde existe la necesidad de transformar la experiencia con el cliente actual, lo que resulta urgente a las empresas crear una visión de 360 grados y complacer las demandas tecnológicas que evolucionan constantemente; o **el uso intensivo de redes sociales**, el cual está generando cada vez más datos no estructurados como voz y video, que requieren de la integración con los datos estructurados y por lo tanto Big Data y Analítica es de gran ayuda para el procesamiento y su aprovechamiento.