

# Cinco mitos sobre el data lake

A medida que las empresas son más conscientes del valor e importancia de sus datos y la capacidad que tienen de abrir nuevas oportunidades y modelos de ingresos, se ven inundadas de tecnología que ofrecen el “mejor” método para gestionar todos esos datos y producir información.

Con razón, el data lake es una de estas arquitecturas de referencia que reciben mucha atención. No obstante, existen varios mitos sobre el data lake que hacen que los directivos de empresa y de TI pierdan un tiempo precioso cuando examinan sus opciones.

## Cinco mitos sobre el data lake

### 1 El data lake es un producto que se puede comprar → Falso

El data lake no es un producto que se pueda adquirir. No se compra Hadoop o una solución de almacén de datos y se le llama un data lake.

Un data lake es una arquitectura de referencia que es independiente de la tecnología. Es un método que una organización utiliza para colocar los datos en el centro de sus operaciones, que incluye administración, calidad y gestión de datos, permitiendo así el autoservicio de analítica para potenciar a todos los consumidores de datos.

### 2 Hadoop es el único data lake → Falso

Aunque con frecuencia se asocia el término data lake a Hadoop, o a un almacenamiento de objetos orientado a Hadoop, podría desarrollarse y utilizarse de forma eficaz un data lake sin incorporar Hadoop. Por ejemplo, un data lake eficaz podría basarse en diferentes sistemas de gestión de bases de datos relacionales.

Un data lake combina diversas tecnologías para establecer sistemas de conocimiento que proporcionen una exploración ágil de los datos a expertos en datos para satisfacer sus necesidades de negocio.

### 3 Se utilizan data lakes para volcar cualquier dato — no se necesita administración → Falso

Aunque el software y el hardware sean componentes clave de una solución de data lake, igualmente importante es la catalogación de datos, la calidad de los datos y los procesos de administración y gestión de datos.

Igual que ciertos almacenes de datos se han convertido en grandes agujeros negros de los cuales nunca pueden escaparse grandes volúmenes de datos, un data lake puede convertirse en una ciénaga de datos si no se aplican buenas políticas de administración.

En una empresa digital, los datos del data lake deben estar catalogados, ser accesibles, fiables y utilizables; la administración activa, la calidad y la gestión de la información son componentes indispensables del data lake.

### 4 El éxito del data lake se mide en ofrecer acceso → Falso

El volcado de datos en una ubicación centralizada no es una auténtica solución analítica. El objetivo es ejecutar análisis que produzcan información de negocio significativa; descubrir nuevas fuentes de ingresos, modelos de retención de clientes o extensiones de productos.

Pero los datos deben ser fiables, relevantes y estar disponibles para todos los consumidores de datos. Un data lake necesita un catálogo de metadatos inteligente que puedan relacionarse con la terminología de negocio, trasladando datos con códigos criptográficos y haciéndolos comprensibles con contexto. También contribuirá el origen y calidad de los datos de activos de información tanto estructurados como no estructurados y entramados de administración para asegurarse de que la información está protegida, estandarizada, gestionada eficazmente y es de confianza.

### 5 El data lake es un reemplazo de un almacén de datos → Falso

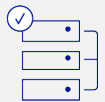
El data lake puede incorporar múltiples almacenes de datos empresariales (EDW), además de otras fuentes de datos como las redes sociales o IoT. Todas ellas confluyen en el data lake donde pueden incorporarse funciones de administración, simplificando el descubrimiento fiable de datos por parte de los usuarios de toda la organización.

Por lo tanto, un data lake aumenta los entornos de EDW para permitir, habilitar o potenciar expertos en datos y analistas para que puedan explorar fácilmente sus datos y todo ello a su disposición, descubriendo nuevas perspectivas, conocimientos y acelerando la innovación y el crecimiento de la empresa.

**Las ventajas de desenmascarar los mitos**

No se colapse por la desinformación: un data lake administrado puede dar a toda la empresa acceso a una amplia gama de datos estructurados y no estructurados, contribuyendo al mismo tiempo a garantizar su valor y seguridad.

Cuando se optimiza para las necesidades de una empresa, un data lake administrado puede acelerar la analítica y aumentar la exactitud de la información, ya que:



**Los datos descansan en una infraestructura fiable.**



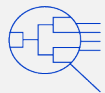
**Los datos se colocan en lenguaje comercial, lo que permite a los expertos en datos ponerse a trabajar inmediatamente, en lugar de tener dificultades para encontrar el significado de términos crípticos.**



**Los canales de datos controlados llenan el data lake con información fiable y, a continuación, documentan los activos de información, sus metadatos y el contexto de negocio, proporcionando un flujo de datos en tiempo real hacia el data lake.**



**Los datos se clasifican, se protegen y se administran de forma apropiada.**



**La calidad, el origen y la procedencia de los datos se conocen bien.**

Las organizaciones líderes han elegido entre la realidad y la ficción, y han aprendido que un data lake administrado puede ayudarles a extraer eficientemente valor real de negocio a partir de su entorno de datos.

**Esta es la verdad**

La cartera de IBM Unified Governance and Integration ha ayudado con éxito a que los clientes eviten las dificultades y los mitos comunes sobre el data lake, ayudándoles en todos los pasos críticos que conducen a una implementación satisfactoria de un data lake.

**Vea el vídeo**

Proporcione datos fiables de alta calidad a todos los miembros de su organización mediante un data lake administrado.

**Lea el libro electrónico**

Explore los componentes clave de un data lake administrado.

**Más información**

Visite [ibm.com/unified-governance-integration](https://ibm.com/unified-governance-integration)



© Copyright IBM Corporation 2018. IBM, logotipo de IBM e ibm.com son marcas registradas de International Business Machines Corp., registradas en numerosas jurisdicciones de todo el mundo. Otros nombres de productos y servicios pueden ser marcas registradas de IBM o de otras empresas. Encontrará una lista actualizada de las marcas registradas de IBM en el Web, en "Información de copyright y marcas registradas" en [ibm.com/legal/copytrade.shtml](https://ibm.com/legal/copytrade.shtml). Este documento está vigente en la fecha inicial de publicación y está sujeto a cambios por parte de IBM sin previo aviso. No todas las ofertas están disponibles en todos los países en los que IBM opera.

Este documento está vigente en la fecha inicial de publicación y está sujeto a cambios por parte de IBM sin previo aviso. No todas las ofertas están disponibles en todos los países en los que IBM opera.

LA INFORMACIÓN DE ESTE DOCUMENTO SE PROPORCIONA "TAL CUAL" SIN GARANTÍA DE NINGÚN TIPO, NI EXPLÍCITA NI IMPLÍCITA, INCLUYENDO, PERO NO LIMITÁNDOSE, A LAS DE COMERCIALIZACIÓN, ADECUACIÓN A UN PROPÓSITO DETERMINADO Y A LAS GARANTÍAS O CONDICIONES DE NO INFRACCIÓN. Los productos de IBM se garantizan de acuerdo con los términos y condiciones de los acuerdos bajo los que se proporcionan.

Aviso: los clientes son responsables del cumplimiento de las distintas legislaciones y normativas, incluida la Normativa de Protección de Datos Generales de la Unión Europea. Los clientes son los únicos responsables de la obtención de asesoramiento legal competente con el fin de identificar e interpretar las distintas normativas y legislaciones que puedan afectar a la actividad comercial de los clientes y las posibles acciones que los clientes deban emprender para cumplir con dichas legislaciones y normativas. Los productos, servicios y otras funciones aquí descritas no son adecuadas para todas las situaciones de los clientes y pueden tener una disponibilidad restringida. IBM no proporciona recomendaciones legales, contables o de auditoría ni garantiza que sus servicios o productos garantizarán que los clientes cumplan ninguna legislación o normativa.