

La inteligencia de negocios como apoyo en la toma de decisiones estratégicas en pymes

Jorge Daniel Ardila Castillo
Código 5201789

Ensayo presentado como requisito para optar al título de
Especialista en Alta Gerencia

Asesor
Juan Pablo Sánchez Acevedo



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA
2021**

Resumen

A lo largo de este documento se abordará el papel que juega la inteligencia de negocios como herramienta de apoyo en las decisiones estratégicas de las pymes y cómo, herramientas de manejo habitual que pueden ser de un dominio y conocimiento amplio por los usuarios como lo es Microsoft Excel, pueden brindar un sin número de beneficios y apoyo a esta toma de decisiones. Por tanto, se abordara vagamente algunos conceptos en aras de situar al lector en lo que son las decisiones estratégicas, algo de historia y la importancia de la planeación estratégica en el diagnóstico y la proyección situacional de cada empresa; luego se abordara que es un sistema de inteligencia de negocios y como este genera valor a las compañías al poder tomar decisiones sobre la información que proviene de diferentes fuentes o sistemas alternos; luego se podrá encontrar las herramientas tecnológicas utilizadas para un sistema de inteligencia de negocios, y se centrara en presentar Microsoft Excel y Power BI como herramientas de bajo costo y con grandes ventajas para este tipo de sistemas. Por último, el manejo de decisiones estratégicas soportadas en herramientas de apoyo como un sistema BI en herramientas de fácil acceso para las pymes, las ventajas que puede ofrecer para este segmento de empresas y como se debería abordar una implementación fácil y rápida con estas herramientas de software.

Palabras Clave: Planeación estratégica, Inteligencia de Negocios, Toma de decisiones, Análisis de información, Herramientas tecnológicas.

Abstract

Throughout this document the role played by business intelligence as a support tool in the strategic decisions of SMEs will be addressed and how, common management tools that can be of a wide domain and knowledge by users such as Microsoft Excel, can provide a number of benefits and support to this decision making. Therefore, some concepts will be addressed vaguely in order to situate the reader in what strategic decisions are, some history and the importance of strategic planning in the diagnosis and situational projection of each company; then it will be addressed what is a business intelligence system and how it generates value to companies to make decisions on the information coming from different sources or alternative systems; then you can find the technological tools used for a business intelligence system, and

will focus on presenting Microsoft Excel and Power BI as low cost tools and with great advantages for such systems. Finally, the management of strategic decisions supported in support tools such as a BI system in easy access tools for SMEs, the advantages it can offer for this segment of companies and how you should approach an easy and quick implementation with these software tools.

Keywords: Strategic planning, Business Intelligence, Decision making, Information analysis, Technological tools.

Introducción

A lo largo del tiempo han surgido empresas y desaparecido otras tantas por diferentes razones, tal vez algunas de las que han desaparecido se deba a razones como no tener musculo financiero que permita salir a flote, otras por que no se adaptaron a las condiciones y cambios que propone el mercado, y algunas otras por que han tenido afectaciones internas de las decisiones estratégicas que han tomado sus dirigentes.

En un mundo cambiante de constante evolución y sumergidos en un crecimiento exponencial de las tecnologías, la información cobra un papel importante, y es tan así que la sola información ya no significa nada sino se es capaz de transformarla y darle valor, llegar a analizarla y generar conocimiento sobre esta información; en ese punto si podemos sacar provecho y ventajas competitivas a nivel de productividad y rendimientos de negocio.

La información se obtiene de diferentes fuentes, se recibe desde el entorno económico donde se desarrolla la empresa, de los procesos operativos diarios, de las experiencias de cada persona en cada área funcional y cada tarea, de las lecciones aprendidas de la misma empresa y el mercado; son diversas las fuentes de información al punto de generar un nuevo problema que implica poder procesar, analizar y tomar decisiones en base a esta información. Algunas herramientas tecnológicas de software permiten procesar esta información y transformarla hasta cierto punto, pero al final entregara como cualquier otro sistema más información que debe ser tangible y comprensible para quienes direccionan la empresa y deben tomar decisiones rápidamente.

Los sistemas de inteligencia de negocios o Business Intelligence (BI) son la solución, siendo capaces de entregar información de distintas fuentes ya procesada y transformada de modo que solo se deba analizar y tomar una decisión en base al conocimiento que puede brindar esta herramienta, además de entregar ventajas al poder hacer diagnósticos o proyecciones comportamentales del negocio en cualquier momento. Pero este tipo de sistemas son de alto costo y no todas las empresas están en la capacidad de implementarlos, más en un sector como las pymes, y es por ello que se puede plantear un sistema de bajo costo con herramientas de fácil alcance y dominio como Microsoft Excel o Power BI para suplir esta necesidad.

Toma de decisiones estratégicas

En un mundo cambiante de evolución constante de los negocios, las organizaciones y las personas deben abocarse a decidir sobre diferentes situaciones en aras de conseguir objetivos o poder optar por un rumbo específico que define el fracaso o el éxito en cuanto a sus compañías, de tal manera que estas decisiones están relacionadas y se ven afectadas según el criterio de decisión de cada persona, el modelo gerencial que haya adoptado la compañía y los paradigmas o cambios que se puedan dar frente al mercado y los negocios en sí.

De acuerdo con Chiavenato (2017),

Todas las organizaciones compiten por obtener recursos, capacidades, dinero, mercados, clientes, personas, imagen y prestigio, y por ganar ventajas competitivas. Actúan como agentes activos dentro del contexto dinámico e incierto que generan los veloces cambios que sufren las sociedades, los mercados, las tecnologías, el mundo de los negocios y el medioambiente. Todo lo anterior exige que los administradores de tales organizaciones comprendan las dinámicas y las tendencias de sus respectivos sectores de actividades y que, además, formulen estrategias creativas que motiven a los colaboradores y aseguren un desempeño superior, a fin de garantizar la competitividad y sostenibilidad de la organización en un mundo de negocios en constante cambio. (p. 3)

Lo que permite comprender el porqué de esta necesidad de tomar decisiones, al punto de tener que planear y definir estrategias que permitan concebir y señalar la guía de ruta que debe llevar la empresa, estas decisiones deben estar alineadas con los objetivos estratégicos planteados por la empresa y con el apoyo de personal idóneo para poder lograr la misión de la misma, pero en sí que es la estrategia, Chiavenato (2017) afirma: “la estrategia es, básicamente, un poderoso y amplio curso de acción que la empresa elige, a partir de la premisa de que una posición futura diferente le proporcionará ganancias y ventajas en relación con su situación actual” (p. 25).

El concepto de estrategia y las decisiones que aborda dentro de ella, es influenciado como en muchos otros avances en disciplinas y ciencias a partir de las guerras y la operación militar dando como resultado avances en materia de tecnología, la industria y los negocios; y para este caso en la administración donde se puede anteceder a la influencia que generó la segunda guerra

mundial en este campo, donde el pensamiento estratégico fue exigido para las operaciones bélicas como una respuesta al problema de asignación de recursos económicos para las acciones militares lo que llevo a tener que innovar en nuevas técnicas como la programación lineal.

Por ende, se puede citar como antecedentes de las decisiones estratégicas, los conceptos que fueron tomados desde el sector militar y llevado a los negocios y en específico los resultantes de la segunda guerra mundial, que permitió establecer los conceptos de estrategia y táctica como un diferenciador con las demás fuerzas y de donde provienen otros conceptos como la curva de aprendizaje. Estos conceptos han evolucionado y se han adaptado con el trasegar de los años con la perspectiva de diferentes autores al mundo de los negocios hasta convertirse en disciplina y parte de las competencias que debe tener un buen colaborador y directivo en las empresas de modo que pueda aportar y aplicar las decisiones con algunas metodologías que beneficien a cada empresa.

En la actualidad se habla del concepto de planeación estratégica para poder agrupar las decisiones que nos permitan evaluar con respecto a un diagnóstico de una situación presente y la formulación de unas condiciones que se quieren obtener posteriormente.

Según Amaya (2005) el concepto de planeación estratégica es:

...[] el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así, como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro. (p. 16)

Donde se afirma entonces, que si bien es cierto que las decisiones estratégicas deben estar encaminadas a guiar la empresa en la consecución de los objetivos planteados, la planeación estratégica es importante para cualquier empresa como herramienta que comprende las diferentes decisiones y la guía de ruta que se ha proyectado para poder responder a los interrogantes de donde se encuentra hoy la compañía, a donde se quiere que vaya la compañía, a donde debería ir la compañía, a donde puede ir la compañía, donde realmente ira la compañía, y el cómo llegar a estos objetivos.

Según otras definiciones de planeación estratégica:

Según Kotler (1996),

...[] es el proceso Administrativo que consiste en desarrollar y mantener la concordancia estratégica entre las metas y capacidades de una organización y sus oportunidades cambiantes de mercadotecnia. Se basa en el establecimiento de una misión clara para la Compañía, los objetivos y las metas de apoyo, una cartera comercial sólida y estrategias funcionales coordinadas. (p. 58)

Mientras que, para Chiavenato (2011),

...[] planeación Estratégica es el proceso por el cual se establecen directrices para la definición de planes de acción que le promoverán ventajas competitivas y sustentabilidad a largo plazo a la organización. Se basa en identificar los recursos potenciales, ordenar las competencias, identificar fortalezas y debilidades y establecer el conjunto de medidas integradas que se aplicarán para asegurar que la organización alcance los resultados planeados. Sin embargo, ésta sólo llegará a su máxima eficacia cuando todas las personas que la componen, como conjunto permanente y orquestado, la acepten, la entiendan y la apliquen. (p. 25)

Según estas definiciones se ahínca y se aclara el propósito que tiene la planeación estratégica en presentar alternativas de decisión que se orientan en el objetivo de alcanzar la visión de la empresa, dejando claro lo que comprende e implica el rumbo de una empresa en base a las decisiones que tome sus colaboradores a cargo de la dirección y los riesgos que se tienen al definir las planeaciones estratégicas con las que se pretende cierto resultado a futuro.

Inteligencia de negocios

Una vez comprendido la función y el concepto de las decisiones estratégicas se puede observar que estas decisiones se basan en el manejo y análisis de información para lo cual es necesario hacer uso de herramientas que permitan comprender este mar de datos que se pueden generar con las operaciones propias y el entorno donde se desarrolla la empresa, teniendo así información tanto externa como interna, y más en una era digital donde ya no se habla de revolución industrial sino revoluciones tecnológicas y revolución de la información.

Es notable los efectos de estos cambios y como se concibe la sociedad actual donde es importante el conocimiento y la información, En palabras de Drucker: (2000)

Lo que llamamos revolución de la información es de hecho una revolución del conocimiento [...] es la reorganización del trabajo tradicional basado en siglos de experiencia, mediante la aplicación del conocimiento y en especial del análisis sistemático y lógico. La clave no es la electrónica sino la ciencia cognitiva. (p. 45)

Relacionando entonces la toma de decisiones estratégicas directamente con la información y el conocimiento generado sobre esta, pero entonces ¿qué es la inteligencia de negocios?

Para Médes (2006) “el término de Business Intelligence se reconoce como el valor de suministrar hecho e información como soporte a la toma de decisiones” (p.21). pero en cambio en palabras de otro autor

Business Intelligence (BI) o inteligencia de negocios se define como la habilidad corporativa para tomar decisiones. Esto se logra mediante el uso de metodologías, aplicaciones y tecnologías que permiten reunir, depurar, transformar datos, y aplicar en ellos técnicas analíticas de extracción de conocimiento (Parr, 2000, p.45).

De acuerdo a las definiciones anteriores la inteligencia de negocios se puede considerar como la habilidad de generar valor y poder tomar decisiones, basado en el conocimiento que se genera a partir de un cumulo de información que puede ser analizada conociendo así la situación actual de la empresa.

También se puede definir como “...[] el conjunto de metodologías, aplicaciones, prácticas y capacidades enfocadas a la creación y administración de información que permite tomar mejores decisiones a los usuarios de una organización” (Díaz, 2012, p. 18).

Concluyendo que aplicar inteligencia de negocios es generar valor a la información analizada y sintetizarla para poder tomar decisiones a nivel estratégico brindado a los directivos una mirada del estado actual y real de la empresa y sus áreas funcionales, así como también permite tener la capacidad de anticipar y proyectar resultados futuros.

El manejo de la administración, la gestión y control de la información como un arma estratégica, forma parte de la inteligencia del negocio, con apoyo de herramientas informáticas y analíticas que ayudan a las organizaciones a maximizar su rendimiento generando eficacia operativa. Así mismo, la gestión del conocimiento ayuda a obtener mayor comprensión y entendimiento del entorno y de los procesos desde la propia experiencia de las personas y organizaciones. (Dávila L. F., 2005, p.17)

Para que la inteligencia de negocios se pueda establecer como un arma estratégica que apoye las decisiones de la planeación estratégica es necesario comprender además que este debe ser un sistema y que como tal es un conjunto de elementos que interactúan y que como todo sistema se basa en cuatro procesos fundamentales que son entrada de información, almacenamiento de información, procesamiento de información y por último salida de información.

Cualquier sistema está alimentado por información proveniente de las operaciones, medios externos, y diferentes canales, lo cual es considerado como las entradas de información; en cuanto al almacenamiento, corresponde a la ubicación o localización de estos datos e información, de los cuales puede ser digital o físico y donde se podrá encontrar en diferentes formatos según su fuente de origen.

Para poder comprender la información y analizarla es necesario regularizarla y homogenizarla para crear un solo estándar para poder interpretarla a través de indicadores y vistas de manera regular y en el mismo formato, esto es lo que se conoce como el procesamiento.

Mientras que la salida de información es el resultado de los procesos anteriores, entregando entonces los indicadores, tableros de control y los informes estandarizados en un modo de representación y lectura legible para la gerencia o el usuario que desea analizar dicha información.

Para un modelo de inteligencia de negocios o BI, estos cuatro procesos se consideran y se componen como etapas así:



Figura 1. Proceso de la información en la organización. Tomado de Dávila (2006).

Etapa de extracción

Para entender esta etapa de acuerdo con Kimball (2002)

...[] Una vez se define las fuentes y orígenes de la información que hará parte del sistema de BI, se pasa la etapa de consolidación, la cual se conoce como ETL como término usado en BI y que es donde se extrae, se transforma y finalmente se carga la información a una bodega de datos. Que es un conjunto de procesos por medio de los cuales los datos de la fuente operacional son preparados para colocarse en el data Waterhouse. (p.315)

Etapa de consolidación

En esta Esta etapa se hace la recolección de los datos de varias fuentes ya sean internas o externas, y el objetivo es poder normalizarlos, y crear una estructura definida para poder almacenarlos en una bodega de datos, claro está que esto con un análisis previo de la información requerida desde la etapa 1.

Para llevar a cabo este proceso de normalización se usan diferentes metodologías, pero la más común es el uso de datamart, Kimball (2002) define un Datamart como "...[] el subconjunto lógico y físico del área de presentación de datos en un Data Warehouse ...[]Originalmente, los datamart fueron definidos como un subconjunto altamente agregado de datos, normalmente usados para resolver preguntas específicas del negocio" (p. 317).

Etapas de explotación

En esta etapa es donde se deja los datos almacenados en la bodega de datos para ser presentados y a disposición de los usuarios, mediante las diferentes herramientas, como los cubos OLAP.

Adicional a esto se le aplican los diferentes análisis a la información ya procesada mediante un modelamiento que se determina en medidas, hechos y dimensiones.

Etapas de visualización

Esta etapa comprende la representación gráfica de la información, por ende es la interpretación de los indicadores, se hace uso de herramientas como los cuadros de mando unificados y algunas graficas de proyección de acuerdo al interés o necesidad del usuario.

El objetivo de presentar y tener la información publicada o mediante consulta del usuario es que este pueda conocer de primera mano la situación y el comportamiento de la empresa.

Tecnología para la inteligencia de negocios

Según Martínez (1999)

...[] el hecho de que una organización pueda gestionar de una manera adecuada sus datos y que, al mismo tiempo, esa misma organización no pueda suministrar de una manera eficaz a sus directivos información necesaria para la toma de decisiones, puede parecer una extraña paradoja e incluso se puede encontrar quien lo llegara a negar al considerarlo,

en cierta manera, absurdo o imposible. No obstante, esta situación resulta posible y está llegando a convertirse en una realidad acuciante para muchas organizaciones que se encuentran abocadas a pérdida de eficacia y competitividad dentro del mercado global en el que nos encontramos inmersos en la actualidad. (p. 42)

Existiendo situaciones en donde se confunde la información con el conocimiento por tomar decisiones en base a la información y confianza que tienen de sus sistemas, lo cual no siempre representa la realidad de la situación y por tanto puede que las decisiones que se tomen por los directivos no sean las más acertadas o que se tomen sin tener un acercamiento a esta información, es por eso un apoyo fundamental para una toma de decisión que exista conocimiento sobre la información tal y como se muestra en la siguiente imagen.



Figura 2. Elaboración propia a partir de Davenport & Prusak (1997).

Si se analiza la imagen anterior, se observa que los datos se encuentran en el primer nivel, ya que estos provienen de la operación diaria de la empresa, se generan a partir de las transacciones propias de las actividades de producción, comercialización, y otras; y por eso son solo datos sueltos.

En cuanto al nivel de información esta se genera a partir de diferentes sistemas como ERP, CRM, etc., que procesan los datos registrados a diario para poder complementar esta información, pero en el nivel superior se encuentra el conocimiento, ya que desde la información hasta el conocimiento es donde se sitúa la inteligencia de negocios y allí es donde se encuentran diferentes ofertas y tecnologías para poder optar por un sistema BI.

En el mercado se encuentran herramientas de software de diferentes tecnologías y con diferentes funcionalidades las cuales pueden demandar costos de implementación y de mantenimiento elevados, si bien existen unas de código abierto, la implementación es bastante dispendiosa y requiere de personal especializado tanto para su implementación como para el mantenimiento, y por otra parte están las más conocidas, que al contrario de las de código abierto son más entendibles y amigables, pero en contraprestación demandan altos costos de licenciamiento y soporte por actualizaciones.

Herramienta	Tipo de licencia
1. SAP Business Intelligence	Propietario
2. MicroStrategy	Propietario
3. Sisense	Propietario
4. SAS Business Intelligence	Propietario
5. Yellowfin BI	Propietario
6. QlikSense	Propietario
7. Zoho Analytics	Propietario
8. System	Propietario
9. Microsoft Power BI	Propietario / Free
10. Looker	Propietario
11. Clear Analytics	Propietario
12. Tableau	Propietario
13. Oracle BI	Propietario
14. Domo	Propietario
15. IBM Cognos Analytics	Propietario
16. Pentaho	Código Abierto

Tabla1. Principales sistemas BI. Elaboración Propia a partir de Haije (2019).

Se puede observar en la tabla anterior, que existen diferentes herramientas de software, donde se encuentran algunas más robustas que otras y particularmente encontramos una con código abierto y bastante robustez como es Pentaho, y otra con una versión free que viene limitada en cantidad de almacenamiento y con importación de datos. Esta es Power BI, aunque también se podrá encontrar en versión profesional y premium, pero así mismo demandara altos costos de licenciamiento.

Las soluciones de inteligencia de negocios se pueden clasificar en tres tipos, la inteligencia de negocios histórica para responder que paso, la inteligencia de negocios analítica

para responder que paso y porque paso, y por último la inteligencia de negocios predictiva que responde el que puede pasar a futuro.

Por ello la solución que puede ofrecer Power BI desde la versión free se sitúa en la inteligencia de negocios analítica e histórica, así como lo puede ofrecer una herramienta más conocida por los usuarios y que normalmente se tiene en casi todas las empresas, esta herramienta es Microsoft Excel, con la cual se puede aplicar inteligencia de negocios histórica, y con algo de trabajo, analítica.

Las ventajas que se pueden obtener en cuanto a estas dos herramientas son los bajos costos de implementación y mantenimiento, y la facilidad de uso ya que son herramientas poco complejas de utilizar, además que se encuentra bastante documentación de su uso.

Por otra parte estas herramientas pueden brindar los mismos beneficios que ofrecen herramientas más complejas y de mayor costo.

Beneficios tangibles	Reducción de costes. o Generación de ingresos. Reducción de tiempos para las distintas actividades del negocio.
Beneficios intangibles	El hecho de que se tenga información disponible para la toma de decisiones hará que más usuarios hagan uso de dicha información para tomar decisiones y mejorar la posición competitiva.
Beneficios estratégicos	Son aquellos que facilitan la formulación de la estrategia, es decir, a qué clientes, mercados o con qué productos se deben dirigir.

Tabla 2. Beneficios de un sistema BI. Elaboración propia a partir de Cano (2007).

Como es notable en la tabla anterior, son bastantes los beneficios que se pueden obtener mediante el uso de un sistema de inteligencia de negocios y la generación del conocimiento sobre la información de la empresa; y para ello el uso de algunas herramientas de software que bajo costo y fácil alcance para integrar otros sistemas ya existentes en la empresa.

Inteligencia de negocios en Pymes

Para las pymes el tomar decisiones en un tiempo más corto es imperativo y de gran necesidad ya que este sector de las empresas es el más cambiante y el que más rápidamente se debe adaptar al entorno; en este sector se encuentran empresas de poco bagaje, o con recursos financieros limitados donde tener un sistema de inteligencia de negocios es bastante lejano o no se encuentra dentro de sus prioridades.

Los sistemas tradicionales que manejan estas empresas son muy inflexibles para tomar decisiones de manera rápida y precisa, pues estos sistemas transaccionales son complejos en su estructura y en varios casos son difíciles de llevar los datos a otro sistema, haciendo aparte de complejo dispendioso y casi que manual este tipo de tareas, aunque muchas de las pymes tienen la oportunidad de contar con sistemas como CRM, ERP, MRP, entre otros, la información resultante se limita a informes estáticos que se generan de acuerdo a la demanda de cada directivo o usuario, y pero aun cuando se requieren cambios en alguno de ellos, teniendo que recurrir a complejas modificaciones o adaptaciones por parte del personal de soporte o TI de las empresas.

Los sistemas transaccionales actuales que poseen las pymes no son remplazados con una solución de inteligencia de negocios, por el contrario son un complemento con el objetivo de optimizar el valor que se genera sobre la información constituyendo así una ventaja tecnológica donde se puede centralizar, homogenizar y presentar los datos con lo que se puede descubrir información que es importante para la empresa y que bajo unas métricas acordes es bastante funcional para una toma de decisiones oportuna.

La incertidumbre al momento de validar información es un fantasma que acecha a la gran mayoría de las pymes creando miedo en la confiabilidad de la información, y el diagnóstico actual de cada empresa, por tanto que las pymes pueden ser o hallar un mayor provecho en un sistema de inteligencia de negocios que una gran empresa, una pequeña empresa no se puede dar el lujo de equivocarse sus decisiones porque podría implicar el fracaso rotundo, para estas empresas también es más frecuente estar en la incertidumbre y una revisión anual y periódica de sus utilidades, el desempeño, los crecimientos, los desaciertos, etc. Por lo que un sistema de inteligencia de negocios traerá bastantes beneficios como reducción de costos, de tiempo, la oportunidad de tener la información de manera personalizada y al instante entre otros beneficios que ofrecen estos sistemas.

Si bien es cierto que las pymes necesitan de este tipo de sistemas y aprovechar al máximo las ventajas que estos aportan a las mismas, el factor económico es un factor de impedimento para muchas de ellas estando fuera del alcance de una implementación de BI.

Estas empresas en su mayoría poseen herramientas de ofimática como Microsoft Excel, y apoyados en una versión free de PowerBI podrían llegar a tener un sistema simple de inteligencia de negocios con el que puedan hacer inteligencia de negocios histórica y analítica.

Lo que se requiere es llegar a un consenso de la información que es importante para la empresa, las fuentes de esta información, luego pasar por una homogenización de la información, definir unas métricas claras que son importantes para el negocio, y diseñar los esquemas de representación o tableros que se quieren visualizar.

Excel permite integrar datos de diferentes fuentes u orígenes, al igual que Power BI, encontrando que con solo tablas dinámicas y ayuda de macros la información se puede procesar y homogenizar, y así mismo hacer uso de las gráficas dinámicas, para crear los tableros de control.

Es más rápido generar un formato de presentación a una información ya cargada de varias fuentes, que solicitar esta información formateada y susceptible a cambios, con lo que traduce mayor tiempo y falta de oportunidad en toma de decisiones que tal vez puedan llegar tardíamente o desafortunadamente, además estas herramientas son de un manejo más común por los usuarios y con amplia documentación sobre su uso, las mismas son más familiares en el

conocimiento de las personas y presentan menos resistencia al cambio por hacer parte de sus competencias.

De este modo las pymes pueden presentar una ventaja competitiva a bajo costo con lo que pueden aumentar su productividad, y estar a la vanguardia de la tecnología, sacando el mayor provecho de estas herramientas y generando el conocimiento sobre la información que poseen, de igual manera puede ser un abre bocas para un sistema más complejo al experimentar las bondades de un sistema de inteligencia de negocios.

Conclusiones

El mundo de los negocios ha hecho a través de la historia que se adopten conceptos que como muchos otros sectores han sido influenciados desde la evolución de las guerras, tales como la adopción de estrategias y ver la necesidad de planear estas estrategias en miras de ganar ventaja y competitividad con respecto a otros; por ello se llama planeación estratégica a un conjunto de decisiones que se deben tomar en base a la posición actual versus la posición que se quiere lograr, pero actualmente estas decisiones estratégicas se toman en un ambiente de incertidumbre en muchos de los casos y con el desconocimiento del panorama sobre el cual tomara el rumbo de la empresa, aun así gran parte de estas decisiones dependen de la experiencia y el manejo que quiere proyectar el directivo o personas encargadas de ello en aras de encaminar hacia donde quieren ir.

Para los directivos establecer la planeación estratégica es marcar la guía de ruta que debe tomar la empresa en fin de conseguir los objetivos propuestos, es algo como tomar el timón de un automóvil y direccionar el camino a seguir, de lo contrario este tomaría por cualquier camino sin control y lo mismo puede pasar en la empresa significando así un éxito o un fracaso.

Con el avance que ha tenido los negocios se ven influenciados por la tecnología, el tener información ya no es suficiente, pues no se puede confundir la información que se posee con el conocimiento, ya que el conocimiento se genera a través de la capacidad de dar valor y poder tomar decisiones en base a la información. Esta información proviene de diversas fuentes, tanto externas como internas y es allí en donde nace la necesidad de poder administrar de manera eficiente y eficaz todo este mundo de información y tener la posibilidad de tomar decisiones ajustadas a una realidad de la situación de la empresa; y como respuesta a esta necesidad con el apoyo de herramientas tecnológicas aparece los sistemas de inteligencia de negocios.

Los sistemas de inteligencia de negocios se clasifican en histórico, analítico y predictivo; y pueden ser tan complejos y costosos como muchas otras implementaciones, además que no puede estar al alcance de todas las empresas por compatibilidad de tecnologías, por desconocimiento de las ventajas que estos ofrecen, o por la falta de recursos financieros para su implementación y mantenimiento. Pero de igual manera el mercado ofrece una diversa gama de

tecnologías y herramientas de software encaminadas a ello, desde la más compleja a la más versátil, con variedad de costos, incluyendo licenciamientos de código abierto y versiones limitadas como free, que proveen funcionalidades reducidas; y existen otras herramientas que pueden apoyar un sistema de inteligencia de negocios simple como Excel que se encuentra más comúnmente en las empresas y es de fácil manejo para los usuarios.

Para las pymes es más fácil poder implementar un sistema de inteligencia de negocios con herramientas de bajo costo y fácil acceso que una compleja solución que desbordaría los costos, para las pymes tener un sistema de este tipo les permite tener todas las ventajas de un sistema BI analítico e histórico y con un manejo limitado de la predictiva. Lo cual permitirá obtener ventajas competitivas, reducción de costos, toma de decisiones más acertadas, aumento de productividad y una construcción de conocimiento en base a su información.

Referencias

- Amaya, J. A. (2005). Gerencia: Planeación & Estrategia. Colombia, Universidad Santo Tomas de Aquino
- Chiavenato, I. (2017). Planeación estratégica fundamentos y aplicaciones. México, McGrawHill.
- Cano, J. L. (2007). Business Intelligence: Competir con información. España, Banesto Fundacion Cultural
- Dávila, L. F. (2005). Hacia la inteligencia del negocio con Excel 2003. Colombia, Politécnico Grancolombiano.
- Dávila, F. (2006). La inteligencia del negocio. Colombia, Politécnico Grancolombiano
- Davenport, T., & Prusak, L. (1997). Ecología de la Información. Reino Unido, Oxford University
- Díaz, J. C. (2012). Introducción al Business Intelligence. España, Editorial UOC
- Drucker, P. (2000). Como medir el rendimiento de la empresa. Argentina, Deusto
- Haije, E. G. (2019, Diciembre 9). Las 15 Mejores Herramientas de Inteligencia de Negocios: Una Vista General. Mopinion de <https://mopinion.com/es/las-15-mejores-herramientas-de-inteligencia-de-negocios-una-vista-general/>
- Kotler, P. (1996). Mercadotecnia. México: Prentice-Hall Hispanoamericana
- Martínez Méndez, F. J. (1999). El salto desde la Gestión de Información a la Gestión del Conocimiento. Scire: Representación Y Organización Del Conocimiento (ISSNe 2340-7042; ISSN 1135-3716), 5(1), 41-54. Recuperado a partir de <https://www.iberid.eu/ojs/index.php/scire/article/view/1105>
- Médes, d. R. (2006). Más allá del Business Intelligence. 16 experiencias de éxito. España, Gestión 2000
- Parr, O. 2000. Data Mining Cookbook Modeling Data for Marketing, Risk, and Customer Relationship Management. California, Wiley