

Universidad Militar Nueva Granada
Facultad Educación a Distancia
Programa Administración de Empresas



Sustentación Ensayo:
LA GENERACIÓN DE INDICES E INDICADORES DE GESTIÓN
COMO HERRAMIENTA PARA POTENCIAR LA
ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPRESARIAL

Agenda

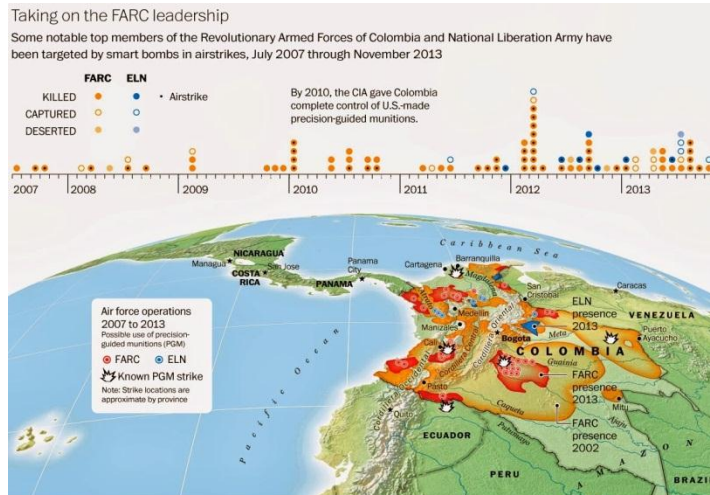
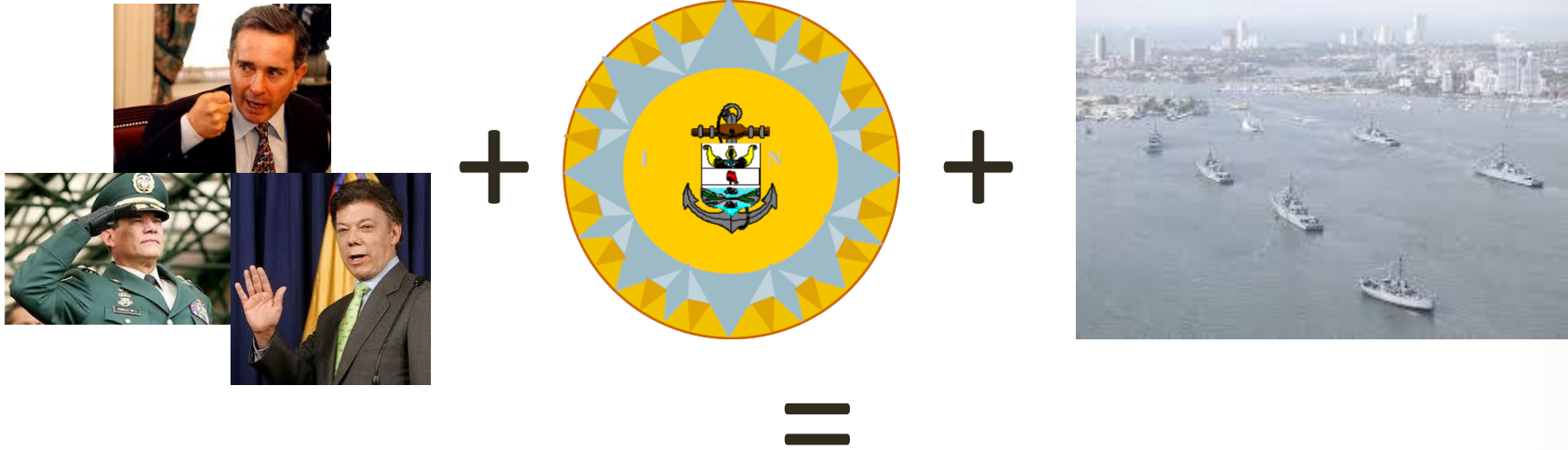
1. Antecedentes
2. Contexto Inteligencia Naval y Administración de Información
3. Aplicación modelo Inteligencia Naval a la Empresa Privada
4. Conclusiones y recomendaciones

Estudiante : Gustavo Martínez Hincapié
Código : D 0103048

Diplomado: Gestión Calidad



1. Antecedentes



2. Contexto Inteligencia Naval y Administración de Información



PLAN DE BÚSQUEDA BLANCO ONT - FARC

REQUERIMIENTO EEI	ORI	INDICIOS	ORDENES Y SOLICITUDES	AGENCIAS DISPONIBLES				PLAZO	OBSERVACIONES
				BR1	BR2	BR3	BR4		



2. Contexto Inteligencia Naval y Administración de Información (Seguimiento Cuantitativo)

$$\text{Cumplimiento meta envío combint} = \frac{\# \text{redines enviados mes}}{\# \text{dias mes}} * 100$$

$$\text{Cumplimiento objetivo diario combint} = \frac{\# \text{redines mes}}{\# \text{informaciones redines mes}}$$

RESULTADO INDICADOR	CONDICIÓN
Cumplimiento objetivos diarios COMBINT < 1	Producción inteligencia combate deficiente
1 < Cumplimiento objetivos diarios COMBINT < 3	Producción inteligencia combate buena
3 < Cumplimiento objetivos diarios COMBINT	Producción inteligencia excelente



2. Contexto Inteligencia Naval y Administración de Información (Seguimiento Cualitativo)

$$Eficiencia\ combint = \frac{\# \text{ informes con resultados operacionales mes}}{\# \text{ informes producidos mes}} * 100$$

$$Eficacia\ producción\ combint = \frac{\text{Gastos reservados mes}}{\# \text{ informes inteligencia producidos mes}}$$

Medición es necesaria, porque obliga a los Departamentos y Secciones de Inteligencia a comprometerse con el «Plan de Búsqueda»



3. Aplicación modelo Inteligencia Naval a la Empresa Privada

Ciclo de Inteligencia Empresarial



INTERROGANTE	INFORMACION
¿Qué?	Ventaja competitiva o diferenciadora de la competencia.
¿Cómo?	Hizo la competencia para alcanzarla.
¿Cuándo?	¿Qué momento hizo que se posicionaran como el liderazgo?
¿Dónde?	¿Cuál es la ubicación geográfica donde son más fuerte?
¿Por qué?	¿Cuál es la razón por la que se hicieron fuertes en el sitio donde lideran el mercado?

PLAN DE BÚSQUEDA LAMP ASESORES EN INTELIGENCIA COMERCIAL							
REQUERIMIENTO	ORI	INFORMACION PRELIMINAR	AGENCIAS DISPONIBLES			PLAZO	OBSERVACIONES
EI			Mercadeo	Encuestas y cia	Visitadores		
Generatix							
Cual es elemento diferenciador de la empresa en el segmento tecnología?	Qué hace el elemento atractivo?	Se realizó un incremento entre la población juvenil de 15 a 18 años	x			23 Enero/15	
	Por qué lo prefiere el público?	Está siendo utilizado mayoritariamente por población juvenil de 15 a 18 años		x		23 Enero/15	
	Qué elementos publicidad se usan?	Mayoritariamente es publicitado por internet	x		x	23 Enero/15	



3. Aplicación modelo Inteligencia Naval a la Empresa Privada

$$\text{Cumplimiento plan de búsqueda empresarial} = \frac{\# \text{plazos cumplidos}}{\# \text{plazos ordenados}} * 100$$

$$\text{Eficencia producción información} = \frac{\# \text{informes exitosos mes}}{\# \text{informes producidos mes}} * 100$$

$$\text{Eficacia producción información} = \frac{\text{Gastos búsqueda información}}{\# \text{informes inteligencia producidos}}$$

Objetivo General	Objetivos Específicos	Metas Producción Información	Indicadores	Índices
	1.			
	2.			
	3.			

Modelo seguimiento Índices Producción Información, Fuente Vargas Ana (2014)



4. Conclusiones y Recomendaciones

- Considerar información como producto, no como insumo
- Medir y cualificar calidad información producida proceso
- Necesidad plantear requerimientos de información claros, puntuales y limitados
- Generar inquietudes acerca del estudio administrativo de la administración de información desde perspectiva de inteligencia.





Gracias!