

# La Inteligencia de Negocios

## Introducción al curso de SIE

# Reglas del Curso

## RULES

1.



2.



3.



# La Empresa e Inteligencia de Negocios

# AGENDA

01

## **Empresa**

Definición, objetivos, el ambiente de negocios, estructura y entorno.

02

## **Visión y Misión**

Definición, ejemplos.

03

## **Estrategia**

Objetivos, estrategia, fuerzas de Porter, cadena de valor, FODA.

04

## **Canvas**

Definición, estructura, ejemplos.

05

## **Inteligencia de Negocios**

Necesidades de información, beneficios, características, aplicaciones, dashboard.

# La Empresa

- *"el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela"* **Romero, R. (1997).**

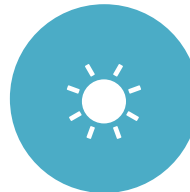


*"entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados"* **Del Junco, J. G. (2000).**

Una **empresa** es una **unidad económico-social**, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

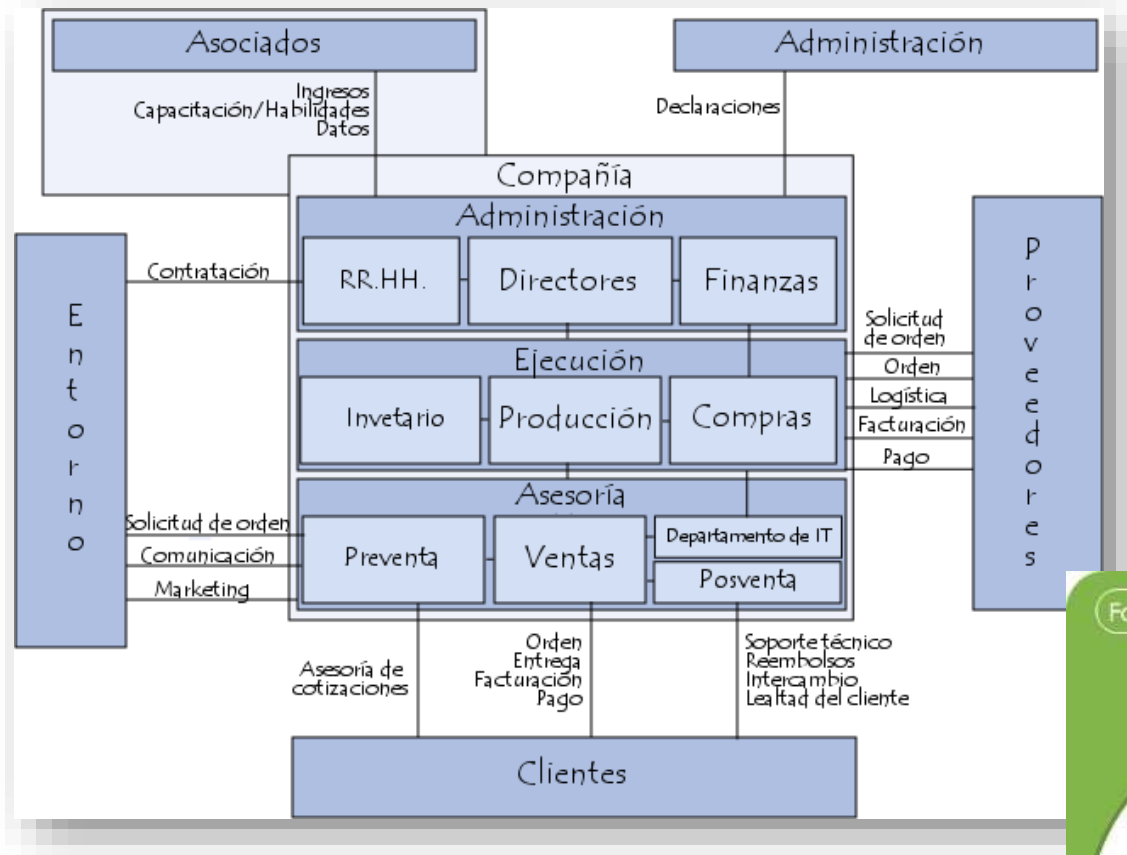


A person is holding a glowing digital globe. The globe is surrounded by various icons representing technology, communication, and business. The icons include a smartphone, a laptop, a network of nodes, a bar chart, and a pie chart. The globe itself is blue and green, with a grid of lines. The person is wearing a dark jacket and is holding the globe with both hands. The background is dark and out of focus.



*Las empresas están bajo presión: ellas debe responder a rápidamente a los cambios e innovar en sus maneras de operar*

# Estructura y Entorno de la Empresa



- La Empresa como una estructura o entidad que necesita vivir y evolucionar
- La Empresa necesita adaptarse continuamente a los cambios para subsistir





# La Empresa



## Visión:

- Es una imagen a futuro sobre como deseamos que sea la empresa o como queremos ser en el futuro como individuos.
- El propósito de la Visión es guiar, controlar y alentar a la organización o al individuo para alcanzar el estado deseable.

## Misión:

- La Misión define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización.



¿Para que existe la organización?.



# Misión y Visión



## **Misión y Visión**

En RIMAC EPS tenemos la visión de ser una empresa socialmente responsable, centrada en el cliente y de clase mundial, líder nacional en salud.

Nuestra misión es trabajar por un mundo con menos preocupaciones.

# Visión



## **Características:**

- Nos proyecta
- Es inspiradora
- Es memorable
- Es amplia
- Debe estar alineada a la Visión

# Ejemplo de Visión



- Buscamos mantener el liderazgo en cada uno de los mercados de consumo en que participamos

**Objetivo Fundamental**



- Con presencia y proyección internacional.
- Con un portafolio diversificado de negocios.

**Marco Competitivo**



- Ofreciendo productos de la más alta calidad y con eficiencia en nuestras operaciones.

**Ventajas Competitivas**



# Misión



Características:

- Nos define
- Es integradora
- Es coherente
- Es memorable

# Ejemplo de Misión



•Somos una corporación de capitales peruanos.

¿Quiénes somos?



•Producimos y comercializamos bienes con marcas de valor agregado.

¿Cuál es nuestro producto?



•Aspiramos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes y consumidores

¿Cuál es nuestro propósito?



•Los procesos se desarrollarán en un entorno que motive y desarrolle a sus colaboradores.

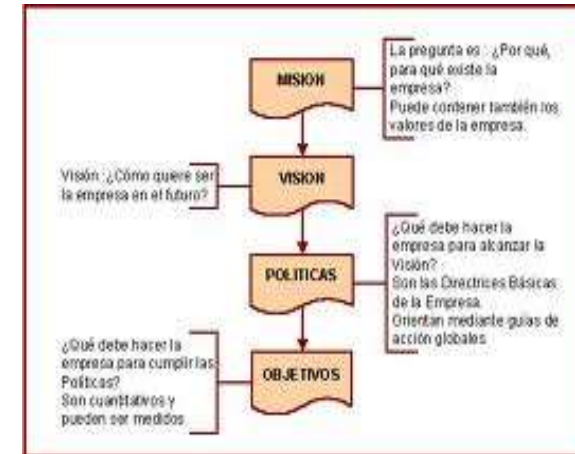
¿Cuál es nuestra ventaja competitiva?



# La Empresa

## Objetivos:

- Es un logro que nos proponemos en un plazo determinado.
- El objetivo es (a diferencia de la Visión y Misión) cuantificable, necesita ser medido. Tiene que ser enunciado específicamente y de forma positiva. Además tiene un plazo de tiempo para su concreción.
- El Objetivo tiene que estar alineado en el tiempo con la Visión y en el marco con la Misión.



Si mi Visión es ser el líder en el mercado de automóviles de alta gama.

Y mi Misión es fabricar autos de alta gama.

Objetivo: Ser el primero en la industria automotriz en 4 meses.



La Visión es a mas de 2 años y este objetivo sobrepasa a la Visión misma en sólo 4 meses además que no está especificado ni cuantificado (Tiempo)



La industria automotriz es más amplia que el mercado de Automóviles de alta gama. (Marco).



# La Empresa

## Metas:

- Las metas son objetivos a corto plazo.
- También son cuantificables y medibles y pueden ser mensuales o hasta logros en el día a día.
- También tiene que estar alineado en el marco y en el tiempo con el objetivo.





# La Empresa: La estrategia

- La **Estrategia** se refiere a un **plan de acción** que me va a asistir en el logro del Objetivo y por ende de la Visión. La **estrategia** es el “**Como logro esto**”.
- Muchas empresas y personas saben que es lo que quieren, pero no saben como lograrlo, en este caso no tienen un plan (Estrategia) elaborado. La Estrategia debe contemplar los Valores de la empresa o individuo.
- No se trata de lograr mis objetivos a cualquier precio, sino cumpliendo con Valores que percibo como importantes para mí.  
Táctica: Es el día a día de la Estrategia.



# La Empresa: La estrategia

La Estrategia tiene que ver con el logro de Objetivos, la Táctica tiene que ver con el logro de las Metas.

**Ejemplo :**

1. **Mi Objetivo** es vender 36 autos al año.
2. **Mi Estrategia** es generar empatía y escucha activa con el cliente.
3. **Mi Meta** es vender un auto hoy.
1. **Mi Táctica** es además de mostrarle el auto al cliente, le doy las llaves para que lo pruebe.

*La diferencia en la Estrategia y la Táctica, además es que la Táctica se puede hacer sobre la marcha, mientras que la Estrategia requiere de una mayor planificación.*

# El análisis estratégico

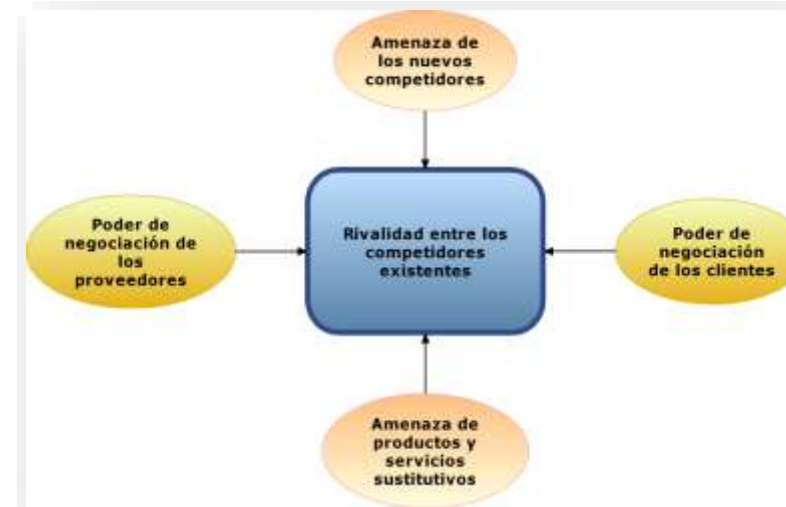


Michael Porter  
1947 - Hoy

*Ampliamente reconocido como el padre de la estrategia empresarial moderna, Michael Porter es un renombrado economista y uno de los pensadores más legendarios del mundo en temas de gestión y competitividad.*

Dos propuestas de Michael Porter para la Empresa:

- Las fuerzas competitivas
- La Cadena de Valor



# Las 5 Fuerzas

- Enfoque de planificación estratégica propuesto en 1980.
- Consiste en la identificación de 5 fuerzas que determinan la rentabilidad del mercado en donde se desenvuelve la empresa.



Ayuda a formular estrategias competitivas.

# La Cadena de Valor



- Herramienta que refleja las actividades de una empresa y sirve para el análisis de la planificación estratégica.
- Permite optimizar los procesos puesto que detalla el paso a paso del funcionamiento de la compañía.
- Está compuesta de 9 categorías de actividades genéricas que están eslabonadas en formas características

# La Cadena de Valor





# El Análisis FODA



Albert Humphrey  
1926 - 2005

Es una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. **Ponce Talancón, H. (2007)**





# ¿Cómo utilizar el FODA?

Asunto del Análisis FODA: Coloca aquí el tema en análisis	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>z Cuáles son las ventajas de la propuesta?</li> <li>z Recursos?</li> <li>z Ventajas Competitivas?</li> <li>z Canales exclusivos de venta?</li> <li>z Recursos, activos, personal?</li> <li>z Experiencia, conocimiento, información?</li> <li>z Recursos Financieros, rentabilidad esperada?</li> <li>z Marketing: alcance, distribución, posicionamiento?</li> <li>z Aspectos innovadores?</li> <li>z Ubicación geográfica?</li> <li>z Precio, valor, calidad?</li> <li>z Calificaciones, certificaciones?</li> <li>z Procesos, sistemas, informática, comunicaciones?</li> <li>z Aspectos culturales, de conducta, hábitos?</li> <li>z Cobertura del mercado?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>z Desventajas de la propuesta?</li> <li>z Carencia de Recursos?</li> <li>z Falta de fortaleza competitiva?</li> <li>z Prestigio, presencia y alcance?</li> <li>z Aspectos financieros?</li> <li>z Plazos, presiones, limitaciones?</li> <li>z Costo de lanzamiento?</li> <li>z Continuidad, fortaleza de la cadena de suministros?</li> <li>z Cómo afecta a la actividad principal?</li> <li>z Confiabilidad de los datos?</li> <li>z Aspectos morales, de compromiso, de conducción?</li> <li>z Procesos y sistemas?</li> <li>z Supervisión gerencial, continuidad?</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>z Desarrollos del mercado?</li> <li>z Vulnerabilidad de la competencia?</li> <li>z Tendencias en el estilo de vida o hábitos?</li> <li>z Desarrollo e innovación tecnológicos?</li> <li>z Influencias globales?</li> <li>z Nuevos mercados, verticales u horizontales?</li> <li>z Nichos de mercado?</li> <li>z Ubicación geográfica, exportación, importación?</li> <li>z Nuevos puntos de venta?</li> <li>z Factor sorpresa, contratos globales?</li> <li>z Desarrollo de negocios y del producto?</li> <li>z Información e investigación?</li> <li>z Socios, agencias, distribución?</li> <li>z Volúmenes, producción, economías?</li> <li>z Influencia de la moda, temporada, clima?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>z Efectos políticos?</li> <li>z Acciones legales?</li> <li>z Consecuencias sobre el medio ambiente?</li> <li>z Desarrollos informáticos?</li> <li>z Intenciones de la competencia?</li> <li>z Demanda del mercado?</li> <li>z Nuevas tecnologías y servicios?</li> <li>z Contratos y socios vitales?</li> <li>z Capacidad y recursos propios?</li> <li>z Obstáculos a enfrentar?</li> <li>z Debilidades insolubles?</li> <li>z Pérdida del plantel clave?</li> <li>z Respaldo financiero sustentable?</li> <li>z Marco económico regional?</li> <li>z Influencia de la moda, temporada, clima?</li> </ul>

Fuente: <https://mercadosunidos.wordpress.com/2008/10/30/%C2%BFpodemos-reducir-la-incertidumbre-el-foda/>

# FODA – Rímac Seguros



Fuente: <https://mercadosunidos.wordpress.com/2008/10/30/%C2%BFpodemos-reducir-la-incertidumbre-el-foda/>

# El Canvas

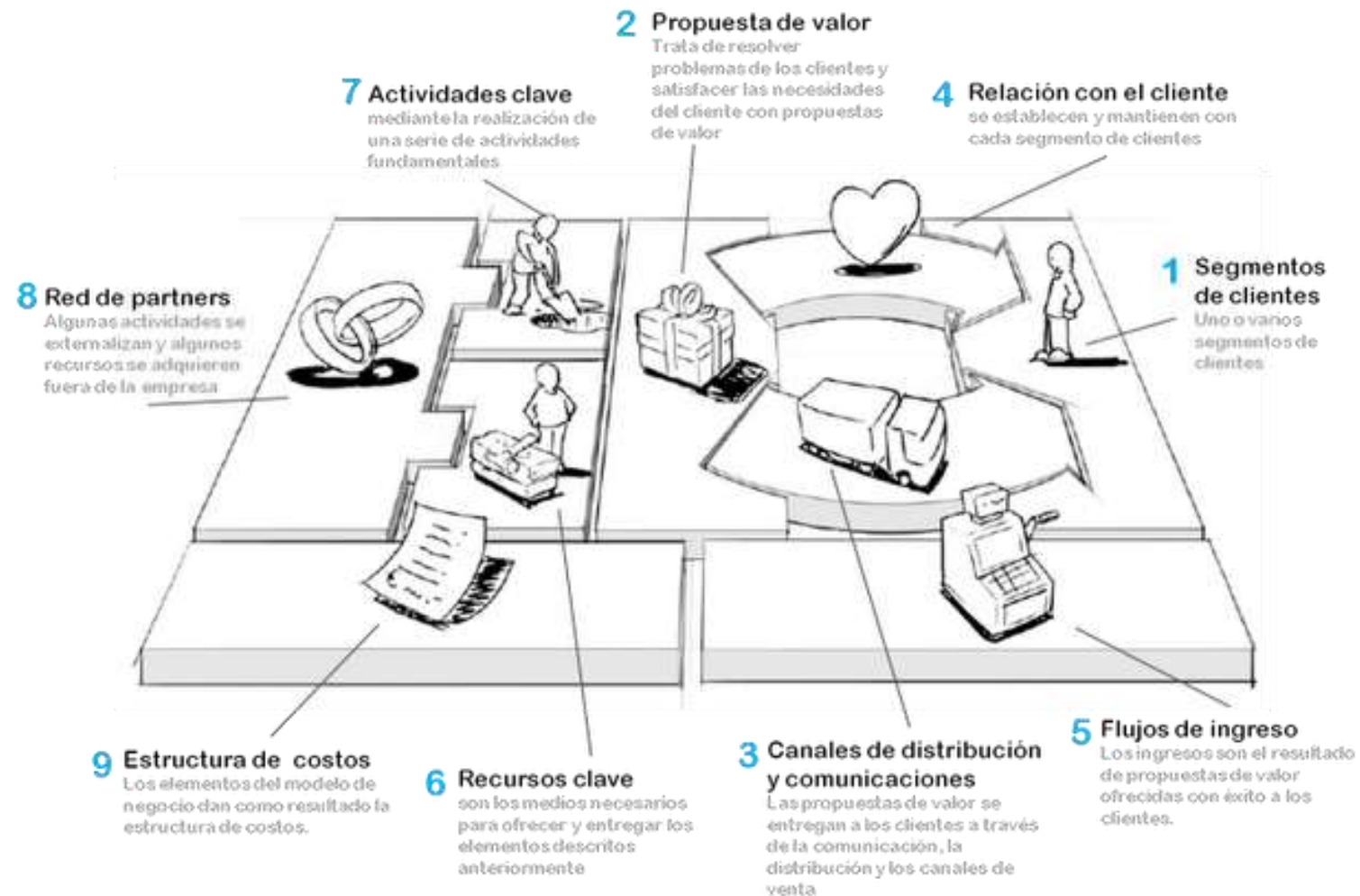


- Describe como una empresa crea, distribuye y añade valor.
- Abarca 9 aspectos clave de la organización.
- Cubre las 4 áreas principales del negocio: Clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.
- Es una ayuda fundamental para la construcción de la propuesta de valor para la empresa.



Alexander Osterwalder  
1974 - Hoy

# El Canvas



Business Model Generation Book.



**Socios clave**



**Actividades clave**



**Propuestas de valor**



**Relaciones con clientes**



**Segmentos de cliente**



**Recursos clave**



**Canales**



**Estructura de costes**



**Fuentes de ingresos**



# MODELO CANVA

## ACTIVIDADES CLAVES

- Ventas.
- Postventa (seguimiento continuo y personalizado)

## PROPUESTA DE VALOR

Productividad y bienestar a la medida.  
Asistencia Integral al empleado. Diagnóstico y seguimiento médico y psicológico personalizado.  
Actividades psico-físicas paliativas contra estrés, sedentarismo y problemas detectados.

## RELACIÓN CLIENTE

- Feedback directamente con empleados.
- Feedback con empresa (avances y cambios)
- Redes sociales con foro y experiencias de otras empresas

## SEGMENTO DE CLIENTES

Empresas que se preocupen por bienestar y sus beneficios  
Yalejadas de Gym's

## CANALES DE DISTRIBUCION

- En el lugar de trabajo.
- Línea directa con empleados (mail, teléfono)

## RED DE PARTNERS

Gobierno (campana vida sana)  
Sence

## ESTRUCTURA DE COSTOS

- Profesionales o estudiantes de 4° o 5° año
- Equipamiento/Mantenimientos
- Administración y ventas

## RECURSOS CLAVES

- Equipamiento
- Movilización
- Comunicación con clientes

## FLUJOS DE INGRESO

Cobro por persona (Entre 1 y 2 UF)  
Servicio Integral o parcial.

¿CÓMO?

¿QUÉ?

¿A QUIÉN?

¿CUANTO?

# UBER





The Kahoot! logo is centered on a white background. It features the word "Kahoot!" in a large, white, sans-serif font. The text is overlaid on a square graphic divided into four quadrants of different colors: red (top-left), blue (top-right), yellow (bottom-left), and green (bottom-right). Each quadrant contains a faint, stylized map of a world region. Above the main white area, there is a horizontal orange bar with a wavy, sun-like pattern on the left side.

# Kahoot!

# ¿Por qué es importante conocer la Empresa?

Impulsa el negocio



Para creación  
de valor



Para optimizar  
procesos



Para generar ventaja  
competitiva



Para obtener  
rentabilidad



BUSINESS INTELLIGENCE

# ¿Qué buscamos?



# Necesidades de Información



# Inteligencia de Negocios

Business intelligence (BI) is an umbrella term that includes the applications, infrastructure and tools, and best practices that enable access to and analysis of information to improve and optimize decisions and performance.

**Gartner**

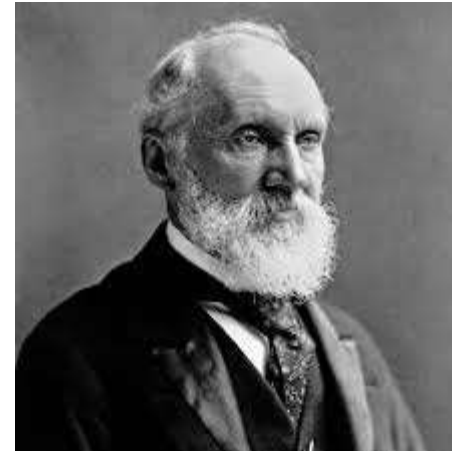
A data warehouse is a subject-oriented, integrated, non-volatile, time-variant collection of data organized to support management needs.

**W.H. Inmon, Database Newsletter, July 1992.**

A data warehouse is a data structure that is optimized for distribution. It collects and stores integrated sets of historical data from multiple operational systems and feeds them to one more data marts. It may also provide end-users access to support enterprise views of data.

**TDWI**

“Lo que no se puede definir no se puede medir;  
lo que no se puede medir no se puede mejorar;  
lo que no se puede mejorar se puede deteriorar”  
William Thompson Kelvin



# El Reto de la Inteligencia de Negocios

## Democratizar la información en toda la Empresa

### 1. Usuarios

*Scorecards*  
*Budgeting & Planning*  
*Profitability*



es  
ds



Administración del Desempeño Empresarial  
EPM

### 4. Herramientas:

*Reportes*  
*Consultas & Análisis*  
*Dashboards*  
*Búsqueda y Exploración*

Resto de los empleados



Herramientas de Explotación de Información  
BI

### 3. Repositorio de Gestión (modelo)



### 2. Sistemas Transaccionales

CORE

CRM

ERP

SCM

MS

BD

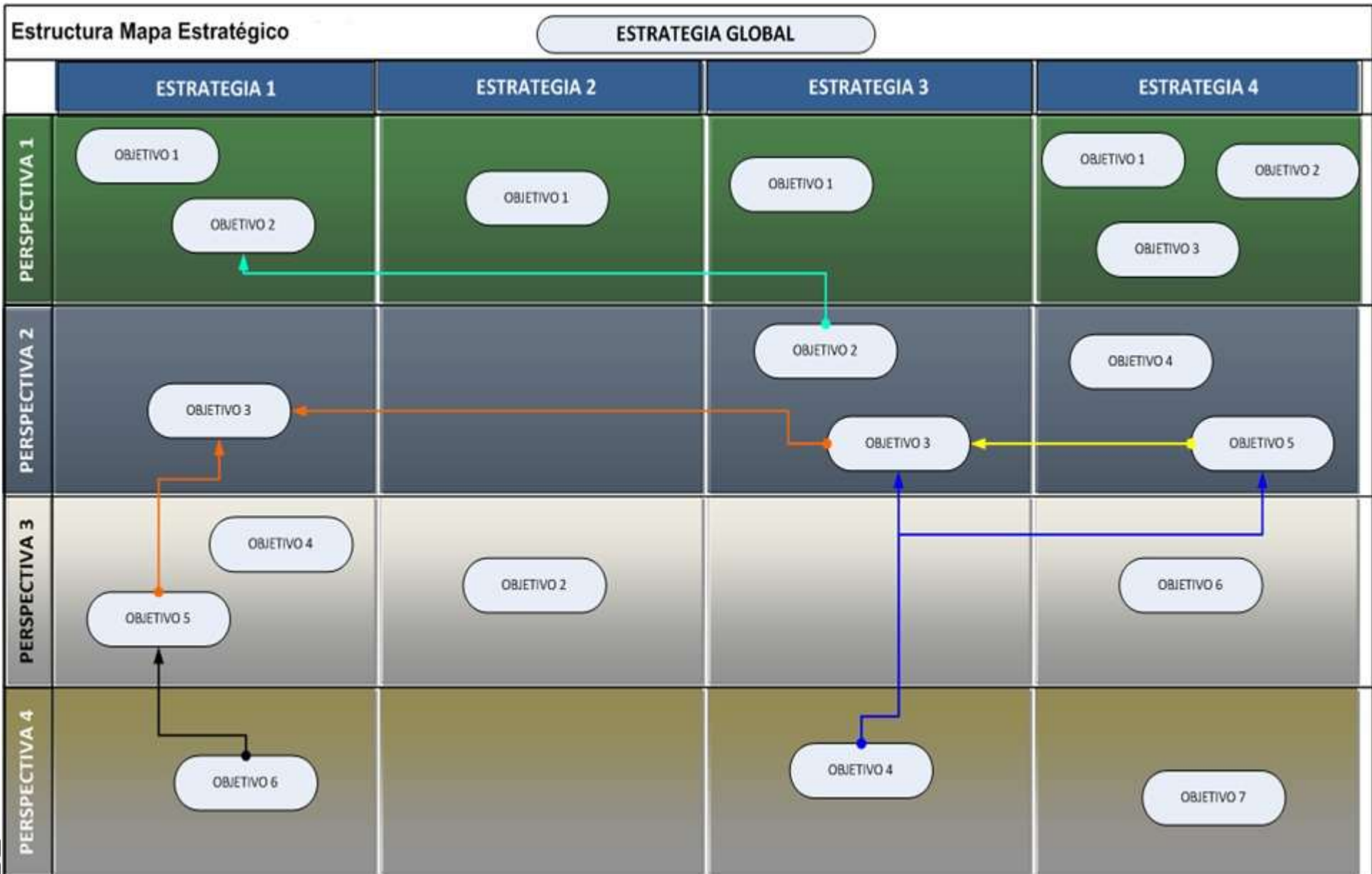




# Beneficios de la Inteligencia de Negocios



# BSC

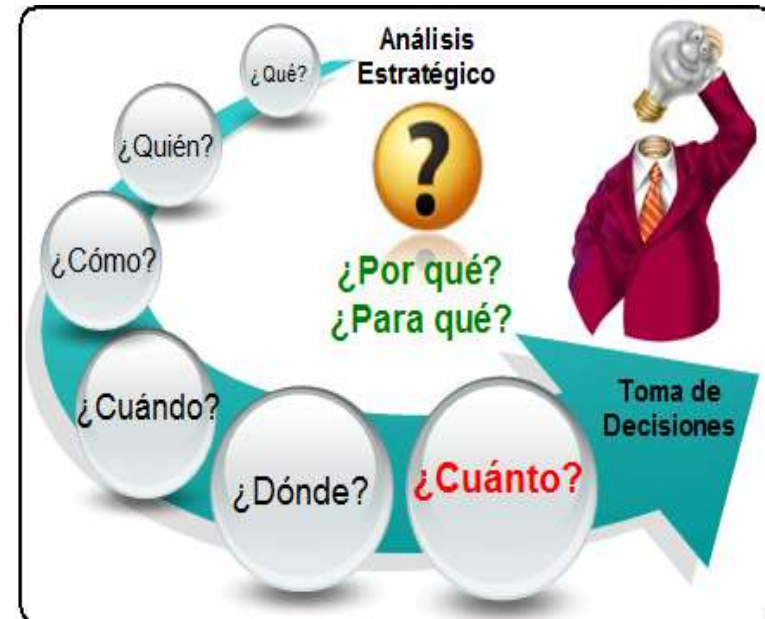


# BSC

Estructura Mapa Estratégico				
ESTRATEGIA GLOBAL				
	ESTRATEGIA 1	ESTRATEGIA 2	ESTRATEGIA 3	ESTRATEGIA 4
FINANCIERA	Para lograr las expectativas financieras ¿Cómo debemos optimizar el manejo de los recursos financieros?			
USUARIO	Para satisfacer a nuestros clientes ¿Qué estrategias debemos tomar?			
PROCESOS	Para administrar correctamente nuestros recursos ¿En que procesos debemos ser eficientes?			
APRENDIZAJE	Para asegurara la eficiencia en nuestros procesos ¿Cómo debemos desarrollar nuestro personal y la tecnología ?			

# Explotación de la información

- “Las empresas que administran sus datos como un recurso estratégico e invierten en la calidad de ellos, están a la vanguardia sobre sus competidores, sea a nivel de su reputación o de sus ganancias”
  - Sondaje de PricewaterhouseCoopers, Global Data Management (2001)
- El Análisis Estratégico para la toma de decisiones: Que?, Quien?, Como?, Cuando?, Donde?
  - Ej. Las grandes cadenas de tiendas
  - Explotan sus conocimientos sobre
    - La preferencia de sus clientes
    - La cadena logística
    - El ciclo de vida de sus productos
    - Las informaciones sobre las ventas de sus competidores



<http://blog.imssystem.net/tag/business-intelligence/>

# Algunas Características de la información

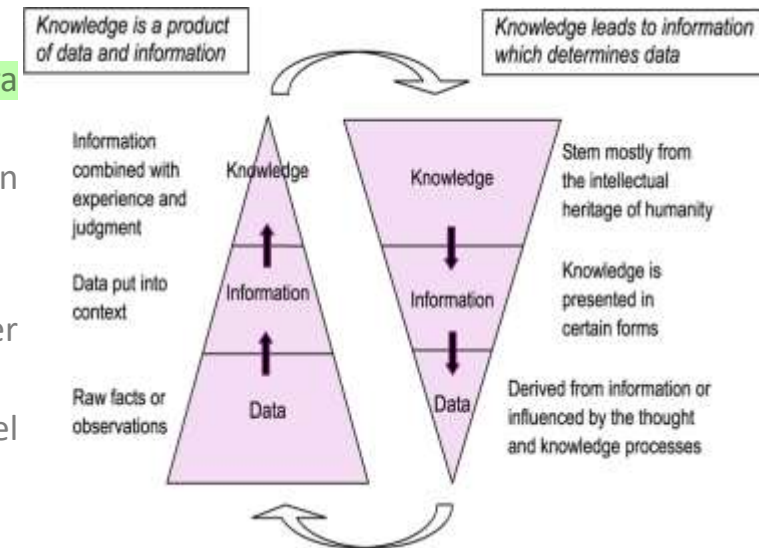
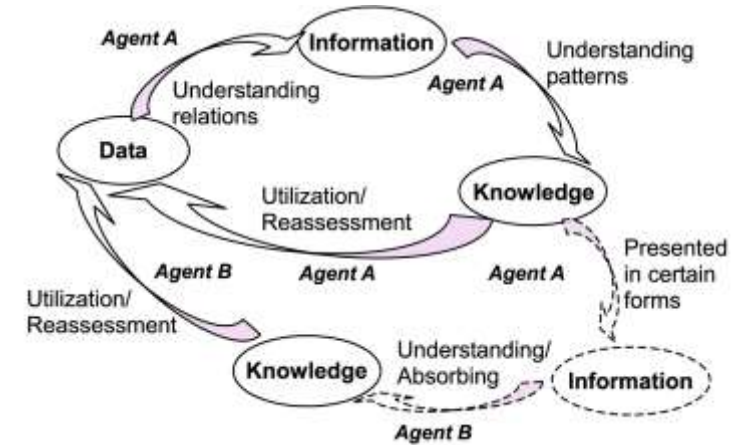
- Es Temporal
  - Su valor disminuye con el tiempo
    - Ex. Acciones en bolsa, compras de clientes, etc.
- Es Compartible
  - Puede ser copiada y distribuida facilmente
    - Ex. Redes sociales, la Web, los medios, etc.
- El valor aumenta con su uso
  - No se degrada como otros recursos (ex. Un carro)
    - Ex. El algoritmo de PageRank en Google
- El valor aumenta con la calidad
  - Una informacion equivocada o imprecisa puede anular
    - Ex. Las operaciones militares





# Datos vs informacion vs conocimiento

- **Datos**
  - Colección de elementos de hechos que sirven a calcular, razonar y medir.
  - Pueden ser colectados, almacenados y tratados
  - No poseen un contexto ni sentido
- **Información**
  - Proviene de la organización de los datos, ponen el valor la relaciones entre los diferentes elementos de sus datos.
  - Proveen un contexto y un sentido a los datos
- **Conocimiento**
  - El conocimiento es toda aquella información que sirve para tomar decisiones (útil).
  - El conocimiento humano se obtiene por experimentación (imitación o prueba y error).
  - El conocimiento se aprende
  - El conocimiento humano no necesariamente puede ser **representado** para ser almacenado
  - El conocimiento humano **representado** más abundante es el texto escrito (*información no estructurada*)

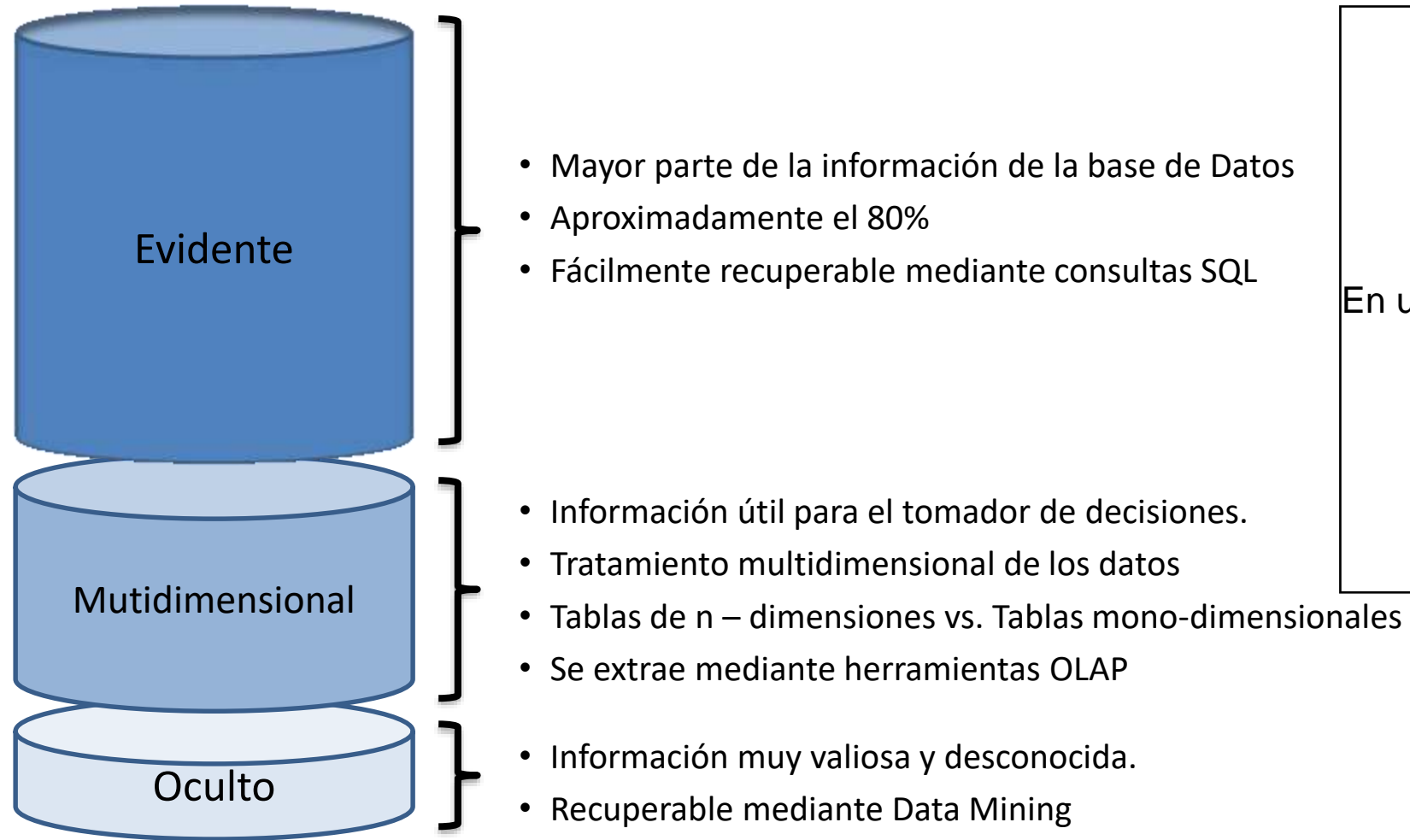


# El Conocimiento y la Empresa



El conocimiento puede d

# Distribución de los Datos en las Empresas



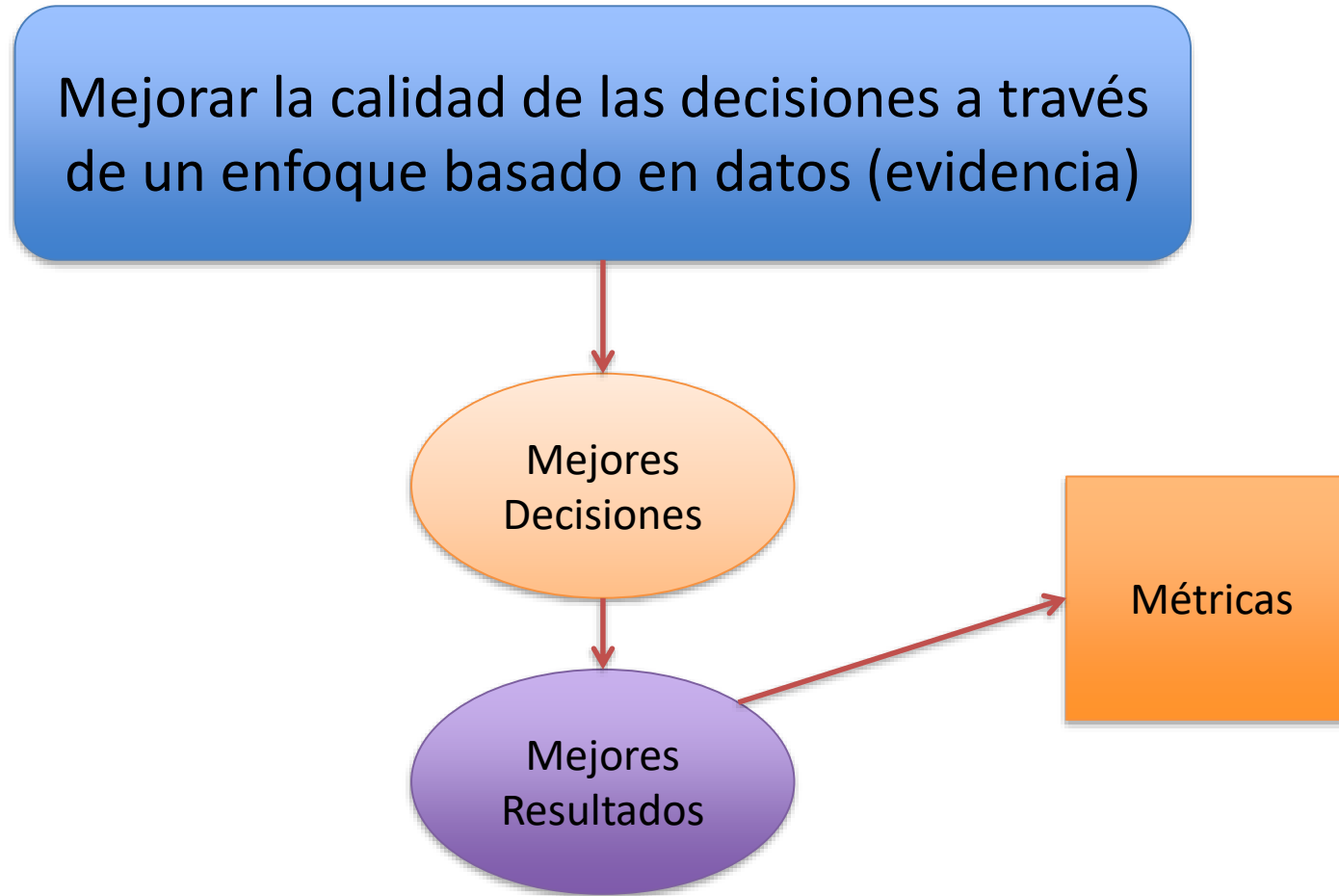
En una organización hay- Datos

# La Inteligencia de Negocios como un apoyo a la correcta toma de decisiones



**How/Where can he obtain the answers for those questions?**

# Propuesta de la Inteligencia de Negocios



- Los datos necesarios para la toma de decisiones ,no pueden ser los mismos como los que se necesitan para medir los resultados de esas decisiones.



# BI - ¿Por qué es necesario?

Tableros para la toma de decisiones

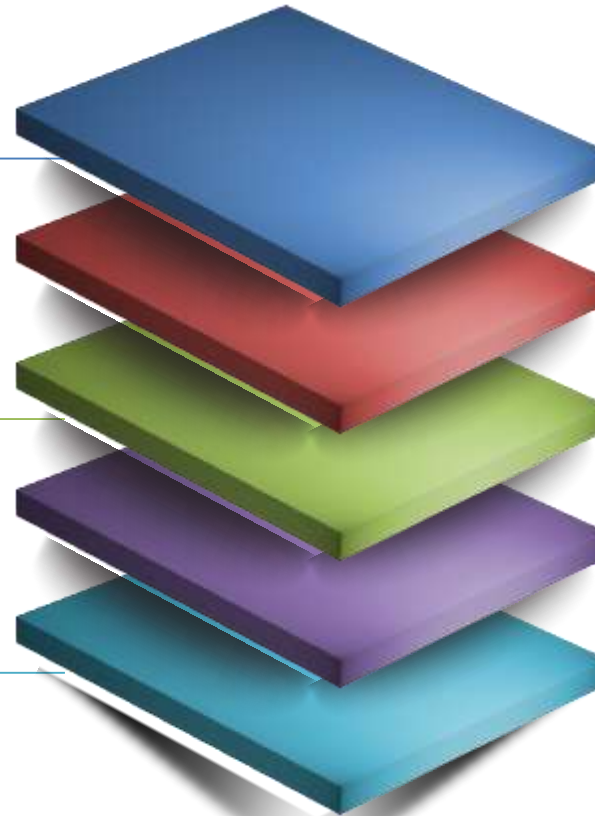
Gerencial

Autoservicio

Táctico

Reportes fáciles y rápidos

Operativo



Análisis personalizados  
y gráficos

Táctico

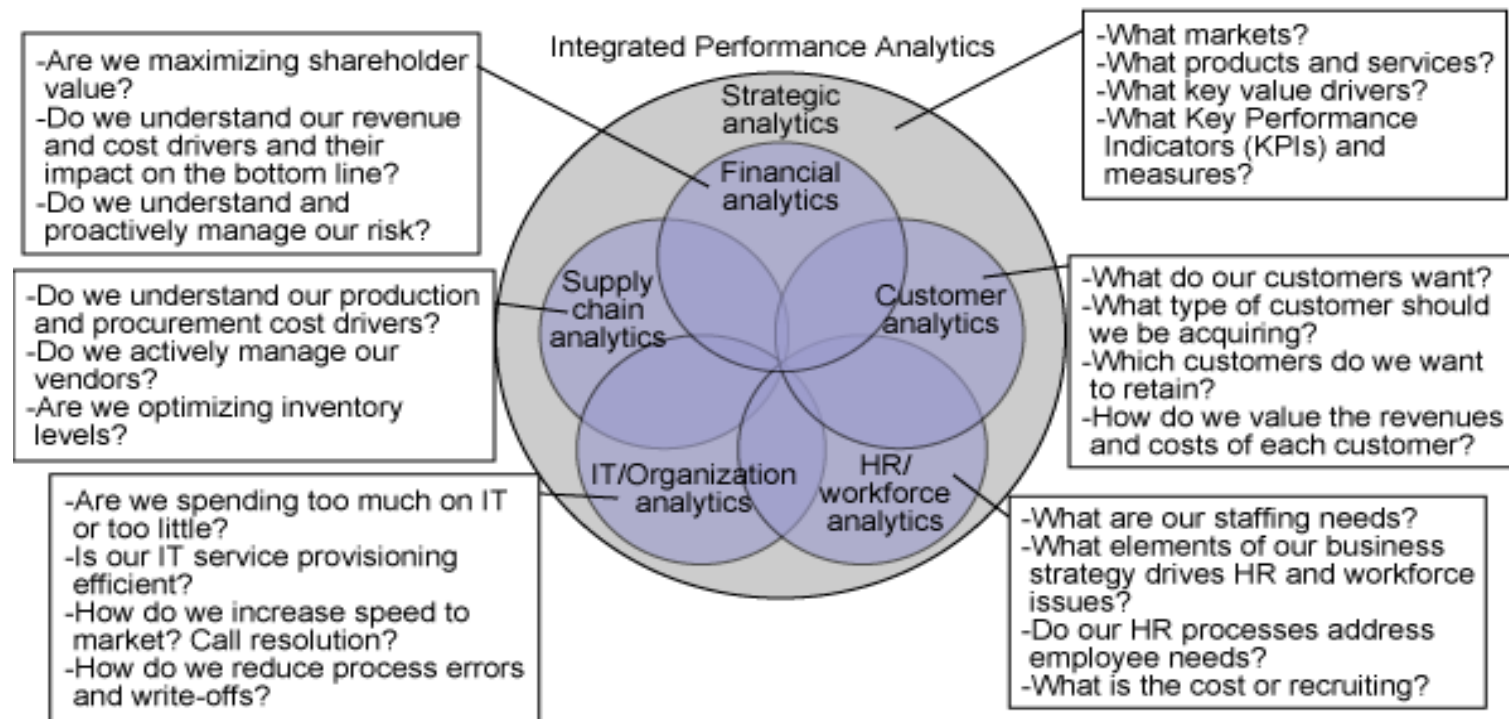
Información precisa

Operativo

Único punto de verdad

# Importancia estratégica

- Mejorar las ganancias de la empresa
- Disminución de costos, gastos
- Mejorar la gestión de relaciones con el cliente (CRM)
- Disminución de riesgos
- Etc.



# Aplicaciones de la Inteligencia de Negocios

- Soporte o herramienta clave para la toma de decisiones en la empresa.
- Trabaja como una capa más dentro de CRM, SCM, ERP (Finanzas, Contabilidad, Compras, Ventas, Almacenes, Recursos Humanos, etc.)



# Aplicaciones de la Inteligencia de Negocios

- Procesos de calidad,
- Satisfacción clientes,
- Participación o Penetración de mercado,
- Fidelización,
- Efectividad de campañas,
- Contactos virtuales,
- Tiempos de servicios,
- Clima laboral (GPTW),
- Indicadores de RSC, etc.





# La Inteligencia de Negocios como tablero de comandos o Dashboards

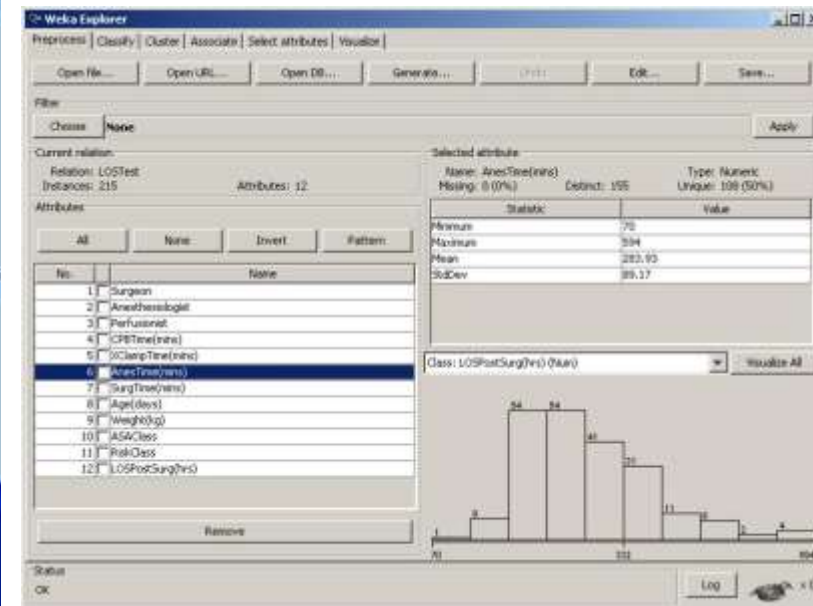
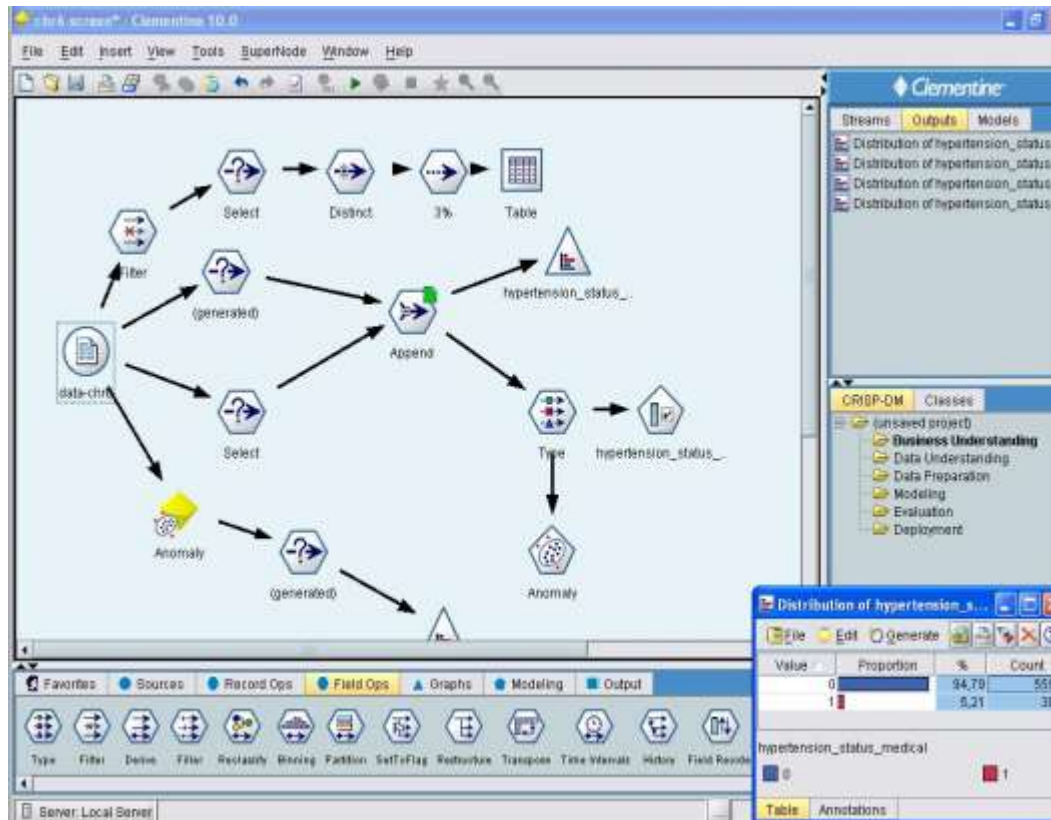
- Representan indicadores (o KPI) que reflejan el estado de las diferentes actividades de la empresa
- Están organizados o estructurados
- No son parte de algún modelo matemático





# La Inteligencia de Negocios como aplicación en la Minería de Datos

- Creación de modelos predictivos.
- Identificación de patrones de comportamiento, tendencias: preparación de campañas, fraudes.



# Business Intelligence and Information Management Topography

