

INTELIGENCIA DE NEGOCIO

PUNTOS CLAVE

Tema 1 - Introducción y Metodología

Diferenciar entre sistema de información operativo, táctico y estratégico

- Operativo: monitorea actividades, operaciones y transacciones básicas de organización.
 - Operaciones rutinarias.
 - Diseñado para aumentar la productividad.
 - Inversiones seguras con beneficios visibles
 - 1º tipo de SI implementados (normalmente)
 - Cálculos simples, inputs y outputs intensivos.
 - Ejemplos: cuentas, inventario...
- Táctico: apoya la monitorización, toma de decisiones y las tareas administrativas del equipo directivo.
 - Cálculos intensivos, inputs y outputs escasos.
 - La información obtenida apoya en el proceso de toma de decisiones.
 - Tienden a ser muy visuales y enfocados en el usuario.
 - No ahorran trabajo. Son económicamente difíciles de justificar.
 - Ejemplos: análisis de ventas geográfico, temporal...
- Estratégico: apoya la planificación a largo plazo para tomar ventaja sobre la competencia.
 - Toma info externa y resumida de los sistemas operativo y táctico
 - Tratan de implementar productos y procesos para tomar ventaja sobre la competencia.
 - Ejemplo: planificación de campañas de marketing.

Inteligencia de Negocio: Conjunto de estrategias y herramientas enfocadas en el manejo del conocimiento a partir del análisis de datos existentes. Se centra en establecer objetivos de negocio y determina el uso de los datos para ello.

Modelo de madurez HP :

Paso 1: operación : soluciones específicas centradas en actividades concretas.

Paso 2: mejora : soluciones localizadas que ayudan a gestionar proyectos

Paso 3: alineamiento : se integran la gestión del desempeño y los programas de BI para trabajar de manera coordinada.

Paso 4: fortalecimiento : se centra en implementar estrategias a nivel empresarial, buscando mejorar la productividad de los empleados con una mejor gestión del conocimiento

Paso 5: transformación : se rastrea los servicios empresariales para asegurarse de que se están cumpliendo.

Definición y un ejemplo de objetivo, factor crítico de éxito, indicador, meta y acción.

Objetivo (KGI) : objetivos abstractos concretos. Ej: aumentar ventas en un 10%

Factor Crítico de Éxito (CSF) : factor clave para alcanzar el objetivo
Ej: ventas netas por cliente

Indicador (KPI) : se emplea para comprender el estado de avance de los procesos empresariales relacionados con los CSF
Ej: el inventario semanal.

Meta : objetivo al que se quiere llegar. Ej: 5 por mes

Acción : cómo se llega. Ej: publicar en las redes sociales

Diferenciar indicador de medida (Performance/Driver/Outcome/Result)

- Diferenciar los KEY de los que no lo son

- Outcome KPI : medir el resultado de actividades pasadas
- Driver KPI : mide actividades que tengan un impacto significativo en KPI de resultados
- Result (RI) : indicadores de resumen (financieros y no financieros) que informan al personal de lo que han hecho
- Performance (PI) : medidas no financieras que indican al personal y la gestión lo que deben hacer.

- Cualitativos vs. Cuantitativos :

Cuantitativos : miden la actividad contando, sumando o promediando

Forman la base de los KPI

Cualitativos : recopilan la satisfacción del cliente a partir de encuestas. Aunque las encuestas son cualitativas, también son subjetivas.

- Características SMART

- Significativo : miden el éxito, no solo medidas financieras
- Medible : Cuantificable.
- Asignable : medidas que asignan responsabilidades a un equipo.
- Realista y fácil de entender : resultados realistas, acciones requeridas por parte del personal
- Relacionado con el tiempo (time-related) : especificar cuándo se puede obtener los resultados.