

La empresa tiene neuronas propias, sepa dónde están y cómo funcionan

El negocio de la inteligencia empresarial crece entre un 10 y un 15 por ciento anual en Europa

Tres de cada cuatro empresas admiten tomar decisiones basándose en datos imprecisos

Paula Zapata

BARCELONA. Las empresas son capaces de recoger miles de datos cada día en decenas de formatos distintos pero, al mismo tiempo, son incapaces de ordenarlos y sacarles el máximo provecho para mejorar sus resultados. Tener datos no significa tener información y es aquí donde fallan las empresas españolas. "Ahora ya no es necesario que varios empleados se queden archivando y rellenando fichas tres horas más cada viernes", explica Jaime García, jefe de análisis de la consultora IDC, especializada en inteligencia empresarial.

La solución al descontrol de archivos, que, según la escuela de negocios y marketing ESIC afecta al 53,2 por ciento de las compañías afincadas en España, está en potenciar la inteligencia del negocio, más conocida por su nombre anglosajón, *Business Intelligence*.

¿Empresas inteligentes? Sí, aunque en España están tardando en calar. Su presencia es más bien "escasa. Son herramientas que ayudan a mejorar el rendimiento de los procesos empresariales y a alinear los mismos en la estrategia de la compañía", señala Ángel Escribano, director de estrategias de Interban Network, tradicional organizadora del Foro de Inteligencia de Negocio en España.

La inteligencia de su empresa no es paralela al nacimiento de la compañía, sino que necesita de la ayuda de directivos y empleados para ponerse en marcha. Así, programas informáticos, como una simple hoja de cálculo Excel o carpetas compartidas, podrían ser el primer paso para ponerla en marcha en su compañías. "Son estrategias y herramientas que pueden realizar tareas muy básicas sin necesidad de que intervenga en ser humano". Un ser humano, que en el caso de España con un 48 por ciento, continúa manejando y tomando decisiones sobre esos datos archivados a mano y guardados en un cajón metálico con etiquetas de la A a la Z.

¿Por qué utilizar herramientas



Más de la mitad de las compañías españolas aseguran no controlar su fichero de datos. ISTOCKPHOTO

Las Mejoras

ALGUNAS DE LAS VENTAJAS DE UNA EMPRESA INTELIGENTE

Toma de decisiones

■ Las mejoras se basan en una información más fiable, de alta calidad y ordenada y, según los expertos, se reduce el riesgo en la toma de decisiones.

Agilidad empresarial

■ La rapidez con la que se encuentran los datos en los sistemas permite a las compañías poner en marcha estrategias en tiempo, más o menos, real, y aumentar su capacidad de reacción ante diferentes imprevistos.

Información unificada

■ Empleados, usuarios y proveedores obtienen los datos necesarios para la gestión del día a día con el mismo lenguaje.

Consultas dinámicas

■ Los datos que se incluyen son dinámicos. Los usuarios pueden basar sus decisiones en informaciones en tiempo real. Las consultas pueden realizarse con parámetros concretos, como el tipo de productos, períodos, segmentos, organizaciones, etcétera.

inteligentes? Según un estudio de Harris Interactive, el 75 por ciento de las empresas europeas admiten haber tomado decisiones que luego resultaron ser incorrectas debido a datos imprecisos y sólo un 10 por ciento aseguró "tener la suficiente confianza en la información" que manejaban para tomar decisiones acertadas.

La tecnología es lo de menos

"La tecnología es parte importante pero no es un límite para el *business intelligence*. Es una manera de acumular datos de valor y aumentar su fiabilidad, no es sólo tecnología, es una herramienta de negocio", explica Jaime García.

Como aseguran en la consultora Accenture, el origen está en que "la mala calidad de los datos cuesta dinero en términos de pérdida de la productividad, decisiones empre-

sariales erróneas o a destiempo y la imposibilidad de conseguir rentabilidad". Puro ahorro. Éste es el origen del *business intelligence* aunque en los dos años que han transcurrido desde su llegada a España, sólo se ha utilizado en los departamentos financiero y marketing y ventas.

Las *neuronas* en las que funciona actualmente este tipo de inteligencia son tres. Por un lado los clientes, que quedan registrados en las bases de datos para hacerles un seguimiento y ajustar la producción en función de las demandas. Después están los procesos, según García "indispensables para medir en tiempo real la marcha de la empresa". La última de las *neuronas* en incorporarse ha sido la plantilla. "El departamento de Recursos Humanos ha incluido herramientas de inteligencia empresarial para medir el rendimiento de sus empleados", señala. Encuestas virtuales o una Intranet son algunas posibilidades.

Las pymes lo tienen más difícil

Para las grandes compañías no es tan complicado poner en marcha su propia inteligencia. La amplia red de contactos y un mayor presupuesto económico les permite agilizar e informatizar todos estos trámites. Las compañías BMW o Chrysler ya son *inteligentes*. ¿Cómo funcionan sus *neuronas*? Exigen a sus proveedores que manejen los mismos sistemas de información que ellos para hablar el mismo *idioma* y no perder el tiempo en traducciones. Las compañías de telefonía móvil hacen uso de esta inteligencia con sus usuarios. La británica O2 ofrece información sobre los gastos mensuales detallados a través de su página web.

La pequeña y mediana empresa cuenta con menos recursos económicos pero "la inversión principal no es tecnología", avisa Jaime García. Hacer que una pyme mejore su inteligencia puede hacerse con una inversión mínima: 2.000 euros es suficiente. "De la inversión inicial, sólo un 25 por ciento va destinada a la tecnología y el resto a la formación de los empleados en estas tecnologías", remarca García.