



Organizational decision-making through business intelligence

Atilio Rodolfo Buendia Giribaldi^a, Miguel Antonio Rojas Quispe^a, Susana Milagros Quiñones Chumacero^b, Mayumi Guendi Espinoza Santos^c and Graciela Chela Quispe Gonzales^d

^aUniversidad Interamericana para el Desarrollo, Perú

^bUniversidad César Vallejo, Perú

^cUniversidad Nacional Autónoma de Tayacaja Daniel Hernández Morillo, Perú

^dUniversidad Continental, Perú

ITEM INFORMATION

Item history:

Received on March 03, 2021

Accepted on June 08, 2021

Keywords:

Decision making

Organization

Business Intelligence

Knowledge and information

ABSTRACT

Competitiveness in the current market demands innovation and strengthening of their strategies from organizations, knowledge is a primary axis to achieve the objectives set. The implementation of Business Intelligence allows an organization to take advantage of the information and turn it into knowledge that derives in unique strategies and value that is difficult to replicate by the competition.

© 2022 Professionals On Line sac. Perú Journal of Scientific and Technological Research Industrial

All rights reserved

Toma de decisiones organizacionales a través de business intelligence

RESUMEN

Palabras clave:

Toma de decisiones

Organización

Business Intelligence

Conocimiento e información

La competitividad en el mercado actual, demanda por parte de las organizaciones la innovación y fortalecimiento de sus estrategias, el conocimiento es un eje primario para conseguir los objetivos planteados. La implementación de Business Intelligence permite a una organización aprovechar la información y convertirla en conocimiento que derivan en estrategias únicas y valor difícil de replicar por la competencia.

DOI:



<https://doi.org/10.47422/jstri.v2i1.11>

© 2022 Professionals On Line sac. Perú Journal of Scientific and Technological Research Industrial

All rights reserved



I. INTRODUCCIÓN

Los gerentes de todos los niveles en las organizaciones toman decisiones todos los días para transmitir información y conocimientos importantes. La información relevante se obtiene mediante el uso de datos almacenados en varias fuentes para crear informes que permitan la entrega, brindar a los clientes mejores servicios y productos. Estos informes requieren el uso de herramientas de gestión y análisis de datos.

En esta era de globalización, las competencias comerciales entre la empresa incrementaron. Las empresas necesitan soporte de la tecnología de la información para predecir el futuro y ayudar a todo el sistema a mejorar los servicios. Business Intelligence aparece como un sistema que puede ayudar a la gestión al proporcionar predicciones, patrones y ayudar en la toma de decisiones.

La implementación de Business Intelligence en el entorno de las empresas respalda las decisiones estratégicas de modo que la gestión de las operaciones pueda funcionar bien y pueda producir información comercial en un poco de tiempo.

Los datos y la información generados también se vuelven más accesibles y fáciles de entender al enfocarse en hacer informes en forma de visualizaciones como diagramas y gráficos (Anggi & Ken, 2019).

Las empresas emergentes modernas y las organizaciones en crecimiento a menudo experimentan un mayor crecimiento y expansión de su base de clientes, lo que resulta en un crecimiento exponencial de los datos.

Las organizaciones utilizan la inteligencia comercial (BI) como un método analítico para extraer datos de producción, analizarlos y presentar a las partes interesadas del negocio una visión significativa de las operaciones con respecto a la toma de decisiones (Van et al., 2021).

EL VALOR DEL CONOCIMIENTO

Con base en el valor que aporta el conocimiento a una organización, con el tiempo surge una visión basada en el conocimiento que afirma que la empresa es una comunidad social que representa información rica y es experta en la creación, transferencia interna y aplicación de la creación de valor.

El conocimiento permite obtener una ventaja en el proceso de competencia en el mercado (Ahumada & Perusquia, 2016).

El conocimiento es la estrategia más difícil de imitar. Aquellas basadas en la duplicación de elementos de estrategia de capital y activos financieros (como planta y equipo, planta y terreno, y capital financiero) que respaldan la estrategia o buscan crear recursos similares a la competencia, imagen y reputación, fuentes de suministro y creación de relaciones comerciales, adquisición - relativamente más fácil de repetir, eliminando así las ventajas competitivas.

Con base en el valor que aporta el conocimiento a una organización, con el tiempo surge una visión basada en el conocimiento que afirma que la empresa es una comunidad social que representa información y es experta en la creación, transferencia interna y aplicación de la creación de valor, la cual gracias al conocimiento obtiene una ventaja en el proceso competitivo en el mercado.

Se puede decir que la principal fuente de ventaja competitiva sostenible de una empresa son los cúmulos de información, cuyo análisis ayuda a obtener cierto conocimiento.

Cuando estas empresas son capaces de crear, aplicar y reproducir continuamente este conocimiento específico, se crea una disciplina organizacional que les permite alcanzar sus objetivos estratégicos en un enfoque competitivo.

EL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS

Desde el punto de vista del valor comercial del conocimiento, también es necesario determinar qué impacto tiene en el desarrollo de la competitividad (Duran, 2002). En una organización, esta habilidad surge cuando la organización es capaz de producir bienes y servicios de calidad sin distinguir entre tangible e intangible.

Este enfoque demuestra la capacidad de crear valor; así, el conocimiento y su gestión se convierten en uno de los principales factores para que las organizaciones innoven y se integren al entorno empresarial global (Silva et al., 2019).

Toda organización se esfuerza por mejorar continuamente sus relaciones con los clientes, empleados, accionistas y otras partes interesadas relacionadas con la organización.

Los beneficios pueden ser sociales o económicos, el desafío radica en la necesidad de lograr una mayor eficiencia y eficacia en los procesos productivos, sobre todo cuando se sustentan en los activos intangibles que generan las estrategias de desarrollo basadas en el conocimiento (Ahumada & Perusquia, 2016).

BUSINESS INTELLIGENCE

Las estrategias de Business Intelligence se basan en la gestión del conocimiento, que le permite a una empresa inteligente realizar una serie de actividades y adquirir una ventaja frente a sus competidores, principalmente por el valor agregado del servicio o producto, debido a que estas actividades mejoran la productividad y la eficiencia operativa, actividades que son difíciles de replicar para las empresas que no tienen estos procesos o políticas claramente definidos.

II. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Tomar decisiones estratégicas en un entorno empresarial dinámico es un desafío al que se enfrentan muchas organizaciones en la actualidad. Hoy en día, la información es omnipresente y se expande rápidamente.

La organización necesita un flujo de información continua que le permita saber la situación en la que se encuentra en tiempo real y proporcionar un seguimiento detallado de la cadena de suministro, la logística y las actividades relacionadas con la aplicación para realizar un seguimiento de las ventas, la producción por hora, diaria a mensual, financiera y muchas otras fuentes comerciales. los datos se utilizan para gestionar las operaciones de la empresa (Bendezu et al., 2019).

Business Intelligence juega un papel vital en el desarrollo de una organización, ya que puede proporcionar ventajas competitivas en términos de lograr una asimetría de información positiva, es decir, combinar y crear datos dispares útiles (Nasir et al., 2019).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- [1] Ahumada, E., & Perusquia, J. M. (2016). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *Contaduría y administración*, 61(1). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422016000100127
- [2] Anggri, R., & Ken, T. (2019). Implementation of Business Intelligence for Coal Production and Reserves Division. *Atlantis Press*, 320-324. <https://www.atlantispress.com/proceedings/siconian-19/125939923>
- [3] Bendezu, R., Ccoyllo, D., Cubas, C., & Gastelu, M. (2019). Aplicación de Business Intelligence para la toma de decisiones en cineplanet La Molina utilizando Power BI en el área de inventarios. Tesis, Universidad San Ignacio de Loyola, Carrera de Ingeniería Empresarial. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/e1eddc4-3158-40ed-8178-0744c463c1e4/content>
- [4] Nasir, J., Pichit, P., Mustakim, M., & Abaidullah, B. (2019). Adoption of Business Intelligence - Technological, Individual and Supply Chain Efficiency. Conferencia Internacional sobre Aprendizaje Automático, Big Data y Business Intelligence (MLBDBI). <https://ieeexplore.ieee.org/document/8945801>
- [5] Silva, J., Gaitán, M., Varela, N., Maldonado, D., & Bonerge, O. (202). Aplicación de un Sistema de Inteligencia de Negocios en un Contexto de Big Data: Empresas Productoras. Congreso Internacional de Visión Computacional y Computación Bioinspirada, (págs. 268-274). https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-37218-7_31#citeas
- [6] Van, A., Gilliland, S., & Smit, I. (s.f.). Migración de datos en apoyo de Business Intelligence en una organización en crecimiento. Conferencia Internacional sobre Avances en Big Data, Computación y Sistemas de Comunicación de Datos (icABCD). <https://ieeexplore.ieee.org/document/9519357>