

El Negocio electrónico y la inteligencia empresarial

Resumen:

El desarrollo acelerado de las tecnologías de la información, y en particular de Internet, ha hecho que muchos empresarios la utilicen en sus modelos de hacer negocios. Como consecuencia de esto surge el negocio electrónico (*e-business*), modelo que establece la colaboración entre las diferentes partes de la cadena de valor de una organización utilizando como plataforma para esto la internet. Por su parte, la Inteligencia empresarial (IE), ha tenido un desarrollo ascendente y ha propiciado que los directivos tengan mejores condiciones a la hora de tomar las decisiones relacionadas con su organización. En el *e-business*, la IE está presente en casi todo el proceso, pues permite dentro de los diferentes eslabones de la cadena de valor, recopilar la información relevante y así permitir que el funcionamiento sea más preciso, tanto hacia dentro como en la proyección de la organización a su entorno. En Cuba, este modelo aún no ha sido aplicado, pero en un futuro cercano las condiciones estarán dadas para la aplicación del mismo.

El Negocio electrónico y la inteligencia empresarial

Introducción:

Con la expansión de Internet y el crecimiento acelerado en el número de usuarios, las empresas comienzan a buscar la manera de aprovechar esta red para el desarrollo de sus negocios, no sólo al interior de la empresa, sino involucrando también a clientes y proveedores.

Actualmente para muchos empresarios Internet se ha convertido en una plataforma de hacer negocios, que además tiene la posibilidad de aumentar la productividad y la eficiencia de las empresas.

Como consecuencia de lo anterior, surge la necesidad de gestionar procesos, de modo total o parcial, sobre una infraestructura digital, implementada y basada en Internet; procesos relacionados con los suministros necesarios para la producción, la colocación de los productos en el mercado, la relación con el consumidor, la circulación interna de recursos y los componentes internos de la empresa o la toma de decisiones a cualquier nivel de dirección.

Es así como se materializa el surgimiento del negocio electrónico (*e-business*), elemento que surgió de la búsqueda constante de las empresas para mejorar su funcionamiento utilizando las tecnologías disponibles en la actualidad. Con el *e-business* las empresas, los clientes, los proveedores, los distribuidores y los socios de negocio tienden a formar e-cosistemas empresariales integrados por Internet donde cada uno colabora con el otro para lograr el éxito.

Aparejado al surgimiento del *e-business* se ha estado produciendo un desarrollo ascendente, en una actividad que se ha vuelto vital para el desempeño de las organizaciones en la actualidad, la Inteligencia Empresarial.

Esta ha permitido a los directivos de las organizaciones llevar un control más preciso de las actividades de su organización y del entorno en el que se desenvuelve la misma. Todo esto, a su vez, ha sido posible por el desarrollo que a la par han tenido las tecnologías de la información, y particularmente Internet. La utilización intensiva y el mejoramiento constante de estas han permitido que surjan formas de administrar negocios y organizaciones como lo es el *e-business* y también han permitido que la inteligencia empresarial haya llegado a convertirse

en un sistema eficiente que le permite a los directivos tener informaciones más precisas y reales sobre la organización y el entorno en el que se mueve.

El presente trabajo se propone como objetivo mostrar algunas consideraciones sobre el negocio electrónico y sus relaciones con la inteligencia empresarial y algunas de las tecnologías de la información. Además se hará mención brevemente a la situación de este modelo de negocios en Cuba.

Negocio electrónico (*e-business*)

El negocio electrónico es un término acuñado recientemente con el auge de Internet y de las facilidades que esta brinda a las empresas. Es muy común que este término se confunda con el comercio electrónico, pero el negocio electrónico abarca mucho más, de hecho, dentro de él está comprendido el comercio electrónico como uno de los pasos finales en el desarrollo y mejora del funcionamiento y la eficiencia de una organización.

En la actualidad existen variadas definiciones de negocio electrónico. Una de las que mejor lo caracteriza es la siguiente: El negocio electrónico es un nuevo modelo de hacer negocios el cual se sustenta sobre la base de la colaboración de todas las partes integrantes de la cadena de valor de una organización, utilizando intensamente las tecnologías de la información, y particularmente Internet.

La cadena de valor no es más que la serie de eslabones que están presentes, agregando valor, en todos los procesos que se realizan en la organización, incluyendo también las relaciones con proveedores, clientes, etc. El nuevo modelo de negocios busca la forma de optimizar las relaciones entre las diferentes partes de esta cadena para agregar valor al producto o servicio final.

En este trabajo se abarcarán algunos de los aspectos y definiciones relacionados con el negocio electrónico que se consideran fundamentales en este proceso, muchos de estos términos aparecieron antes del surgimiento del *e-business*, este los ha tomado y adaptado a las nuevas circunstancias. El *e-business*, brinda una gran importancia a las relaciones con los clientes, como resultado de esto se hace uso de algo que ya era utilizado por las organizaciones empresariales, la Administración de las Relaciones con los Clientes (CRM1). El

CRM persigue la creación de relaciones a largo plazo con los clientes de la organización, buscando como objetivo estratégico crear una clientela de calidad, debido a que ha quedado demostrado que resulta más factible a una organización mantener una clientela ya establecida, que la búsqueda de nuevos clientes. Las Relaciones con socios también es un aspecto de vital importancia, aplicándose en este caso una variante del CRM, la Administración de las

Relaciones con Socios (PRM2), la cual persigue mejorar las relaciones antes mencionadas entre socios, distribuidores, etc.

1 CRM: Acrónimo del inglés Customer Relationship Management.

2 PRM: Acrónimo de las siglas en inglés de Partner Relationship Management.

Los suministros son una parte importantísima dentro del desempeño de cualquier negocio, de la necesidad de

una gestión ágil y eficiente de estos ha provocado que surjan sistemas para la gestión de la cadena de suministros, lo que se conoce como SCM³. Estos sistemas permiten una gestión más eficiente y rápida de los compradores de una organización. Utilizando técnicas como el *e-Procurement*⁴, dentro de los SCM, los compradores pueden colaborar con los proveedores en tiempo real, creando Mercados Virtuales y al mismo tiempo de provee al negocio de facilidades para realizar la selección, compra y entrega de las mercancías necesarias.

Otro aspecto muy importante dentro de cualquier modelo de negocio, incluido el electrónico, de cualquier empresa que busque la eficiencia y le elevación de sus rendimientos productivos, es lo que se conoce como Planificación de los Recursos de la Empresa (ERP)⁵.

Los ERPs son sistemas de gestión que cubren, de manera parcial o total, el control de las diferentes áreas funcionales en que se divide una organización. Estas áreas son fundamentalmente: finanzas, logística, producción y recursos humanos.

Entre otras muchas cosas necesarias para implementar el negocio electrónico en una organización, como la cultura empresarial, las condiciones subjetivas y objetivas, se encuentran los diferentes tipos de aplicaciones y sistemas que son necesarios para una correcta implementación. Los fundamentales son:

- Sistemas para administrar las relaciones con los clientes (CRM)
- Sistemas para la administración de la cadena de suministros (SCM)
- Sistemas para el planeamiento de los recursos de la empresa (ERP)
- Acrónimo de las siglas en Inglés Supply Chain Management
- Realización de compras a través de la Internet.
- Acrónimo de las siglas en inglés de Enterprise Resource Planning.
- Sistemas de intercambio o comercio B2B⁶
- Sistemas de inteligencia empresarial

Como se mencionó anteriormente, dentro de las necesidades que se presentan a la hora de desarrollar un negocio electrónico está el desarrollo e implementación de sistemas de inteligencia empresarial, además es necesario realizar una intensa actividad de inteligencia empresarial para lograr una dirección acertada del negocio.

La inteligencia empresarial

En el presente el mayor valor de una empresa reside en su capacidad para manejar la información y el conocimiento, su capacidad para innovar y su capital intelectual o intangible.

Sólo las empresas capaces de utilizar la inteligencia empresarial son capaces de triunfar en un mundo dinámico y globalizado como el actual. Según Bill Gates como se obtiene, maneja y se usa la información será el factor que determine si su empresa gana o pierde.

El término Inteligencia empresarial comienza a tomar fuerza como disciplina constituida en la década de los 80, cuando las grandes empresas comienzan a hacer uso de la misma. El desarrollo e implantación de esta técnica como herramienta para la toma de decisiones se facilita debido al desarrollo acelerado de las tecnologías de la información y a la intensa competencia internacional entre empresas, relacionado con la globalización, además de la utilización de técnicas gerenciales que propician la toma de decisiones más profesionales en cualquier tipo de organización, pero fundamentalmente compañías.

La inteligencia empresarial se constituye en un sistema cuya función es facilitar a las administraciones el cumplimiento de la misión de sus organizaciones mediante el análisis de la Modalidad de comercio electrónico entre empresas.

Información relativa a su negocio y a su entorno. Su objetivo es ofrecer a los decisores en las empresas el conocimiento necesario para comprender el ambiente y ajustar las estrategias individuales y colectivas de acuerdo con el conocimiento obtenido. Para un enfoque más preciso, se definirá esta actividad, como la capacidad y la función de reunir, analizar y disseminar datos obtenidos, de forma sistemática y organizada, de la información relevante sobre el ambiente externo y las condiciones internas de la empresa para la toma de decisiones y la orientación estratégica.

La inteligencia empresarial se sustenta en tres pilares fundamentales, estos son:

Plataforma tecnológica, cuya misión es garantizar el apoyo informacional oportuno y efectivo a las labores de investigación, asistencia técnica a las operaciones y a las comunidades de conocimiento de la organización. Su importancia radica en el suministro de conocimiento, información técnica y gerencial a los empleados, sin importar su ubicación física (hogar, oficina, áreas operacionales, etc.)

Organización y manejo de la información y el conocimiento

El objetivo de esto es manejar de forma integral la información y el conocimiento, abarcando dos grandes áreas: la organización de la información, con su cadena documental y sus servicios integrados a través de una red, y las bases de datos nacionales e internacionales, relevantes al campo en el que se desenvuelve la empresa. Los elementos encargados de esta área deben ser capaces de consultar exhaustivamente bases de datos, definir estrategias para la obtención de información precisa, analizar, sintetizar y transformar los datos de manera tal que el producto que llegue al usuario tenga precisión y le permita una mejor orientación a la hora de tomar decisiones. Todo esto es realizado por un equipo especializado en gestión y análisis de información, que brinda estos servicios a la organización. Su participación efectiva en la captura, inventario, y en la transferencia de la información y del conocimiento en la cadena de valor de la empresa es vital.

Aplicación de los resultados

Esto permite llevar a la práctica los resultados obtenidos a través de la interpretación de los datos, la información y el conocimiento para agregar valor a la toma de decisiones. La utilización correcta de estos tres pilares es lo que permite a las organizaciones mantenerse en un ámbito competitivo como el actual. Pues así se mantiene un monitoreo constante al entorno y a la propia organización. Esto facilita la innovación propia de la empresa y su aplicación.

En la economía de Internet existe más de todo: más rapidez, más información, más acceso al cliente, a los productos y a los servicios, más transacciones, más comunidades y más comunicaciones. Para crecer en esta economía por tanto es necesario poder ver los factores que inciden en el desempeño de la empresa, tanto interna como externamente. En este sentido, la Inteligencia empresarial juega un rol fundamental.

La inteligencia empresarial y el negocio electrónico

A continuación se analizará la relación existente entre estos aspectos de la nueva economía. Como se puede apreciar en lo mencionado anteriormente, la inteligencia empresarial (IE) juega un papel fundamental dentro del negocio electrónico, de hecho, el éxito de un modelo de negocio como este depende en gran medida de la correcta utilización de un sistema de IE, pues le brinda las facilidades de poseer la información correcta en el momento adecuado, más en el *e-business* donde se exige que las decisiones sean tomadas rápidamente por la velocidad en las relaciones que establece el uso de Internet.

Los Clientes

Uno de los integrantes más importantes dentro de la cadena de valor de una empresa que utiliza este modelo de hacer negocios es el cliente. Actualmente se plantea que existe una revolución en las relaciones, donde el

poder está en manos del consumidor. Se plantea que este hecho está basado en la interrelación de los clientes con la tecnología. Fe de esto es el CRM, que demuestra claramente esto y sobre la administración de los negocios para construir relaciones más duraderas, fuertes y valiosas.

¿Que papel juega la inteligencia empresarial en esto?

Pues esta permite a la organización una serie de actividades como: Identificar las características de los clientes, identificar las necesidades del mismo, etc.

La inteligencia empresarial, debe permitir a la organización realizar actividades como:

Identificar: Describir a los clientes de la empresa, conocer sus preferencias y necesidades, esto permitirá dirigir sus productos a satisfacer al mismo de forma completa, objetivo máximo de un negocio.

Diferenciar: Crear la posibilidad que la empresa pueda agrupar a sus clientes de acuerdo a sus necesidades, permitiendo así conocer de que grupo de clientes depende fundamentalmente su organización y además elaborar estrategias dirigidas a cada grupo de clientes específico.

Interacción con el cliente: A través de sus diferentes aplicaciones, la inteligencia empresarial debe permitir a la empresa interactuar con sus clientes, la relación de la misma con este último no termina con la venta, y esta interacción puede maximizar las relaciones organización–cliente.

Personalizar: La personalización de los productos o servicios es la clave para una organización que funciona orientada al cliente. Al contar con la información adecuada, se pueden personalizar estos de forma tal que se puedan satisfacer plenamente las necesidades del consumidor. Gran parte de las empresas no tienen claras las necesidades de sus clientes, y centran sus esfuerzos en adelantarse a los clientes, obligándolos a experimentar y expandir el rango de sus opciones.

Cuando en la organización la Inteligencia Empresarial es capaz de realizar todas estas actividades, se garantiza gran parte del éxito en la gestión de la misma. Las relaciones con los clientes definen aspectos de la planeación de los negocios del siglo XXI.

Los Proveedores

Este es otro aspecto de vital importancia también en cualquier organización, pues el suministro es lo que permite el funcionamiento del resto de la organización. En el *e-business* se establecen relaciones virtuales con los proveedores y se implementan procesos de compra a través de Internet, se crean los llamados mercados virtuales y por tanto estas relaciones se hacen muy ágiles y rápidas, permitiendo a la misma cantidad de compradores manejar un mayor número

de proveedores. En este proceso se involucra la SCM que a su vez está íntimamente ligada a la inteligencia Empresarial. Esta relación viene dada por el hecho que al agilizarse el proceso de selección, compra, entrega, etc., los sistemas de Inteligencia empresarial tienen que ser capaces de identificar los proveedores más afines a las necesidades de la organización de forma casi instantánea. Esta relación tiene como beneficios el hecho que a la vez que por una parte se aumenta la capacidad colaboración con los proveedores, se tiene también la capacidad de elegir las mejores opciones para la organización, permite una mayor agilidad a la hora de la rotación de inventario, ya que al tener el control de este, se pueden planificar y efectuar las compras de forma tal que no exista elementos inmóviles en los almacenes.

La Empresa

En el ámbito interno de la organización en la que se quiere implantar, o ya está en funcionamiento, un modelo

de *e-business*, el seguimiento y control de los indicadores internos es vital para el triunfo. En este modelo, como se ha mencionado anteriormente, se utilizan los sistemas ERP para lograr estas funciones de control interno de forma automatizada. En este sentido, los ERP son considerados sistemas de información que brindan información detallada de los procesos de la organización. Estos sistemas permiten consultar directamente, y en tiempo real, la situación de productos, pedidos, compras, cobros pagos, inventarios, entre otros elementos. Aquí es dónde comienza la relación con la inteligencia empresarial desde el punto de vista del seguimiento del funcionamiento interno de la organización, ya que todos los datos controlados por los ERP permiten realizar análisis y preparar informes gráficos instantáneos de producción, estados reales de cuentas, entre otros análisis administrativos que permiten a la directiva tener un conocimiento detallado de la situación interna. De esta forma, la alta dirección tiene la información necesaria para realizar tomas de decisiones más efectivas y directas. Por todo esto se plantea que los ERP son parte integrante del sistema de Inteligencia Empresarial de la organización, y como tal nutre a esta de la información necesaria relativa al comportamiento de la misma.

Situación en Cuba

En Cuba, se están dando pasos en relación con el *e-business*. Existen empresas que han comenzado a implementar aplicaciones para el control de los procesos internos. Cada vez más los directivos cubanos se percatan de las facilidades que brinda y de la importancia que tienen en la mejora de la eficiencia de los procesos la utilización de modelos de negocios como este.

Ejemplo de esto son los esfuerzos de empresas como DIVEP en desarrollar proyectos de comercio electrónico *B2B* (negocio–negocio) para las relaciones de compra entre empresas. Por su parte la inteligencia empresarial comienza a tener un importante auge en el país. Existen organizaciones que dan los primeros pasos para instrumentar sistemas de IE. Otras hacen uso de los servicios de inteligencia que brindan instituciones como la Consultoría Biomundi, pionera en ese campo, a la medida de sus necesidades. Aún queda mucho que avanzar para que las organizaciones cubanas puedan establecer un modelo de negocios como el que se plantea. Entre las trabas fundamentales está la tecnología, ya que todos los sistemas antes mencionados hacen un uso muy fuerte de la informática, de las comunicaciones y de Internet, fundamentalmente.

Por otra parte es necesario lograr una cultura gerencial que permita establecer las relaciones de colaboración necesarias para una implementación exitosa. No obstante, en un futuro no muy lejano, en nuestro país estarán dadas las condiciones para el desarrollo de modelos de negocios como el propuesto en este trabajo. La llegada del proceso de Perfeccionamiento Empresarial, con su búsqueda constante de la eficiencia, puede convertirse en uno de los motores que impulse el desarrollo de modelos como el *e-business*.

Conclusiones

Como conclusiones a este trabajo se plantean:

- El negocio electrónico es un nuevo modelo de hacer negocios, que brinda a las organizaciones la posibilidad de una gestión más eficiente y ágil.
- El negocio electrónico no sólo está orientado a la digitalización de procesos, sino a la integración de los mismos abarcando a los componentes de la organización y su entorno.
- La Inteligencia Empresarial, es un aspecto necesario y fundamental en el éxito de cualquier organización en un mundo globalizado y dinámico como es el actual.
- El modelo de negocio electrónico, se sustenta en los sistemas de Inteligencia empresarial y en muy alto grado, aunque no se detalla en el trabajo, se infiere, en las tecnologías de la información.
- En Cuba, el negocio electrónico, como modelo de negocios aun no ha sido aplicado, pero en un futuro no lejano será posible su instrumentación.

Referencias Bibliográficas:

1. CRM y marketing one to one: la esencia de la nueva economía. Documento web

<http://www.itis.com.co/noticias/noticia13.html>.

2. Martín, A. ¿Qué es un ERP?. URL:

<http://www.canalti.com/magazine/0300/erp.cfm?id=0300/erp&clave=erp%20OR%20sistemas%20OR%20estrategicosplanificacion%20OR%20empresa%20OR%20mar>.

3. Morales Ruiz, A. La inteligencia empresarial en la productividad. El Universal.com.

URL:

<http://www.eluniversal.com/2000/10/28/28202DD.shtml#xml=http://manduca5.micron.net:80/xmlread.jsp?k2dockey=>

4. Orozco, E. Papel de la prospectiva tecnológica en la inteligencia empresarial. IV

Encuentro Iberoamericano de estudios prospectivos.

5. Orrego, S. Seminario Negocio Electrónico. Infosgroup.

6. Área de negocios en Internet. Metodología para la correcta adaptación al negocio electrónico (*e-business*). Improven Consultores.

7. Colomina, Evaristo. Sistemas de Información en la Empresa (notas de clase).

Documento web:

<http://sie.efpol.ua.es/%5CwebSie%5CdocDocencia%5CSIE62001.pdf>.

8. Hernández, G. El impacto del ERP y CRM en los negocios electrónicos. URL

<http://www.canalti.com/magazine/0801/impacto.cfm?id=0801/impacto&clave=erp%20OR%20crm%20OR%20bi%20OR%20datawarehouse%20OR%20e%2Dcommerce..>

9. Torres, J.C. Cadena de valor y su aplicación a los Sistemas de Información.

URL(consultada 2002):

<http://www.canalti.com/magazine/1201/valor.cfm?id=1201/valor&clave=ti%20OR%20informacion%20OR%20empre>