

# ¿Puede pasar una empresa sin Business Intelligence?

**Según el autor del artículo, en la actualidad, la principal fuente de poder es el conocimiento, a diferencia de otras etapas de la historia de la humanidad, donde el poder residía en la fuerza o en el dinero. El conocimiento, sostiene el autor, es inagotable, democrático y poder en estado puro. Hoy en día, conocimiento de negocio equivale a Business Intelligence**

**E**n un magnífico libro, “El cambio de poder”, Alvin Toffler habla sobre la evolución, a lo largo de la historia, del poder en las sociedades y los individuos. En una primera etapa, el poder residía en la fuerza. La lucha por la supervivencia hacía que cayeran los más débiles y pervivieran los fuertes.

El dinero sustituyó a la fuerza como la principal materialización del poder. Incluso, cuando la fuerza seguía teniendo vigencia en algún ámbito, el dinero la compraba. Amasar grandes fortunas era garantía de triunfo y el dinero llamaba al dinero, lo que generaba un círculo vicioso de poder.

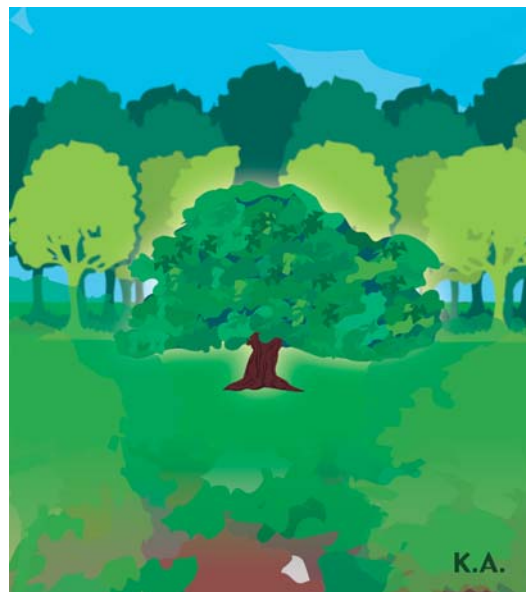
A finales del siglo XX y en lo que llevamos del actual, se produce la gran revolución. No es ya la fuerza ni el dinero la principal fuente del poder, sino el conocimiento.

Nadie compra acciones de una compañía tecnológica por sus inmuebles, sus instalaciones o sus ordenadores. Es el triunfo de los intangibles. Además, el conocimiento tiene varias características que lo hacen particularmente enigmático y sugerente: no solo no es finito, sino que puede ser utilizado simultáneamente y, aplicado de forma conjunta, genera nuevo conocimiento. Es inherentemente inagotable. Pero además, es democrático (cualquiera puede, con matices, acceder a él) y no distingue clases. Por último, la globalización ha ayudado a acentuar más su significación como poder.

## EL PODER DEL CONOCIMIENTO EN LA EMPRESA

La relación entre la evolución del poder en la sociedad y en la empresa es más que evidente. El dinero siempre es fundamental, pero el conocimiento es capaz de cambiar las reglas del juego. Dos jóvenes con más ideas revolucionarias que capital fueron capaces de inventar Microsoft. Y de esto ya hace muchos años. Hoy en día podemos incluso asistir a la sublimación del conocimiento como poder en estado puro.

Situados en este punto, cuanto menos deberíamos haber generado una cierta duda en el lector sobre la relación directa entre conocimiento y éxito dentro de la empresa. Y hoy en día, conocimiento de negocio equivale a Business Intelligence. Quizá ahora empecemos a intuir cuál va a ser la respuesta a la pregunta lanzada como título del artículo.



Es común considerar que el conocimiento en las empresas equivale a disponer de una aplicación de gestión o de un ERP. La decisión de compra es difícil y la implantación casi siempre implica una cierta convulsión en la organización. Al fin y al cabo, el cambio en los procesos de trabajo puede ser sustancial y empuja también al cambio de las personas (es sencillo que surjan los inadaptados, personas que se aíslan ante la imposibilidad de sumarse a nuevos modos de hacer).

Cuando la visión que tiene la dirección sobre las inversiones en tecnologías de información no es estratégica, sino operativa, los resultados son siempre de menor calado. Se genera la sensación de haber llegado al final de un camino. “Ya hemos implantado el ERP y tenemos cubiertas las inversiones en información hasta dentro de muchos años”.

Esta visión parte de un concepto que no solo para la tecnología, sino para cualquier otro aspecto de la empresa está caduco: el entorno es estable y el esfuerzo realizado servirá durante mucho tiempo. En realidad, para sobrevivir como empresa tendremos que instalarnos en la cresta de la ola del cambio y asumir que este se ha convertido en el estado natural de lo empresarial.

Si incorporamos la estrategia a la toma de decisiones sobre tecnologías de la información comienza a vislumbrarse dónde está ese conocimiento que nos permitirá ser más competitivos. Entonces entendemos que el ERP ha actuado sobre la eficiencia de la empresa, pero no necesaria-

mente sobre la eficacia. Con un ERP habremos pasado de un cierto “caos” en los datos a una importante estructuración y orden. Además, podremos contar con nuevas funcionalidades que nos acortarán ciclos de pedidos, menores gastos financieros o reducción de “stocks”. Pero seguiremos estando lejos de disponer de conocimiento.

Para conseguirlo tenemos que acudir a Business Intelligence. La pregunta es inmediata: ¿tenemos que invertir de nuevo en tecnología? Desgraciadamente, sí. El alto listón de la competitividad y ese entorno turbulento del que siempre hablamos no nos deja elección: conocimiento o ignorancia. Y lo curioso es que, al igual que en la sociedad que describía Toffler, en las empresas el conocimiento es el que las hace ser más competitivas. Es más, el dinero es la consecuencia de la apropiación del conocimiento.

#### **EL LENGUAJE DEL BUSINESS INTELLIGENCE**

¿Qué es conocimiento para una empresa? Probablemente todo aquello que le permita estar un paso por delante de la competencia. En la práctica, disponemos de datos que, una vez agrupados, se convierten en información (hasta aquí estamos hablando de ERP). Cuando la información

se cualifica, compara, pondera, simplifica, focaliza, se está empezando a convertir en conocimiento. Y en ese momento comienzan a fluir las decisiones con respaldo, empieza a distinguirse la excelencia de todo lo demás. Estamos hablando del lenguaje de las decisiones, el lenguaje de Business Intelligence.

Un directivo de alto nivel resumía de manera muy gráfica su decisión de adquirir una herramienta de este tipo que le serviría para poner en marcha un cuadro de mando integral: “Emilio Botín dirige de forma excelente un gran banco; para hacerlo, seguro que no tomará sus decisiones a partir de 200 hojas de Excel; se centrará en conocimiento extraído de indicadores, simplificaciones de una realidad compleja que le ayudan a ver el bosque que forman los árboles y, si hace falta, los árboles que forman el bosque. Yo quiero dirigir mi empresa con ese valioso tipo de conocimiento”. Sería difícil resumir más nítidamente lo que aportan las soluciones de Business Intelligence.

**Francisco Diana Gómez**  
**Socio-Director**  
**Diana Solutions, S.L.**

[francisco.diana@dianasolutions.com](mailto:francisco.diana@dianasolutions.com)

**“Cuando la información se cualifica, compara, pondera, simplifica, focaliza, se está empezando a convertir en conocimiento. Y, en ese momento, comienzan a fluir las decisiones con respaldo, empieza a distinguirse la excelencia de todo lo demás”**