



Disponible en www.sciencedirect.com

www.cya.unam.mx/index.php/cya

Contaduría y Administración 61 (2016) 127–158



www.contaduriayadministracionunam.mx/

Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica

Business intelligence: Strategy for competitiveness development in technology-based firms

Eduardo Ahumada Tello* y Juan Manuel Alberto Perusquia Velasco

Universidad Autónoma de Baja California, México

Recibido el 4 de diciembre de 2013; aceptado el 29 de octubre de 2014

Disponible en Internet el 29 de octubre de 2015

Resumen

La necesidad de realizar una valoración sobre el rol de los activos intangibles dentro de las organizaciones hace que sea necesario establecer estrategias entre la creación de valor con base en el conocimiento y los mecanismos de adquisición de este en las empresas. En esta investigación se plantea la problemática de establecer elementos que desarrollen la capacidad de fortalecer el conocimiento que las empresas adquieren a través de acciones centradas en los sistemas de información, la innovación y el proceso de la toma de decisiones, todo coadyuvando a la ampliación de la inteligencia de negocios (*Business Intelligence*) como un factor fundamental en la competitividad empresarial. Es una investigación mixta: entrevistas a profundidad en el aspecto cualitativo y cuestionario en el aspecto cuantitativo; en empresas del sector de tecnologías de información y comunicación. Los hallazgos principales son: a) el conocimiento es el activo de mayor valor en las empresas; b) el entorno de negocios es fundamental para la competitividad; c) la innovación, los sistemas de información y los procesos de toma de decisiones son parte de la inteligencia de negocios que

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: eahumada@uabc.edu.mx (E. Ahumada Tello).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad Nacional Autónoma de México.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2015.09.006>

0186-1042/Derechos Reservados © 2015 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0.

requieren las empresas, y c) la inteligencia de negocios desarrolla la competitividad a partir de la gestión del conocimiento.

Derechos Reservados © 2015 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0.

Palabras clave: Inteligencia de negocios; Competitividad empresarial; Gestión del conocimiento; Innovación de negocios; Procesos de toma de decisiones

Abstract

The need for an assessment of the role of intangible assets in organizations makes it necessary to establish strategies between value creation based on knowledge and the mechanisms developed for their acquisition in firms. This research raises the question of establishing elements to develop the ability to strengthen business knowledge acquired through actions focused on information systems, innovation and decision making process, all contributing to the expansion of business intelligence as a key factor in business competitiveness. It is a mixed research: by using in-depth interviews in qualitative approach and a questionnaire in the quantitative approach, in firms from the Information and Communication Technologies (ICT) Economical Sector. The main findings are: (i) knowledge is the most valuable asset in modern ICT firms; (ii) business environment is essential for competitiveness; (iii) innovation, information systems and decision making process are part of business intelligence and is required by firms, and (iv) business intelligence develops competitiveness from knowledge management point of view.

All Rights Reserved © 2015 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. This is an open access item distributed under the Creative Commons CC License BY-NC-ND 4.0.

Keywords: Business intelligence; Business competitiveness; Knowledge management; Business innovation; Decision making process

Antecedentes

El conocimiento surge cuando un ente lleva a cabo la percepción de que su propia experiencia y capacidad le ha dado la posibilidad de interpretar información que esté recibiendo en un momento determinado (Zapata-Cantú, 2004). El conocimiento deriva de información, así como la información deriva de los datos. Existe una relación directa entre datos, información y conocimiento. Si la información se transforma en conocimiento, entonces ha ocurrido la intervención de un ente inteligente. Las acciones de generación del conocimiento se producen en los seres humanos (Davenport y Prusak, 2001). Las tecnologías de información y comunicación (TIC), a pesar de su capacidad de procesamiento de datos y creación de información, no pueden crear el conocimiento; este solo es posible a partir de la intervención de un ser humano (Bueno, 2000).

El conocimiento se presenta como una alternativa para el desarrollo social, el que surge a partir de las experiencias empíricas pero que posteriormente se puede llevar a su acumulación y dar origen a nuevas formas de entender algún fenómeno conocido, y da lugar a la consecución de logros que pueden, en determinado momento mejorar la calidad de vida de los hombres que conforman una sociedad determinada (Shapiro y Varian, 1999).

En la figura 1 se ilustra la forma en que, partiendo de ciertas premisas que son sujetas tanto a la creencia como a las verdades que se consideran ciertas, se logra llegar a la creación de «conocimiento». Este, definitivamente, está sujeto al contexto que lo condiciona a ser parte de

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/1004487>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/1004487>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)