

Mtro. Christian Vázquez Sánchez  
 Director de Analítica Estratégica y Gestión de Datos en SSI-Soluciones Software Inteligente  
 christianvs@gmail.com

# ¿Qué es la inteligencia de negocio?

Los procesos de generación de conocimiento dentro de las empresas son conceptos importantes que se deben valorar en el mundo actual.

En su teoría de las múltiples inteligencias, Howard Gardner propone que la humana, más que una habilidad o aptitud única, se puede definir como una variada gama de éstas. Es decir, distintas modalidades de ella categorizadas de acuerdo con una serie de procesos cognitivos.

Más allá de la arbitrariedad de los criterios o la falta de evidencia empírica de la que se le acusa a Gardner, lo cierto es que eso que conocemos como “inteligencia” es una mezcla de conocimientos, habilidades, experiencias y cualidades que definen a una persona y en las que se basa el intelecto.

También llamada “analítica”, suele definirse como el proceso de generación de conocimiento de una empresa a partir del uso sistemático de sus datos para tomar decisiones siguiendo un camino racional y no uno heurístico (*Pensar rápido, pensar despacio*. Kahneman. 2012). Si llevamos los conceptos de Gardner al ámbito de las empresas, es posible afirmar que hay varias inteligencias y que reconocerlas permite mejorarlas, encontrar confluencias e incrementar el Coeficiente de Inteligencia (CI) de negocio.

## El ecosistema analítico

Se parte de dos enfoques para generar conocimientos: uno *top-down* que desarrolla capacidades para generar informes dirigidos a

los usuarios casuales —ejecutivos, gerentes, tomadores de decisiones— y otro *bottom-up*, que admite consultas *ad hoc* por parte de los usuarios avanzados —analistas de negocios, modeladores analíticos y científicos de datos— (Eckerson. *Secrets of Analytical Leaders*. 2012).

Un ecosistema de este tipo, entendido como el conjunto de arquitecturas, ambientes, herramientas y aplicaciones, debe hacer convivir los dos enfoques y satisfacer las necesidades de ambos tipos de usuarios, quienes responden a distintas capacidades técnicas, cargas de trabajo y requieren diferentes diseños de información.

## Los cuatro tipos de inteligencia

Eckerson define los siguientes cuatro tipos de inteligencia y las arquitecturas tecnológicas que tradicionalmente los impulsan.

- ▶ **De negocio.** Aborda las necesidades de los usuarios casuales (por caso, no ocasionales). Ofrece informes, tableros de control y cuadernos de mando que se adaptan al rol de cada persona y se completan con métricas alineadas con objetivos estratégicos. Este dominio suele ser impulsado por la arquitectura de *data warehouse* tradicional, que consolida la información en contexto y bajo un modelo común.
- ▶ **Analítica.** Proporciona a los usuarios avanzados (técnicos y con un alto co-

nocimiento de datos) acceso a cualquier referencia dentro o fuera de la empresa para responder preguntas imprevistas y ejecutar modelos analíticos complejos. Este dominio está soportado por hojas de cálculo, aplicaciones de escritorio con bases de datos, herramientas de procesamiento analítico en línea (OLAP, por sus siglas en inglés) y capacidades de minería. Recientemente, se han incorporado los ambientes *sandbox* a los ecosistemas analíticos para impulsarla.

- ▶ **Continua.** Automatiza la recopilación, el seguimiento y el análisis de alta velocidad para respaldar los procesos operativos. Soporta desde la entrega de información en un entorno de almacenamiento, casi en tiempo real, hasta decenas de miles de eventos por segundo en un sistema de transmisión complejo que recopila lo generado por sensores y otros dispositivos electrónicos.
- ▶ **De contenido.** Brinda la capacidad de acceder y analizar informes no estructurados (como mensajes de texto, audio, video, imágenes) y semiestructurados (documentos, sitios y registros web, mensajes de correo electrónico, *feeds* de redes sociales). Usa una variedad de tecnologías y técnicas para capturar y consultar los tipos no tradicionales. Estos sistemas incluyen



Hadoop, bases de datos NoSQL, tecnología de búsqueda y semántica, sistemas de gráficos, entre otros.

### El poder de las intersecciones

Las combinaciones de estas inteligencias resultan en aplicaciones de alto valor para el negocio:

- ▶ **Tableros operativos.** Una mezcla de la inteligencia de negocio y la continua, ofrece el valor más alto de cualquier tipo de tablero (más que el táctico y el estratégico).
- ▶ **Automatización de decisiones.** Se encuentra en la intersección de la inteligencia continua y la analítica. Incorpora modelos en los flujos de procesos, lo que permite a las organizaciones automatizar interacciones de alto valor.
- ▶ **Análisis de datos no relacionales.** Está entre la inteligencia analítica y la de contenido; ofrece acceso a gigantescos subconjuntos de datos nuevos a los que no es posible aproximarse desde los almacenes relacionales.
- ▶ **Herramientas de búsqueda.** Entre la inteligencia de contenido y la de negocio, permite a las personas usuarias casuales generar consultas e informes escribiendo palabras en un campo de búsqueda, lo que facilita la exploración cuando se necesitan verdaderas capacidades *ad hoc*.

## En el ecosistema empresarial existen diversos tipos de inteligencia que pueden generar ventajas competitivas.

### El CI de negocio

En *Analytics at Work: Smarter Decisions, Better Results* (Davenport, Harris, Morison, 2010) se presenta un modelo de madurez de cinco etapas que sienta las bases para la medición de un CI de negocio:

- ▶ **Etapa 1. Analíticamente deteriorado.** Se conoce como “volar a ciegas”, pues carece de datos, analistas e intereses ejecutivos.
- ▶ **Etapa 2. Analítica localizada.** Se trata de intentos aislados de actividad analítica, pero sin estrategias coordinadas.
- ▶ **Etapa 3. Aspiraciones analíticas.** Existen algunas iniciativas en marcha, pero con lento o nulo progreso.

▶ **Etapa 4. Empresa analítica.** Se beneficia del uso regular de la analítica, pero aún no es una práctica estratégica.

▶ **Etapa 5. Competidores analíticos.** Uso generalizado de la analítica que ofrece ventajas competitivas de forma sistemática.

Con base en este modelo, Eckerson desarrolla un modelo de CI de negocio que encuadra las cinco etapas en cuatro dimensiones: **1)** madurez analítica; **2)** madurez en la gestión de datos; **3)** escala y alcance; y **4)** cultura analítica. El cuadrante propuesto permite a las empresas ubicar su estado actual y su evolución a lo largo del tiempo o comparar su salud analítica con respecto a la de sus competidores o participantes en la industria. En entregas posteriores se desarrollará este modelo ampliamente.

Durante más de dos décadas, los líderes analíticos han intentado ajustar diversos tipos de usuarios, cargas de trabajo y datos a la misma estructura, a menudo con resultados decepcionantes. Comprender la taxonomía de la inteligencia de negocio permite a las empresas procurarse un ecosistema moderno que admita múltiples entornos de análisis e informes, el desarrollo de los cuatro tipos de inteligencia que provoque sus intersecciones y que, finalmente, las lleve a un nivel de madurez que genere ventajas competitivas de manera sistemática. ●