

# LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS COMO HERRAMIENTA PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS EN LA EMPRESA

Magister. Marisa HADERNE  
J.T.P. Análisis Organizacional  
J.T.P. Sistemas Administrativos de Información Contable

## RESUMEN

Este trabajo se enfoca en el uso de las herramientas de inteligencia de negocios que permiten la explotación de la información de la organización para mejorar la toma de decisiones estratégicas. Incluye el análisis y el uso que dan las pymes de Mendoza de la información y la búsqueda de aplicaciones de BI que permitan acercar las empresas a estas herramientas.

Es fundamental que el profesional actual comprenda la importancia del manejo estratégico que debe hacerse de la información y las tecnologías en la organización para lograr una mejora competitiva y gestionar de manera adecuada la gestión del conocimiento. Deben contar con la capacidad de proponer a las empresas soluciones que le permitan un análisis estratégico que contribuya a la mejora de su productividad y rentabilidad, para lograr una ventaja estratégica en el mundo altamente competitivo. Para lograr esta meta, es ineludible conocer la realidad del país en la materia y la forma en que esta realidad tracciona en la inserción tecnológica de las pymes.

Se presenta un planteo sencillo y práctico sobre los conceptos de la inteligencia de negocios y cómo las pymes pueden pensar en la posibilidad de desarrollar sistemas de información que les permitan gestionar el conocimiento.

## ABSTRACT

This work focuses on the use of business intelligence tools that allow the exploitation of organizational information to improve strategic decision making. Includes the analysis and use that Mendoza's SMEs give to information and BI applications in order to bring this tools closer to the organizations.

It is essential that the current professional understands the importance of strategic management of the information and technologies in the organization to achieve competitive improvement, and properly manage knowledge management. They must have the ability to propose solutions to companies that allows a strategic analysis that contributes to improving their productivity and profitability, to achieve a strategic advantage in this highly competitive world. To achieve this goal, it is inevitable to know the reality of the country and the way in which this reality cooperates in technological integration of SMEs. A simple and practical concept of business intelligence, and how SMEs can consider the possibility of developing information systems that allow them to manage knowledge is presented.