

¿Es un sistema de BI necesario en las empresas?

Todas las empresas, pequeñas, medianas y grandes, necesitan tomar a diario decisiones de negocio que afectarán al rumbo y al éxito de la empresa. Es sorprendente el gran número de ellas que lo hacen en base a datos inexactos, obsoletos o, directamente, incorrectos.

En todos mis años de experiencia en el sector del Business Intelligence (BI), el hecho que hay empresas que consigan sobrevivir tomando decisiones vitales sin GPS ni astrolabio y con una venda en los ojos, no deja de sorprenderme.

¿Es pues un sistema de Business Intelligence necesario para las empresas? Aparentemente, no. Decisores de negocio de todo el mundo siguen tomando decisiones basadas en datos de hojas Excel que elaboró algún becario.

¿Por qué invertir en un sistema de BI si aparentemente no es necesario? ¿Dónde reside la trampa? La trampa reside en la insostenibilidad del proceso antes detallado. En un mundo como el actual, altamente competitivo y globalizado, es necesario que la toma de decisiones se haga en base a información corporativa exacta y detallada, y eso se consigue a través de un sistema de Business Intelligence. Las empresas que no tengan visibilidad de su información corporativa simplemente perecerán.

Por la misma razón que ya no tenemos nuestro dinero debajo de un colchón ni llevamos las cuentas de la empresa en una libreta, el siguiente nivel de evolución es hacer que la información corporativa sea accesible para quien la necesite, cuando la necesite y en el formato que la necesite.

Los sistemas de Business Intelligence proporcionan una total visibilidad de los datos corporativos, así como un acceso ubicuo a los mismos: desde cualquier parte del mundo, en cualquier momento. Esta tecnología convierte los datos de las empresas en información útil para la toma de decisiones, y la presenta en forma de informes y cuadros de mando para facilitar su comprensión y la compartición entre todos los decisores de negocio.

Sin embargo, el principal sambenito que sufren hoy los sistemas de Business Intelligence es que son caros. Se requiere una considerable inversión, en tiempo y dinero, para poner en marcha estas tecnologías. Por tanto la percepción es que estas tecnologías están reservadas a las grandes cuentas.

En **Adysa Group** estamos trabajando para cambiar esta percepción, haciendo que cualquier empresa pueda acceder a la funcionalidad que ofrece las tecnologías de BI.

La solución para resolver esta ecuación es ofrecer los sistemas de Business Intelligence en **modelo onDemand** (también llamado **modelo SaaS** – Software As A Service). El modelo es muy simple: se pasa de ofrecer una tecnología en modelo tradicional de compra de licencias e inversión de infraestructuras a un modelo SaaS, donde los clientes tienen acceso a las aplicaciones de BI en un modelo de pago por uso. De esta manera los clientes no tienen que hacer una gran inversión inicial en compra del software e infraestructuras. Simplemente pagan una cuota mensual por el acceso a la plataforma y, si el servicio deja de ser necesario o atractivo, simplemente se corta.

Este modelo es especialmente interesante para las pymes, aunque muchas grandes empresas se están dando cuenta de la futilidad de dedicar grandes partidas de su presupuesto en áreas que no tienen que ver con su negocio, como servidores, licencias de software, etc.

Al fin y al cabo, lo importante para las empresas no es (o no debería ser) qué software deben adquirir para cubrir sus necesidades tecnológicas. Lo importante es que se satisfagan las necesidades empresariales en los términos requeridos, independientemente del software que lo haga. Trasladando este ejemplo al BI, lo que a los decisores de negocio les importa no es si sus informes se han construido con uno u otro software; lo que les importa es que sus informes y cuadros de mando se envíen todos los lunes a las 9 de la mañana a su buzón de correo con la información correcta. O que se pueda acceder a dichos informes desde cualquier punto del mundo, en cualquier momento. O que puedan navegar desde el más alto nivel de información hasta el más bajo, para poder extraer conclusiones y tomar decisiones. Se hace enfoque en el servicio, no en el producto.

Empresas como Google han contribuido mucho a extender la filosofía del software como servicio. Por ejemplo, una pyme recién creada que desea montar un servicio de correo electrónico para sus empleados, hace unos años no tenía más remedio que comprar un servidor de correo electrónico, un programa de correo electrónico, contratar un técnico que lo instalara, configurara, mantuviese, etc. Hoy en día empresas como Google ofrecen correo corporativo con todas las funcionalidades a un precio irrisorio. En definitiva el modelo SaaS habla de negocio, de servicio, no de tecnología. El modelo SaaS habla de objetivos, KPIs y ROI, no de ancho de banda, espacio en disco y memoria RAM. Las empresas se pueden así centrar en su negocio y dejar de preocuparse por los tornillos.

Adysa Group cree firmemente que el modelo SaaS es la evolución natural de las tecnologías. Por eso dentro de su área de BI, ofrece en modelo onDemand la plataforma de MicroStrategy™, líder mundial en el sector. Sus clientes se benefician así de una herramienta de gran cuenta a una fracción del coste.

Raúl Benet
Partner / BI Manager
E-mail: rbenet@adysagroup.com
Tel: +34 91 431 17 48
www.adysagroup.com

adysa group