

# TEMARIO

## ADGG101PO

### Desarrollo TIC para la gestión de información corporativa

**TEMA 1. LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA**

**TEMA 2. SISTEMAS INFORMÁTICOS DE  
PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES**

**TEMA 3. SISTEMAS DE INTERCAMBIO DE  
INFORMACIÓN**

**TEMA 4. ANALÍTICA WEB**

**TEMA 5. BUSINESS INTELLIGENCE**

**TEMA 6. BIG DATA**

---

#### OBJETIVO GENERAL

- Utilizar adecuadamente las herramientas informáticas existentes para el análisis de la información corporativa.



# TEMA 1

## La información en la empresa

### INTRODUCCIÓN

La información es un conjunto de datos que, al ser procesados de manera ordenada, crean un mensaje que es transmitido con el objetivo de modificar el conocimiento y la percepción del receptor y, por lo tanto, tiene una influencia al momento de tomar decisiones en el mundo empresarial si se gestiona de manera adecuada.

El éxito de una empresa depende, por tanto, de la buena utilización de una serie de recursos tanto materiales como inmateriales o intangibles:

- Los materiales serían, por ejemplo, el trabajo, la energía, los recursos financieros, etc.
- La información sería un recurso intangible, como por ejemplo, el estudio del mercado o la imagen de la marca.

Para que la información en la empresa pueda ayudar al crecimiento de la misma, debe cumplir los siguientes factores:

- Ser relevante, para que sea justo la que necesitamos.

- ▶ La importancia de la comunicación y la información en la empresa
- ▶ Gestión de la información
- ▶ Tipos de información empresarial
- ▶ Las fuentes de información
- ▶ Los sistemas de información

### OBJETIVOS:

- Comprender qué supone la información en la empresa: su importancia, gestión, características y tipos principales.
- Saber que la información empresarial procede de diversas fuentes de información, de las que hay varios tipos y ver cómo podemos analizar la información a través de ellas.
- Aprender tanto el concepto como las características y funcionalidades básicas de un sistema de información.

- Estar actualizada. Para ello, debe utilizarse al momento de ser generada.
- Poder ser comparable con otro tipo de información.
- Permitir que los usuarios puedan depender de ella en la toma de decisiones.
- Ser económica, es decir, la obtención de información debe ser más barata que la ganancia de su exportación.
- Su acceso debe ser rápido y sencillo.
- Ser de calidad, sin errores y completa.
- Ser objetiva.
- Ser aplicable para la toma de decisiones.

## 1. LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA

La información es un recurso de vital importancia en la empresa y su éxito, el cual radica en la utilización de este recurso para desempeñar las operaciones diarias y, de manera estratégica, para aumentar la competitividad y el crecimiento como empresa. Esta importancia puede ser analizada desde los siguientes puntos de vista:

<b>1. Función principal</b>	Aumentar el conocimiento del usuario.
<b>2. Generador de nuevos factores de competitividad</b>	La obtención de información por parte de la empresa para saber lo que quieren los consumidores o lo que el cliente valora. Debe ser tanto información del entorno como de los competidores.
<b>3. Integrador de las unidades de la organización</b>	La información obtenida por una unidad puede ser relevante para otras de la misma empresa, aunque no estén relacionadas.
<b>4. Como mejora de los procesos productivos y administrativos</b>	La información aumenta la tecnología del conocimiento del recurso humano de la organización.

Para lograr que la información tenga este efecto serán necesarias las tecnologías de la información, que han cambiado la manera en que las empresas operan, se comunican, planean y analizan la información, ya que permiten recolectar, procesar y almacenar datos, mejorando así la eficiencia, eficacia y rentabilidad de la empresa.



Las tecnologías de la información o TICs son el conjunto de herramientas relacionadas con la transmisión, procesamiento y almacenamiento de la información a través de medios digitales.

## 1.1 La función principal de la información en la empresa

Para poder tener clara la importancia de la información en la empresa se debe tener en cuenta su función principal, que es la de aumentar el conocimiento del usuario, es decir, la forma en cómo se incentiva el aprendizaje de los miembros de la empresa para ayudar a la toma de decisiones. Esta información podrá tener diferentes grados de valor:



## 1.2 Características de la información

Para otorgarle a la información la importancia que debe tener dentro de la empresa, se deben tener en cuenta una serie de características clave:

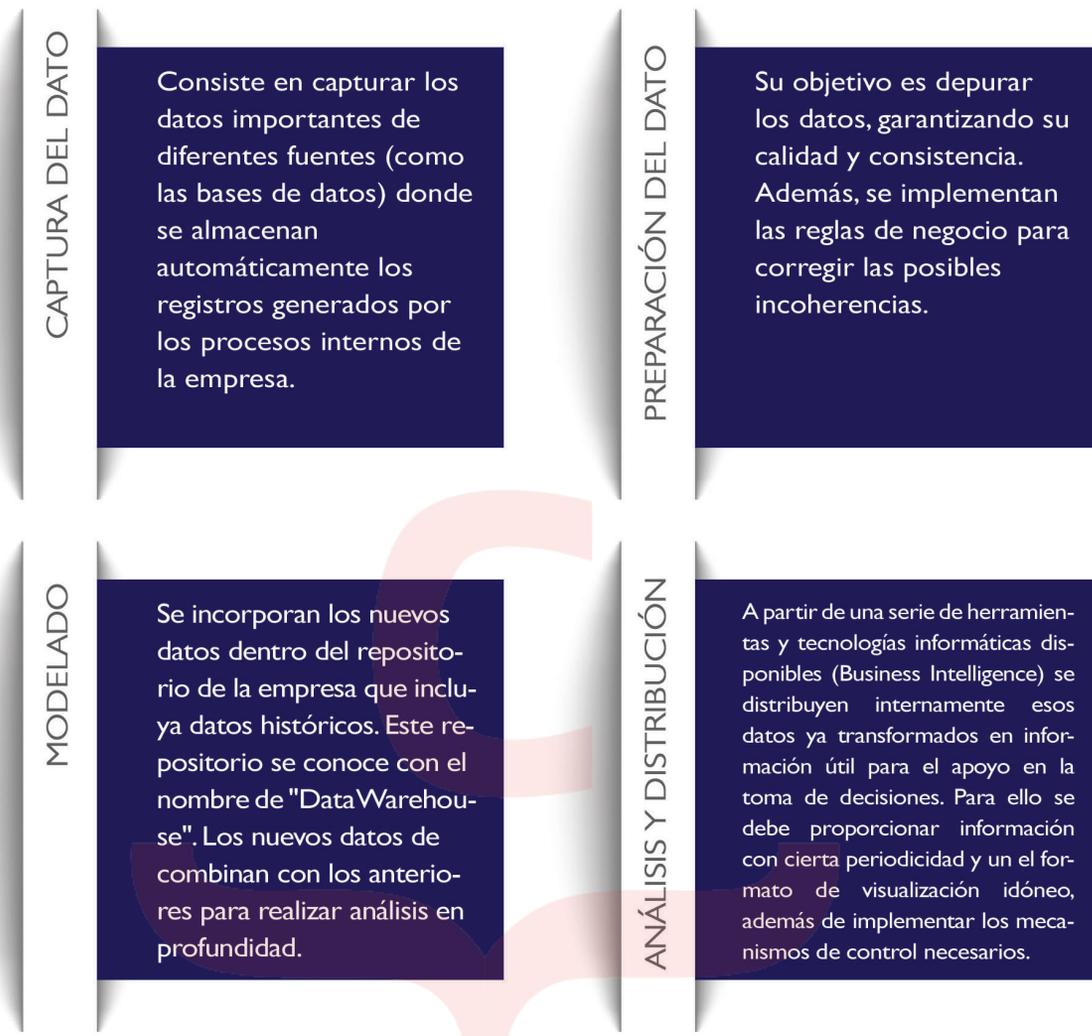
## MÁS INFORMACIÓN

Hay, además, diversos factores que pueden influir en la comprensión de la información:

- Preferencias del usuario: se debe tener en cuenta que cada persona entiende la información de una manera a través de distintos medios.
  - Conocimientos previos: se deben tener conocimientos previos para comprender la información.
  - Factores ambientales: la comprensión depende de factores como el tiempo disponible, la confianza, etc.
- Relevancia: la información es relevante porque genera y aumenta el conocimiento y reduce la incertidumbre frente a los problemas.
  - Exactitud: la información debe tener un objetivo fijo y se debe ajustar al nivel jerárquico dentro de la empresa.
  - Completa: debe estar siempre disponible e informar acerca de los puntos clave a analizar.
  - Confianza en la fuente: garantías de las fuentes consultadas previamente.
  - Comunicación con las personas adecuadas: la información se debe entregar a la persona correspondiente dependiendo de la jerarquía o los departamentos dentro de la empresa.
  - Puntualidad: debe ser comunicada en el momento que vaya a ser utilizada, ya que no serviría si hay retrasos en la obtención, procesamiento o comunicación.
  - Detalle: para su uso eficiente debe contener detalles mínimos, estar sintetizada.
  - Comprensión: debe ser entendida para que sea utilizada apropiadamente.

## 2. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

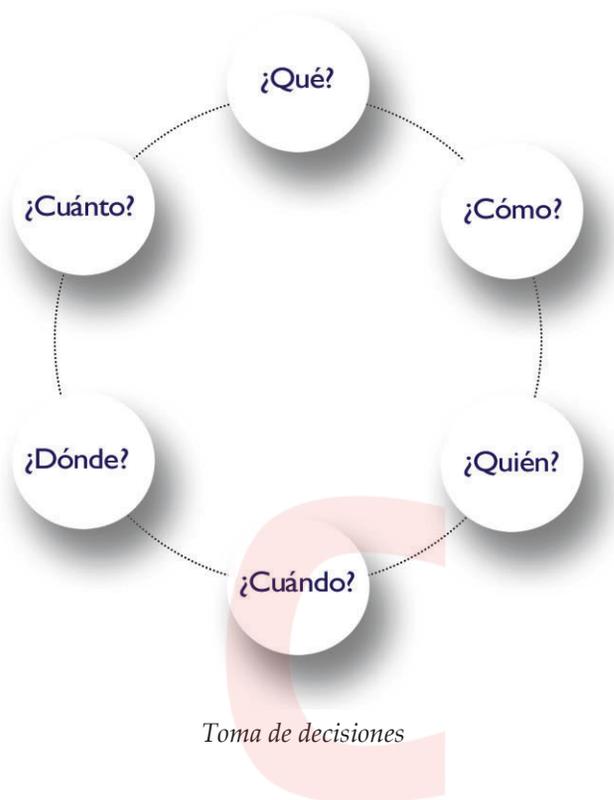
La gestión de la información es algo fundamental en cualquier empresa, ya que es un proceso que transforma los datos en información útil para mejorar el conocimiento sobre el comportamiento del negocio, del cliente y del mercado en general. Es un proceso en el que intervienen varios pasos:



## 2.1 La toma de decisiones en la gestión de la información

La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las alternativas existentes para resolver diferentes problemas de la empresa.

Para realizar una gestión de la información en la empresa es importante tener en cuenta un factor clave: la toma de decisiones, que se basa en el aprovechamiento del conocimiento que otorga la obtención de información de manera adecuada.



### 3. TIPOS DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL

Según el flujo de la información, esta se puede clasificar en:

- Información ambiental: entrada de información desde el exterior.
- Información interna: movimiento de la información dentro de la empresa.
- Información corporativa: salida de información al exterior.

#### 3.1 Información ambiental

La información ambiental o información del entorno organizacional es aquella que entra en la empresa procedente del exterior y que debe buscar, principalmente:

- Capacidad de respuesta a las necesidades del mercado para determinar diferentes estrategias.
- Adquisición de habilidades tecnológicas para el correcto funcionamiento de I+D.

Las empresas necesitan información sobre dos entornos diferentes:

- Entorno inmediato: constituido por aquellos elementos con los que la empresa debe tratar a diario:
  - Clientes: quiénes son, sus intereses del presente y del futuro, etc.
  - Proveedores y distribuidores: quiénes son, qué productos y servicios proporcionan y sus precios.
  - Financiadores: personas naturales o jurídicas que pueden financiar la empresa.
  - Reguladores: normativa legal de la empresa.
  - Competidores.
- Entorno remoto: es un contexto amplio que se debe tener en cuenta para identificar los cambios y tendencias que sirvan para adaptar las estrategias:
  - Política: la política del país afecta a la empresa.
  - Economía: las leyes del ámbito económico, como las fiscales y las tributarias.
  - Tecnología: posibilidades tecnológicas del entorno, que permiten desarrollar habilidades para aumentar el conocimiento.
  - Sociedad: normas sociales, gustos, costumbres, etc.

Para gestionar bien la información ambiental de una organización se debe realizar un análisis del entorno para descubrir los posibles problemas externos que afectan a la empresa. Los pasos que se deben dar para realizar un análisis ambiental son:

- Selección del subentorno principal: se deben analizar varios tipos de entornos, como el económico o el social.
- Establecimiento de los factores críticos de vigilancia: buscar los indicadores tecnológicos, de mercado, demográficos, etc., que afectan a la empresa.

## TOMA NOTA

I+D son las siglas de innovación y desarrollo, indispensable en el crecimiento de una organización empresarial.

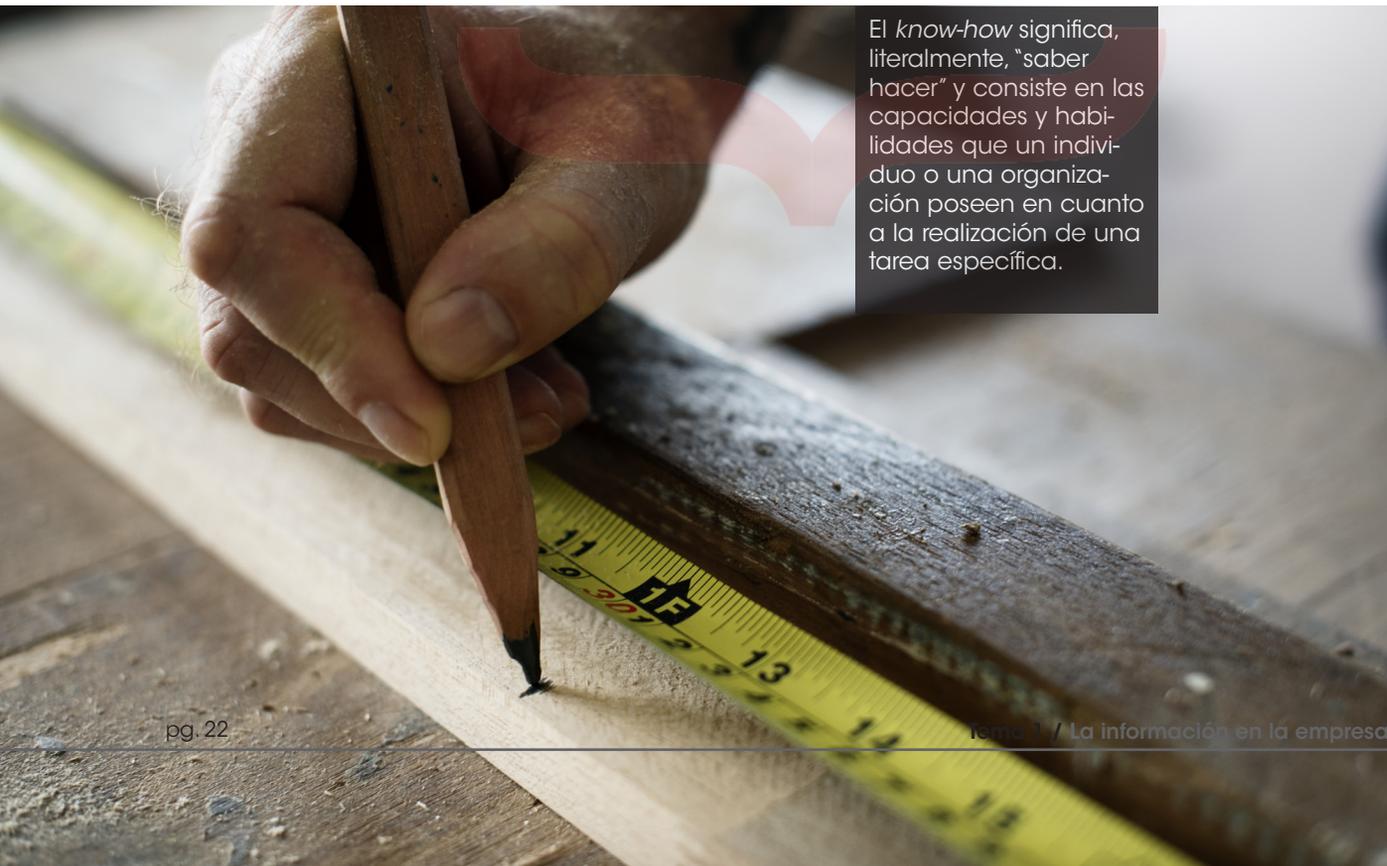
- Selección de las fuentes de información más correctas empezando por las que consultamos diariamente y añadiendo nuevas.
- Automatización del proceso de captura y selección de información: se realiza para ahorrar tiempo y costes, ya que permite estar al día de posibles oportunidades o amenazas.
- Difusión de los contenidos, datos e informaciones entre personas.

## 3.2 Información interna

La información interna es aquella generada por la propia empresa que se une a la información recibida del entorno y que permite desarrollar los productos y servicios que posteriormente ofrece a sus clientes.

Hay dos tipos de información interna:

- Información operacional: es aquella que resulta del propio funcionamiento diario de la empresa. Son, por ejemplo, las listas de clientes, los catálogos de productos, inventarios de almacén, registros contables, etc.
- Información de conocimiento: Las empresas generan conocimientos como resultado de la asimilación y análisis de la información externa e interna y de la explotación de las capacidades creativas de sus miembros. La información se acumula en forma de *know-how*.



El *know-how* significa, literalmente, "saber hacer" y consiste en las capacidades y habilidades que un individuo o una organización poseen en cuanto a la realización de una tarea específica.

### 3.3 Información corporativa

Se denomina información corporativa a la salida de información desde la empresa hacia el exterior. Cualquier empresa debe emitir hacia el entorno un mensaje diferenciador que le aporte visibilidad.

Hay dos tipos de acciones o mensajes que pueden ayudar a la empresa a comunicarse:

- Acciones directas: están orientadas a aumentar la información del cliente sobre la empresa. Son, por ejemplo, las campañas publicitarias, las acciones de patrocinio, etc.
- Acciones indirectas: aquellas acciones que contribuyen a aumentar la información que sobre la empresa tienen los clientes. Al satisfacer a los clientes con productos de alta calidad consiguen una imagen de marca y cierto prestigio. Son, por ejemplo, el servicio de calidad o las normas de proceso.

Conocer y administrar adecuadamente la información corporativa ayudará a crear la identidad corporativa de una organización, que es el conjunto de características con las que una empresa se diferencia de las demás. En el siguiente artículo podemos conocer las claves necesarias para definir la identidad corporativa:

## 4. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información son aquellos elementos de los cuales se puede obtener información necesaria para la toma de decisiones de una empresa. Según el nivel de la empresa (dentro de una jerarquía empresarial) puede haber diferentes tipos de información:

