

"La inversión en BI no le da sentido al negocio por sí sola"

Con 15 años de experiencia en planeamiento de la IT y sistemas de CRM (manejo de la relación con el cliente) y business intelligence (BI), Antonio Almeida, senior manager de la práctica de Information Management Services de Accenture, habló con IT Business acerca de las últimas tendencias en torno a BI.

¿Cómo analiza la evolución del mercado de BI?

Hay varios aspectos interesantes. El primero a considerar es que los analistas dicen que el mercado del BI está creciendo a un 9 % anual. Eso significa que, en realidad, ellos entienden que los clientes tienen necesidad de entender su negocio y su competencia, y que la información debe servirles para que puedan tomar mejores decisiones. El segundo punto es que realizamos una encuesta sobre inversión en tecnología informática a más de 300 CIOs: dijeron que

una de las brechas más importantes que están afectando al área es el manejo efectivo de la información. Eso hace pensar que BI es algo crítico para el éxito de una empresa.

¿Cuáles son las industrias que más invierten en este tipo de aplicaciones?

No veo una tendencia que muestre que una industria invierte más que otra. Pero sí hay compañías que están invirtiendo en distintos niveles de BI. En cada área, no sólo están más entusiasmados con poder tener acceso a la información, sino que también quieren

asegurarse de que siempre están en la performance más alta.

¿Qué niveles recomienda para cada tipo de industria?

Existen mejores prácticas para cada área. Pero si lo que se quiere es obtener participación de mercado, aumentar los ingresos e incrementar los márgenes, entonces se requiere un entendimiento sobre el análisis de aquellos competidores que apuntan a los mismos clientes. Se tiene que tener en cuenta qué es lo que los clientes necesitan para poder segmentarlos.



Sobre Accenture

Es una compañía dedicada al gerenciamiento global de consultoría, tecnología, servicios y outsourcing. Fundada en 1989, hoy tiene más de 126.000 empleados en 48 países. En el último ejercicio fiscal (cerrado en agosto de 2005), facturó US\$ 15.550 mil millones, un 14 % más que el año anterior. En la Argentina, donde trabajan más de 1.800 empleados, la facturación asciende a \$ 196 millones.

¿Usted considera que BI sirve para cualquier empresa?

Es recomendable para toda empresa. Aunque el nivel de inversión, según el tipo, es diferente. La mayoría de las compañías hacen inversiones desde una perspectiva táctica, basadas en las necesidades que tienen. Lo que recomendamos es que las empresas mantengan ese enfoque pero también incorporen una mirada más estratégica. Eso implica el armado de un mapa sobre cómo se pretende encaminar el negocio y cómo dar soporte a las inversiones.

¿Cree que falta inversión en BI en el mercado argentino?

Hay que analizar hacia dónde se quiere ir. Invertir en BI sólo por el hecho de hacerlo no le da sentido al negocio. Por eso es más una herramienta para el negocio y no una solución de tecnología.