

**MATERIA: TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN EN LA ESTRATEGIA DE
NEGOCIO
SEMANA 3**

TEMAS SEMANA 3:

- a) Estandarización, formalización y puntos de control: Data Warehouse, Data mining, Data mart.**
- b) Infraestructura de tecnología de información: arquitectura, seguridad, conectividad y comercio electrónico.**
- c) Uso del Balanced Scorecard (BSC).**

- **¿Qué es un data warehouse?**

Es un almacén de datos que generalmente está integrado de datos históricos para su análisis.

Por ejemplo, una base de datos que guarda la información más esencial de las transacciones de venta de todos los productos de una empresa, para que se pueda consultar información con 10 años hacia atrás y analizar su comportamiento de venta mes a mes y descubrir ciertas tendencias que nos podría demostrar que todos los meses de diciembre existe un producto que más se vende.

- **¿Qué es un datamart?**

Es un subconjunto de datos que se encarga de describir en un área específica.

Por ejemplo, se podría almacenar datos del área de compras, de tal manera que una empresa automotriz dedicada a generar los interiores de los vehículos se podría dar cuenta que el principal insumo es el plástico con simulación de piel color negro y que se adquiere con un determinado proveedor que se encuentra en el sur del país.

- **¿Qué es un *data mining*?**

Es una técnica de análisis de grandes volúmenes de datos, para la identificación de patrones repetitivos, que permitan describir una situación específica.

Por ejemplo, cada hombre que acude a un supermercado en compra de pañales, también compra cervezas; existiendo una correlación de productos. Es decir después de un gran volumen almacenado de información, y al analizar porque estos productos se venden en conjunto, se puede identificar el comportamiento que la mayoría de los clientes que acudieron a la tienda son de una edad determinada, con estado civil casado y que tienen la necesidad de comprar dichos productos por un determinado tiempo.



- **¿Qué es *Balanced Scorecard (BSC)***

El Balance Scorecard es un tablero de control que permite visualizar los principales indicadores de una empresa.

Por ejemplo, después de que una empresa define el plan estratégico de negocio, se aterrizan las metas a alcanzar a través de objetivos estratégicos de negocio, que se pueden traducir en propósitos de mejorar indicadores enfocados a aumentar en un porcentaje las ventas, o reducir los montos de costos fijos, o mejorar la velocidad de respuesta al cliente, el tiempo de lanzamiento de un nuevo producto, o la integración de nuevos canales de ventas, o aumentar la satisfacción del cliente o la calidad de los productos, etc.