

✓ productivo!

Revista Digital

✓ Los números telefónicos que no deben faltar en su celular.

✓ 10 consejos para incrementar su productividad

✓ ¿Que es el software Libre?

✓ El cuadro de mando y la estrategia (BSC).



En su interior la encontraras más artículos relacionados con informática y productividad.

NUMERO 01
Patrocinado por:
www.cofinpat.com

productivo!
Revista Digital

Distribución Gratuita

Veracruz, Veracruz,
MEXICO.

Del Editor

Bienvenidos a la Sabiduría de la Productividad... Social... en Internet

Por Andrés García Santa Rosa

Si estas leyendo esto, seguramente es por que estas buscando herramientas interesantes para incrementar tu productividad, y es por ello que nació esta revista digital, y como resultado tienes en tus manos este número inaugural.

La Internet es una fuente inmensa de información, pero no siempre encontramos lo que necesitamos. Nos hemos dado a la tarea de encontrar herramientas muy útiles, y han sido de gran ayuda los blog, o diarios de Internet.

Los blogs son una poderosa herramienta de comunicación, hay quien los ha llamado la “nueva prensa libre”, quizá en algunos casos sea cierto, pero tenemos que ir más allá de ello.

Personas muy preparadas y con el único fin de mejorar el planeta a través de la divulgación de su conocimiento, utilizan para ello esta herramienta.

Hemos seleccionado varios de los mejores artículos de algunos los más renombrados blogs en ingles y en español.

Conocimiento muy especializado esta al alcance de nuestras manos y nuestras mentes, fácilmente podemos acceder a contenidos realmente valiosos de aplicación diaria.

¿Esto a que nos lleva?, pues a una nueva forma de compartir el conocimiento, ya que este se hace social realmente, pero no entendiéndolo

como una sociedad aislada, sino como una sociedad global, mundial.

Y uno de los supuestos primarios de la creación de Internet era que compartir información incrementaba la productividad.

Es decir a través del flujo de información entre personas que trabajaban en un mismo tema se evitaba que se investigara o desarrollara lo mismo, no importando la distancia. Con ello se agilizaban los desarrollos y se generaban ahorros en recursos y tiempo que se podían invertir en mejoras o actualizaciones.

Se producía más con lo mismo, o en algunos casos con menos.

En el caso específico de nuestro entorno, de nuestro país, dos temas parecen dominar el tema cuando hablamos de productividad: Fiscal y la Gestión.

¿Cuántas veces te has topado con retrabajos fiscales?, ¿Cuántas veces te has encontrado con absolutamente nada de información acerca de un tema fiscal?.

Vamos el primer paso para tratar un tema fiscal es tener una idea del porque, como, cuando, donde y cuanto. Y la autoridad a veces no ayuda mucho con la divulgación de su información.

Es nuestro interés darte alguna idea de que se tratan algunos temas fiscales para facilitar su comprensión y evitar caer en errores que cuestan dinero,

tiempo y energía.

Y entonces esto nos lleva al tema de la gestión de las empresas. En nuestro país la mayoría de las empresas son micro o pequeñas donde la dirección de la misma recae en el dueño.

Entendemos que es una tarea titánico estar al tanto de todos los asuntos de la empresa, y al mismo tiempo de los fiscales. La correcta gestión de la misma pasa a segundo termino. O se olvida. Nos olvidamos de hacerla productiva.

A veces ni nos molestamos en buscar formas de hacernos más productivos, de gestionar más eficientemente los recursos disponibles y mucho menos de pensar en estrategias para sobrevivir.

Y estas tampoco las llevamos a cabo cuando las tenemos. Existe software que puede ayudarnos en estas tareas o actividades, pero el costo es para la mayoría de las PyMEs, prohibitivo. Pero existen otras opciones de bajo costo o cero costo.

El software libre ofrece algunas ventajas pero también existen en el mercado herramientas tecnológicas de bajo costo y de alto valor para la empresa.

En fin, a través de estas paginas pondremos a tu disposición algunos temas. Que los disfrutes, o mejor dicho que te ayuden, gracias.



Tabla de Contenidos

DIRECTORIO

productivo! Revista Digital

Editor
Andrés García Santa Rosa
agsantarosa@cofinpat.com

Gestión del Desempeño
Gabriel Alberto Castro Martines
gacastro@cofinpat.com

Economía y Finanzas
Eduardo Valenzuela Merino
evmerino@cofinpat.com

**Herramientas on Line para
incrementar su productividad.**

Patrocinado por

www.cofinpat.com

¿Deseas colaborar?

Ponte en contacto con nosotros o envía tu artículo que desees ver publicado junto con tu dirección web o blog .

¿Sugerencias?

Si quieres que se trate algún tema en particular por favor envía un e mail con el nombre y tus preguntas específicas.

Gracias por tu atención, esta revista digital en formato digital no tiene costo para sus lectores y la hacemos entre todos.

¿Anuncios y Publicidad?

Pide informes, te sorprenderá saber el costo de los anuncios, el paquete de servicios adicionales y el alcance de nuestra circulación.
productivo@cofinpat.com

- 02** Del Editor: Bienvenidos a la Sabiduría de la Productividad... Social... en Internet
- 04** Los números telefónicos que no deben faltar en su celular.
- 06** 10 consejos para incrementar su productividad
- 08** ¿Que es el software Libre?
- 10** Inteligencia de Negocios, Business Intelligence o BI
- 14** El cuadro de mando y la estrategia (BSC).
- 16** Consejos para utilizar las Nuevas Metodologías de Gestión del Desempeño (MG).
- 19** ¿Qué es un CRM?
- 22** Tienes que darle click

Los números telefónicos que no deben faltar en su celular.

Basado en un post de Brett Kelly

Independientemente de lo que puedas pensar y el montón de números telefónicos que tengas almacenado en tu celular, debes tener una cierta lista de números en la memoria, a continuación de damos una lista de ellos y el por que los deberías tener.

Si te falta alguno de ellos, pues consíguelo, si ya los tienes todos felicidades, eres una persona precavida y enfocada en no perder tiempo en un directorio o en llamarle a alguien más a ver si tiene el teléfono que necesitas.

Comenzamos de una vez:

BOMBEROS

Pensaras que solo los necesitamos en caso de incendio. Mentira, también son necesarios en casos de fugas de tanques gas, accidentes viales y en algunos casos tienen preparación p fueron paramédicos.

Y aquí viene lo difícil, ¿Cuál es el numero telefónico de los bomberos de tu localidad?, ¿los más cercanos?...

POLICIA

Sí, necesitas el número de la policía, en estos tiempos es necesario que sepas el número de policía de tu localidad y no necesariamente el del Ministerio Publico, necesitas un número de tu policía local. Búscalo y agrégalo ya si no lo tienes.

CRUZ ROJA U HOSPITAL

Este no puede faltar, es imperdonable que no lo tengas. En caso de cualquier emergencia necesitas el teléfono para que el hospital se prepare para recibir a tu enfermo o para mandarte la ambulancia.

Si tienes alguna póliza de seguro, con más razón de que el hospital con el que tenga el convenio tu aseguradora.

Asegúrate que sea el numero de emergencias, no el de la recepción del hospital.

E.C.E. (EN CASO DE EMERGENCIA)

Así de simple. En caso de emergencia llamar a... una persona que pueda movilizarse rápidamente para sacarte de algún accidente grave. Y no es tu familia. Sopesa bien las posibilidades y razona en que persona que conoces tiene la capacidad de moverse, que este disponible la mayor parte del tiempo y no dejarse dominar por el pánico.

Suena que son muchos requisitos, pero resumiendo, debe ser alguien que siempre conteste el teléfono.

Piénsalo bien, igual y ya lo tienes, pero ahora ponlo como "emergencias". Y como marcado rápido en primer lugar. Puede ser la mejor llamada de tu vida

TAXI

Aquí tienes dos opciones, una compañía de taxis o el de un taxista en particular. Recuerda en que turno trabaja y en que zonas andan.

Te recomendamos el teléfono de alguna empresa o compañía que se dedique a estas cosas. Es lo mejor en muchos casos y situaciones.

TELEFONO DE CFE

En caso de apagones, lo mejor es que ya lo tengas a la mano, es preferible a andarlo buscando a tientas en el directorio telefónico de tu casa o de tu

oficina.

DOCTOR O PEDIATRA

Aunque te sonrías, aunque seas una mujer de hierro o un superhombre, si tu no lo necesitas alguien más podría necesitarlo, y si tienes hijos o niños bajo tu custodia, lo mejor es contar con el teléfono del especialista, que de cualquier modo el se hará cargo de ti en una circunstancia inusual. Esto es de máxima importancia consíguelo a la voz de ya.

Piénsalo, quizás alguien más podría agradecértelo. Pensaras que el del hospital es suficiente, pero si tus niños ya están bajo tratamiento y son alérgicos a algo. ¿Quién mejor para atenderlos?

ABOGADO

Si, así es. Nunca esta de más tener el teléfono de un buen abogado, quizás el no podría atenderte de primera mano, pero seguramente te enviara a alguien o te dará un buen tip. Unas preguntas, si tienes respuesta a todas, ya debes tener algún numero telefónico en tu celular.

- ¿Sabes que hacer ante demandas laborales?
- ¿Si te detiene la policía de caminos sabes cuales son tus derechos?
- ¿Sabes la diferencia entre un policía federal y uno estatal?
- ¿Cuál es la pena por conducir en estado de ebriedad?
- ¿Cuál es tu plazo ante una demanda civil, o mercantil, o laboral?
- ¿Cómo me comporto a una demanda laboral cuando llego a mi casa u oficina?

FISCALISTA

Resulta que un buen día te encuentras con un mensaje de Lolita. No te

asustes, ni corras, ni discutas, ni te enojos con tu contador. Llama a tu fiscalista, escanea lo que te llega, envíasele y resuelve el problema.

Estas cosas cuestan miles de pesos. Por favor, si no tienes uno, consíguelo rápido.

COMPAÑERO DE TRABAJO O TU JEFE

¿Para que?, obviamente tu jefe ya debe tener tu numero de celular y tus compañeros de trabajo también... en algún correo electrónico o su agenda que tienen en su escritorio.

¿Te gusta tu trabajo?, si es así, que bueno; si no: ¿necesitas conservarlo?.

Nunca sabes cuando necesitas llamarle por teléfono a tu jefe o un compañero por un sinfín de emergencias, ¿razones?, desde llegar tarde hasta un caso grave realmente. Comunicación y transparencia son claves en nuestras relaciones laborales.

TU VECINO

Lo necesitas, digas lo que digas, el vecino. Necesitas tener el teléfono de tu vecino. ¿Por qué?, razones hay muchas, créeme que hay muchas, pero te daremos la más simple. Tu vecino es tu mejor chismoso. Si sabes donde localizarlo te pasara los mejores chismes de lo que pasa en tu casa cuando estas ausentes. Para bien o para mal. El caso es que tengas información oportuna y sepas distinguir de la valiosa de la que es simplemente basura.

GRUA

Si tienes un plan tarifarlo en tu celular, seguramente ya cuentas con el servicio,

si no lo sabes, investigalo y veras cuantos eventos tienes disponibles al año.

De no ser así, pues investiga algún servicio de grúa, checa que se acomode a tus posibilidades y guarda ese numero telefónico.

COMPAÑÍA DE SEGUROS

Accidentes. Es la palabra que asociamos con este concepto. Imagina todos los accidentes que puedes tener y dime con que compañía te aseguraste.

Ahora dime cual es su número telefónico.

COMIDA TODA LA NOCHE

Si te quedas tarde a trabajar. Si eres de los adictos al trabajo, necesitas que tu cuerpo tenga combustible que quemar, la maquina de caramelos, refrescos o pan industrial no es suficiente.

Yo me confieso adicto a los tacos al pastor con queso. Y tengo el teléfono de un taxista de un sitio que esta cerca de la taqueria que trabaja hasta las 5 am. Mo amigo tiene el de las mejores tortas de Veracruz. Y la lista sigue. En este caso de lo que quieras, después haces dieta o ejercicio.

Tortas, tacos, pizza, hamburguesas, sándwiches, palomitas acarameladas, hot dogs, paninos, vamos hasta sopas instantáneas. Combustible, y más combustible. En la cantidad necesaria.

Ups, lo olvidaba, déjame felicitarte por el esfuerzo de tener todos esos números en tu celular, ¿pero a que no sabes si tu pareja o tus hijos los tienen?.

Casi terminaba este articulo cuando recordé algunas ordenes que me ladro mi jefe, y que aplican perfectamente para esta ocasión:

¿Sincronizaste en celular con tu computadora?

¿Imprimiste la lista de teléfonos y la guardaste en un tu agenda o tu archivo personal?

Gracias :)



10 consejos para incrementar su productividad

Basado en un post de Chanpori Rith

Aceptémoslo. Somos flojos. Cuando comenzamos a pasar mucho tiempo mirando las cosas de nuestro escritorio, pensando en ellas. Tenemos un problema. Y estamos desperdiciando tiempo. Lo peor es que a veces es simple basura. Basura.

Chanpori Rith nos cuenta como ha mantenido su escritorio limpio y perfectamente organizado los últimos años. Y debe saber algo, ya que es un consultor de PC World, Symantec, Adobe, Yahoo! y la cadena de hoteles Tour Seasons.

Lo interesante es que los beneficios obtenidos ha podido medirlos en función de trabajos realizados contra el mismo periodo de tiempo y sobre todo, que ha tenido más ideas creativas al no enfocarse en basura, como el la llama.

He aquí como lo logro.

1. USA UN SISTEMA PARA MANEJAR EL PAPEL.

En pleno siglo XXI, todavía tenemos dependencia al papel. Por lo tanto no podemos dejar de lado su manejo. El primer paso es saber como manejar el papel. Por que no podremos eliminarlo. Por lo menos no al 100 por ciento en los próximos años

Sigo el viejo sistema de las tres bandejas apiladas en mi escritorio, y es lo unico que tengo, y estan casi siempre vacias. La de documentos y correspondencia que llegan. Que con los años casi no hay.

Documentos salientes. Nunca tengo, pero a veces una o dos veces al año los

dejo para el encargado de mensajería.

Delegados. Solo tengo dos subordinados, pero ocasionalmente les dejo algunos documentos que tengo que quiero que lean y archiven.

Todavía no desaparece el papel, pero ya estamos en eso.

2. LOS POS IT NOTES DEBEN DESAPARECER

Es horrible y de mal gusto tener el monitos de tu PC lleno de estas cosas. Lo peor de todo es que pueden caerse y desaparecer. Y estas confiado a ello. Por favor, comportate como adulto, toma notas en tu agenda o ponte recordadores en tu Outlook™ o en una simple libreta. Usa la tecnología pero no los post it. Ese tiempo ya paso.

3. IMPRESIONES VIEJAS ES IGUAL A BASURA

Si ya usaste las impresiones, si ya tomaste notas, si ya hiciste el informe o minuta... ¿para que quieres impresiones?, digitalizas o consigue el archivo. Pero por favor, no acumules papel en tu escritorio. Y lo más curioso es que a los tres meses esta impresión va a la basura. ¿Por qué no hoy?.

¿Te da flojera digitalizar?, un buen amigo tenia problemas con su escáner, así que mejor le tomaba fotos con su cámara digital a la máxima resolución. No es tan mala idea.

4. MANTEN A LA MANO FOLDERS LIMPIOS Y UN MARCADOR

¿Te da flojera archivar?, la principal

razón por que la gente no archiva lo que debe es muy simple. No tienen a la mano folders, etiquetas o algo para meterlo en su gaveta.

¿A que se debe esto?. Están llenos de papeles que ya debían haberse archivado o eliminado. Deshazte de ellos y hazle espacio a este material.

5. HAZ DE TUS TAREAS UN RITUAL

Hay muchas cosas que revisar, muchas tareas que tenemos que hacer todos los días. ¿Las olvidas?, no pierdas el tiempo, ni te esfuerces en recordarlas.

Haz esto. Calendariza en tu agenda todas esas tareas por los próximos tres meses. Te garantizo que antes de esos tres meses lo harás en automático. Serán hábitos. Y si tienes personal a tu cargo, pasara lo mismo.

¿Quieres reforzarlo?, elige específicamente la hora y el lugar donde tienes que hacerlo o donde mejor lo hagas. Estarás creando hábitos productivos, serás efectivo.

6. ¿NECESITAS TANTAS PLUMAS O LAPICES?

No las necesitas, no necesitas plumas de tus viajes a donde sea, o esas baratijas. No las necesitas. Con dos o tres son más que suficientes.

Ahora mismo, checa cuales plumas tienen tinta o sirven. Te sorprenderá cuanta gente tiene este mal habito.

Esto incluye tambien todas las chacharas que te dan en las reuniones de oficina y toda la publicidad que te

llega. ¿Sabes por que tenemos todas estas cosas?. Por que son gratis. Pero por lo regular no tienen utilidad practica. Digitaliza, estas en el siglo XXI.

7. NO AL CHISME OFICINESCO

Es tentador. Es casi una obligación. Pero no es productivo. No es ético. No es de un caballero o de una dama. Quita tiempo y te enfoca en cosas que no son creativas y que no te ayudaran en nada a hacer mejor tu trabajo.

Si sabes quienes son los que inician estas platicas, cámbiales el tema a algo relacionado con el trabajo.

No platiques en la oficina en horario laboral. No de estas cosas. Es un habito que le cuesta dinero a la empresa.

Dime quien se va hasta lo ultimo en tu oficina y te diré quien es el menos productivo.

8. TUS LIBROS, EN TU CASA

Por favor, tenemos suficientes distractores para que los traigas de tu casa. No los necesitas, no deben estar ahí, no es su lugar. ¿y si te encuentra tu jefe leyendo el ultimo libro del maguito huérfano?

Piensa bien la imagen que das. Peor aun que te encuentren leyendo una revista de espectáculos y no algo relacionado con tu trabajo.

9. NO COMAS EN TU ESCRITORIO

Prohibido comer en tu escritorio.

Aléjate de tu zona de trabajo para comer, o come fuera. Si pides comida, come en el área designada para comer. Si no existe, pues sal a comer. Que no se impregne de malos olores, o manchas o más basura.

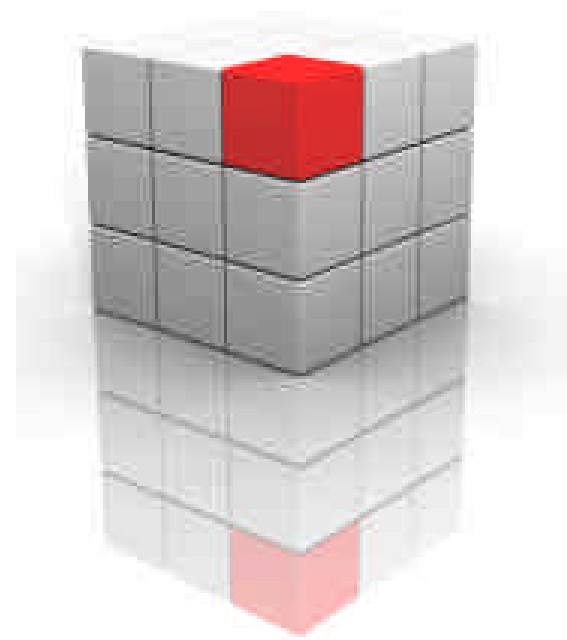
¿Pero sabes que se ve terrible también?, que vean tu bote de basura con estas bolsas de comida, tazas, vasos o cucharas. Dan impresión que tienes un bote de desperdicios orgánicos a tu lado. Espantoso.

Como consecuencia, entre más efectivo y eficiente seas en tu trabajo, menos basura deberás generar. Esto puede no ser cierto en algunos casos. Lo siento, pero esa es la percepción de las personas.

10. LIMITA EL NUMERO DE FOTOS ENMARCADAS.

Las fotos nos recuerdan quienes son las personas amadas en nuestras vidas. Pero más de dos son una distracción. Pégalas en tu protector de pantalla o almacénalas en Flickr o algo parecido. Pero no enmarcadas en tu escritorio.

Todo esto mantendrá tu área de trabajo limpia, resplandeciente y con la menor cantidad de distractores a tu alcance. El área de trabajo es para resolver problemas, crear o supervisar. No es tu espacio personal. Un profesional distingue entre su casa y su trabajo.



¿Qué es el Software Libre?

Basado en un post de Emilio Arias

El sector del Software Libre es incipiente y novedoso, uno de los denominados “sectores emergentes”. De ahí que sea necesario comenzar haciendo un análisis introductorio en donde explicaremos qué es, sus principales ventajas y perspectivas futuras más interesantes. El objetivo es que se conozca un poco más sobre este sector.

¿Qué es el Software Libre?

“El Software Libre es un asunto de libertad, no de precio. Para entender el concepto, debes pensar en 'libre' como en 'libertad de expresión', no como en 'cerveza gratis’”

Free Software Foundation.

Según la Guía Activa del Software Libre del CEIN de Navarra, fuente imprescindible para la elaboración de esta sección, ésta es la más conocida y extendida definición de Software Libre. Se refiere fundamentalmente a la libertad de los usuarios para ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, modificar y mejorar el software. Se resume en cuatro libertades:

- Libertad 0: libertad para ejecutar los programas sean cuales sean los propósitos.
- Libertad 1: libertad del usuario para estudiar el funcionamiento del programa y adaptarlo a sus necesidades. El acceso al código fuente es condición indispensable en este sentido
- Libertad 2: posibilidad de redistribuir cuantas copias se deseen
- Libertad 3: posibilidad de mejorar el programa, así como publicarlo para que toda la comunidad de usuarios pueda

acceder a él.

De nuevo, el acceso del código fuente es indispensable en este sentido. El apelativo de Software Libre es aplicable, entonces, a cualquier programa cuyos usuarios gozan de estas libertades: redistribuir copias con o sin modificaciones, de forma gratuita o cobrando por su distribución, a cualquiera y en cualquier lugar.

Gozar de esta libertad significa, entre otras cosas, no tener que pedir permiso ni pagar contraprestación económica por ello.

De la misma manera, emplear “Software Libre” implica poder introducir modificaciones en los programas y utilizarlas de forma privada; ya sea en tu trabajo o en tu tiempo libre, sin tener que mencionar su existencia.

Si decidieras publicar estos cambios, no estarías obligado a notificarlo a nadie.

Historia del Software Libre

“El acto de compartir software no se circunscribe a nuestra comunidad en particular: es tan antiguo como los propios ordenadores, lo mismo que compartir recetas es tan viejo como la cocina. Simplemente, nosotros lo hacíamos en mayor medida”.
Richard M. Stallman

El proyecto GNU fue iniciado por Richard Stallman con el objetivo de crear un sistema operativo completo libre: el sistema GNU. El 27 de septiembre de 1983 se anunció públicamente el proyecto por primera vez en el grupo de noticias net.unix-wizards.

Al anuncio original, siguieron otros ensayos escritos por Richard Stallman como el “Manifiesto GNU”, que establecieron sus motivaciones para realizar el proyecto GNU, entre las que destaca “retornar al espíritu de cooperación que prevaleció en los tiempos iniciales de la comunidad de usuarios de computadoras”.

GNU es un acrónimo recursivo que significa “GNU No es Unix”. Stallman sugiere que se pronuncie Ñu (como nombre que caracteriza al animal africano).

Para asegurar que el software GNU permaneciera libre para que todos los usuarios pudieran ejecutarlo, copiarlo, modificarlo y distribuirlo, el proyecto debía ser liberado bajo una licencia diseñada para garantizar esos derechos al tiempo que evitase restricciones posteriores de los mismos.

La idea se conoce en inglés como **copyleft** (en clara oposición a copyright, derecho de copia), y está contenida en la Licencia General Pública de GNU (GPL).

En 1985, Stallman creó la Free Software Foundation (FSF o Fundación del Software Libre) para proveer soportes logísticos, legales y financieros al proyecto GNU.

La FSF también contrató programadores para contribuir a GNU, aunque una porción sustancial del desarrollo fue (y continua siendo) producida por voluntarios.

A medida que GNU ganaba renombre, negocios interesados comenzaron a

contribuir al desarrollo o comercialización de productos GNU y el correspondiente soporte técnico. El más prominente y exitoso de ellos fue Cygnus Solutions, ahora parte de Red Hat.

En 1990, el sistema GNU ya tenía un editor de texto llamado Emacs, un exitoso compilador (GCC), y la mayor parte de las librerías y utilidades que componen un sistema operativo UNIX típico. Pero faltaba el componente primario llamado “núcleo” (kernel en inglés).

Finalmente, en 1988, se decidió utilizar como base el núcleo Mach desarrollado en la CMU. Inicialmente, el núcleo recibió el nombre de Alix (así se llamaba una novia de Stallman), pero por decisión del programador Michael Bushnell fue renombrado como Hurd.

Desafortunadamente, debido a razones técnicas y conflictos personales entre los programadores originales, el desarrollo de Hurd acabó estancándose.

En 1991, Linus Torvalds empezó a escribir el núcleo Linux y decidió distribuirlo bajo la GPL. Rápidamente, múltiples programadores se unieron a Torvalds en el desarrollo, colaborando a través de Internet y consiguiendo paulatinamente que Linux llegase a ser un núcleo compatible con UNIX.

En 1992, el núcleo Linux fue combinado con el sistema GNU, resultando un sistema operativo libre y completamente funcional. El sistema operativo formado por esta combinación es habitualmente conocido como “GNU/Linux” o como una “distribución GNU/Linux” y

existen diversas variantes de esta distribución algunas de ellas comerciales de las que podemos destacar Red Hat, Suse, Mandrake. Y otros no comerciales tales como Debian y Fedora.

En la actualidad, Hurd continúa en activo y ya es posible obtener versiones experimentales del sistema GNU que lo emplean como núcleo.

También es frecuente hallar componentes de GNU instalados en un sistema propietario UNIX, en lugar de los programas originales para UNIX.

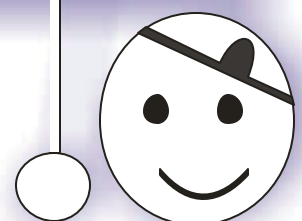
Esto se debe a que muchos de los programas escritos por el proyecto GNU han demostrado ser de mayor calidad que sus versiones equivalentes de UNIX. A menudo, estos componentes se conocen colectivamente como “herramientas GNU”. Muchos de los programas GNU han sido también portados a otras plataformas como Microsoft Windows y Mac OS X.

Entre las aplicaciones de usuario más conocidas y utilizadas señalamos las siguientes:

- openOffice.org: aplicación ofimática (la equivalente a Microsoft Office)
- kmail: gestor de correo
- evolution: gestor de correo que incluye agenda y calendario
- firefox: navegador de Internet
- planner: gestión y planificación de proyectos
- mySQL: base de datos
- apache: servidor web
- sodipodi: diseño vectorial
- gimp: retoque fotográfico

- k3b: grabación de CDs y DVDs
- xmms: reproducción de sonidos multimedia
- mplayer: reproductor de video y DVD
- kino: editor de video
- gftp: cliente ftp
- quanta: editor de páginas web
- supetux: juego de plataforma
- scribus: maquetación de textos
- audacity: editor de sonidos
- ardour: secuenciador MIDI
- nessus: escaner de seguridad de sistemas
- xawtv: visor de televisión

no a la piratería
SI AL
SOFTWARE
LIBRE



Inteligencia de Negocios, Business Intelligence o BI

BI son las siglas en inglés de Business Intelligence (Inteligencia de Negocio), que es el conjunto de herramientas y metodologías aplicadas, para obtener diferentes enfoques en áreas estratégicas de la empresa, trabajando con la información generada para alinear las estrategias con los planes de acción, maximizando así, la productividad y la rentabilidad de la empresa.

Inteligencia de Negocio y cultura empresarial

En una empresa es necesario tomar decisiones en el día a día (algunas muy estratégicas), que están basadas en información generada en base a datos reales. Generar esa información es la labor de los sistemas de Inteligencia en el Negocio (en inglés, Business Intelligence).

Según la Wikipedia: Llamamos business intelligence (BI) al conjunto de estrategias y herramientas enfocadas a la administración y creación de conocimiento mediante el análisis de datos existentes en una organización o empresa. Este conjunto de herramientas y metodologías tienen en común las siguientes características:

- **Accesibilidad a la información.** Los datos son la fuente principal de este concepto. Lo primero que deben garantizar este tipo de herramientas y técnicas será el acceso de los usuarios a los datos con independencia de la procedencia de estos.
- **Apoyo en la toma de decisiones.** Se busca ir más allá en la presentación de la información, de manera que los usuarios

Basado en un Post de Emilio Arias

tengan acceso a herramientas de análisis que les permitan seleccionar y manipular sólo aquellos datos que les interesen.

- **Orientación al usuario final.** Se busca independencia entre los conocimientos técnicos de los usuarios y su capacidad para utilizar estas herramientas.

De acuerdo a su nivel de complejidad se pueden clasificar las soluciones de Business Intelligence en:

- Consultas e informes simples (Queries y reports)
- Cubos OLAP (On Line Analytic Processing)
- Data Mining o minería de datos.

Las empresas suelen recabar información sobre producción, mercados y clientes, pero en realidad el éxito del negocio depende de la visión para intuir cambios o nuevas tendencias. Las aplicaciones de data mining identifican tendencias y comportamientos para extraer información y descubrir las relaciones en bases de datos que revelen comportamientos poco evidentes.

Para que una empresa sea competitiva, las personas que toman las decisiones necesitan acceder rápida y fácilmente a la información de la empresa y esto se realiza por medio del Business Intelligence.

La Inteligencia de Negocios, por tanto, es el proceso de análisis de datos de la empresa para extraer conocimiento de ellos.

Con BI se puede, por ejemplo: crear una base de datos de clientes, prevenir ventas y devoluciones, compartir

información entre diferentes departamentos, mejorar el servicio al cliente.

Las áreas más comunes en las que se utilizan son en ventas, marketing, finanzas, manufacturas y producción. Toda toma de decisiones implica aceptar un riesgo, lo que es indudable es que el objetivo es minimizar ese riesgo. Aquí es donde entran en juego las herramientas de BI. Ellas son las encargadas de transformar los datos corporativos de nuestro sistema de backoffice en información útil para la toma de decisiones empresariales.

Cuando hablamos de BI nos estamos refiriendo al conjunto de metodologías y tecnologías, que se orientan a mejorar la gestión inteligente de la empresa, que permiten a los equipos directivos controlar los negocios.

O dicho de otra forma, “BI es un esfuerzo por captar y analizar los datos de un negocio para comprender los mercados, clientes o proveedores con mayor claridad, para mejorar los procesos de negocio y competir con más efectividad”.

Tipos de Sistemas de Información:

Los sistemas de información se dividen de acuerdo a la siguiente división:

- Sistema Táctico
- Sistema Técnico-Operativo
- Sistema Global
- Sistema Estratégico

Sistema táctico:

Están diseñados para soportar las tareas de coordinación de actividades y manejo de documentación, definidos para facilitar consultas sobre

información almacenada en el sistema, proporcionar informes y, en resumen, facilitar la gestión independiente de la información por parte de los niveles intermedios de la organización. •

Sistema Técnico-Operativo:

Son los que cubren el la parte fundamental de las operaciones tradicionales de captura masiva de datos (data entry) y servicios básicos de

informáticas de alcance nacional y global (internet), que se convierten ya 'de facto', en vehículo de comunicación entre la organización y el mercado.

En este Sistema, no importa dónde esté la organización (intranet), el mercado de la institución (extranet) y el mercado (internet).

información que necesita para que su trabajo sea lo más eficiente posible.

Aunque este tipo de herramientas llevan existiendo desde hace años, la mayoría han sufrido importantes procesos de reingeniería para permitir el despliegue de sus funcionalidades a través de internet.

La evolución última de estos productos ha hecho que estén preparados para poder generar un portal como acceso a la información desde donde todos los usuarios de la empresa podrán realizar procesos de consulta (query), análisis, informes, gráficos, entre otros. Estamos hablando de un portal, que puede estar totalmente integrado con sistemas de gestión del conocimiento.

De esta forma, la organización podrá crear un modelo común de información que soporte fuentes de datos heterogéneas y múltiples aplicaciones, tanto del interior como del exterior de la organización.

Antes de continuar con el temario vamos a definir una serie de conceptos clave, muy utilizados al hablar de Inteligencia de Negocio y, que a menudo, son usados de manera equivocada, por su similitud:

Analítico: Es el proceso de recoger y analizar datos, tales como el comportamiento de los consumidores o sus patrones de compra; y utilizarla para desarrollar una serie de iniciativas que pueden incluir campañas promocionales o de publicidad.

El análisis predictivo ayuda a las compañías a tomar decisiones en base a lo que es más probable que pueda

La Inteligencia de Negocios, por tanto, es el proceso de análisis de datos de la empresa para extraer conocimiento de ellos.

tratamiento de datos, con tareas predefinidas (contabilidad, facturación, almacén, presupuesto, personal y otros sistemas administrativos).

Son los llamados Sistemas Operacionales. Estos sistemas están evolucionando con la irrupción de alerta automatismos, sistemas multimedia, bases de datos relacionales más avanzadas y datawarehousing.

Sistema Global

Este nivel de sistemas de información está surgiendo recientemente, y es consecuencia del desarrollo organizacional orientado a un mercado de carácter global, el cual obliga a pensar e implementar sistemas de comunicación más estrechas entre la organización y el mercado (empresa extendida, organización inteligente e integración organizacional), todo esto a partir de la generalización de las redes

Sistema Estratégico:

Estos sistemas facilitan la labor de la dirección, proporcionándole un soporte básico, en forma de mejor información, para la toma de decisiones.

Se caracterizan porque son sistemas sin carga periódica de trabajo, es decir, su utilización no es predecible, al contrario de casos anteriores, cuya utilización es periódica.

El objetivo es generar información que pueda ser trabajada y analizada de forma intuitiva, más o menos en tiempo real, y con la posibilidad de integrar diferentes fuentes de datos para ofrecer una visión global que puede ser compartida y distribuida por todos los departamentos de la empresa.

No es que todo el mundo tenga acceso a toda la información, se trata de que todo el mundo tenga acceso y genere la

sucedir en el futuro, gracias al uso de modelos estadísticos y grandes bases de datos.

Business Intelligence: Es un proceso que implica la utilización de herramientas, tales como software de aplicaciones y metodologías, y que ayudan a los usuarios, mediante su uso a tomar mejores decisiones. Dentro del Business Intelligence se incluye el reporting, query o consulta, análisis, cuadros de mando, scorecards, alertas, etc...

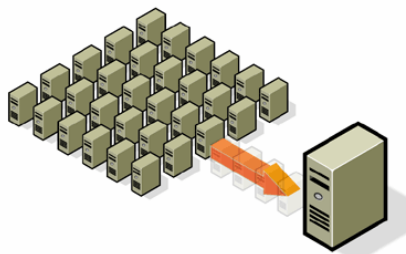
Centros de competencia: Son grupos de personas dentro de una organización que desarrollan las mejores prácticas para un área o actividad determinada.

En el caso del Business Intelligence, establecen standards para seleccionar las mejores herramientas, ponerlas a disposición de los usuarios y asesorarles en su correcto uso.

Cuadros de Mando: Los Cuadros de mando condensan grandes volúmenes de información en entornos visuales muy llamativos y prácticos. Mediante el uso de gráficos, mapas y otros recursos visuales se proporciona un entorno muy intuitivo. Consiguen hacer sencillo, complejos modelos de datos, formulas y relaciones entre las variables.

DataWarehouse: Se trata de una gran Base de Datos centralizada que integra datos de varias fuentes dentro de una empresa. El DataWarehouse puede estar distribuido en diferentes plataformas, sistemas, incluso Base de datos.

Los datos, generalmente se organizan por criterios tales como ventas, departamentos, fechas, etc...



Gestión por eventos: Se trata de que automáticamente se pueda monitorizar en tiempo real, situaciones críticas para el negocio. Las alertas pueden ser enviadas por mail, a PDA's, teléfonos móviles, etc...

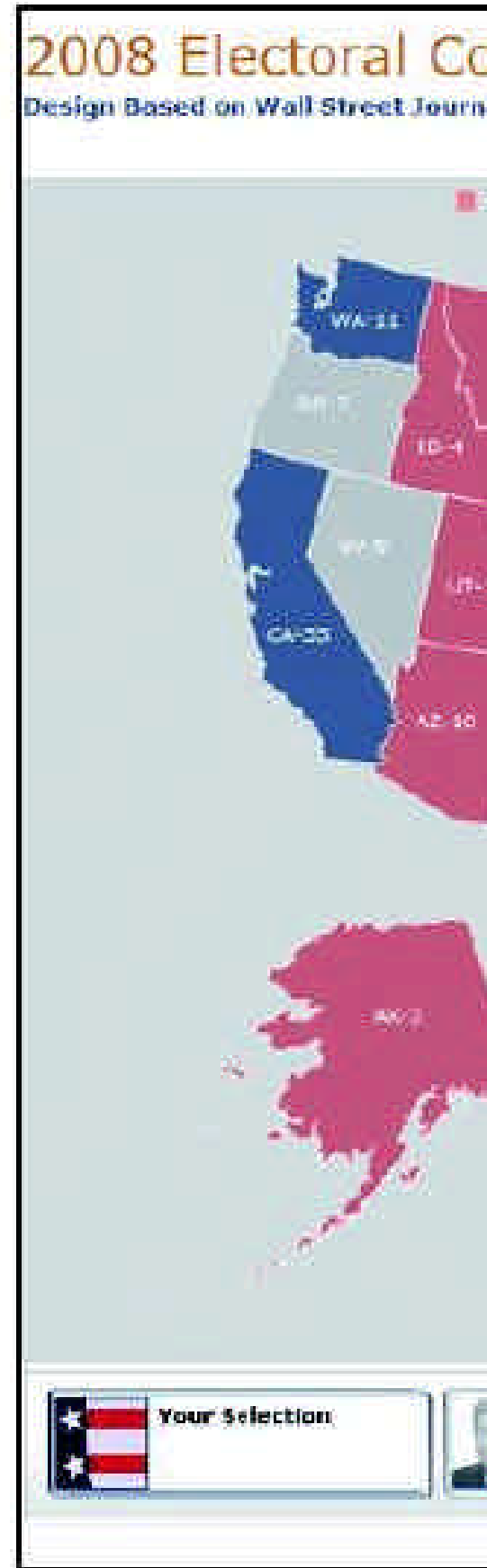
Modelización: Se trata de una técnica de análisis que mira los datos del pasado y posibilita a la empresa para predecir lo que ocurrirá en el futuro, en base a una serie de escenarios y condiciones.

OLAP (ONLINE ANALYTICAL PROCESSING): Es un conjunto de tecnologías y aplicaciones de software que permite recoger los datos de la compañía, almacenarlos e indagar sobre ellos de forma rápida e intuitiva. Se trata de crear una 'capa de negocio' con lenguaje funcional por encima de estructuras complejas de la Base de Datos.

Reporting: Es un elemento clave de cualquier solución Business Intelligence. Generar informes posibilita a los usuarios observar la marcha del negocio. Los informes deben incluir ratios financieros, datos de ventas, información sobre los clientes, cálculos estadísticos, etc.

Scorecards: Permiten medir el funcionamiento de una compañía mediante la identificación de unas métricas clave (KPI's, Key Performance Indicators). Los scorecards ayudan en determinar si una compañía esta consiguiendo unos determinados objetivos, si hace progresos o si hay aspectos claramente deficitarios que inciden directamente en el resultado global de la empresa.

Este grafico nos permite apreciar un ejemplo de lo que es el BI en acción. Obsérvelo y saque sus conclusiones, sobre lo que paso después.



College Calculator

Electoral College Calculator



Barack Obama

270 out of 538 needed to win

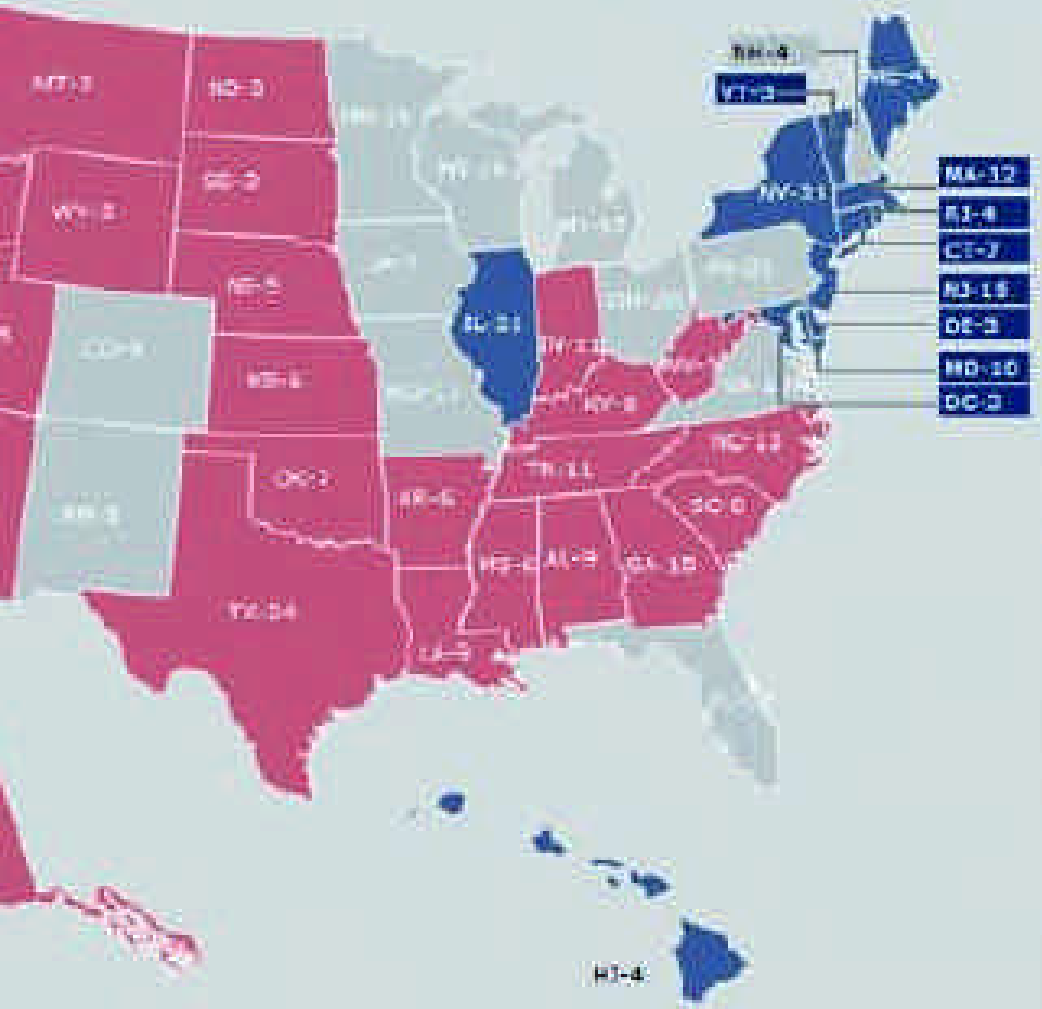


John McCain

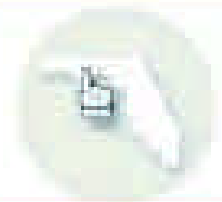
Likely Republican Likely Democrat Swing

183

189



Create your own election scenario using the map on the left, or select from the historical and expert scenarios below.



Roll over the states for more information. **CLICK** to assign a party. Keep clicking on a State to select one of the Parties.

- [Restore Defaults](#)
- [Save/Load](#)

Previous Election Results

- [2004 Election](#)
- [2000 Election](#)
- [1956 Election](#)

As a result of the 2000 Census, the number of electoral votes allotted to 18 states changed in the 2004 presidential election. This graphic uses the current electoral breakdown to show each 2009 candidate's position if all states went the same way they did in previous elections.

Your Selection



Charlie Cook, The Cook Political Report: Obama can lose Florida and can still win



James Hoopes, The Brookings Institute: McCain is going to lose and not just by a little



Edward F. Rothman, The Atlantic: McCain is thin

El cuadro de mando y la estrategia (BSC)

Por A. García y E. Valenzuela

El reto de cualquier negocio es ejecutar su estrategia. ¿Es usted capaz de resumir la estrategia de su organización en 35 palabras o menos? Si es así... ¿lo harían sus colegas en los mismos términos?

Las organizaciones que no poseen una declaración de estrategia simple y clara probablemente caen en la triste categoría de aquellas que no han sido capaces de ejecutar su estrategia o, peor aún, aquellas que nunca tuvieron una estrategia.

En una cantidad impresionante de organizaciones, los ejecutivos, los empleados de la primera línea y todos lo que están entre medio, se frustran porque no existe una estrategia clara para la empresa o para sus líneas de negocios.

He aquí algunas de las quejas que abundan en estas organizaciones

"Intento durante meses hacer que una iniciativa despegue, pero ésta

finalmente es descartada porque 'no encaja con la estrategia'. ¿Por qué nadie me lo dijo desde un comienzo?"

"No sé si corresponde que me dedique a perseguir esa oportunidad de mercado. Recibo señales encontradas de los líderes".

La descripción más conocida del Balanced Scorecard es la que presentaron Kaplan y Norton en la Harvard Business Review de 1992. Los autores, ambos con una amplia experiencia como consultores e investigadores de la teoría de negocios, habían investigado los métodos de medir la performance desarrollados por numerosas empresas. Su idea de la "organización del futuro" fue sintetizada en el modelo de las cuatro Perspectivas.

Una forma de presentarla es en la llamada Teoría Z.

Lo que básicamente dice esta teoría es:

- Si tenemos los Recursos Humanos adecuados y

entrenados.

- Entonces se trabajará mejor y los Procesos Internos serán llevados a cabo en forma correcta.
- Esto hará que nuestros Clientes estén satisfechos.
- Lo cual aumentará las ventas y por ende la ganancia Económico Financiera.

Entonces, una Visión y su Estrategia están apoyando cada Perspectiva. Y para cada Perspectiva se formulan objetivos estratégicos, Medidas, Planes de Acción, etc.

Una empresa operada con el Balanced Scorecard (BSC) en forma continua combina el uso de las cuatro Perspectivas; en este caso el sistema de puntajes que contiene esta herramienta tiene por objetivo resaltar los puntos críticos donde las empresas deben esforzarse en obtener resultados sobresalientes.

Kaplan y Norton profundizan la explicación de sus hallazgos en 1996 y





describen al proceso como un ciclo.

La Visión o el mega-objetivo se hace explícito y es compartido, en lo posible por la mayor cantidad de empleados del staff de la empresa. Con la Visión en mente, la organización del futuro se fija objetivos parciales, decide qué acciones tomar y cómo asignar los recursos con que cuenta.

El ciclo se renueva permanentemente, dando lugar a mejor conocimiento y mejoras en el nivel de gestión de la empresa. El proceso de aprendizaje pone especial énfasis en la manera en que los Indicadores se relacionan.

¿En que me beneficia el empleo del Balanced Scorecard?

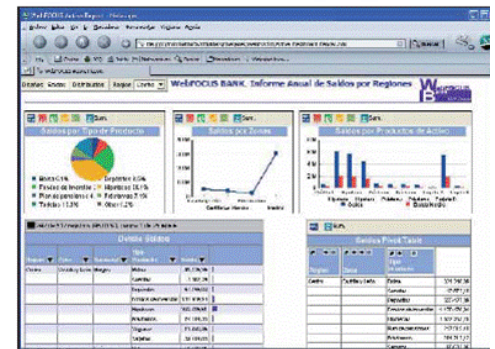
El Balanced Scorecard emplea medidas financieras tradicionales sin embargo se nutre igualmente de otras medidas no financieras cualitativas y cuantitativas a fin de contribuir con el mayor valor posible a la organización, la explicación al empleo de indicadores no tradicionales se basa en el hecho de que los indicadores financieros “tradicionales” muestran la historia de eventos pasados y no muestran el verdadero desempeño que tiene la organización en su conjunto olvidándose de áreas críticas dentro de la cadena de valor (relación con clientes, suministros, procesos, tecnología, desarrollo e innovación).

Los principales beneficios obtenidos en el empleo de la Metodología del Balanced Scorecard se pueden resumir en:

- Clarificar, explicar y consensuar la estrategia de la organización.
- Implantar y realizar un adecuado

seguimiento del grado de consecución de la estrategia formulada.

- Gestionar de forma coherente y adecuada los activos tangibles e intangibles de la organización, potenciando aquellos considerados críticos
- Incorporar a los sistemas de gestión y de decisión, de una forma rápida, los cambios que se producen en el entorno (reformulación de la estrategia).
- Enfocar los recursos de los que dispone la organización hacia la consecución de una única misión (racionalización de los recursos)
- Alinear la estructura organizacional, las personas y principalmente los procesos hacia la consecución de la estrategia formulada
- Alinear los indicadores de mediciones clave de desempeño con la estrategia en todos los niveles de la organización.
- Proporcionar a la Dirección y a la Administración de la empresa de un cuadro global, integral y equilibrado que resuma el comportamiento de las operaciones y procesos que se desarrollan al interior.
- Facilita la comunicación y comprensión de las metas del negocio a todos los niveles de la organización, facilitando de igual manera la retroalimentación.
- Ayuda a reducir y ordenar en función de su criticidad la información generada por las distintas áreas funcionales de la organización.



En el grafico superior podemos apreciar una típica pantalla de un Cuadro de mando Integral (CMI) o un Balanced Scorecard (BSC)

El tema de mapas estratégicos es de gran importancia, para los aspectos de gestión de una empresa. No importa el tamaño, esto lo veremos en el siguiente numero.

Consejos para utilizar las Nuevas Metodologías de Gestión del Desempeño (MG).

Por Gabriel A. Castro Martínez

Las metodologías tradicionales para medir la rentabilidad, productividad y desempeño del negocio (ej. Contabilidad, Estados e Indicadores Financieros, Inventarios, Costeo de productos tradicionales, etc.) han sido poco a poco desplazadas en el uso de la toma de decisión por la innovación de nuevas herramientas de medición de desempeño.

Esta nueva generación de metodologías han tomado tal importancia en las industrias cualquiera que sea el giro, que de pensarse en una moda pasajera llegaron para quedarse y dar un apoyo estratégico y de liderazgo a las empresas que las han adoptado.

Las Metodologías de Gestión (MG) han tenido un alto impacto en el desempeño de los recursos humanos, aumentado de ese modo el nivel de productividad de toda la empresa u organismo estatal. Algunos ejemplos de estas MG son:

- Balanced Scorecard,
- Tablero de Comando/Tablero de Control,
- ABC (activity-based costing),
- ABM (activity-based management),
- ABB (activity-based budgeting),
- Diagrama de Procesos,
- EVA,
- Six Sigma,
- CRM,
- ISO,
- KAISEN,
- JIT, etc.

Algunos estudios demuestran que los elementos que caracterizan a las organizaciones de alto desempeño son (entre los más importantes):

a) la concentración en las competencias (capacidades) centrales de la empresa;

b) el uso de las MG para innovar y así crear modelos empresariales más efectivos que incrementen la productividad.

El uso y consolidación de estas MG se ha vuelto, por lo tanto estratégicas. Sin embargo no siempre las novedosas MG se usan bien o conducen a resultados exitosos.

Algunas encuestas indican que aproximadamente el 41% de los proyectos basados en nuevas MG llegan a implementarse correctamente y ofrecer beneficios sustentables a las empresas que las desarrollaron.

Si usted tiene pensado implementar alguna solución de gestión moderna le recomendamos que siga los siguientes consejos:

1. Tome a su nueva MG como un programa continuo para mejorar el desempeño y crear valor. No hay que ver al sistema como un proyecto circunstancial con un ciclo de vida, sino como parte integral de un programa que evoluciona y siempre busca nuevas formas para agregar y producir valor.

2. Asegure la creación de valor definiendo claramente los beneficios que se obtendrán con esta MG La mayoría de los proyectos se inician sin una clara idea de los beneficios que se pueden obtener.

Las empresas que “miden” los beneficios a obtener alcanzan dichos beneficios antes, que aquellas que no lo

hacen.

3. Optimice su arquitectura informática Como es sabido los tres componentes de una eficiente arquitectura informática son: Proceso, Tecnología y Bases de datos.

Asegúrese de que trabajen integrados con su nueva MG. Ganará eficiencia si, por ejemplo, utiliza plataformas comunes (Ej. servers, ERP's, datawarehousing, etc.).

Al reducir el número de plataformas tecnológicas dispares también reduce los costos de mantenimiento y de recursos específicos.

4. Por lo general los sistemas (software) de MG se adquieren predefinidos. Cualquier modificación es costosa en términos de dinero y tiempo.

Si aún así necesita adecuar su nueva MG para que se adapte a sus necesidades hágalo, pero sólo cuando tiene un claro propósito de aumentar la tasa de ganancia.

5. Advierta que la implementación de su nueva MG provocará cambios culturales que deben aceptarse y estimularse. Compromiso y responsabilidad son componentes críticos para asegurar que la organización no sólo esté lista para la nueva MG sino para los cambios culturales que la acompañan.

6. Conozca a fondo sus competencias (capacidades) centrales y evalúe sus opciones de tercerización (outsourcing). Tanto el desarrollo de las MG como su implantación en la

organización pueden demandar considerable esfuerzo interno, a veces a expensas del tiempo que debería dedicarse a los aspectos centrales del negocio.

Abra su mente a la contratación de terceros especialistas para implementar su nueva MG; ganará en tiempo y efectividad, sin dejar las operaciones habituales de la empresa.

7. Evite distorsionar su expectativa sobre la MG. Contar con mejor información para la toma de decisiones es el beneficio principal buscado por las organizaciones cuando implementan las MG.

Pero no todas alcanzan mejoras de productividad. En estos muchos casos la baja de desempeño de una MG se debe a que se la encara como una forma de mejorar la información.

Precisión, consistencia, información e integración completa debe ser el punto de partida y no el de llegada para una nueva MG. Sólo así podrá aprovechar el potencial analítico total de su nueva aplicación.

8. Utilice sus MG para integrar la cadena de valor con clientes y proveedores La cadena de valor con clientes y proveedores debe estar siempre presente en el momento de elegir su nueva MG.

Las mayores oportunidades de crecimiento se dan cuando la MG se aplica integralmente hacia delante y hacia atrás.

9. Asegúrese que los beneficios de su nueva MG llegan a sus clientes.

Frecuentemente las MG son apropiadas desde la visión técnica pero fallan en extender sus beneficios a los clientes.

Llegando con ellas a sus clientes profundizará su conocimiento sobre los mismos y fortalecerá la lealtad con su empresa.

10. Evalúe y adopte nueva tecnología MG que le permita potenciar su organización. Si bien no es completamente indispensable poseer la última tecnología, cada organización debería considerar un proceso para evaluar los nuevos adelantos en tecnología y de ese modo incorporar lo que sea necesario para alcanzar una mayor competitividad.

11. Propiedad Intelectual. Si decide soportarse con un consultor, asegúrese

que el conocimiento utilizado y desarrollado para su MG, quede concebido por su empresa para que garantice la continuidad y evolución de su MG.

www.cofinpat.com

De Planes Estratégicos...
a resultados operativos

Costeo Basado en Actividades
Balanced Scorecard
Servicios para Pymes
Proyectos de Inversión
Investigaciones de Mercado
Cursos y Talleres

¿Sus Costos Fiscales están por las Nubes?

¿Paga multas y recargos?

¿Tiene Documentadas sus operaciones Fiscales?

¿Tiene Contratos?

¿Cuenta con un Estado de su Situación Fiscal?

¿Cuenta con Estados Financieros?

¿Se los han explicado?

Hay una tormenta en puerta... y usted no lo ha notado... ¿ve las nubes negras?

www.cofinpat.com

¿Qué es un CRM?

Es difícil tocar este tema, pero lo intentare de la manera más fácil, y esto sale a colación por que esta pregunta me la hice algunos años atrás (ya casi una década) y note la importancia que tiene para las empresas. Y el día de hoy más que nunca.

¿Qué es un CRM?

El mundo ha sufrido profundas e importantes transformaciones, sobre todo en los últimos cinco años, impulsadas por el crecimiento de la Internet.

Al obtener en la Web un poderoso canal de comercialización y de comunicación más, el sector corporativo necesitó revisar algunos conceptos y reestructurarse. En la era digital, todo es muy rápido. La concurrencia está a la distancia de un simple clic del ratón.

Para poder competir en ese escenario, no basta con ofrecer productos y servicios con mejor calidad y precio. Se requiere, también, conocer al consumidor, ser capaz de satisfacerlo y no perderlo, después, continuar con la concurrencia.

En otras palabras, se hace necesario saber crear y administrar la relación con el cliente de tal forma que se genere valor para la compañía.

La gran pregunta es cómo hacer eso. No es casualidad que uno de los temas que más han llamado la atención de las empresas y que está siendo ampliamente debatido en los eventos específicos y en medios especializados sea precisamente el CRM - Customer

Basado en un Paper de NGC

Relationship Management -, una filosofía que involucra a personas, procesos y tecnología, y que contempla la creación de una sistemática para adquirir mayor conocimiento sobre el cliente a lo largo de toda la vida de éste y no sólo desde el momento en el que realiza una transacción comercial con la empresa.

Es un concepto nuevo que no tiene un respaldo propio en el mundo académico, sino que se ampara en los grandes padres de la Mercadotecnia, entre los que se encuentran: [Phillip Kotler](#) (autor del libro Administración de Mercadotecnia, considerada la bíblia de la Mercadotecnia), [Robert Kaplan y David Norton](#) (autores del libro Balanced Scorecard), [Patricia Seybold](#) (Cliente.com) y [Don Peppers y Martha Rogers](#) (autores de varias obras sobre el one-to-one Marketing o Mercadotecnia de Relacionamiento)

En términos simples, el CRM puede entenderse como una estrategia que permite a la empresa tener una visión de su cliente y, a partir de ahí, saber explorar las oportunidades de negocio.

Para eso es necesario aprovechar todas las interacciones que la corporación tenga con el cliente en el sentido de captar datos y transformarlos en información que pueda ser diseminada por la organización, permitiendo que todos los departamentos - centro de atención, ventas, mercadotecnia, dirección, etc. - vean al cliente de la misma forma, o sea, sepan quién es él, sus gustos y preferencias, cuántas veces se comunicó, reclamaciones que hizo,

sugerencias que dio, cuánto valor representa para la empresa, entre otras.

Actualmente, pocas corporaciones conocen a sus clientes con esa profundidad.

¿Y por qué eso es importante?

Estudios hechos en el mercado norteamericano concluyeron que, en un plazo de cinco años, una compañía pierde la mitad de sus clientes y gasta cinco veces más en la conquista de un nuevo consumidor de lo que en la retención de uno antiguo.

Otro dato interesante es que un comprador satisfecho comenta su compra con cinco personas, mientras que uno insatisfecho se queja de la empresa con nueve.

Por esos motivos, los principios básicos de la CRM sustentan la necesidad de saber identificar, diferenciar (por su valor y necesidades) e interactuar con el cliente para establecer una relación de aprendizaje continua y poder ofrecer una atención personalizada y que sea satisfactoria tanto para el consumidor, como para la compañía.

Toda la información relativa a esa relación del cliente con la empresa requiere ser compilada o recuperada en el momento en el que está ocurriendo el contacto, o sea, cuando el cliente se comunica, para que él sea reconocido y la empresa pueda aprovechar ese momento para obtener más información y también para ofrecer nuevos productos y servicios que se adapten al perfil de aquella persona en particular.

Para eso es necesario hacer uso

intensivo de la tecnología de la información.

Pero no sólo eso, también es necesario cambiar la cultura de la organización, a través de capacitación de personal. Implementar tecnologías de CRM sin hacer el rediseño de los procesos internos de la empresa y sin crear un modelo de relacionamiento y de atención al cliente, podrá ser sólo un proyecto de informatización del centro de atención o del área de ventas, sin conducir a los resultados esperados por la organización.

CRM no es Tecnología

Solamente porque la implementación de la filosofía de CRM requiere el empleo de tecnologías, se creó una cierta confusión en el mercado. Desde que el concepto atrajo la atención de los medios, el área de soluciones especializadas se animó fuerte y rápido.

Actualmente existe una infinidad de paquetes que se venden como CRM, pero no es verdad, contemplan sólo una parte de ella. CRM es mucho más que un conjunto de software.



Es un proceso continuo que incluye una estrategia de negocios, cambio de cultura dentro de la organización y uso de tecnología.

Por la gran complejidad, no se implanta CRM por una única vez y en una forma estándar. Así como los clientes son diferentes, también cada empresa difiere una de la otra.

Obedeciendo a esa lógica, el CRM es diferente de un negocio a otro.

warehouse (almacén de datos) para analizar los datos de millones de personas, el fabricante de navíos podrá emplear un sistema más simple porque el número de clientes es mucho menor.

Sin embargo, más que a las herramientas, es preciso considerar los conceptos, los procesos y entender cómo el modelo de CRM encaja dentro de aquella empresa en particular.

También es preciso tomar en cuenta los objetivos pretendidos por los accionistas de la compañía, incluso

CRM puede entenderse como una estrategia que permite a la empresa tener una visión de su cliente y, a partir de ahí, saber explorar las oportunidades de negocio.

Una operadora de telecomunicaciones, por ejemplo, que tiene millones de suscriptores, requiere de un proyecto de CRM diferente del de una compañía que produce navíos. ¿Y por qué una empresa que fabrica navíos requiere de un CRM? Porque por lo general un navío dura 50 años y, a lo largo de ese tiempo, la compañía requerirá administrar la relación con muchas personas y entidades.

Pero en cuanto a la operadora probablemente requerirá de un data

para analizar si un proyecto de CRM se justifica y, en caso positivo, por cuál punta deberá ser iniciado: por el centro de atención, por el área de ventas (automación de la fuerza de venta) o por la mercadotecnia.

Diferencial importante

Uno de los cambios importantes promovidos por la CRM habla respecto al tipo de información sobre el cliente que es posible recabar.

Hasta ahora, uno de los principales instrumentos utilizados por el área de mercadeo para obtener datos eran las investigaciones de mercado. Pero lo curioso es que esas investigaciones crean un ambiente artificial que interfiere con las respuestas dadas.

Otro detalle interesante es que las personas, en general, no dicen necesariamente lo que quieren, sino lo que piensan que quieren, y muchas veces no saben expresar lo que de hecho desean.

En ese sentido, las investigaciones son buenas para apoyar las estrategias de participación de mercado, pero ineficaces para apoyar estrategias de creación de mercados.

Los sistemas de CRM pueden captar otro tipo de información porque son capaces de registrar el comportamiento de las personas en los momentos de interacción real con la empresa.

Esos sistemas registran y monitorean

las navegaciones en sitios y las llamadas telefónicas.

Y las personas, con el tiempo, pasarán a exigir ese monitoreo para que, cuando se comuniquen o accedan al sitio de la empresa, puedan ser reconocidos y, de esa forma, no tengan que proporcionar nuevamente sus datos.

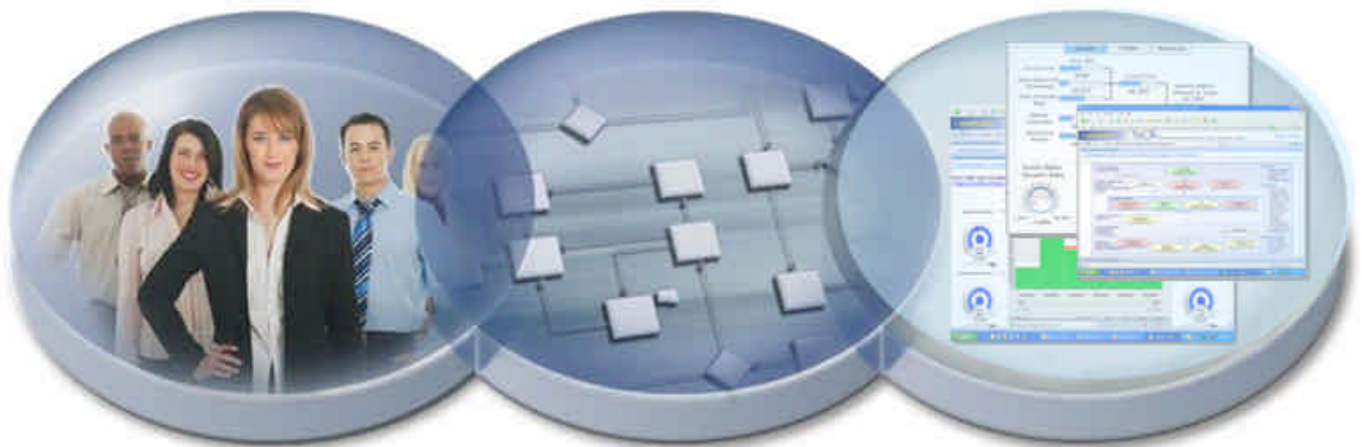
Esos clientes querrán que la compañía sepa de sus hábitos y preferencias para que el sitio pueda ser personalizado para su navegación o para que la atención telefónica pueda ser abreviada, con la solución rápida para su problema.

El concepto de CRM aún es nuevo, a pesar de que el tema ha estado en discusión desde 1999. Aún tomará cierto tiempo para que las compañías lo comprendan en toda su complejidad.

Para el pleno entendimiento de esa nueva filosofía, el conocer sólo la teoría y los principios no será suficiente.

Solamente con la vivencia e

intercambio de experiencias es que, paulatinamente, se podrán vislumbrar las dimensiones de la CRM, sus límites y sus posibilidades.



Tienes que darle Click



Por Andrés García Santa Rosa

Es fácil dar direcciones de Internet, pero saber de que se tratan o que tienen o al menos si valen la pena, pues eso es otro asunto. Y aun así, ¿bajo que criterios calificarlas?. No pretendemos juzgar o calificar, únicamente comentar lo que contienen y que pudiera ser útil.

Las opiniones a veces vertidas por los blogueros pueden no gustarnos, podemos no estar de acuerdo con ellos, pero a fin de cuentas, basándonos en el principio de la revolución francesa, de la libertad de expresión, seremos fieles a ello:

“...podre no estar de acuerdo con lo que dices, pero defenderé hasta la muerte tu derecho a expresarlo...”

Ponemos a tu disposición una lista de links, junto con el nombre o nickname de la persona que lo recomendó así como nuestros o/y sus comentarios .

La mayor parte de estos links ya han sido revisados personalmente o por algún colaborador.

Si tienes la dirección de algún link y lo recomendarías, envíanos un correo electrónico y lo publicaremos.

Recuerda que esta revista la hacemos entre todos y es de distribución digital gratuita.

No ponemos links de descargas, solo en el caso de software libre se harán públicos.

agsantarosa@hotmail.com



www.todobi.blogspot.com

Blog de Emilio Arias, autor español, especialista en Business Intelligence, lo recomendamos sus posts están relacionados con la tecnología y la gestión de desempeño. Ofrece links y recursos a otras páginas. Lo super recomendamos si estás interesado en estos temas.



www.analisisfiscal.net

Sitio web especializado en temas Fiscales, cuenta con una librería especializada en temas fiscales de México. La consultoría fiscal es realmente buena, las estrategias son excelentes y la atención personal es de primera.



www.ciberpatriotas.net

Sitio web que recoge columnas o posts de escritores de todas las corrientes ideológicas. En especial te recomiendo la de Alfredo Jalife Rhame, médico, escritor y humanista. Comentarios muy buenos de los demás. Tocan temas de política, economía, finanzas, ecología y el planeta en general. Vale la pena leer sus puntos de vista.