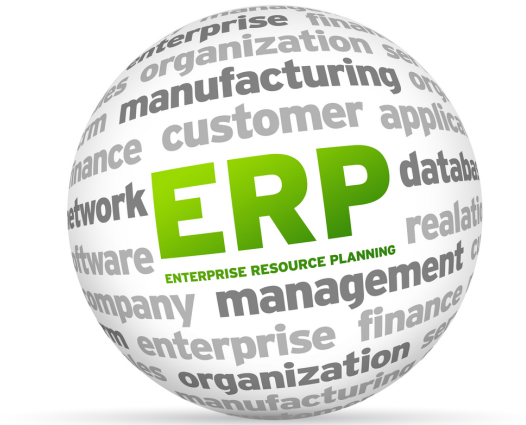
UNIDAD 5. SISTEMAS ERP Y CRM



Los sistemas ERP y CRM son de gran ayuda en la gestión empresarial.

Tabla de contenido

UNIDAD 5. SISTEMAS ERP Y CRM 1

Tabla de contenido 2

Introducción 3

Objetivos 3
Objetivo general 3
Objetivos específicos 4

5.1 ¿Qué es un ERP? 5

5.2 Evolución de los sistemas ERP 6

5.3 ¿Cómo funciona un ERP? 7

5.4 Características de un ERP 9

5.5 Definición de CRM 17

Resumen 21

Bibliografía 22
Referencias electrónicas 22

Introducción

Los ERP son sistemas integrales de gestión empresarial que están diseñados para modelar y automatizar la mayoría de procesos de la empresa en diferentes áreas. Su función es facilitar la planificación de todos los recursos de la empresa.

Se especializan en los problemas de las ineficiencias organizacionales creado por las llamadas islas de información, procesos de negocios y tecnología. En general, las organizaciones se apoyan en diferentes sistemas de información pero muy pocas adoptan sistemas que manejen sus procesos de manera integral. Esto ocasiona muchas veces que al momento se generan informes, se gaste mucho más tiempo y recursos para obtener información consolidada que permita tomar decisiones oportunas. La segmentación de los datos en sistemas separados podría tener un impacto negativo en la eficiencia y desempeño de la organización.

Los ERP ayudan a resolver estos problemas, proporcionando un solo sistema de información que integre los procesos de la organización y le permita a la vez tener una visión holística de los mismos.

Por su parte, los sistemas CRM se refieren a la Gestión de las Relaciones con los Clientes, centrada en hechos como el mantenimiento de clientes, su fidelización y en general su interacción con la empresa.
Sus principales objetivos se direccionan a dirigir, gestionar, mantener, informar y mejorar la relación con los clientes. La Gestión de la Relación con el Cliente, es un concepto que abarca tanto la tecnología como las herramientas que conducen a lograr ventajas competitivas.

Cualquier tipo de empresa, independientemente del área o sector en el que se sitúe, encontrará mejoras y beneficios mediante el uso de aplicaciones basadas en CRM.

En la presente unidad, se hace un estudio sobre los sistemas ERP y sistemas CRM, definiciones, características, estructura, alternativas e impacto en las empresas.

Objetivos

Objetivo general

Conocer las ventajas de los CRM, cuyo principal propósito es fortalecer la relación con los clientes.

Objetivos específicos

- Conocer los beneficios de los sistemas ERP en el contexto empresarial.
- Lograr que el estudiante reconozca los beneficios de los sistemas ERP.
- Explorar las utilidades de los sistemas ERP y CRM en cuanto a su integridad de datos y optimización de recursos.
- Identificar oportunidades de negocio a través de la implementación de los CRM.
- Identificar los beneficios de los ERP y CRM para implementar estos sistemas en las empresas, teniendo en cuenta que su orientación va dirigida a mejorar el servicio al cliente.
- Aprovechar las bondades de estos sistemas para establecer mejores relaciones con ellos, así como poder anticiparse al mercado.

5.1 ¿Qué es un ERP?

Figura 5.1 Planeación, recursos, empresa, cualidades del ERP.

Los ERP son sistemas de planeación de los recursos empresariales. Son un tipo de *software* que permite a las empresas controlar la información que se genera en cada departamento y en cada nivel de la misma.

La labor principal de los ERP, es integrar los departamentos donde antes había un sistema de información especializado para cada órgano de la empresa, los ERP son capaces de generar una base de datos limpia, donde se gestione la información en tiempo real y se pueda obtener los datos requeridos en el momento que se desee.

Algunas definiciones

Existen varias definiciones para los sistemas ERP. A continuación, se citan algunas para contemplar un panorama más amplio de lo que definen como Planificación de Gestión Empresarial:

> "Es un sistema de gestión de la información estructurado para satisfacer la demanda de soluciones de gestión empresarial, basado en el ofrecimiento de una solución completa que permite a las empresas evaluar, implementar y gestionar más fácilmente su

negocio. Se caracterizan por su modularidad, integración de la información, universalidad, estandarización e interfaces con otras aplicaciones. Son sistemas abiertos y en la mayoría de los casos multiplataforma

ERP es una herramienta que soporta de forma integrada los procesos de negocio de una compañía. Permite realizar operaciones como la generación de una orden de compra, registrar recepciones, ingresar y pagar facturas de proveedores, procesar la facturación, administrar el inventario, emitir balances, etc.

Solución de *software* que se enfoca en las necesidades de la empresa, tomando una visión de los procesos para cumplir los objetivos corporativos, buscando integrar todas las funciones de la empresa.

Un sistema de planeación diseñado para reducir el tiempo de respuesta, ciclo de producción, optimizar la calidad, mejorar el manejo de activos, reducir costos optimizando la comunicación.“ (Blog business, 2009).

Analizando las definiciones anteriores, se puede concluir que un ERP es un sistema que busca aumentar la eficiencia de los procesos de negocios, reduciendo tiempos, estandarizando y optimizando procesos y recursos, incluyendo cada uno de las actividades que se realizan dentro de la organización.

5.2 Evolución de los sistemas ERP

El concepto de ERP, se gestó durante la Segunda Guerra Mundial y ha vivido un largo proceso de cambios y adaptaciones. Es así como miles de productos tecnológicos que se comercializan actualmente de forma masiva, el “ERP nació dentro del área de la tecnología militar. Durante la guerra, el gobierno estadounidense utilizó unos sistemas especializados para gestionar los recursos materiales que se usaban en el frente de batalla denominados *MRP Systems* (Material Requirements Planning Systems o Sistemas de Planificación de los Requerimientos de Materiales)” (Monografías.com).

Se encuentra, tres etapas en la historia evolutiva de los ERP:

- En la primera etapa, vinculada a la época de los 80, todas las áreas de la organización se manejaban de forma heterogénea, mientras que los sistemas eran complejos funcionalmente y en su interfaz, con pocos automatismos, y cuyo principal logro fue la reducción de los costes y el aumento de la productividad vinculado a la automatización de los procesos.

- En una segunda etapa, con el surgimiento de nuevas necesidades de información y la evolución tecnológica de la informática, se mejoró la flexibilidad de los sistemas a la vez que se disminuyó la complejidad de la interfaz. La aparición de *Windows* convirtió la manipulación de estas herramientas en algo más amigable. Sin embargo, no existían redes y los paquetes estaban poco integrados.
- Finalmente, es en la tercera etapa cuando se reconocen los sistemas de gestión integrada, en donde se sitúan los ERP, cuya idea es mantener la información centralizada, generando posteriormente flujos de la misma según necesidades. Son sistemas más flexibles que presentan una interfaz única de trabajo, sin importar el módulo que se esté manejando y donde la calidad de la información es mejor.

5.3 ¿Cómo funciona un ERP?

Como cualquier *software*, un ERP funciona con base a una plataforma de programación, seguida por la gestión de un sin fin de bases de datos correspondientes a los distintos departamentos que se deseen integrar. Los sistemas ERP se organizan por medio de módulos, los cuales se conectan a distintas bases de datos, según lo que se requiera para cada departamento.

Existen (dos) 2 tipos de ERP: los de propietario y los de código abierto. Los de propietario, son hechos por empresas con fines de lucro que venden sus *software* y los implementan a las empresas que lo soliciten a un elevado costo; para poder utilizarlos se necesita obtener una licencia, más el costo de la implementación del *software* en la empresa.

Los ERP de código abierto son hechos por comunidades de programadores que sin fin de lucro, distribuyen sus ERP sin costo alguno, aunque esto no signifique que sea del todo gratuito, ya que la implementación genera un costo en la empresa y es necesario que una persona capacitada lo realice (conocidos como “partners”).

El trabajo más duro de un ERP, es el desarrollo del mismo, aunque existan los mismos ERP para diferentes empresas, no significa que estos realicen las mismas funciones; esto ocurre porque cada empresa es diferente y por lo tanto, necesita un desarrollo personalizado de los distintos módulos que mas utilice.

Un ERP debe integrarse dentro de la empresa; pues muy pocas organizaciones logran integrar estos sistemas desde el inicio. Es por esto, que la implementación dura más tiempo del esperado, pero el verdadero éxito del ERP radica en lo siguiente: una vez que el sistema ha sido correctamente implementado, es mucho más fácil el desarrollo

de nuevos módulos, departamentos y sistemas, como es el caso de organizaciones donde cambien constantemente sus productos, zonas de venta, insumos, etc.

Ventajas de los ERP

> "Como se ha mencionado anteriormente, la principal ventaja de los ERP es la gestión en tiempo real de la información, una ventaja que las empresas agradecen mucho por su fuerte interacción con la logística de información y productos, la cadena de abastecimiento, estadísticas financieras y otras áreas que utilizan información que cambia constantemente.
>
> La correcta implementación de los ERP repercute en el aumento de productividad de todos los departamentos, así como el mejor aprovechamiento del tiempo, donde antes se necesitaba tiempo para llevar un informe de un departamento a otro, ahora ese tiempo es utilizado en otras funciones" (Montaño Badilla).

Desventajas de los ERP

Aunque los sistemas ERP puedan generar un incremento de productividad, para muchas empresas es casi imposible pagar el costo de las licencias, implementación y sobre todo del mantenimiento del mismo, ya que son sistemas dinámicos. De nada sirve tener el mismo sistema en una empresa que crece y cambia día a día.

Además del costo, el tiempo que sugiere la implementación es un problema para las empresas, este problema empieza por la rigidez que tienen los ERP. Es difícil ,que una empresa en particular desarrolle su propio sistema, los ERP que son sistemas genéricos, tienen que ser adaptados a las empresas desde su estructura principal.

Otras de las desventajas de los ERP, es que se necesita instruir a los trabajadores de cada módulo que se vaya a asignar, esa especialización de los trabajadores genera un costo y tiempo, que tiene que emplear la persona para hacer un cambio en su estructura operativa, lamentablemente la resistencia al cambio presenta un problema muy grande.

Relación con la planeación en proceso

El flujo de información dentro de los ERP puede influir en las decisiones de producción dentro de un día, semana o año, ya que la información y estadísticas están siempre a la mano; además la producción se basa en la cantidad de insumos con la que se cuenta. Los ERP manejan eficientemente los insumos; a través de la logística de información se puede obtener lo que se quiera, cuando se necesite y producir lo que se requiera.

Dentro de la planeación de procesos, los ERP tienen su mayor influencia en la gestión de las bases de datos de manufactura y de producción; según la empresa y los módulos son suficientemente capaces de crear entornos de estimación de datos y guardar la información que se necesite en estos departamentos.

5.4 Características de un ERP

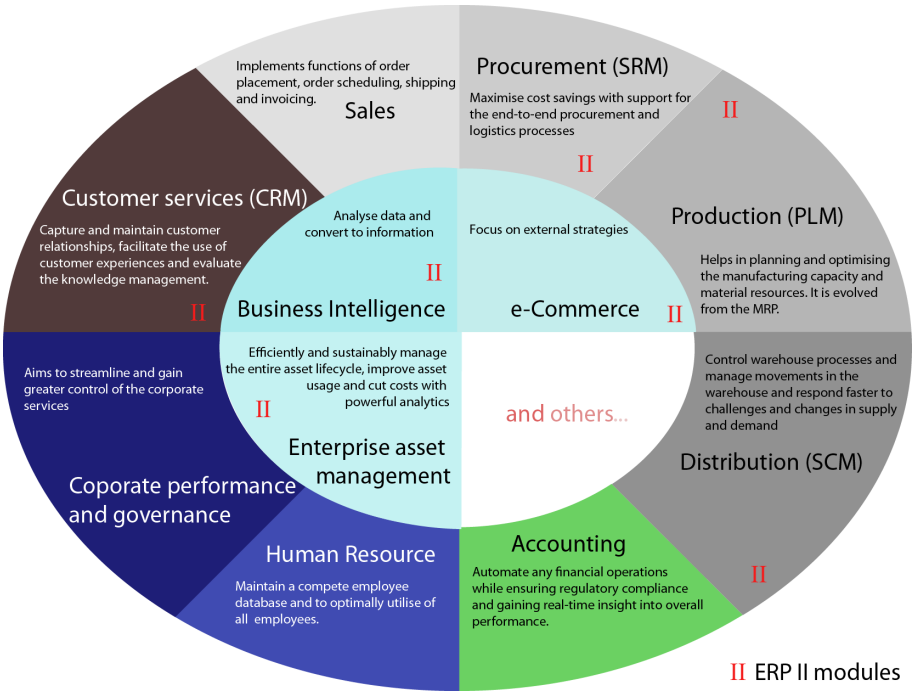


Figura 5.2 Módulos típicos del *software* ERP[1]

"Un sistema ERP es una solución informática integral, que esta formada por unidades interdependientes denominadas módulos:

- Los primeros y fundamentales son los denominados módulos básicos, de adquisición obligatoria y alrededor de los cuales, se agregan los otros módulos opcionales que no se adquieren obligatoriamente y se agregan para incorporar nuevas funciones al sistema ERP.

[1] "ERP Modules" by Shing Hin Yeung - Own work. Licensed under CC BY-SA 3.0 via Wikimedia Commons - http://commons.wikimedia.org/wiki/File:ERP_Modules.png#/media/File:ERP_Modules.png

- También existen los llamados módulos verticales y corresponden a módulos opcionales diseñados específicamente para resolver las funciones y procesos del negocio de un sector económico específico.

Son varias las empresas de la industria del *software* que diseñan, desarrollan y comercializan estas soluciones y aún existiendo diferencias en el producto final" (Benvenuto Vera, 2006), presentan las siguientes características:

- Arquitectura cliente/servidor.
- Base de datos centralizada, con consultas SQL y generación de informes.
- Interfaz gráfica de usuario con manejo de ventanas.
- Soporte de base de datos distribuidora.
- Sistemas iniciales para soporte de decisiones.
- Manejo electrónico de datos e intercambio de los mismos.
- Interoperatividad con múltiples plataformas (Windows NT y Unix por ejemplo).
- Manejo de interfases de programación con interoperatividad con otras aplicaciones de otros programas.
- Intercambio de datos utilizando Internet.
- Comunicación entre clientes y proveedores.

Características generales

Cualquier sistema debe poseer una mínima cantidad de características para ser calificado como una verdadera solución ERP. Estos aspectos básicos son:

- Flexibilidad: un sistema ERP debe ser flexible para responder a las necesidades cambiantes de las organizaciones.
- Modular y abierto: significa que cualquier módulo pude ser separado o interceptado en cualquier momento que sea necesario, sin afectar a los demás módulos.
- Comprensivo: debe ser capaz de soportar una variedad de funciones organizacionales y debe ser adecuado para un amplio rango de empresas.

Características técnicas

Lenguajes

De una manera muy simplificada, se puede decir que las aplicaciones ERP han de haber sido construidas con lenguajes de programación como: *C, Visual C++, Visual Basic, Java*, *Delphi* y las herramientas de programación visual como *Power Builder, Visual Age*, y otras similares.

Lo más indicado, es que el proveedor de *software* suministre una serie de potentes - componentes reutilizables (Active X, Java Beans u otros) y procedimientos almacenados en la base de datos. Estos pueden ser utilizados por el usuario o su consultor para añadir programación, sin afectar a la estructura de la programación y permitiendo las actualizaciones futuras por parte del proveedor sin ningún problema.

Arquitectura

La arquitectura Cliente-Servidor en tres capas es la más recomendable por sus altas prestaciones, seguridad y flexibilidad.

Sistemas operativos

Windows NT, Novell *Netware*, OS/2, *Unix* y *Linux* son las opciones que quedan en el mercado, estando *Netware*, OS/2 y *Unix* estables o en declive y *Windows NT* y *Linux*.

Bases de datos

Las más recomendables son las que se han convertido en universales y tienen una empresa de *software* de garantía: *SQL Server de Microsoft, Oracle, Btrieve de Pervasive, Informix, y DB2 de IBM*.

Estructura de los sistemas ERP

> "Los sistemas ERP integran dos (2) tipos de datos obtenidos a partir de otros *software* de planificación empresariales; en primera instancia, el ERP se basa en el manejo interno de la empresa, por lo que se concluye, que no obtiene información del trato con los clientes, es por ello que se les llama (Back Office o Trastienda). Para obtener información externa a la empresa que puede afectar la procesos internos, hay sistemas de apertura de datos (Front Office) que tratan la relación administrativa del consumidor o servicio al consumidor (CRM); es decir, que estos tratan directamente con los clientes o sistemas de negocio electrónicos y además trata con los proveedores (SRM)" (Mora Roa, 2011).

Adopción de un ERP

Las tendencias actuales y futuras, están obligando a las empresas a aumentar su competitividad, por lo que necesitan la optimización e integración del flujo interno de información y sus relaciones comerciales externas, para conseguir objetivos básicos como son la productividad, calidad, el servicio al cliente y la reducción de costes.

La adopción de un ERP es un proceso complejo, conformado por etapas bien diferenciadas:

- **Establecer la necesidad del cambio:** no se debe iniciar el cambio de manera apresurada, tomando en cuenta que este plan incluye el reemplazo de todas las herramientas que soportan los procesos de negocios. Se debe verificar la situación actual y complementarla con los objetivos del negocio. Debe conseguirse el consenso de los distintos niveles ejecutivos de la empresa para establecer la necesidad del cambio.

- **Selección de la solución**: es necesario definir los responsables de las tomas de decisiones, los criterios de evaluación de las posibles soluciones, el análisis de las alternativas así como evaluar y elegir la que mejores beneficios brinde a la organización.

- Implementación de la solución.

- Puesta en marcha.

- Impacto en la organización.

Integración con otras aplicaciones

De las cuales se dividen en:

- **Integración de la información financiera**. - El *CEO* (Chief Executive Officer) siempre busca tener información financiera veraz; en su búsqueda financiera, se puede encontrar con muchas versiones diferentes a la real. Cada departamento tiene por lo regular sus propios números financieros, finanzas, tiene su propio juego de números, el área de ventas tiene otra versión y las diferentes unidades comerciales de la empresa pueden tener sus números propios referentes a cuanto están contribuyendo para la empresa. Con la implementación de los ERP todos tendrán solo una versión de los números, con esto no habrá vuelta de hojas, todo estará unificado.

- **Integración de la información de los pedidos de los clientes** - Con los sistemas ERP es posible centralizar y darle un seguimiento a los pedidos de los clientes, desde que se recibe el pedido hasta que se surte la mercancía. Esto en lugar de tener varios sistemas, los cuales se encarguen del seguimiento de los pedidos y originan problemas de comunicación entre los sistemas. Con los ERP es más fácil.

- **Estandarizar y agilizar los procesos de manufacturación – Compañías manufactureras** – Los sistemas de ERP vienen con los métodos estándares para automatizar algunos de los pasos de un proceso de fabricación. Estandardizar esos procesos y usar un solo sistema informático integrado, pueden ahorrar tiempo, aumentar productividad y reducir la cuenta principal.

- **Minimiza el inventario** - Los ERP agilizan el flujo del proceso industrial más fácilmente y mejora la visibilidad del proceso de cumplimiento de orden por parte de la empresa. Eso puede originar que los inventarios sean reducidos, ayuda a los usuarios para que desarrollen mejores planes de entrega con respecto a los pedidos de los clientes.

- **Estandarización de la información de RH (Recursos Humanos)** – Especialmente en compañías con múltiples unidades de negocios, RH puede no tener un simple método unificado, para seguir el tiempo de los empleados y comunicarse con ellos sobre beneficios y servicios. ERP puede encargarse de eso.

Para arreglar estos problemas, las compañías a menudo pierden de vista el hecho que los sistemas o paquetes ERP no son más que unas representaciones genéricas de las formas típicas de hacer negocio en las empresas. Mientras que la mayoría de los paquetes son exhaustivamente integrales, cada industria tiene sus características que las hace únicas.

La mayoría de los sistemas de ERP fueron diseñados para ser usados para las compañías industriales discretas. Sin embargo, hay industrias que se han relacionado fuertemente con los vendedores de ERP para que estos desarrollen su centro de negocios con base a las necesidades de la empresa.

Impacto de los ERP en las empresas

Actualmente, con el rápido crecimiento de las empresas y la necesidad de tener una mejor administración de recursos y procesos, es de gran importancia contar con una herramienta que ayude a las empresas a coordinar mejor sus activos, procesos y recursos; es decir, un sistema ERP (enterprise resource planning).

Las ventajas de contar con un sistema ERP son muchas. Primero, permite integrar todos los procesos del negocio, optimizando recursos en diversas áreas como: recursos humanos, finanzas, operaciones, entre otros. Otras ventajas son, que permite aumentar la productividad del negocio, llevar un mejor control de los costos y en general, mayor control de toda la empresa.

Un aspecto muy importante es que los sistemas ERP incrementan la disponibilidad de la información, permitiendo a la compañía tener información en tiempo real tanto para la toma de decisiones como para hacer pronósticos más acertados sobre el desempeño de la empresa.

Se pueden mencionar varios casos de éxito de las empresas que han implementado un sistema ERP. Uno de ellos es el de *Burger King*, que poseía mucha información de diferentes áreas del negocio y quería lograr una mejor administración y relación de las funciones. Al implementar un sistema ERP que maneja diversos módulos (administración, finanzas, tesorería, recursos humanos, entre otros), *Burger King* logró una excelencia operativa e impulsó el crecimiento de la empresa; ya que le permitió relacionar las operaciones críticas del negocio para poder manejarlo mejor.

Otro caso de éxito es el de la compañía Jaguar en España, que adoptó un sistema ERP para dar una mejor solución al rápido crecimiento que estaba teniendo.

Es importante destacar, que el sistema ERP es una poderosa herramienta para procesar e interpretar la información financiera con mayor efectividad, mejorando el desempeño del negocio tanto a corto como a largo plazo.

Implementación de un ERP en la empresa

Un sistema de información para la gestión ERP, se puede definir como una aplicación de gestión empresarial que integra el flujo de información, consiguiendo así mejorar los procesos en distintas áreas (financiera, de operaciones, marketing, logística, comercial, recursos humanos). Así, los objetivos principales de los sistemas ERP para la implementación en una organización son:

- Optimización de los procesos empresariales.
- Acceso a información confiable, precisa y oportuna.
- La posibilidad de compartir información entre todos los componentes de la organización.
- Eliminación de datos y operaciones innecesarias.

- Reducción de tiempos y de los costes de los procesos.

Tras ver las amplias posibilidades de un ERP, es importante señalar que la correcta implantación de un ERP conlleva incrementos radicales de productividad así como la posibilidad de tener mejor información en la toma de decisiones. La implantación de un ERP, en la mayoría de los casos, no se plantea para conseguir pequeñas mejoras sino mejoras radicales.

Para valorar la complejidad de una implantación de ERP, se deben tener en cuenta los siguientes seis elementos:

- "**El ERP (sistema de información para la gestión).** A priori, puede parecer la pieza más importante del proceso de implantación, aunque, como se observará más adelante, no es así. La correcta gestión del cambio es más importante que el propio ERP en sí.
  En el mercado, se pueden encontrar centenares de ERP con características y precios distintos. Por un lado, se encuentran ERP horizontales (que sirven para cualquier tipo de organización de cualquier sector) y ERP verticales (desarrollados o parametrizados para atender a las necesidades concretas de un sector).
  Lo básico es entender que cada organización tiene unas necesidades distintas, y que el ERP y su parametrización dependerá de estas necesidades. Por ello, como un ERP no es una solución "tipo" y las soluciones válidas para otras organizaciones pueden no ser válidas para la nuestra" (Blas Estrada, 2006) .

- **"Las personas y la cultura de la organización.** Las personas son clave en las organizaciones y el impacto de una implantación de un ERP sobre ellas es muy importante. Obviamente, la gestión del cambio es un elemento clave.
  Por ello, el correcto análisis de los requerimientos de los usuarios e integrarlos desde el primer momento de la implantación es clave, para conseguir buenos resultados con el proyecto. Además, se deben definir exactamente las mejoras que va a obtener cada una de las personas de la organización con la implantación y definir un plan de comunicación para "vender" el proyecto a todas las personas de la organización.
  También, es poco habitual que las organizaciones cuenten con personal con una visión tanto de negocio como de tecnología que consiga liderar el proyecto, por lo que el trabajo de consultores externos y en concreto del director de proyecto, es muy importante.

- **La estrategia.** El proceso "ideal" sería que el plan tecnológico - incluyendo el ERP y su *hardware* asociado- soporte la estrategia corporativa y no al contrario, como algunos fabricantes de ERP mantienen.
  Básicamente, la idea es que teniendo perfectamente definida la estrategia de la organización, se asocie a ella los recursos tecnológicos necesarios para que sea posible ejecutarla.

- **El *hardware***. Aunque en principio el *hardware* no es la parte más compleja de la implantación, en algunos casos se encuentra que la mala elección del *hardware* o diseño del sistema, hace disminuir el rendimiento global de la implantación.
  En este sentido es básico definir exactamente los requerimientos del sistema y así diseñar la solución de manera que no se invierta ni más ni menos de lo necesario.

- **Los procesos.** Se ha de considerar que además de las personas, los procesos son los que definen la eficiencia y eficacia de la organización. Por ello, en el proyecto de implantación de ERP se deben redefinir los procesos para mejorar su eficiencia y eficacia.
  El enfoque correcto, es redefinir los procesos – con las posibilidades que el ERP ofrece - como un paso previo a la implantación y que los nuevos procesos sean soportados por el ERP.
  Lo habitual es encontrar implantaciones de ERP en los que, tras la implantación, se ejecutan los procesos exactamente igual que antes del ERP. Este es un gran problema ya que no se consigue ninguna mejora en los costes o tiempos de los procesos.
  Aunque se tenga el mejor ERP del mundo, si los procesos no se remodelan, seguirán siendo igual de eficientes o ineficientes como lo eran hasta el momento de la implantación y entonces, la implantación del ERP tendrá bajo o nulo impacto en la eficacia y eficiencia.

- **El resto de aplicaciones de gestión existentes en la organización.** Cada vez es más usual que las organizaciones tengan distintas aplicaciones para la gestión. Entre las aplicaciones más habituales están las herramientas propias o sectoriales (por ejemplo cálculo de presupuestos), las de gestión de relaciones con los clientes (CRM), *Business Intelligence*, Gestión de la cadena de suministro (SCM), etc.
  En la mayoría de las ocasiones, todas las aplicaciones han de estar conectadas con el ERP para conseguir una gestión de la información eficiente. Por ello, la integración entre las distintas aplicaciones (EAI) es una tarea cada vez más compleja y que condiciona los resultados finales de la implantación" (Blas Estrada, 2006).

En este sentido, también es importante valorar las ventajas e inconvenientes que tienen todas las aplicaciones de gestión, sean del mismo fabricante. En cuanto a las ventajas, obviamente la integración es mejor y más sencilla. Sin embargo, elegir todas las soluciones del mismo fabricante resta libertad en el proceso de decisión.

Es importante señalar, que todo el planteamiento aquí desarrollado es aplicable tanto para organizaciones que se plantean por primera vez como organizaciones que ya tienen un ERP y quieren reemplazarlo o mejorar los resultados.

5.5 Definición de CRM

Figura 5.3 Modelo de gestión (Custumer Relationship Management)

"La definición de CRM (Customer Relationship Management) engloba 2 conceptos: la estrategia de negocio focalizada hacia el cliente, como a toda las aplicaciones informáticas, tanto *software* como *hardware* conocidas como *front office* necesarias para procesar, analizar y exponer la información resultante para medir; y retroalimentar la estrategia de negocio desarrollada.

Existen multitud de definiciones acerca del CRM que expresan la esencia de la anterior definición, a continuación se exponen unas cuantas de ellas:

- El CRM consiste en una estrategia de la organización en la cual centra sus esfuerzos en el conocimiento de sus clientes, detectando sus necesidades, aumentando su grado de satisfacción, incrementando su fidelidad a la empresa e incrementando la rentabilidad o beneficios del cliente a la empresa, mediante el análisis de las informaciones extraídas por los clientes desde los diferentes canales o medios de comunicación.
- El CRM se refiere a aquellas aplicaciones que las empresas pueden utilizar para administrar todos los aspectos de sus encuentros con los clientes. Un sistema CRM puede incluir todo, desde tecnología para la recolección de datos en las llamadas telefónicas del área de ventas, hasta sitos *web* de autoservicio donde los clientes pueden aprender acerca de los productos y de su compra, o el análisis de los clientes y los sistemas de administración de campaña.

- CRM es una estrategia general que permite a la empresa contactarse en forma eficiente con sus clientes. Así las soluciones CRM integran las tecnología de la información (TI) junto a la telefonía para que las compañías puedan identificar, atraer y aumentar la retención de clientes fieles a través de la administración de dicha razón.

- El CRM es un concepto genérico en el que se denomina a las diversas soluciones de *hardware y software* que se están ofreciendo hoy en el mercado y, se centra en lo que estas empresas llaman el "front office" que integra a las áreas de ventas, *marketing*, publicidad, *Internet*, canales, etc. En conclusión, es la nueva generación informática y, se enfoca en las soluciones de negocios, ya que hasta hace poco estas empresas de *hardware y software* ofrecían en este campo solo productos aislados. La diferencia es que hoy se ha logrado integrar soluciones completas" (Dominguez Gonzalo, 2014).

Historia de los CRM

La administración de las relaciones con los clientes clásica, surgió de los beneficios que compañías como *Digital, IBM, Wang y Xerox* encontraron en el intercambio de información respecto a los clientes entre los técnicos de campo y los grupos de ventas.

A principios de la década de los noventa, omitieron las formas con papel carbónico y empezaron a manejar el correo electrónico y los informes automatizados. Hoy en día el soporte de campo para los empleados de ventas y servicios sigue siendo un factor importante en CRM, pero ahora las herramientas incluyen teléfonos equipados con visualizadores y computadoras portátiles conectadas remotamente con las oficinas centrales y con extensos sistemas de base de datos. El auge del CRM cambió el término centro de atención por centro de interacción. Los agentes aún utilizan los audífonos tradicionales, pero ahora también utilizan correo electrónico, fax, voz a través de *Internet*, navegación compartida, chat con texto y varios métodos de intercambio electrónico de información para trabajar con los clientes.

Cómo funciona un CRM

Las aplicaciones CRM realizan las siguientes funciones de negocios:

- Automatización de las ventas: le proporciona a los profesionales de ventas acceso a la información crítica de clientes y las herramientas que mejoran su habilidad para vender efectivamente, como también la de administrar su tiempo. Por ejemplo: administración de contactos, funciones de calendario, herramientas de producción, modelos de configuración.

- Automatización de *marketing*: le proporciona a los departamentos de *marketing* las herramientas para administrar campañas, generar iniciativas y *datamining*.

- Servicio al cliente y soporte: le permite a la empresa manejar las preguntas, los problemas o asuntos de los clientes de forma efectiva y eficiente. Mientras que la satisfacción del cliente es el principal objetivo, muchas organizaciones están

buscando aumentar ingresos al mismo tiempo que proporcionar servicio al cliente a través de la venta cruzada.

- Administración canal / Manejo de relación con socios: extiende las capacidades CRM a las necesidades de canales de ventas extendidas como distribuidores y distribuidores de valor agregado. Las aplicaciones CRM le permiten a las compañías distribuir iniciativas y administrar promociones por fuera del equipo de ventas de la empresa.

- Escritorio de ayuda interno (Helpdesk): soporta a los usuarios internos a través de aplicaciones que cubren el manejo y soporte de red, registro y resolución de llamadas y soporte de clientes internos.

Las ventajas del CRM

Además de reducir sus costes empresariales, un mejor servicio de atención al cliente significa fidelidad a largo plazo y, en última instancia, mayores ingresos. Con el CRM se puede:

- Establecer un diálogo continuo con sus clientes utilizando, por ejemplo, la web para comunicarse con ellos directamente.

- Conocer mejor las necesidades de sus clientes y ofrecerle soluciones personalizadas.

- Maximizar la eficacia de sus iniciativas gracias a la información que usted tiene de su cliente.

- Conectar sus departamentos, permitiéndoles acceder a la misma información actualizada en tiempo real.

- Dirigirse al cliente de un modo coherente desde cualquier punto de la estructura de su empresa.

Implementación de un CRM

"En el proceso de implementación de un sistema CRM no debe estar involucrado sólo la parte tecnológica, sino que toda la empresa debe vivir la aventura de la adopción del CRM, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Determinar las funciones que se desean automatize.

- Automatizar sólo lo que necesita ser automatizado.
- Obtener el soporte y compromiso de los niveles altos de la compañía.
- Emplear inteligentemente la tecnología.
- Involucrar a los usuarios en la construcción del sistema.
- Realizar un prototipo del sistema.
- Capacitar a los usuarios.
- Motivar al personal que lo utilizará.
- Administrar el sistema desde dentro.
- Mantener un comité administrativo del sistema para dudas o sugerencias.
- Con la implementación del sistema CRM, la compañía deberá ser capaz de anticiparse a los deseos del cliente. El sistema debe ser un medio para obtener información sin llegar al grado de acosar al cliente.
- La velocidad de respuesta debe ser alta, ya que el usuario no va a esperar eternamente, además de ofrecer varias opciones para que éste pueda establecer contacto con la empresa. Un "one stop call" y servicio de 24 horas sería lo ideal para el usuario.
- El verdadero significado de CRM para la empresa es incrementar ventas, incrementar ganancias, incrementar márgenes, incrementar la satisfacción del cliente y reducir los costos de ventas y de mercadotecnia" (Vásquez Sánchez, 2009).

Resumen

Existe una confusión entre lo que implica el uso de un ERP (Enterprise Resource Planning; Administración de la Relación con los clientes) y el uso de un CRM (Customer Relationship Management; Planeación de Recursos Empresariales). Muchos asumen que el CRM es una segunda generación del ERP, lo cual no es cierto, dado que se trata de dos sistemas que, aunque complementarios, son distintos.

El ERP se ha desarrollado más que el CRM, entendiendo que las compañías se dedicaron más al desarrollo de *back office* (Sistemas enfocados al interior de la empresa), que el desarrollo del *front office* (Sistemas enfocados al exterior de la empresa), sin embargo, este último, se estima crecerá más rápido que el primero. El ERP ya entró en una etapa de maduración, entonces las empresas tenderán a invertir en CRM cuando ya tiene marchando sus procesos transaccionales.

Otro factor muy importante que ha provocado el avance de CRM es que la mayoría de los proveedores de ERP han comenzado a integrar aplicaciones de CRM, intentando hacer que las empresas entren de lleno al *e-business*. Para desarrollar un conjunto completo de *e-business* es importante tomar en cuenta que no es suficiente desarrollar el ERP, sino también hay que extender el sistema hacia los siguientes frentes: CRM, *Supply Shift Management, E-procurement y Business Intelligence*. No se puede responder enfáticamente a la pregunta ¿es posible utilizar CRM antes de tener un ERP? Ya que muchas empresas han desarrollado CRM con buenos resultados sin tener implementado un ERP con anterioridad.

Sin embargo, algunas compañías han tenido experiencias funestas al implementar, en primera instancia un CRM antes de el ERP, ya que se conectaban de forma ágil y rápida con sus clientes, asegurando grandes volúmenes de transacciones; pero no tenían automatizada la parte del *back office*, de tal forma que empezaron a fracasar por el lado de los inventarios, los ingresos, las órdenes de compra y venta y los pedidos. Es importante mencionar que el uso de ERP se ampliará, ya que las PyMES podrán acceder a este tipo de tecnología aprovechando los programas de financiamiento y los modelos ASP, sin tener que contar con un departamento de sistemas y sin hacer desembolsos importantes.

Bibliografía

- Cohen, D. Sistemas de información para la toma de decisiones. México: Ed. McGraw Hill. Última edición.
- Gómez Vieites, Á., Suárez Rey, C. (2006). Sistemas de Información. Herramientas Prácticas para la Gestión Empresarial. RA-MA Editorial. p. 1-256. ISBN 978-84-7897-683-6.
- James, A., Senn. Análisis y Diseño de Sistemas de Información. Mc Graw-Hill.
- Laudon, K. Administración de los Sistemas de Información.
- Mcconnell, S. Desarrollo y Gestión de Proyectos Informáticos.
- Mc Leod, R, Jr. Sistemas de Información Gerenciales. Séptima Edición.
- Obrien, J. Sistemas de Información Gerencial.
- Stair, R, M., Reynolds, G W. Principios de Sistemas de Información. Cuarta Edición.

Referencias electrónicas

- Benvenuto Vera, Á. (2006). Implementación de sistemas ERP, su impacto en la gestión de la empresa e integración con otras TIC. Recuperado el 27 de abril de 2015, de Conferencia académica permanente de investigación contable - Capic: http://www.capic.cl/capic/media/ART3Benvenuto.pdf

- Blas Estrada, I. (13 de octubre de 2006). ERP en el Perú: experiencias de implantación, éxitos y fracasos. Recuperado el 27 de abril de 2015 , de Erpulima.blogspot.com: http://erpulima.blogspot.com/2006/10/erp-en-el-peru-experiencias-de.html

- Blog business. (27 de mayo de 2009). Tecnologías CSM, ERP Y EDI. Recuperado el 24 de Abril de 2015, de Blog business: blogbusinesscivil.blogspot.com/2009_05_01_archive.html?m=1

- Dominguez Gonzalo, E. (marzo de 2014). El CRM ¿Qué es? Recuperado el 27 de abril de 2015, de Google books: https://books.google.com.co/books?id=mL5pAwAAQBAJ&pg=PA10&lpg=PA10&dq=La+definici%C3%B3n+de+CRM+%28Customer+Relationship+Management+%29+engloba+2+conceptos:+la+estrategia+de+negocio+focalizada+hacia+el+cliente,+como+a+toda+las+aplicaciones+inform%C3%A1tic

- Montaño Badilla, Ricardo. (10 de febrero de 2010,). Sistema ERP. Definición, funcionamiento, ventajas y desventajas. Recuperado de http://www.gestiopolis.com/sistema-erp-definicion-funcionamiento-ventajas-desventajas/

- Monografías.com. (s.f.). ERP y la parte -E- de la empresa. Recuperado el 24 de abril de 2015, de Monografías.com: www.m.monografías.com/trabajos7/erpe/erpe.shtml

- Mora Roa, F. (2011). Evaluació0n del impacto organizaciónal de la implementación de un ERP en empresa pública colombiana - Caso de estudio. Recuperado el 24 de abril de 2015, de Bdigital Repositorio institucional de la Universidad Nacional de Colombia: http://www.bdigital.unal.edu.co/4008/1/822072.2011.pdf

- Vásquez Sánchez, J. R. (noviembre de 2009). Estrategia CRM: generando valor y fidelización en los clientes. Recuperado el 27 de abril de 2015, de Eumed.net: http://www.eumed.net/ce/2009b/jrvs.htm

- Madrigal Hernández, F. (s.f.). ERP: ¿Qué es?, Beneficios e impactos en las Compañías. Recuperado el 27 de abril de 2015, de Monografías.com: http://www.monografias.com/trabajos29/beneficios-erp/beneficios-erp.shtml

- Benvenuto Vera, Á. (2006). Implementación de sistemas ERP, su impacto en la gestión de la empresa e integración con otras TIC. Recuperado el 27 de abril de 2015, de Conferencia académica permanente de investigación contable - Capic: http://www.capic.cl/capic/media/ART3Benvenuto.pdf

- Navarro, E. (11 de mayo de 2013). Implementaciones exitosas de ERP. Recuperado el 27 de abril de http://www.gestiopolis.com/implementaciones-exitosas-erp/

- Web and Macros. (s.f.). CRM - Customer Relationship Management. Recuperado el 27 de abril de 2015, de Web and Macros: http://www.webandmacros.com/crm.htm

- Vargas, J A. (9 de julio de 2013). Estrategia de CRM Customer Relationship Management. Recuperado el 27 de abril de 2015 de http://www.gestiopolis.com/estrategia-de-crm-customer-relationship-management/