



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO



TECNOLOGICO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
DE HUAUCHINANGO

MERCADOTECNIA ELECTRONICA

UNIDAD:

TECNOLOGIAS DE INVESTIGACION

“REPORTE DE INVESTIGACION”

DOCENTE:

ALICE DEL CARMEN OLTRA LECHUGA

PRESENTA:

ISABEL DE JESUS HERNANDEZ ISLAS

HUAUCHINANGO, PUE., 08 DE ABRIL DEL 2023

INDICE

INTRODUCCION	1
MARCO TEORICO	2
<i>INTERNET.....</i>	<i>2</i>
<i>TERMINALES MOVILES</i>	<i>5</i>
<i>ERP.....</i>	<i>6</i>
<i>CALL CENTER</i>	<i>10</i>
<i>WEB CENTER</i>	<i>13</i>
<i>CRM.....</i>	<i>15</i>
<i>CMS</i>	<i>18</i>
CONCLUSION.....	21
REFERENCIAS	22

INTRODUCCION

En la era digital en la que vivimos, la tecnología ha transformado radicalmente la forma en que las empresas operan, interactúa con sus clientes y gestionan sus recursos. En este contexto, herramientas como Internet, terminales móviles, sistemas de gestión empresarial (ERP), sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM), sistemas de gestión de contenidos (CMS) y centros de llamadas (Call Centers) han surgido como pilares fundamentales para la eficiencia y el crecimiento empresarial. Desde la conexión global proporcionada por Internet hasta la gestión ágil de la información facilitada por los CMS, cada una de estas herramientas desempeña un papel primordial en el panorama empresarial moderno. En esta exploración, examinaremos el surgimiento, las características, las ventajas y las desventajas de estas herramientas tecnológicas clave, así como su impacto en la manera en que las empresas operan en la actualidad.



MARCO TEORICO

INTERNET

El término "Internet" se refiere a la red de comunicaciones global que conecta muchos dispositivos en todo el mundo para compartir y acceder a información pública y privada.

Esta red utiliza un protocolo estándar para comunicarse entre dispositivos.

Internet utiliza una variedad de protocolos, recursos y servicios para operar una variedad de redes de comunicaciones, incluidas líneas telefónicas, cables, fibra óptica y tecnologías de conectividad inalámbrica como 4G (LTE) y 5G.

Acceso a recursos disponibles en Internet, como sitios web, aplicaciones y servicios en línea, navegadores web (como Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Microsoft Edge, etc.). Estos navegadores permiten a los usuarios interactuar con el contenido web de forma intuitiva y eficiente.

SURGE

Se origina en el año 1969 en Estados Unidos, cuando la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada ARPA, hoy conocida como DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency), inició esfuerzos para mejorar los sistemas de comunicación remota entre su red de computadoras.

Sin embargo, no fue hasta la creación de la Red de la Agencia para los Proyectos de Investigación Avanzada (Advanced Research Projects Agency Network) que se pudo establecer una red de comunicaciones de alta velocidad con el propósito de desarrollar una red de computadoras que permitiera a centros de investigación y defensa mantener comunicaciones remotas sin interrupciones en caso de ataques o destrucción de nodos.

Para el año 1983, la ARPANET comenzó a utilizar protocolos TCP/IP para facilitar la comunicación entre computadoras. Posteriormente, a finales de los años ochenta, se introdujo el servicio World Wide Web (WWW), el cual utilizó Internet como medio de transmisión para permitir la consulta remota de archivos de hipertexto. Este fue el primer concepto de uso de computadoras y enlaces para crear una red interconectada.

VENTAJAS

- Velocidad en la comunicación.
- Acceso a múltiples contenidos.
- Difusión de contenidos propios.
- Simplificación de procesos.
- Masificación del conocimiento.
- Espíritu colaborativo.
- Interacción con grupos de interés.
- Generación de nuevos empleos.
- Acceso a nuevos formatos de entretenimiento.
- Nuevas dinámicas sociales.

DESVENTAJAS

- Uso de datos personales con fines desconocidos.
- Estimula el sedentarismo.
- Delincuencia digital.
- Acoso en línea.
- Publicidad invasiva.
- Spam.
- Noticias falsas.
- Exposición a contenido inapropiado.
- Puede generar adicción.
- Limita la comunicación cara a cara.

CARACTERISTICAS

- Ofrece información las 24 horas del día, y se puede acceder a ella siempre y cuando la conexión sea posible.
- Es de carácter público.
- No pertenece a ningún ente, es de orden universal y descentralizado, por lo que no hay puntos de control a nivel jerárquico.
- Es colaborativo, es decir, toda persona puede compartir información en Internet.
- Es de crecimiento ilimitado y colaborativo, permitiendo nuevas conexiones a la red de forma compartida.
- Genera rastro a partir de cada interacción que realizan los usuarios, de manera que se puede ofrecer una experiencia personalizada adaptada a sus intereses y preferencias. No obstante, es una red anónima que no exige que los usuarios se identifiquen para su uso.
- Puede consultarse desde cualquier dispositivo de forma inmediata, y los mensajes se transmiten de forma instantánea.
- Sus usos pueden ir desde la búsqueda de información, pasando por la investigación, contacto social, comunicación inmediata, educación hasta llegar a operaciones financieras.



TERMINALES MOVILES

Se trata de un dispositivo compacto, similar a un teléfono inteligente, pero con la potencia de una computadora estándar. A pesar de su tamaño reducido, puede realizar múltiples funciones gracias a un software especializado. Es especialmente útil en diferentes etapas de la cadena de suministro, permitiendo el acceso a información y aplicaciones desde cualquier lugar, la recolección de datos y la actualización en tiempo real del estado de los procesos.

Algunas de estas terminales están equipadas con tecnología de reconocimiento de voz, lo que posibilita realizar tareas sin necesidad de usar las manos, impulsando la tendencia logística conocida como "Voice Picking". Esto ha sido objeto de discusión en publicaciones anteriores.

SURGE

Todo inició en 1973 con Martin Cooper, quien fuera el inventor del teléfono celular y no fue hasta que en la década de los 80s la compañía Motorola generó el primer modelo de teléfono celular comercial, el DynaTac 8000X. Este tenía un peso de 870 gr.

VENTAJAS

- Llegas a más gente. Los medios de pago cambiaron durante la pandemia, el efectivo comenzó a disminuir y el uso de otras alternativas de pago empezaron a subir.
- Incrementas el ticket promedio. Muchas veces las personas suelen limitarse cuando solo traen efectivo y acuden a la tienda en físico para hacer una compra. Esto puedes cambiarlo si recibes [pagos con tarjeta](#).
- Puedes ofrecer promociones. De la mano con el punto anterior, a partir de cierta cantidad puedes ofrecer pagos diferidos o [meses sin intereses](#). Así, lograrás que tus clientes compren más y se vean beneficiados por alguna de estas promociones.

- Tienes mayor seguridad. Por un lado, reduces el manejo de efectivo en tu negocio y tampoco tienes que estar moviendo grandes cantidades de dinero para depositar en el banco. Por otro, te permite llevar un mejor control de los ingresos y los gastos, algo que puedes perder si la mayoría de las transacciones son en efectivo.

DESVENTAJAS

- Falla en la conexión. Dado que se conectan a internet vía wifi o con la red de telecomunicaciones, como los teléfonos móviles, si hay una falla en la zona, también podría fallar el dispositivo.
- Fallas en los aparatos. Aunque las terminales móviles tienen cierta garantía, eso no las exime de presentar algún fallo y que tengan que reponerse. Igualmente, si no se les maneja con cuidado y se golpean o caen, puede dañarse el equipo.
- La disposición del dinero. Las instituciones financieras trabajan constantemente en reducir los tiempos de espera para que puedas disponer del dinero. Actualmente, algunos proveedores te ofrecen tenerlo disponible al día siguiente, pero algunos otros no hacen la transferencia de dinero, sino después de 48 o 72 horas.

CARACTERISTICAS

- Dispositivo de entrada y de salida de datos conectado a un procesador central al que está subordinado, y que tal dispositivo pueda ser movido.
- En inglés también se les dice: Mobile Data Terminal (MDT), mobile digital computer (MDC).
- Es un tipo de computadora utilizada en autos de policía, taxis, servicios de transporte, logística militar, fletes, control de inventario, vehículos de emergencia, etc., que sirve para comunicarse con una oficina central.



ERP

La Planificación de Recursos Empresariales (ERP), conocida por sus siglas en inglés, Enterprise Resource Planning, es un sistema integral que automatiza y administra los procesos empresariales en diversas áreas, como finanzas, fabricación, venta al por menor, cadena de suministro, recursos humanos y operaciones. Estos sistemas ERP descomponen los silos de datos e integran la información de los diferentes departamentos, lo que ayuda a los directivos a extraer conocimientos, optimizar operaciones y mejorar la toma de decisiones.

El software de ERP se utiliza para gestionar las actividades empresariales diarias, tales como la contabilidad, el aprovisionamiento y la gestión de proyectos. Estas herramientas son fundamentales para la eficiencia y la efectividad en la gestión empresarial moderna.

SURGE

El ERP surge en los años 1960 para gestionar inventarios. En los 70 y 80, evoluciona hacia la gestión de la producción (MRP). En los 90, abarca control de inventarios, producción, administración y RRHH. En el 2000, se integra en internet. Desde entonces, ha evolucionado y se ha especializado por sectores. Entre 2006 y 2017, el impulso de la nube lo hace más accesible y fácil de implementar.

VENTAJAS

- Optimización de operaciones
- Obtenga mayor control sobre las áreas desconectadas de la empresa a través de la automatización, la priorización de tareas y la integración de los datos que le ofrecen los sistemas ERP.
- Coordinación de equipos
- Aumente la productividad del negocio, favorezca el flujo de datos entre departamentos y fomente la colaboración acabando con los compartimentos estancos.
- Unificación de la información

- Acabe con la duplicación de recursos, reduzca los errores y aumente la precisión de los datos con un repositorio centralizado que contenga información de todos los departamentos.
- Mejora de la toma de decisiones
- Obtenga conocimientos predictivos y tome decisiones basadas en los datos con información de su organización en tiempo real.
- Reducción de costes
- Reduzca los errores y descubra los problemas antes de que se produzcan. Tener conocimiento de todas las áreas de la empresa mejora la eficiencia y reduce los costes globalmente.

DESVENTAJAS

- La inversión inicial La implementación de un ERP, dada su eficiencia y alcance, requiere una inversión inicial significativa. Esta inversión cubre no solo el software en sí, sino también los costes asociados con su integración y configuración para satisfacer las necesidades específicas de la empresa.
- 2. Formación de los trabajadores El éxito de un ERP depende en gran medida de su correcta utilización por parte de los empleados. Por lo tanto, es crucial invertir en una formación adecuada para todo el personal que utilice el sistema. Esta fase de formación puede implicar un ajuste temporal en los flujos de trabajo y potencialmente, ciertos retrasos en la producción.
- 3. Tiempo de adaptación El desafío más persistente y notable es el período de adaptación al nuevo sistema. Aunque los empleados reciban formación sobre cómo utilizar el ERP, deben habituarse a integrar el sistema en sus tareas cotidianas, como el ingreso regular de datos y la verificación de su precisión.



CARACTERISTICAS

- Automatización de procesos y tareas.
- Gestión de la cadena de suministro.
- [Integración empresarial](#) tanto de las plataformas de pago como de los inventarios.
- Acceso a reportes, métricas y analíticas gracias al uso de [big data](#) y [cloud computing](#).
- Uso y manejo con una interfaz intuitiva y de fácil usabilidad.
- Módulos de gestión y administración financiera.
- Funcionamiento en tiempo real.

Funciones en sistemas ERP



CALL CENTER

El término "call center" se traduce como "centro de llamadas". También conocido como "soporte técnico", este servicio implica atender las necesidades de los clientes a través de llamadas telefónicas, como resolver dudas, manejar quejas, solucionar problemas con productos o incluso cerrar ventas.

La atención se realiza de manera especializada y organizada, requiriendo un ambiente y equipos adecuados, como computadoras, teléfonos y software. Es importante que el lenguaje utilizado por los operadores sea consistente y estandarizado para garantizar un alto nivel de calidad en todas las interacciones con el cliente, independientemente de cuántas veces se contacte con el soporte.

SURGE

El surgimiento de números gratuitos como el 0800 benefició a las empresas al permitir que los clientes llamaran sin costo desde cualquier ubicación. Los primeros centros de llamadas se establecieron para ofrecer servicio a múltiples clientes de manera rentable. Los call centers, originados en la década de 1960 en los Estados Unidos, tenían como objetivo inicial brindar soporte técnico y atención al cliente por teléfono. Con el avance de la tecnología, los call centers se volvieron más comunes y sofisticados, expandiéndose globalmente y abarcando diversas industrias.

VENTAJAS

- **Atención al cliente:** Brinda un canal directo para interactuar con los clientes, lo que permite resolver consultas, dudas y problemas de manera rápida y eficiente.
- **Disponibilidad 24/7:** Algunos Call Centers operan de forma ininterrumpida, lo que asegura una atención continua a los clientes en diferentes zonas horarias.
- **Mejora de la imagen de la empresa:** Bien gestionado puede mejorar la percepción del cliente sobre la empresa, al ofrecer un servicio personalizado y profesional.

- **Reducción de costos:** Al centralizar las operaciones de atención al cliente, es posible optimizar los recursos y reducir gastos en comparación con la atención presencial.
- **Recopilación de datos:** Pueden recopilar información valiosa sobre las necesidades y preferencias de los clientes, lo que ayuda a mejorar los productos y servicios de la empresa.
- **Incremento de ventas:** Con una buena estructura puede llevar a una mayor conversión de prospectos en ventas, ya que permite realizar seguimiento y ofrecer promociones personalizadas.

DESVENTAJAS

- **Atención poco personalizada:** En algunos casos, la atención puede ser percibida como fría o poco personal, lo que puede afectar la experiencia del cliente.
- **Tiempo de espera:** Los clientes pueden experimentar largos tiempos de espera en la cola antes de hablar con un agente, lo que puede generar frustración.
- **Riesgo de errores:** La falta de capacitación o la presión por atender muchas llamadas pueden conducir a errores en la información proporcionada a los clientes.
- **Rotación de personal:** El trabajo en un Call Center puede ser estresante y repetitivo, lo que puede aumentar la rotación de personal y afectar la calidad del servicio.
- **Barreras lingüísticas:** En centros de llamadas internacionales, la barrera del idioma puede generar dificultades en la comunicación y comprensión entre los agentes y los clientes.
- **Uso de scripts:** Algunos Call Centers exigen que los agentes sigan guiones preestablecidos, lo que puede hacer que las interacciones sean menos naturales y generar una sensación de falta de empatía.

CARACTERISTICAS

- Es un centro de atención telefónica que se encarga de recibir y gestionar llamadas de clientes o usuarios.
- Pueden ser internos, es decir, pertenecer a la misma empresa que ofrece el servicio, o externos, contratados por una empresa para gestionar sus llamadas.

- Suelen estar capacitados para resolver problemas, responder preguntas y brindar información sobre productos o servicios.
- Pueden estar especializados en diferentes áreas, como atención al cliente, soporte técnico, ventas, cobranzas, entre otras.
- Pueden operar en diferentes horarios, dependiendo de las necesidades de la empresa y de los clientes.
- Utilizan diferentes tecnologías para gestionar las llamadas, como sistemas de enrutamiento automático, grabación de llamadas, chatbots, entre otros.



WEB CENTER

WebCenter es una herramienta empresarial que simplifica la gestión y automatización segura de los ciclos de aprobación. Ofrece una visualización rápida y precisa en línea. Su estructura inteligente para aprobación y anotación, junto con una interfaz fácil de usar y herramientas inteligentes para el empaquetado, lo convierten en la plataforma ideal para gestionar y aprobar archivos gráficos y estructurales. Además, permite la creación de sitios web, portales y aplicaciones para mejorar la experiencia de clientes, empleados o colaboradores. Por ejemplo, una empresa puede utilizarlo para desarrollar un portal de autoayuda o una aplicación que brinde información sobre productos y servicios, permitiendo a los clientes acceder a través de redes sociales.

Estos programas facilitan la carga de contenido, la colaboración en equipo y la integración de redes sociales, además de ofrecer soporte en vivo mediante chat con agentes de atención al cliente, lo que resulta en una experiencia interactiva y enriquecedora para los usuarios.

VENTAJAS

- Rapidez y objetividad: el atendimento es inmediato, hay poca o mínima espera.
- Existe una padronizacion, que permite un atendimento básico, de temas triviales.
Se dispone de dirección y contacto preciso.
- El sistema de atendimento ya está preparado, listo, para atender por asunto, con lo que ramifica el atendimento.
- Atendentes previamente entrenados y instruidos.
- Los atendentes son responsables por atender, programar, solucionar y desbloquear asuntos.
- El consumidor sabe lo que está incluido en un conjunto de servicios y a que precios.

DESVENTAJAS

- Costo de los RR.HH.
- Flexibilidad Laboral
- Bajo nivel de operadores bilingües
- Horarios de trabajos poco atractivos y más caro por requerirse de movilización especial.
- Ciertos servicios básicos pueden no hacer parte del inmediato.
- El atendiente solo sabe responder y acertar cuestiones básicas.
- Si algún pedido nuevo surge, el atendiente se pierde y no encuentra solución.

CARACTERISTICAS

- Repositorio de Contenido.
- Colaboración en Equipo.
- Integración de Microsoft .NET.
- Soporte móvil.
- Búsqueda Empresarial.
- Herramientas unificadas de desarrollo.
- Aplicaciones y portales de contenido valioso.



CRM

CRM es la sigla utilizada para "Customer Relationship Management" (Gestión de Relación con los Clientes)

El CRM almacena información de clientes actuales y potenciales (como nombre, dirección, número de teléfono, etc) e identifica sus actividades y puntos de contacto con la empresa. Esto incluye visitas de los clientes al sitio, llamadas telefónicas realizadas, intercambios por correo electrónico y varias otras interacciones.

Es importante destacar que el sistema CRM no es solo una lista de contactos elaborada, ya que, sobre todo, recopila e integra datos valiosos para preparar y actualizar a tus equipos con información personal de los clientes, sus historiales de compra y sus preferencias.

SURGE

El concepto de CRM, o Gestión de Relación con los Clientes, surgió en la década de 1980, cuando las empresas comenzaron a darse cuenta de la importancia de mantener y fortalecer las relaciones con sus clientes para impulsar el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo. Sin embargo, los primeros sistemas informáticos específicos para CRM comenzaron a desarrollarse a principios de la década de 1990. A lo largo de los años, con el avance de la tecnología y la digitalización de los negocios, los sistemas CRM han evolucionado significativamente, convirtiéndose en herramientas fundamentales para la gestión eficaz de las relaciones con los clientes en empresas de todos los tamaños y sectores.

VENTAJAS

- **Mejora de la gestión de clientes**

Uno de los principales beneficios de un CRM es que permite centralizar y organizar toda la información relevante de los clientes en una única plataforma. Esto facilita el acceso a datos importantes como historial de compras, preferencias y necesidades específicas, lo que a su vez ayuda a personalizar y mejorar la atención al cliente.

- **Incremento de la productividad**

Al contar con un CRM, los equipos de ventas y marketing pueden optimizar sus actividades diarias. La automatización de tareas repetitivas y la posibilidad de programar recordatorios y seguimientos permiten ahorrar tiempo y recursos, lo que se traduce en una mayor eficiencia y productividad de los empleados.

- **Mejor toma de decisiones**

Un CRM proporciona informes y análisis detallados sobre el rendimiento de las ventas, las campañas de marketing y otros aspectos relevantes del negocio. Estos datos permiten tomar decisiones más informadas y estratégicas, identificar oportunidades de mejora y anticiparse a las necesidades de los clientes.

DESVENTAJAS

- **Costo de implementación y mantenimiento**

La adquisición e implementación de un CRM puede implicar una inversión significativa, especialmente para pequeñas y medianas empresas. Además, se deben considerar los costos de capacitación del personal y las actualizaciones periódicas para mantener el sistema funcionando correctamente.

- **Resistencia al cambio**

Al introducir un CRM en una organización, es posible que algunos empleados muestren resistencia al cambio y se sientan abrumados por la nueva tecnología. Esto puede requerir un proceso de adaptación y capacitación adecuado para garantizar una adopción exitosa.

- **Dependencia de la calidad de los datos**

Un CRM solo puede brindar beneficios si la información que se ingresa es precisa y actualizada. Si los datos son incorrectos o incompletos, el sistema puede generar resultados inexactos y afectar negativamente la toma de decisiones.

- **Riesgo de sobrecarga de información**

Si no se establecen filtros y criterios adecuados, un CRM puede generar una gran cantidad de información, lo que puede resultar abrumador para los usuarios. Es importante definir qué datos son realmente relevantes y cómo se utilizarán para evitar una sobrecarga de información innecesaria.

CARACTERISTICAS

- **Adaptabilidad.** El software que incorpores a tu negocio debe ser CRM low code. Esto permitirá que tus empleados, sin ser programadores, puedan adaptarlo y escalarlo con nuevas aplicaciones para que responda a las necesidades y estrategias cambiantes de tu empresa.
- **Integración.** El CRM que elijas debe poder importar con facilidad la información de la base de datos existente, sin que se requiera mucho tiempo y esfuerzo en la tarea.
- **Facilidad de uso.** Tu CRM non code tiene que ser amigable para los usuarios (tus empleados), incluir una interfaz intuitiva y contar con una amplia documentación y buen servicio de soporte.
- **Incorporación de Inteligencia Artificial.** Para analizar los datos de las interacciones del cliente y elaborar reportes útiles, el CRM sin código debe echar mano de la tecnología de IA a fin de extraer la información más valiosa, interpretarla y ofrecer soluciones intuitivas.
- **Impacto positivo en la satisfacción del cliente.** El resultado del manejo automatizado de la relación con el cliente debe poderse medir en más conversiones y más ventas, al fin y al cabo ese es el principal propósito de un sistema CRM.



CMS

CMS son las siglas de Content Management System, en español Sistema de Gestión de Contenidos. En síntesis, un CMS te permite crear, organizar, publicar y eliminar contenidos de tu sitio web.

Un CMS (Content Management System) es un sistema en línea que facilita la creación y gestión de páginas web de manera sencilla y rápida. Este software permite administrar contenidos dinámicos, como blogs, tiendas en línea o cualquier otro tipo de sitio web. Está especialmente diseñado para aquellos que necesitan actualizar su contenido de manera frecuente. Con un CMS, cualquier usuario, incluso sin conocimientos de programación, puede administrar todos los aspectos de su sitio web a través de una interfaz gráfica. Esto incluye la creación y edición de contenido, así como la incorporación de imágenes y videos.

SURGE

El término "Content Management System" (CMS) comenzó a utilizarse en la década de 1990 cuando surgieron los primeros sistemas diseñados para gestionar y administrar contenido web de manera más eficiente. Sin embargo, los antecedentes de los CMS se remontan a los sistemas de gestión de documentos digitales desarrollados en las décadas de 1970 y 1980. A medida que internet se popularizaba en la década de 1990, la necesidad de gestionar el creciente volumen de contenido web llevó al desarrollo de los CMS modernos. Plataformas como WordPress, lanzada en 2003, Joomla en 2005 y Drupal en 2001, han sido fundamentales en la popularización y evolución de los CMS.

VENTAJAS

- **Facilidad de uso:** Los CMS ofrecen una interfaz intuitiva que permite a usuarios sin experiencia técnica crear y gestionar contenido web de manera sencilla.
- **Rapidez en la implementación:** Con un CMS, es posible lanzar un sitio web en poco tiempo, ya que muchas de las funcionalidades básicas vienen preconfiguradas.

- **Actualización constante:** Permite la actualización regular del contenido sin necesidad de conocimientos avanzados de programación.
- **Gran variedad de plugins y extensiones:** Los CMS suelen contar con una amplia gama de plugins y extensiones que añaden funcionalidades adicionales al sitio web, como formularios de contacto, integración con redes sociales, etc.
- **Comunidad activa:** Los CMS más populares, como WordPress, Joomla o Drupal, cuentan con una gran comunidad de usuarios y desarrolladores que proporcionan soporte, tutoriales y actualizaciones regulares.

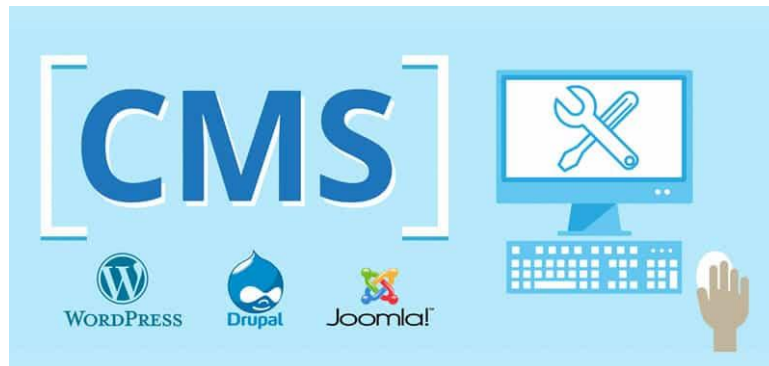
DESVENTAJAS

- **Limitaciones en la personalización:** Aunque los CMS ofrecen flexibilidad, pueden tener limitaciones en la personalización avanzada del diseño o funcionalidades específicas.
- **Posible vulnerabilidad de seguridad:** Al ser sistemas populares, los CMS son objetivos para ataques cibernéticos si no se mantienen actualizados con las últimas versiones y medidas de seguridad.
- **Dependencia del proveedor:** Al utilizar un CMS, se está sujeto a las actualizaciones y políticas del proveedor del software, lo que puede limitar la autonomía y flexibilidad del sitio web.
- **Posibles conflictos entre plugins:** La instalación de múltiples plugins puede generar conflictos entre ellos o con la versión del CMS, lo que puede afectar el rendimiento del sitio web.
- **Costos adicionales por plugins premium:** Algunos plugins o extensiones pueden ser de pago, lo que puede aumentar los costos de mantenimiento del sitio web.

CARACTERISITCAS

- **Interfaz de usuario intuitiva:** Ofrece una interfaz fácil de usar que permite a los usuarios administrar el contenido del sitio web sin necesidad de conocimientos técnicos.
- **Editor de contenido:** Proporciona herramientas para crear, editar y formatear contenido, incluyendo texto, imágenes, videos y otros medios.
- **Gestión de usuarios y roles:** Permite crear múltiples cuentas de usuario con diferentes niveles de acceso y permisos, controlando quién puede editar, publicar o administrar contenido.

- **Plantillas y temas personalizables:** Ofrece una variedad de plantillas y temas prediseñados que pueden ser personalizados para adaptarse al diseño y estilo deseado del sitio web.
- **Gestión de archivos multimedia:** Facilita la carga, organización y gestión de archivos multimedia, como imágenes, videos y documentos.



CONCLUSION

CRM, CMS y call center han cambiado todas las empresas que se ocupan del consumo humano, la gestión de recursos y la gestión de contenidos. Estos sistemas y plataformas han surgido en diferentes momentos y con diferentes propósitos y han demostrado su eficacia optimizando procesos, mejorando el servicio al cliente, aumentando la productividad y aumentando la facilidad en la toma de decisiones.

Sin embargo, cada tema tiene sus propias ventajas, desventajas y características diferentes. Desde la simplicidad de usar un CMS hasta la complejidad de usar un ERP, cada herramienta ofrece una solución única para las necesidades únicas de una empresa.

En última instancia, el éxito en la implementación e implementación de estas herramientas depende de una comprensión profunda de las necesidades comerciales, la capacitación adecuada de los empleados y el cambio constante en términos de tecnología y avance.



REFERENCIAS

- *Internet: qué es, qué tipos de conexión existen - Ferrovial.* (2022, 25 octubre). Ferrovial.<https://www.ferrovial.com/es/stem/internet/#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20Internet%20se%20utiliza,la%20comunicaci%C3%B3n%20entre%20los%20dispositivos>
- *marketingelectronicomas.* (2018, 23 octubre). 3.2 *Terminales móviles.* Marketing Electrónico.<https://marketingelectronicomas.wordpress.com/2018/09/25/3-2-terminales-moviles/>.
- Corporation, M. (s. f.). *Definición, ejemplos y ventajas de ERP | Microsoft Dynamics* 365. <https://dynamics.microsoft.com/es-mx/erp/define-erp/>
- Latam, S. (2023, 29 septiembre). *Call Center: ¿qué es y para qué sirve?* Salesforce. https://www.salesforce.com/mx/blog/que-es-un-call-center/?d=7013y000002EkB3AAK&nc=7013y000002EkJ7AAK&utm_source=google&utm_medium=paid_search&utm_campaign=latam_mx_svclobaw&utm_content=pg-es-mash_7013y000002EkB3AAK&utm_term=callcenter&ef_id=CjwKCAjwnv-vBhBdEiwABCYQAxO23rIPiNJ_OOosv7CWJZSlAcFUaNz8gGH3_7X_wnK6fqZF4rpiURoC5nwQAvD_BwE:G:s&gclid=aw.ds&pclid=674088412275&pdv=c&gad_source=1
- Mancuzo, G. (2022, 10 agosto). *¿Qué es un Web Center?* Blog - ComparaSoftware. <https://blog.comparasoftware.com/que-es-un-web-center/>