Actividades

1. **Indica cuáles son las diferencias entre empresa pública y privada.**

Las empresas privadas son propiedad de una o varias personas, con acciones que no se negocian públicamente. Buscan el beneficio.

Las empresas públicas cotizan y negocian sus acciones en bolsas de valores, lo que las hace accesibles a una gama más amplia de inversores. Buscan ofrecer un servicio.

1. **¿Deben las empresas públicas obtener beneficios? Razona la respuesta.**

Pueden obtener beneficios pero no debe ser su prioridad, la cual debe ser cumplir el servicio ofrecido.

1. **Estudia la diferencia entre objetivos y propósito.**

El propósito es lo que se quiere conseguir finalmente y el objetivo es una meta especifica que va cambiando según se completan los anteriores.

1. **¿Qué es un KPI? ¿Cómo se organiza?**

Método para medir el rendimiento durante un periodo de tiempo.

Se organizan definiendo los objetivos identificando las necesidades de la empresa.

1. **Existen sistemas de información no gerenciales. Busca algunos de ellos y explica sus procesos, los datos que almacenan y estudia el flujo de información que se produce.**

**Sistemas de procesamiento de transacciones (TPS)**

**Proceso:** Gestiona y procesa las transacciones rutinarias y diarias de una empresa (ventas, pagos, depósitos y movimientos de inventario).

**Datos:**

* Información de productos o servicios.
* Detalles de ventas.
* Información básica de clientes .
* Inventarios.
* Datos financieros (ingresos y gastos).

**Flujo de información:** Simple y lineal. Las transacciones se ingresan, se procesan, y el sistema genera reportes o actualiza las bases de datos en tiempo real

**Sistemas de automatización de oficinas (OAS)**

**Proceso:** tareas administrativas repetitivas. Estos sistemas ayudan a los empleados a realizar tareas diarias de manera más eficiente.

**Datos:**

* Documentos y archivos digitales.
* Correo electrónico.
* Calendarios y agendas.
* Informes.

**Flujo de información:** (entre empleados de la misma organización) o externo (clientes, proveedores). El sistema también puede almacenar documentos en bases de datos para referencia futura.

**Sistemas de control de procesos**

**Proceso: S**upervisar y controlar procesos físicos.

**Datos:**

* Parámetros de operación de máquinas.
* Historial de mantenimiento y fallos de equipos.
* Datos de producción.
* Condiciones ambientales.

**Flujo de información:** Continuo. Los sensores monitorean el estado de las máquinas y el sistema procesa esos datos en tiempo real. Si se detectan fallos, se envían alertas a los operadores para realizar ajustes o detener el proceso. El sistema también almacena registros históricos para analizar la eficiencia de la producción.

**Sistemas de gestión de inventarios**

**Proceso: R**astrean y gestionan los inventarios de una empresa.

**Datos:**

* Información sobre.
* Detalles de proveedores y compras.
* Historial de entradas y salidas de productos.
* Órdenes de compra y facturación.

**Flujo de información:** Dinámico y se actualiza cada vez que un producto entra o sale del inventario

**Sistemas de atención al cliente (CRM) básicos**

**Proceso:** Rastrear y gestionar interacciones con sus clientes. Centrados en la recopilación y organización de la información básica del cliente y registro de sus interacciones.

**Datos:**

* Datos de contacto del cliente.
* Historial de compras y preferencias.
* Detalles de consultas o reclamaciones.
* Información de marketing.

**Flujo de información:** La información fluye entre el personal de ventas, atención al cliente y marketing, quienes consultan el CRM para gestionar las interacciones con los clientes.

1. **Busca información sobre los principales fabricantes de CRM y algunas de sus características principales.**

Salesforce CRM es actualmente la aplicación número 1 en ventas del mundo, gracias a sus herramientas basadas en su inteligencia artificial Einstein y sus aplicaciones personalizadas para automatizar. Puede ser el mejor programa CRM tanto para grandes compañías como para PYMES.

Pros

* Amplia selección de funciones avanzadas y opciones de personalización
* Potentes herramientas de colaboración social
* Empleo de aplicaciones de terceros o personalizadas

Contras

* Requiere mayor nivel de aprendizaje

Zoho CRM es una herramienta con precios muy competitivos que también te permitirá gestionar el marketing, las ventas y el soporte en una única plataforma. Dentro de su cartera de clientes se encuentran grandes empresas como Renault o Amazon.

Pros

* Herramientas de marketing digital de gran potencial
* Automatización de tareas esenciales
* Soporte 24 horas y planes flexibles
* Integración con aplicaciones externas

Contras

* Respuestas del equipo de soporte poco ágiles
* Pequeños errores de software que dificultan ciertas funciones

HubSpot es un proveedor de CRM enfocado al pequeño negocio. Se trata de una solución innovadora que está presente en todas las fases de interacción con el cliente y que permite añadir aplicaciones de terceros, ya sean gratuitas o de pago.

Pros

* Interfaz de usuario simple y sencilla de manejar
* Seguimiento efectivo a cada contacto
* Software poco complejo fácil de aprender

Contras

* Se echan en falta funciones más avanzadas
* Su capacidad de personalización es muy básica
* Solo apta para pequeñas empresas

Zendesk Sell es un software que destaca básicamente por su simplicidad y su gran potencial para gestionar leads.

Pros

* Soluciones de soporte sólidas
* Analítica para datos adicionales potente
* Interfaz de usuario sencilla y fácil de manejar

Contras

* Presenta algunos problemas de inicio de sesión
* Fallos técnicos que pueden afectar al flujo de trabajo y a la productividad

Pipedrive es otra herramienta de CRM especialmente diseñada para pymes, que cuenta con una interfaz sencilla de usar y cuyas herramientas están enfocadas a las ventas. Ofrece capacidades avanzadas entre las que destacan las siguientes: informes eficientes y chatbots para sitios web.

Pros

* Interfaz intuitiva
* Sincronización de emails y llamadas óptima
* App móvil

Contras

* No cuenta con un sistema CRM avanzado
* Opciones de personalización muy limitadas

1. **Para practicar el uso de una solución cloud de CRM, abre una cuenta en la página web de Zoho CRM (**[**www.zoho.com**](http://www.zoho.com)**) y configura una instancia de la aplicación, para lo que necesitarás proporcionar una cuenta de correo. Haz un recorrido por la aplicación y consulta la ayuda que proporciona el fabricante. A continuación, elabora un informe de usuario básico sobre este CRM de uso gratuito y explica las condiciones.**