**CONCEPTOS BASICOS SOBRE SISTEMAS DE GESTION EMPRESARIAL**

**RAFAEL OLAYA LOPEZ**

**2º DAM**

**ERP**

Un **ERP** (Enterprise Resource Planning) consiste en un sistema de datos centralizados en una empresa al cual accede nuestra aplicación la cual se divide en módulos que son los que gastan cada departamento como contabilidad, almacén, compras, ventas, recursos humanos etc.

Cada vez son más las empresas que emplean esta clase de software para **aumentar sus niveles de productividad y gestionar con mayor eficacia.** Este incremento se esta dando en muchas modalidades del sector empresarial.

Se esta convirtiendo en el tipo de software más relevante, los sistemas de planificación de recursos empresariales han alcanzado Se ha conseguido un nivel de maniobrabilidad que permiten a las empresas realizar una **interpretación de la información** on time**.**

Según MarketWatch, la analista financiera subsidiaria de Dow Jones & Company, **el mercado mundial del ERP crecerá anualmente un 7 % hasta 2022**. Para esta fecha ese crecimiento llegará a los 47 000 millones de dólares.

No siendo la única asesora Stratistics MRC prevee que el crecimiento será superior al 14% para finales de 2022.

Toda esta subida de los ERP en parte se debe a que cada vez se está integrando mayor tecnología dentro de los sistemas de gestión como puede ser:

La Nube

La Nube a aparecido en todos los departamentos empresariales de forma particular entre los usuarios. Este hecho ha influido para **potenciar la mudanza hacia un ERP sustentada en la Nube.**

Es cierto que este tipo de software continúa afrontando retos en cuanto a seguridad, habilidades y costes. A pesar de ello, las previsiones apuntan a que en 2020 se conseguirá esa vuelta de tuerca que aguarda el mercado.

IA y Machine Learning

Como era de esperar los sistemas de aprendizaje de las maquinas acabarían incorporándose a los ERP ya que permiten la posibilidad de automatizar proyectos, tener mayor eficiencia y potenciar la toma de decisiones.

IoT (internet of things)

Cada vez esta creciendo mas el denominado internet de las cosas lo que potenciara la conectividad de los periféricos ya que los precios de estos aparatos se van abaratando.

Blockchain

El ERP no podía quedar al margen de esta tecnología (aunque aun le queda mucho camino por recorrer), pero ya están surgiendo aplicaciones del blockchain en ERP sobre todo en el proceso de fabricación.

**CRM**

Un **CRM** (customer relationship management) es una solución de gestión de las relaciones con clientes, orientada normalmente a gestionar tres áreas básicas: la gestión comercial, el marketing y el servicio postventa o de atención al cliente.

El uso de un CRM forma parte de una estrategia orientada al cliente en la cual todas las acciones tienen el objetivo final de mejorar la atención y las relaciones con clientes y potenciales.

El CRM también está introduciendo tecnologías nuevas y se seguirán implementando en los últimos años como son:

* **Big Data**

El CRM y el Big Data tienen una estrecha relación por su parte el CRM se transforma en una fuente de datos masivos para el big data y este ofrece información necesaria para una estrategia de relaciones con los clientes.

* **Inteligencia Artificial**

La IA también se esta introduciendo en el CRM porque es muy efectiva gracias a su alcance ya que puede:

* Recoger y procesar grandes cantidades de datos.
* Es capaz de comprender lenguaje natural.
* Detecta patrones y predice comportamientos
* Calcula riesgos y puede resolver problemas.
* **Redes Sociales**

Teniendo en cuenta que el objetivo principal de cualquier plataforma CRM es aumentar la satisfacción del cliente y mejorar la experiencia de este, la integración de CRM con las redes sociales se está haciendo cada vez más importante ya que combinadas pueden aportar muchos beneficios.

1. Mejor Comunicación

La integración con los medios sociales significa que los canales de comunicación están abiertos constantemente. Las empresas pueden interactuar con los clientes en cualquier momento, y los clientes siempre tienen una salida para sus quejas, inquietudes y preguntas. Esto proporciona a los clientes el acceso constante a la ayuda, la asistencia y las respuestas, con la garantía de que la empresa va a reconocer y abordar sus problemas. Esta característica significa que se notificará a la empresa, en el tiempo oportuno, acerca de los problemas que puedan surgir. Proporciona las herramientas necesarias para gestionar la insatisfacción del cliente y corregir los problemas de una manera pública. En resumen, la integración con los medios sociales proporciona a las empresas la gestión de la interacción.

1. Monitorización social

La monitorización de redes sociales nos permite evaluar la satisfacción del cliente y gestionar la reputación mediante el seguimiento y la revisión de la presencia online, como lo escrito por terceros a través de los comentarios de los clientes, etc. La monitorización social es a la vez una protección y una ventaja, lo que le permite señalar y abordar eficazmente las cuestiones relacionadas con la reputación y la opinión pública antes de tiempo. La integración en los medios sociales ofrece las herramientas de negocios que ayudan a rastrear, monitorizar y dar las gracias o reparar según corresponda.

**Hacia dónde va el CRM**

Un reciente estudio elaborado por G2, una de las empresas líderes del sector, determinó que en la lista de Martech (marketing y tecnología) el CRM (Customer Relationship Management) se ha convertido en una pieza clave para las empresas. El 53 % de los encuestados aseguró que era la solución que mejores datos de eficiencia reportaba, por encima de las soluciones de Social Media Marketing y las de Analítica/Marketing Data.

Con el tiempo, el CRM ha ido mutando. Los especialistas aseguran que en un futuro cercano habrá cambios notables en la naturaleza y características de los CRMs. En general, el futuro pasará por conseguir más información sobre los consumidores para poder conocerlos mejor y entregarles lo que necesitan con el objetivo de conectar con ellos de manera personalizada.

Entre los CRM mas importantes nos encontramos con:

**1.Salesforce**

Este CRM te permite sacar el máximo partido a la parte más comunicativa del software con Chatter, la “red social” de dicho software.

Todo tu equipo podrá acceder a los datos corporativos necesarios para llevar a cabo dicha gestión desde cualquier dispositivo. De este modo, todo el equipo está perfectamente coordinados con sus tareas.

Además, ofrece la posibilidad de que los reportes que nos lleguen sobre distintos sucesos relevantes sean personalizables 100%, así como el hecho de poder llevar un seguimiento total de cada evento y tarea o sobre nuestras cuentas o contactos.

Como ventaja destacar que este software es uno de los que más confianza da al ser uno de los más populares y extendidos que, además, puede estar integrado con otros softwares. Tiene gran cantidad de opciones personalizables. Además, se adapta perfectamente a las dimensiones de tu empresa, por lo que es altamente recomendable.

Cabe decir que cuenta con otras herramientas como Ideas y Jigsaw que lo hacen aún más atractivo, sobre todo si estás orientado a procesos de venta para compañías B2B. Además, con la reciente adquisición de Radian6 incluye mejoras en la monitorización para la gestión del servicio al cliente.

Como contra, decir que es bastante caro y complicado de utilizar para pequeñas empresas.

**2.Base**

Este CRM pone a tu disposición gran cantidad de herramientas que te ayudarán a completar todas las tareas que tengas que realizar en tu día a día. Prácticamente todo es configurable, desde la integración de las acciones a llevar a cabo hasta los registros automáticos de las llamadas para rellenar los campos personalizables.

Esto es una gran ventaja, además de que se actualiza con gran frecuencia. Además, puedes realizar llamadas directamente dentro de su sistema.

Quizás lo más problemático de Base es que resulta bastante complicado el hecho de importar la información que necesitamos en nuestras labores diarias. Puede resultar difícil acostumbrarse a sus campos de información de contacto.

**3.Microsoft Dynamics**

Cada día el mundo empresarial es más Mobile y más social, por lo que tu negocio necesita moverse rápidamente a la hora de, por ejemplo, compartir información de cualquier tipo, para conseguir éxito a la hora de lograr tus objetivos.

**BI**

El término Business Intelligence (BI por sus siglas en inglés) hace referencia al uso de estrategias y herramientas que sirven para transformar información en conocimiento, con el objetivo de mejorar el proceso de toma de decisiones en una empresa.

Ha sido en los últimos años cuando tanto el desarrollo como el uso de este tipo de herramientas ha crecido de forma exponencial en las empresas.

Teniendo en cuenta que las fuentes de datos se han multiplicado - Internet y redes sociales, dispositivos IoT, información de dispositivos móviles, y un largo etc. - también ha aumentado la complejidad para extraer conocimiento relevante de toda esa Información.

Por eso las herramientas de b BI también se han ido haciendo más sofisticadas y son hoy en día muy potentes, capaces de analizar y procesar infinidad de datos, de infinidad de fuentes y de ayudar a las empresas a extraer conclusiones para mejorar sus cifras de negocio.

**Futuro del business intelligence**

la mayor parte del crecimiento va a venir marcado por las nuevas tendencias que ya han irrumpido con fuerza en el mundo del BI:

* Real Time BI

Vivimos en tiempos en los que la velocidad y la capacidad de reacción para tomar decisiones se miden en fracciones cada vez más cortas. La información que nos aportan las redes sociales es instantánea y es vital poder analizarla en ‘tiempo real’.

* Mobile BI:

Como su propio nombre indica, Mobile BI implica decisiones inteligentes desde cualquier lugar. Hoy en día “nadie” concibe su vida sin un móvil, Tablet o portátil, esto sumado al creciente uso de la nube, están llevando a la implementación de nuevas herramientas business intelligence móvil.

El auge del BI móvil va en aumento y está siendo alzado por grandes compañías de estudios en TI, que marcan las pautas a seguir para implementar con éxito este tipo de sistemas.

* Big Data

Es algo que está de moda en boca de todos y es innegable que todas las empresas quieren subirse al carro e incorporar Big Data a su portfolio de soluciones, productos o servicios. Big Data parece salpicarlo todo, desde grandes empresas privadas hasta administraciones públicas, pasando por negocios de comercio electrónico y realidades futuristas como las Smart Cities. La cantidad de datos, fotos, videos y audio que subimos cada minuto a internet se multiplica exponencialmente y requiere enfrentarse a trabajar con grandes volúmenes de datos.

**Algunas de las herramientas de BI actualmente son:**

* SAP Business Intelligence

La Inteligencia de Negocios SAP ofrece varias soluciones analíticas avanzadas incluyendo analíticas predictivas BI en tiempo real, aprendizaje automatizado, y planificación y análisis.

* MicroStrategy

Es una herramienta de inteligencia de negocios que ofrece un dashboarding poderoso (y de alta velocidad) y analíticas de datos que te ayudan a monitorear tendencias, reconocer nuevas oportunidades, mejorar la productividad y más.

* Sisense

Esta herramienta es más amigable al usuario permite de una manera mas sencilla gestionar grandes cantidades de datos sin tener muchos conocimientos.

**OTRAS SIGLAS A TENER EN CUENTA**

BPM (Business Process Management)

Es una metodología que ayuda a simplificar la gestión de las empresas es BPM (Business Process Management). Se trata de un conjunto de herramientas que ayudan a optimizar los procesos de negocio basándose en un ciclo de vida cerrado que consta de cinco fases:

* Modelización.
* Automatización.
* Ejecución.
* Monitorización.
* Optimización.

Una solución BPM nos ayuda a aunar y automatizar todas las acciones que forman parte del mismo proceso que tenga o no relación con varios departamentos diferentes. Por tanto, con una herramienta BPM se crea un entorno colaborativo entre las personas de una organización que permite que haya un intercambio de información fluido y más rápido.

HCM (Human Capital Management)

Aquí tenemos la aplicación que se encarga de los recursos humanos. O "capital humano" como se dice ahora. Un HCM se encarga de la gestión de talentos (personas a las que promocionar, o no), de controlar la productividad de los empleados y de las habituales tareas de contratación, despido, etc. Una de las misiones principales del HCM es la de automatizar en todo lo posible los procesos relacionados con el personal, para que el departamento de recursos humanos tenga la mayor eficiencia posible.

SCM (Supply Chain Management)

La cadena de suministro es especialmente importante en negocio de manufactura o en aquellos que se dedican a cierto tipo de servicios (supermercados, restaurantes, etc.). Los SCM nos ayudan a gestionar toda la serie de proveedores, suministradores o fabricantes que intervienen en la creación de un producto o servicio determinado. Esto incluye el almacenamiento de materiales o productos intermedios. SCM nos puede ayudar en eliminar cuellos de botella en el suministro o fabricación o a la hora de localizar problemas potenciales y buscar alternativas (como nuevos suministradores).