



# PERSPECTIVA DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LAS EMPRESAS

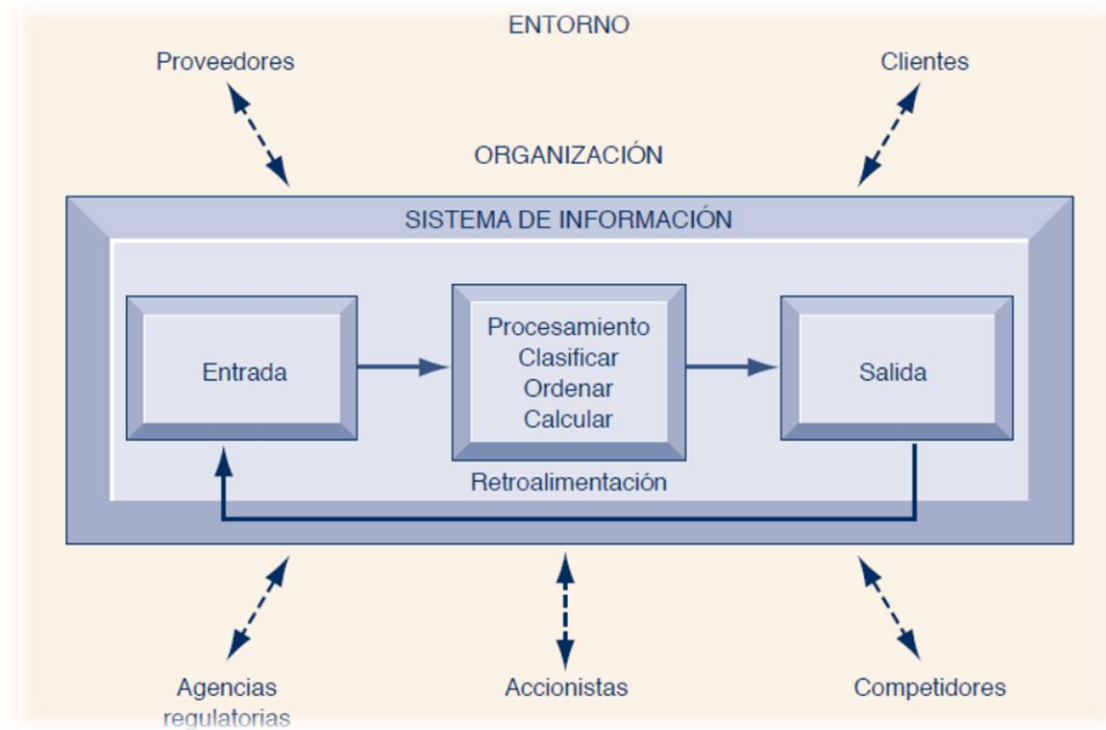
Importancia de los SIG



# ¿Qué son los sistemas de información?

Se puede entender los sistemas de información como un conjunto de diferentes elementos que se relacionan entre sí, para capturar, procesar, almacenar y distribuir información con el fin de lograr objetivos de un negocio.

# Actividades de un sistema de información



## El alcance y el ámbito de los proyectos aplicaciones del sistema

La administración de sistemas de información involucra cada vez más a diferentes unidades y miembros de las empresas, pero llega más allá al involucrar a proveedores y clientes, nuevos productos e incluso a afectar la competencia.

# Principales características de un SIG

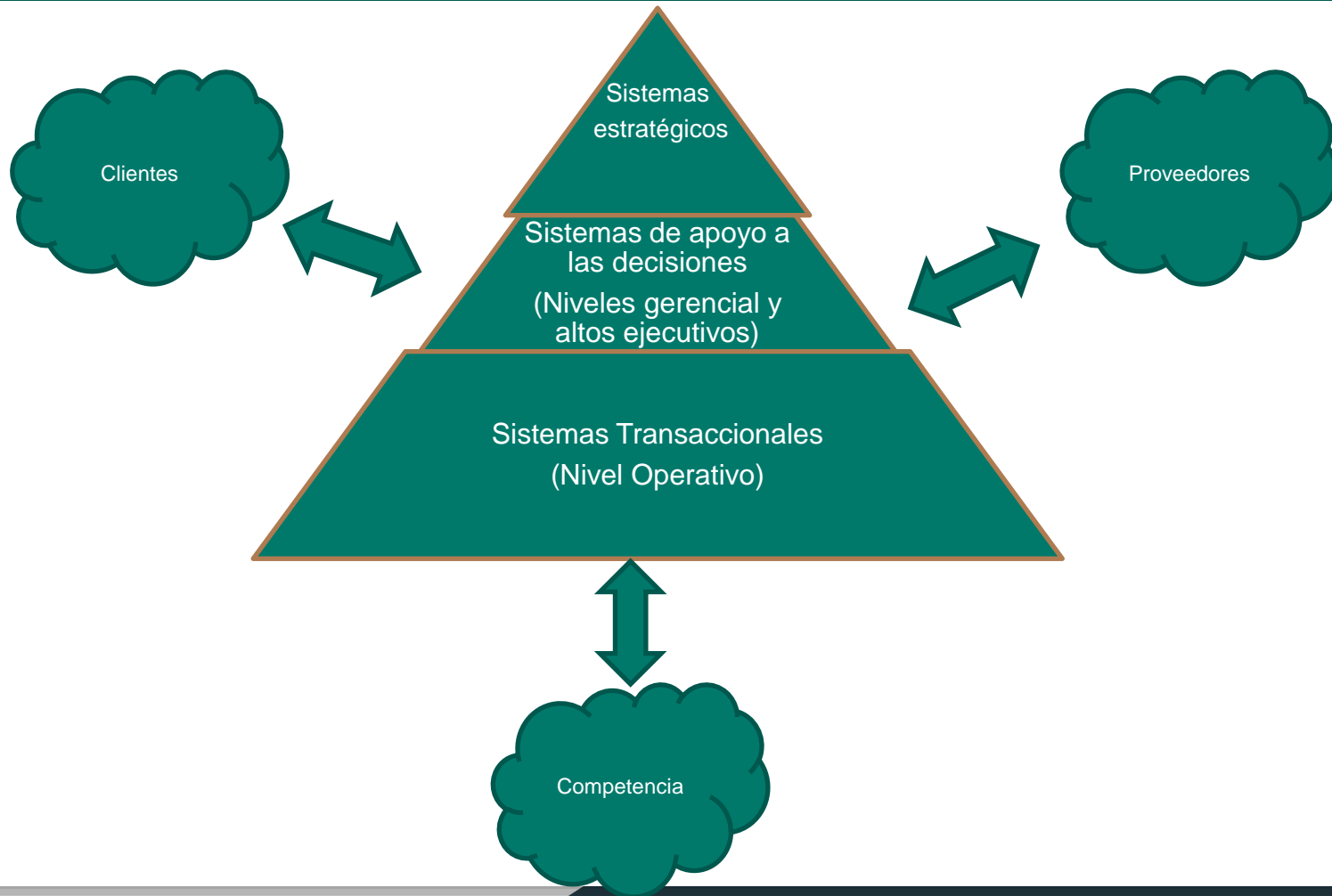
- ✓ La estructura y funciones del SI debe ser coherentes con la estrategia competitiva de la empresa.
- ✓ La planeación y el diseño de un SI debe de servir a los objetivos estratégicos de empresa.
- ✓ EL SI se debe planear, diseñar e implementar para guardar un equilibrio con el resto de los sistemas integrantes de la infraestructura de organización.
- ✓ El SI se debe de evaluar y revisar desde una perspectiva amplia, es decir con la colaboración de la alta gerencia de la compañía.

# Objetivos Básicos

Automatizan los procesos operativos

Proporcionan información que sirve de apoyo en el proceso de tomas de decisiones

Lograr ventajas competitiva a través de su implementación y uso



## Tipos de sistemas de información gerencial

1. Sistemas Transaccionales
2. Sistemas de Apoyo a las decisiones
3. Sistemas estratégicos
4. Sistemas integrales de administración
5. Sistemas de administración de la relación con los clientes



# CRM Customer Relationship Management

- La definición de CRM ( Gestión de las relaciones con clientes) es una aplicación que permite centralizar en una única Base de Datos todas las interacciones entre una empresa y sus clientes.
- El software CRM, por definición, permite compartir y maximizar el conocimiento de un cliente dado y de esta forma entender sus necesidades y anticiparse a ellas. Por definición, el CRM recopila toda la información de las gestiones comerciales manteniendo un histórico detallado.

# Clasificación de los CRM

## Componente Operacional

- Ayudan a incrementar la eficiencia y a medir las operaciones diarias los clientes.

## Componente Colaborativo

- Permiten la interacción y colaboración de los clientes

## Componente analítico

- Permite el análisis de cliente para tomas de decisiones.

## Ventajas de los CRM

- Reducción de ciclo de venta
- Coordinación de los servicios a clientes
- Retención de Clientes
- Eficiencia en Presupuestos de marketing.

# Evolución de los SI

Etapa de Inicio



Etapa de contagio o  
expansión



Etapa de control o  
formalización

# Evolución de los SI

Etapa de Integración



Etapa de  
administración de datos



Etapa de madurez



# Estudios de casos

Bendiciones...

