

**UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL
FACULTAD DE INGENIERIA**

**IMPLEMENTACIÓN SISTEMA CRM
PLANTA PROCESO SALMÓN**

Memoria para optar al título de Ingeniero de Ejecución en Informática

Autor : Rodrigo Osvaldo Arriagada Paredes.
Profesor Guía : Roberto Carú Cisternas.
Profesor Integrante : Jorge Tapia Castillo

Puerto Varas – Chile
Agosto, 2013

INDICE

1	<i>Capítulo I</i>	4
1.1	Hipótesis.....	4
1.2	Objetivo General.....	4
1.3	Objetivo Especifico	4
1.4	Alcance.....	5
1.5	Antecedentes.....	5
1.6	Justificación	6
1.7	Metodología.....	7
2	<i>Capítulo II – Marco teórico</i>	7
2.1	CRM: Marco Metodológico	7
2.2	Ciclo que vida de un CRM.....	9
2.3	Conceptos erróneos más comunes	10
2.4	Mejora del servicio al cliente.....	11
2.5	La Pirámide del CRM.....	12
2.6	Aumentar la eficiencia	13
2.7	Bajar los Costos Operativos	13
2.8	Ayudar al departamento de Marketing.....	13
2.9	Tipos de Sistema CRM.....	13
3	<i>Capítulo III - Desarrollo del Trabajo</i>	35
3.1	Descripción de la Empresa.....	35
3.2	Servicios de Procesos	35
3.3	Contratos.....	36
3.4	Recepción.....	37
3.5	Eviscerado.....	38
3.6	Clasificación y Calibración.....	39
3.7	Línea de Filetes	40
3.8	Congelación.....	42

3.9	Empaque	43
3.10	Almacenamiento Producto Terminado.....	44
3.11	Despacho	45
3.12	Problemática: Situación Actual	47
3.13	Modelo Implementación CRM	51
4	<i>Capítulo IV - Hallazgos.....</i>	<i>81</i>
5	<i>Capítulo V - Conclusiones.....</i>	<i>82</i>
6	<i>Glosario.....</i>	<i>84</i>
7	<i>Bibliografía</i>	<i>87</i>

I. INTRODUCCION

Hoy en día en las pequeñas, medianas y grandes empresas, conocer y satisfacer las necesidades del cliente es el objetivo fundamental en el quehacer de las compañías. El mantener clientes significa una disminución en los costos y un aumento en los beneficios.

Customer Relationship Management, CRM¹, como sus siglas en inglés lo indican, es la gestión de administración de las relaciones con el cliente, es una herramienta que de alguna manera se ha convertido importante para las empresas ya da satisfacción a los clientes y confiabilidad.

Según estudios realizados por diversas organizaciones, es mejor económicamente para una empresa mantener clientes existentes, que buscar nuevos, y el CRM es una herramienta vital para lograr este objetivo, fortaleciendo la relación entre empresa – cliente, dándole un sentido de pertenencia hacia la misma y así lograr la “lealtad” de estos, además de que estos clientes puedan atraer a más, con las muestras de buen servicio que se ofrecen al implementar un sistema CRM.

Tanto para empresas pequeñas, como las de mayor envergadura, es importante llevar a cabo una aplicación de CRM, lo que les permite gestionar de mejor manera los clientes, obteniendo información de sus necesidades que pueden ser tanto materiales como afectivas, esquematizar una idea de las proyecciones que tiene el cliente, todo esto para que se sienta la preocupación de la empresa que siente por él y así obtener la mayor lealtad hacia la empresa.

¹ Customer Relationship Management

Existen muchas empresas que han implementado este sistema, el problema es que creen que la tecnología sola es la solución, no hay una estrategia clara de que seguir y no existe un real interés por el cliente, por lo cual no se obtiene buena información de él y el CRM falla.

Toda esta innovación no solo va de la mano en una implementación tecnológica sino también en un cambio de mentalidad, una capacitación en la conducta hacia los clientes, realmente se podría decir que es un tema cultural y del diario vivir.

El CRM implica un camino continuo, no un destino final. Es el camino de una empresa centrada en el cliente. La aplicación de un CRM exitoso se da por etapas, no de un día para otro. Se debe comprender que siempre habrá mejoras permanentes para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente con la finalidad de lograr su satisfacción lo que traerá como consecuencia el crecimiento de la empresa.

1 Capítulo I

1.1 Hipótesis

Demostrar que utilizando CRM en la Industria del Salmón, es posible identificar las debilidades de la empresa con respecto a la información a sus clientes. Para así obtener mejoras tanto en la oportuna entrega de información y la producción de la materia prima para así realizar la verificación si existen mejoras en las áreas de proceso².

1.2 Objetivo General

Elaborar un plan piloto y una propuesta de implementación de un sistema CRM (*Customer Relationship Management: Administración de las Relaciones con el Cliente*), para el departamento de planificación y producción de la empresa PRIMAR para mostrar la utilidad que brinda implementar soluciones basadas en CRM.

1.3 Objetivo Especifico

- Determinar la situación actual sobre el manejo de las relaciones con el cliente.
- Determinar qué mejoras se obtendrán con la implementación del sistema.
- Optimizar las funciones actuales de relación con el cliente.
- Determinar los costos de implementación de la propuesta.
- Implementar los cursos de capacitación necesarios para el manejo del nuevo sistema.
- Establecer parámetros de mejora de la propuesta.

² Conjunto de actividades agrupadas para facilitar el camino de la mejora.

1.4 Alcance

Desarrollar un análisis de riesgos que entregue un programa de trabajo genérico, que como línea base, permita asegurar las condiciones mínimas de los procesos e información a los clientes.

1.5 Antecedentes

La Administración de la relación con los clientes, CRM, es parte de una estrategia de negocio centrada principalmente en la satisfacción del cliente, pero también a los sistemas informáticos que dan soporte a esta estrategia.

SugarCRM es una herramienta comercial potente disponible y lista para trabajar en una empresa.

SugarCRM ayuda a crear base de datos para establecer una serie de procesos internos comerciales que aumentan la eficacia y su acercamiento al mercado, empuja los resultados de venta, mejora la satisfacción del cliente y proporciona una visión completa a los resultados de la empresa.

Apoyado por una colaboración de funcionalidades administrativas que se adaptan al funcionamiento de la empresa, SugarCRM goza de clientes muy satisfechos procedentes de una amplia gama de sectores y de todos los tamaños.

Esta excelente herramienta pone a disposición del usuario funcionalidades que realmente facilita el proceso comercial, mejora la eficiencia de los jefes de distintos departamentos con relación al cliente.

Presentado en una interfaz³ de usuario que es rápida y atractiva, SugarCRM es fácil de aprender, sencillo de usar y de fácil adaptación.

³ Medio con que el usuario puede comunicarse con la computadora, y comprende todo los puntos de contacto entre el usuario y el equipo. Normalmente suelen ser fáciles de entender y fáciles de accionar.

Mediante SugarCRM, los directivos pueden confiar en un sistema donde se centraliza la información para la realización simple y ágil de los informes requeridos, lo cual significa mayor visibilidad y más control sobre la empresa.

Al utilizar SugarCRM se podrá responder a los problemas y oportunidades de forma inmediata y eficaz hacia los clientes, todo esto nos llevara a los mejores resultados y prevención de problemas uno de los más relevante la entrega de información oportuna.

SugarCRM ofrece capacidades de personalización y modificaciones desde la interfaz del usuario de forma simple y sin el requerimiento de conocimientos técnicos o administrativos.

Para aquella empresa que requieren una personalización más detallada el equipo de consultores CRM facilita personalización completa con consultora de integración del CRM.

1.6 Justificación

Este proyecto se enfoca en la relación e información de los procesos al cliente y busca proveer la satisfacción de este.

La empresa mantiene la información de los procesos, contactos de los clientes en archivo Excel en forma independiente. En esta propuesta vamos a integrar la información para dar una mayor satisfacción a los clientes ya que para verificar la mejora de procesos se necesita información online para su evaluación y control.

SugarCRM llevara el control de toda la información de los contactos de los clientes en forma ordenada y segura, a la vez de subir la información de la producción de la materia prima del cliente.

La información se subirá terminada la producción con respectos a los lotes de ingreso de materia prima de cada cliente, una vez subido se enviara la información actualizada al cliente respectivo.

1.7 Metodología

Se evaluarán los clientes de acuerdo a los ingresos de materia prima y se generaran los contactos, con todos sus detalles correspondientes, luego hacer las pruebas vía telefónica o un correo como clientes potenciales.

2 Capítulo II – Marco teórico

2.1 CRM: Marco Metodológico

Customer Relationship Management⁴, o más conocido por sus siglas CRM, desde el punto de vista del negocio, son estrategias que nos permiten gestionar la relación con el cliente. Estas estrategias buscan entender y anticiparse a las necesidades de los clientes existentes pero también de los potenciales, con el objetivo de generar ingresos, mediante acciones que permitan conocer sus gustos o preferencias de tal modo que se pueda dar y entregar ofertas personalizadas. Si se logra conocer y anticipar a las peticiones futuras que realizaran los clientes se conseguirá una mayor satisfacción y fidelidad hacia a la empresa, así como un aumento de las ventas e ingresos y atraer otros clientes.

Cada vez es más estrecha la delgada línea que diferencia un producto de otro, por lo que la estrategia corporativa que triunfara en el mercado será aquella que entienda que la atención que se les presta va a ser el factor fundamental y decisivo para retener a los clientes existentes y atraer a los nuevos.

Así mismo la mayoría de los clientes producen beneficios a la compañía pasados los años, ya que inicialmente los clientes nuevos son una carga económica puesto que se invierte en publicidad y marketing, así como el costo de investigar qué es lo que demandan, por lo que es muy importante la oportunidad de fidelización que propone CRM.

⁴ CRM

Como el CRM es un proceso que direcciona todos los aspectos de identificación de los clientes, y de creación de conocimiento sobre su comportamiento, construyendo relaciones con este cliente y dando forma a un aspecto de la compañía y de los productos de esta.

Ahora bien, desde un punto de vista más técnico, CRM es un software que nos permite monitorizar, gestionar y analizar las relaciones con los clientes, es decir mediante el uso de un programa determinado podremos guardar información y almacenarla en una base de datos para su posterior análisis. Basándonos en estos datos almacenados podremos generar ofertas y campañas vía mail, marketing, publicidad e inventar nuevas estrategias de mercado.

En resumen, CRM⁵ es una estrategia que usa la información, la tecnología y los empleados de una compañía, para gestionar la relación con los consumidores de una empresa durante todo el ciclo de vida del CRM.

⁵(Customer Relationship Management) administración de las relaciones con el cliente

2.2 Ciclo que vida de un CRM



Las fases que a través de las cuales se mueve el CRM desde inicio a fin. Cada una de las etapas lleva asociada una serie de tareas que se deben realizar, y una serie de documentos que serán las salidas de cada una de estas fases y servirá de entrada para la siguiente.

2.3 Conceptos erróneos más comunes

CRM es una solución que resolverá todos nuestro problemas con clientes; las herramientas de software⁶ harán más fácil para el cliente hacer negocios con nosotros.

El software no es varita mágica y el esfuerzo de forjar una relación sólida con el cliente conlleva planificación, inversión y paciencia. El software facilita esta tarea, pero no es la solución completa. El problema con el software que prometen ser mágicos, es que hace pensar a los jefes de negocios que el CRM es solo un problema de información tecnológica.

CRM es el nuevo nombre para el marketing directo. Usar y automatizar la información para comprender y mejorar la relación con el consumidor es una práctica común del marketing directo. CRM es un cambio en el enfoque del marketing una gestión de relaciones.

CRM significa reconocer al consumidor en cualquier lugar donde el interactué con la compañía, una visión de 360° del cliente.

Este es un paso crítico, pero no es suficiente con solo reconocer al cliente. Debemos aprender a utilizar esa información que hemos almacenado en el pasado para poder interactuar de forma efectiva en el futuro. La información sobre los consumidores es crítica para incrementar el conocimiento de los mismos y mejorar el servicio que les prestamos. Necesitamos, así mismo, herramientas y formación para que nuestros empleados sepan qué hacer con dicha información.

CRM significa puntuar y medir el valor del cliente. Un uso muy importante de la información extraída por el CRM es ser capaces de identificar quienes son nuestros mejores clientes. Deberíamos tener procedimientos que nos permitan utilizar esta información para incrementar el número de clientes leales y el valor de cada uno.

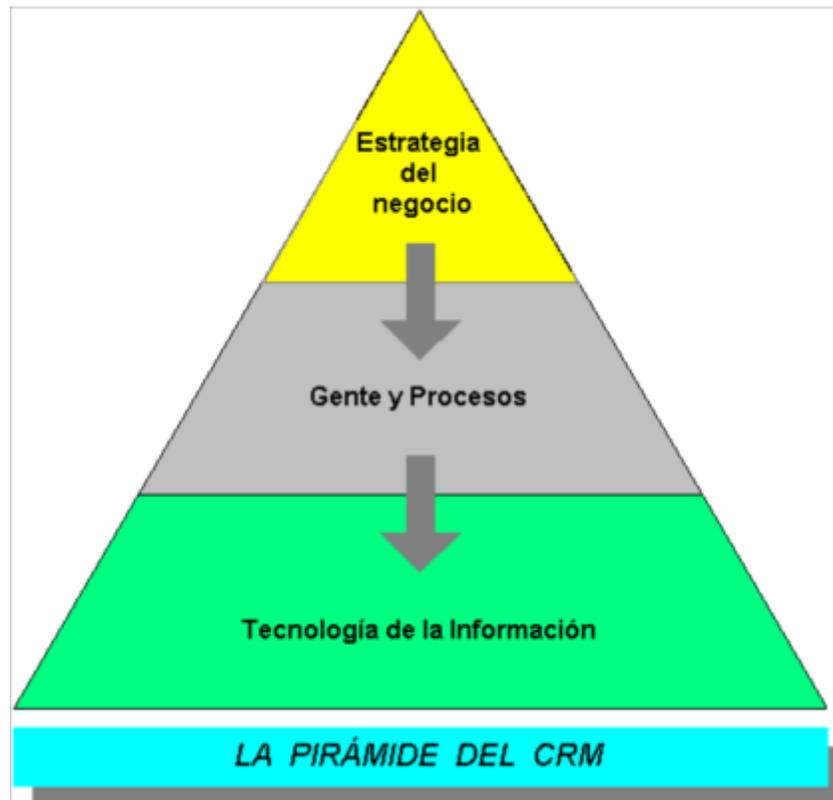
⁶ Conjunto de programas, procedimientos, reglas, documentación y datos asociados, que forman parte de las operaciones de un sistema de computación.

Ninguna de las afirmaciones anteriores es del todo incorrecta, pero tampoco expresan toda la realidad. CRM es una disciplina completa de Interacción con los clientes que implica a todos los departamentos de una empresa.

2.4 Mejora del servicio al cliente

Establecer la fidelidad del cliente como uno de los principales objetivos del CRM es fundamental para una implementación satisfactoria de un sistema CRM. Para alcanzar este objetivo es esencial que todas las partes de la organización se den cuenta de que tienen un papel fundamental para conseguirlo. No se puede conseguir este objetivo con la ayuda de unos pocos empleados, sino que es necesario que los clientes perciban que han recibido un servicio excelente, el mejor posible. Este es, de lejos, uno de los objetivos más importantes de la gestión de clientes, la retención de clientes y la fidelidad a la marca es esencial para asegurar el éxito. Sin duda, es mucho más difícil conseguir nuevos clientes para mantener a los ya existentes. El servicio al cliente es un punto clave sobre el que asienta el CRM.

2.5 La Pirámide del CRM



Una aplicación de Servicio CRM, se basa en el correcto y oportuno uso de tecnologías de la información. Identificando el proceso adecuado, y personas responsables, es posible alimentar en forma precisa y oportuna al sistema, de tal forma de conseguir una adecuada estrategia de negocios, que sea rentable.

2.6 Aumentar la eficiencia

Es cierto, que este objetivo forma parte de los requerimientos de toda empresa, ya que la eficiencia y efectividad en todas las áreas empresariales es necesaria para lograr los objetivos en los negocios. La gestión de relaciones con los clientes consigue este propósito proporcionando reducción de los costos y la retención de los clientes antiguos y atrayendo nuevos.

2.7 Bajar los Costos Operativos

La bajada de los costos operativos debería establecerse en todos aquellos procesos que involucran la implementación de un CRM. La consecución de la reducción de costos operativos se obtiene gestionando los recursos humanos, lo cual ayuda a maximizar las competencias de los empleados lo que hace que el costo de los mismos se reduzca al aumentar su eficacia.

2.8 Ayudar al departamento de Marketing

Otro objetivo del CRM es ayudar al departamento de marketing, lo cual incluye las campañas de marketing, las ventas promocionales, etc. Este propósito es fundamental ya que aumenta directamente las ventas y por lo tanto aumenta el beneficio para la empresa y el departamento en general.

2.9 Tipos de Sistema CRM

On-premise CRM

On-premise CRM, también conocido como On-Site o In-House, es una aplicación de gestión de clientes que está alojada en el cliente y es gestionada por sus propios empleados. El personal interno de TI⁷ es responsable de instalar todo el hardware y los componentes de software necesarios, integrando la solución con los

⁷ Tecnología de Información

sistemas existentes, distribuirlo a los usuarios finales y almacenar todos los datos recogidos. La administración del sistema, las actualizaciones y otras tareas rutinarias de mantenimiento deben llevarse a cabo por el personal de TI local.

On-premise CRM da a las compañías el control sobre todo el entorno de CRM, permitiendo poner los mecanismos apropiados para asegurarse un resultado óptimo y fiable. Esto permite hacer más eficiente la atención a los clientes críticos, a la vez que se pueden minimizar los riesgos de que servidor este sobrecargado, de que haya fallos del sistema y otros fallos técnicos.

El negocio tiene un mayor nivel de protección con la solución on-premise, ya que la información confidencial de los clientes no se gestiona a través de una tercera parte, y el control total de los datos se lleva a cabo por el personal de la empresa en todo momento. Es por tanto más seguro y menos probable que los datos puedan verse comprometidos o violados.

Ofrece así mismo un gran retorno de la inversión si se utiliza durante un largo periodo o para compañías muy grandes.

Principales Características del CRM On-Premise

- Capacidad de sincronización con usuarios off-line⁸, estos pueden obtener, añadir o editar los datos cuando se conecten al servidor.
- Posee herramientas intuitivas que permiten al personal de TI⁹ configurar y administrar fácilmente el sistema.
- Soporte para implementaciones globales, incluyendo diferentes idiomas y monedas.
- Flujos de trabajo (Workflows¹⁰) predefinidos para diferentes sectores verticales de la industria.

⁸ Fuera de línea

⁹ Tecnología de información

¹⁰ Es el estudio de los aspectos operacionales de una actividad de trabajo

On-demand CRM

Los beneficios que pueden conseguirse con una solución CRM están claros, mejora la productividad, reducción de costos, incremento de beneficios y mejora de adquisición, servicio, satisfacción y retención de los clientes. Sin embargo en muchas pequeñas y medianas empresas, la solución on-premise no sirve ya que se necesita una gran inversión inicial, combinada con la larga y costosa implementación necesaria. Además pocas compañías pueden permitir dedicar a su personal de informática a instalar y configurar el hardware y software, a hacer el testing¹¹, y dar soporte en el mantenimiento y las actualizaciones.

El CRM On-demand, también conocido como hosted CRM o CRM alojado, ofrece a las empresas un modo simple, rápido y más económico de utilizar las herramientas de CRM para automatizar las interacciones con los clientes.

Con el CRM alojado, todos los componentes hardware y software son adquiridos, instalados, probados y mantenidos por un proveedor externo de forma remota. El proveedor del alojamiento almacena y gestiona los datos relacionados con los clientes. La empresa no necesita nada más que acceso a internet para poder utilizar la aplicación.

Con los sistemas de CRM bajo demanda la gestión de la información de clientes se hace más sencilla y más efectiva en cuanto al coste, para negocios o empresas con bajos presupuestos en sus departamentos informáticos. Proporciona toda la funcionalidad estándar de las soluciones CRM In-House, como la seguridad, fiabilidad y rendimiento, pero evitando el tiempo y la inversión asociada con los sistemas on-premise.

La mayoría de los sistemas bajo demanda permiten un modelo que permite pagar por aquello que necesite la empresa, lo cual elimina costos y tarifas iniciales. Pagar solo por aquellos servicios que utiliza, evitando un gasto innecesario en licencias que utiliza o características muy avanzadas que no son necesarias. Con las soluciones alojadas se minimiza el impacto económico y el retorno a la inversión se acelera.

¹¹ Pruebas de software

Además no es preciso tener un software o hardware específico. Así que diremos que no hay implementaciones demasiado complejas ni es difícil dar mantenimiento y soporte. El tiempo que lleva el desarrollo es corto y la aplicación adaptada a las necesidades de una empresa en particular estará disponible en menos tiempo que en otro tipo de CRM.

Principales Características del CRM On-demand

- El desarrollo y puesta en marcha de la aplicación, así como las actualizaciones se hacen en forma rápida y sencilla.
- Solución que permite cubrir objetivos a corto plazo mientras diseñas una política de adquisición y retención de clientes a largo plazo.
- Funciones de seguridad que permiten el acceso a los datos de clientes importantes a un número reducido de personas, si así se desea.
- Integración con sitios Web, aplicaciones de e-commerce, paquetes ERP¹² (Enterprise Resource Planning), etc.

¹² Sistema de gestión de información que integran y automatizan muchas prácticas de negocio asociadas con los aspectos operativos o productivos de una empresa.

Oracle – Siebel



Logotipo de Oracle - Siebel

Características destacadas:

- Precios único para todas las funcionalidades: ventas, servicios y marketing.
- Se suministra con un módulo de Business Intelligence ¹³ y una herramienta de análisis de datos que permite crear fácilmente informes interactivos y cuadros de mando (dashboards).
- Oracle es una de las mayores compañías de software mundial.
- Ofrece prácticamente todo lo que una empresa necesita para desarrollar sus negocios.

Oracle es el líder mundial en CRM, tiene más de cinco millones de usuarios a los cuales da soporte directo y más de 100 millones de usuarios con soporte propio. Como empresa, Oracle corporation, fue fundada por Lawrence J. Ellison en 1977 y tiene su sede central en Redwood City, California. Sobre la base del premiado Siebel, con más de 12 años de experiencia, Oracle On Demand ofrece una solución estratégica, integral y rentable de CRM alojado.

A diferencia de otras aplicaciones, que se concentran en la gestión de contactos a corto plazo, Oracle On Demand proporciona una plataforma escalable, flexible, así como una herramienta de análisis de largo alcance que permite a las organizaciones cambiar, analizar y monitorizar los procesos orientados al cliente, así como simplificar la gestión de los datos recibidos de dichos clientes.

¹³ Inteligencia de Negocios

En cuestión de software bajo demanda, Oracle compite con Salesforce.com. La solución on-demand de Oracle ofrece a un costo muy bajo características similares a las de su opción On-Site.

Siebel es el proveedor de CRM líder dentro de las grandes empresas, ya que profundiza y concentra sus soluciones en diferentes sectores. Actualmente forma parte de Oracle gracias a la compra que se produjo en el año 2005.

Siebel ofrece ambas soluciones, on-premise y on-demand, aunque se utiliza más comúnmente con un alojamiento en cliente gestionando la empresa todos los datos, servidores, software, etc.

Algunos de los puntos fuertes de Siebel se basan en su larga experiencia, más de 12 años en el mercado, y en su gran red de socios comerciales.

SAP



Logotipo de SAP

Características destacadas

- Es una de las mayores compañías de software del mundo.
- Ofrece un conjunto integrado de CRM, ERP, servicios financieros, así como de gestión de cadenas de suministros y otras aplicaciones comerciales.
- La agencia Forrester considera a SAP el líder en CRM.
- Ganador en 2008 del premio “Top 15 Empresas de CRM”.

SAP, cuyas siglas significan “System Applications and Products in Data Processing”, fue fundado en 1972 y su sede central se ubica en Walldorf, Alemania. Tiene más de 48.500 empleados en más de cincuenta países, y da soporte a más de 89.000 clientes a lo largo de todo el mundo.

SAP ofrece soluciones on-demand y web-based, y también tiene disponible una suscripción básica. SAP CRM se creó para hacer frente a los requisitos de las industrias más importantes, incluyendo: automóviles, química, productos de consumo, venta al por menor, telecomunicaciones, servicios profesionales, sector público, alta tecnología, maquinaria y componentes industriales, medio de comunicaciones, petróleo y gas, distribución al por mayor.

SAP CRM Enterprise, para grandes empresas.

Más de 3200 clientes a lo largo del mundo utilizan SAP como su sistema de CRM, en su distribución para grandes empresas. SAP CRM Enterprise¹⁴ es parte de SAP Business Suite e incluye características y funcionalidades que ayudan a los procesos básicos de negocio en las siguientes áreas.

Marketing – Potencia las ideas esenciales del negocio necesario para la toma de decisiones inteligentes, agudizar el enfoque hacia los clientes para impulsar una demanda y aumentar la retención de estos, así como gestionar mejor los recursos de marketing para hacer más con menos.

Ventas – Transforma la fuerza de ventas directas e indirectas de la organización en un equipo de asesores experimentados, fomentando la colaboración eficiente entre el equipo de ventas y el de marketing, y permite que estos equipos apunten sus esfuerzos en satisfacer la necesidad del consumidor.

Servicios – reduce los costos de los servicios a la vez mejora el agrado del usuario haciendo más eficiente las operaciones de servicios y dando un servicio excepcional de atención al consumidor.

Centro de Contactos – potencia la fidelidad del consumidor, reduce costos, y aumenta los ingresos transformando un centro de contacto en un canal de distribución estratégico de marketing, ventas y servicios a través de todos los canales de contacto.

E-commerce – Convierte internet en un canal de ventas y de interacción rentable, proporcionando a los clientes una experiencia online personalizada.

¹⁴ Sistema de información grandes empresas

SAP Business ALL-In-One, para Empresas Medianas con el modulo de ERP y la funcionalidad de SAP Business All-in-One, las compañías pueden simplificar y completar un proceso de principio a fin. Por ejemplo, las empresas pueden utilizar la funcionalidad de CRM para crear una oportunidad y utilizando la funcionalidad de ERP convertir esta oportunidad en un pedido con producto, precios, facturación y entrega.

SAP Business ByDesign, solución bajo demanda para pequeñas y medianas empresas.

Este es un software de gestión empresarial diseñado para medianas y pequeñas empresas, que quieren tener los beneficios de las aplicaciones para grandes empresas, pero sin invertir en una gran infraestructura informática. Permite preconfigurar procesos de gestión de finanzas, relaciones con los clientes, recursos humanos, proyectos, adquisiciones así como la cadena de suministro. SAP se encarga de la instalación, el mantenimiento y de las actualizaciones para que las empresas puedan centrarse en sus negocio, y no en la informática.

SAP businessOne, para pequeñas compañías

Es la única aplicación integrada de gestión empresarial para pequeñas empresas que tiene SAP. La aplicación SAP BusinessOne integra todas las funciones de negocio dentro de la compañía incluyendo finanzas, ventas, gestión de relaciones con los clientes, inventarios y operaciones. A diferencia de muchas otras soluciones para la pequeña empresa existentes en el mercado, SAP BusinessOne es una aplicación única, que elimina la necesidad de instalaciones complicadas y la compleja integración de los diferentes módulos.

CDCPivotal

Logotipo de CDC Pivotal

Características destacadas:

- Plataforma altamente flexible cuyas aplicaciones permiten a las empresas modelar la forma precisa sus procesos de negocio.
- Microsoft Outlook y SharePoint están integrados dentro de la solución Pivotal CRM.
- Microsoft Office está integrado para importar o exportar datos.
- Ofrecen soluciones software específicos para cada tipo de industria.
- ISM “Top 15” CRM Enterprise Packages (1997-2009).

CDC Pivotal CRM es una solución intuitiva y ponderosa para empresas que quieren utilizar CRM estratégicamente para modelar y hacer mas eficiente sus procesos. Construido para ser adaptado por el usuario, CDC Pivotal CRM ofrece una flexibilidad excepcional como también permite una gran personalización. Microsoft Outlook y SharePoint¹⁵ están incluidos dentro del sistema.

Soluciones de CDC Pivotal CRM:

Ventas – Acortar el ciclo de venta y mejorar el ratio de las ventas realizadas.

¹⁵ Colección de productos y elementos de software de Microsoft.

Marketing – Incrementar los ratios de respuesta y la calidad.

Servicio – Acelerar las resoluciones de incidencias y mejorar la satisfacción del cliente.

Gestión de socios – Colaborar de la forma más efectiva con los canales de sus socios.

Análisis – Tomar las decisiones de negocio basándose en mayor número de datos.

CRM Móvil – Incrementar la productividad y efectividad de usuarios de campo y móviles.

CRM Social – Integración de las aplicaciones sociales más comúnmente utilizadas.

CDC Pivotal proporciona una poderosa plataforma de aplicaciones y capacidades adicionales en los centros de contacto, gestión de socios y venta interactiva.

Soluciones especializadas y diseñadas para conocer las necesidades únicas de las siguientes industrias:

- Servicios Financieros
- Construcción
- Fabricación
- Sanidad

CDC software, The customer Driven Company™ es una empresa híbrida de software proveedora de desarrollos on-premise y de tipo cloud. Relacionando una arquitectura orientada al servicio (SOA), CDC software ofrece múltiples opciones de entrega para sus soluciones incluyendo on-premise, hosted, software basado en la nube (cloud-based) así como Software as a service (SaaS) o mezclando ofertas de desarrollo híbridos. Las soluciones CDC Software incluyen Planificación de Recursos de Empresa (ERP), gestión de operaciones de fabricación, empresas de gestión de inteligencia, gestión de la cadena de proveedores (gestión de compras, pedidos, almacenaje y transporte), gestión del comercio global, e-commerce, gestión de personal, gestión de relación de clientes (CRM), marketing automático, gestión de reclamaciones y gestión de la resolución de reclamaciones.

Microsoft Dynamics



Logotipo de Microsoft Dynamics

Características destacadas:

- Plataforma de CRM a la que se puede hacer una gran personalización.
- La interfaz de usuario es similar a la de Microsoft Outlook.
- Gestor de intercambio de información entre los usuarios incluyendo a una gran cantidad de formatos diferentes, como pueden ser Excel, HTML, PDF, XML y CSV.
- Líder del mercado de CRM en 2009 – Premio ROI.
- Líder en la revista “CRM Magazine” en 2008 para grandes y medianas empresas.

Microsoft Dynamics permite aumentar las ventas y la satisfacción del cliente final, así como permite también cual es el modo de uso de la aplicación, que el CRM sea muy fácil de usar, personalizar y mantener. Este software ofrece una amplia gama de características, estando al alcance de cualquier tipo de empresa, lo que permitirá a la compañía cumplir con las necesidades específicas y las tareas de acuerdo a los requerimientos de los clientes..

No importa si una empresa es muy pequeña, o si está en crecimiento, como tampoco si es una gran organización que cuenta con un gran número de clientes, ventas y hasta un equipo de marketing específico. Microsoft Dynamics puede ayudar

a todo tipo de empresas a mejorar sus relaciones con los clientes. El paquete de software ofrece soluciones de automatización de la fuerza de ventas, de atención al cliente y de marketing.

Automatización de la fuerza de ventas – Los clientes pueden acelerar su fuerza de ventas rápidamente con las avanzadas características de Microsoft Dynamics. Los usuarios pueden aprovecharse de su interfaz intuitiva y de las capacidades integradas de Microsoft Office para aumentar la productividad de las ventas, optimizar los ciclos de ventas. Presenta las siguientes funcionalidades: Planificación, clientes potenciales, oportunidades, cuentas, productividad, flujos de trabajo y análisis.

Atención al Cliente – Con la solución de atención al cliente de Microsoft Dynamics los usuarios pueden transformar el cuidado del consumidor en un activo estratégico. Con una vista de 360° sobre el cliente, los empleados pueden resolver los problemas rápidamente y reducir el tiempo de manipulación del problema. A través de los procesos automatizados, los clientes también pueden reducir costos y ayudar a asegurar que se presta un servicio al consumidor consistente en todas las fases del contacto con la empresa. La solución de atención al cliente tiene las siguientes funcionalidades: Cuentas, casos, contratos, knowledge base (base de datos de conocimientos), programación de tareas, flujos de trabajo y análisis.

Marketing – Con la gestión de marketing y el software de automatización de Dynamics, los usuarios pueden comercializar sus productos con mayor eficiencia, mejorar la productividad y aumentar la visión efectiva de la compañías de marketing. La solución de marketing ofrece las siguientes características: Datos, segmentación, planificación, ejecución, eventos, respuesta del cliente, marketing por internet, productividad, flujos de trabajo y análisis.

CRM Extendido – Ayuda a las empresas a gestionar las relaciones que otros productos de CRM más limitados no cubren. Esto incluye la relación de una compañía con sus empleados, socios, proveedores, distribuidores y grupos de interés. Esta solución extendida se logra a través del marco xRM Framework¹⁶, una característica que permite la personalización de los flujos de trabajo, la gestión de los datos, y el análisis y presentación de los datos en diferentes tipos de informes. También incluye

¹⁶ Framework: Estructura de soporte definida, en el cual otro proyecto de software puede ser organizado y desarrollado.

herramientas de gestión del sistema de y red de partners (colaboradores).

Las soluciones y capacidades que ofrece Microsoft Dynamics están conectadas estrechamente con otras herramientas y tecnologías de Microsoft que utilizan la mayoría de las empresas. Esto permite agrupar los datos, ayudando al equipo de ventas a responder las preguntas del consumidor sin hacerse esperar.

Cuando los empleados utilizan la aplicación trabajan en un entorno de software familiar para ellos como es el de Microsoft. Esto ayuda a reducir el tiempo de aprendizaje que conlleva el utilizar herramientas de software dispares.

Las soluciones de Microsoft dynamics normalmente se implementan y desarrollan por un socio (partners) de Microsoft, que ya posee la experiencia técnica y el perfecto conocimiento de la herramienta. Microsoft Dynamics y su comunidad mundial de socios ofrecen soluciones CRM flexibles y muy sencillas de usar.

Salesforce.com

Logotipo de Salesforce.com

Características destacadas:

- Aplicación que permite una gran personalización.
- Acceso a AppExchange, directorio de aplicaciones creadas por la comunidad para el entorno de Salesforce.com.
- Premio de Mercados CRM en 2009 para grandes, medias y pequeñas empresas.
- Ganador del premio CODIE, Mejor solución de software para las empresas.

Salesforce.com fue fundada en 1999 por el ex ejecutivo de Oracle Marc Benioff, que fue pionero en el concepto de la entrega de aplicaciones empresariales a través de un sitio Web simple.

Salesforce.com tiene su sede en San Francisco, California. Más de 1,1 millones de abonados en 63.200 empresas en todo el mundo dependen de Salesforce para gestionar sus relaciones con los clientes. El software de la compañía es utilizado por las empresas de todos los tamaños, en todas las industrias, en todo el mundo.

Desde su fundación, Salesforce.com ha logrado un notable reconocimiento con clientes, socios, inversores, y medios de comunicación.

Salesforce.com ofrece una amplia gama de servicios de CRM y aplicaciones empresariales que permiten a los clientes y suscriptores registrar, almacenar, y actuar sobre los datos de su negocio de forma automática, así como ayudar a las empresas a gestionar las cuentas de los clientes, el seguimiento potencial de las ventas, la evaluación de campañas de marketing y proporcionar servicios de post venta.

Los productos de CRM de Salesforce.com y el modelo de cloud Computing (también conocido como software en la nube) proporcionan muchos beneficios a las empresas, que requieren solo unos gastos de inversión moderados y ofrece un modelo elástico que se puede ampliar según las necesidades de cambio de la compañía.

Los servicios de CRM de Salesforce se centran principalmente en la automatización de la fuerza de ventas y marketing, en la atención al cliente y la automatización de los procesos de venta y de soporte al cliente. La automatización de las ventas permite a los empleados ser más productivos mediante la automatización de múltiples tareas manuales y muy repetitivas. También proporciona datos al equipo de ventas sobre sus clientes actuales y los potenciales, y ayudar a las empresas a establecer un sistema y un proceso de registro, seguimiento e intercambio de información.

Ventas en la nube – Salesforce.com Sales Cloud: En el último año, la automatización de las ventas en la nube de Salesforce se ha alejado de las herramientas tradicionales on-premise. La automatización de la fuerza de ventas es fácil de aprender y de usar, es asequible de forma global en su modo on-demand, evita a las empresas el tener que realizar una gran inversión inicial y también las libera de la complejidad del software basado en un servidor propietario. El concepto del “Cloud Computing”, o software basado en la nube, es una parte integral de la solución CRM de Salesforce.com, Ofrece a los usuarios la capacidad de manejar de forma ajustada a sus necesidades el proceso de ventas y los gastos derivados de las

actividades de marketing. Este software es integral y optimiza el espectro completo de las actividades de venta incluyendo la gestión de las iniciativas de marketing, acuerdos o contratos, gestión del territorio de ventas y administración de canales de venta.

Nube personalizada – Salesforce.com Custom – Cloud: La plataforma de Cloud Computing Force.Com permite a las empresas construir y desarrollar aplicaciones de negocio en un único entorno usando un modelo de datos, un modelo de colaboración y una interfaz de usuario. Por lo tanto, es fácil de personalizar y cubrir las necesidades específicas de cualquier tipo de industria. Por último, el AppExchange que es un mercado único en el que se añaden las soluciones de CRM y otras aplicaciones de SaaS (Software as a Service), hace que sea fácil para las empresas encontrar, probar y seleccionar la solución adecuada para su negocio entre cientos de aplicaciones.

NetSuite



Logotipo de NetSuite

Características destacadas:

- El sistema número 1 de gestión de contactos basado en la web con más de 6.600 clientes en todo el mundo.
- Acceso en cualquier momento y lugar, así como costos tecnológicos reducidos con SaaS.
- NetSuite recibió el premio ISMs TOP 15 CRM Software en 2009.
- NetSuite Inc. Recibió el premio a la excelencia CRM 2009 de la revista "Customer Interaction Solutions Magazine".
- Software satisfaction Awards 2008: Mejor plataforma software CRM y mejor software CRM dentro de la gama media.

Fundado en 1998, NetSuite Inc. (NYSE: N) es el proveedor líder de software on-demand de gestión de negocios integrados para empresas en crecimiento y de tamaño medio. Con miles de clientes utilizando productos online de NetSuite y sus servicios profesionales, las empresas son capaces de gestionar todas las operaciones clave de negocio en un sistema de alojamiento host sencillo, incluyendo: Gestión de relación de cliente (CRM), realización de pedidos, inventario; contabilidad y finanzas, gestión de productos, ecommerce, gestión de páginas web y productividad de los empleados. NetSuite fue originalmente conocido como NetLedger por sus

fundadores Larry Ellison y Evan Golberg. Posteriormente el nombre se cambió a NetSuite.

NetSuite permite a las empresas gestionar todas sus operaciones claves para el negocio en un único sistema, el cual incluye contabilidad / Enterprise Resource Planning (ERP), Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM) y comercio electrónico. NetSuite se entrega como un servicio on-demand, por lo que no hay que disponer de hardware, licencia así como tampoco de complejas configuraciones. Finalmente, la tecnología de cuadro de mando en tiempo real proporcionan una visión fácil de utilizar dentro de roles específicos en negocios de información ya que la información siempre está actualizada.

Las soluciones CRM de NetSuite incluyen:

NetSuite – Un sistema bajo demanda que soporta toda la empresa e incluyen la gestión de relación de clientes (CRM) así como una funcionalidad de Planificación de Recursos Enterprise Resource Planning (ERP).

NetSuite CRM+ - Un poderoso sistema de CRM, que incluye la automatización de la fuerza de ventas, oportunidades de gestión, forecasting, automatización del marketing, servicio y soporte al cliente, personalización flexible mediante SuiteFlex y más.

NetSuite CRM es una aplicación CRM alojada que proporciona al personal de ventas una visión global de los clientes, así las empresas pueden maximizar los ingresos liderando y gestionando oportunidades a través de los pedidos, el servicio al cliente y soporte, pero también renovar y aumentar la gestión de ventas. NetSuite CRM también proporciona a la fuerza de ventas la posibilidad de crear cuotas, realizar pedidos reales, tener la visibilidad en tiempo real del estado de un pedido, facturas impagadas, inventario, histórico de pedidos del cliente, gestión del aumento de ventas, ventas cruzadas y comisiones.

SugarCRM



Logotipo de SugarCRM

Características destacadas:

- Interesante plataforma abierta, flexible y rica en características.
- Ganador del Premio CODiE en 2009: “Mejor Solución de Código Abierto”.
- Mejor premio de “Open Source Premio Empresarial” de InfoWorld en 2009.
- Mejor Tecnología de Código Abierto según revista “CRM magazine” (2008 y 2009).
- Líder en 2008 del mercado CRM según revista “CRM Magazine”.

SugarCRM es un paquete de administración de cliente CRM, basado en LAMP (Linux – Apache – MySQL – PHP), desarrollado por la empresa estadounidense SugarCRM. Tiene dos versiones, la libre (community edition) y la propietaria (Express, professional y enterprise).

SugarCRM es el principal proveedor mundial de software de gestión de clientes de código abierto. Fue fundado como un proyecto Open Source en 2004, y desde

entonces la aplicación ha sido descargada más de cinco millones de veces.

Actualmente presta sus servicios a más de quinientos mil usuarios y está disponible en 75 idiomas. Más de cinco mil clientes han elegido los servicios de Cloud Computing con SugarCRM On-Site, en detrimento de las alternativas propietarias. En el último año, SugarCRM ha sido reconocido por su éxito y su innovación por la revista "CRM Magazine", "InfoWorld", "Intelligent Enterprise".

SugarCRM se adapta fácilmente a cualquier entorno empresarial ofreciendo una alternativa más flexible y rentable que las aplicaciones propietarias. La arquitectura de código abierto de SugarCRM permite a las empresas una personalización sencilla que permite integrar los procesos de negocio a fin de construir y mantener relaciones estables con los usuarios. La compañía ofrece un sistema completo, la filosofía empresarial del CRM es el código abierto así que incluye todas aquellas tecnologías necesarias para que la aplicación funcione, como son PHP, MySQL y el servidor web Apache.

La plataforma de SugarCRM está disponible de forma instalada, es decir de forma On-Site y on-demand, así como en versiones basadas en diferentes dispositivos, como por ejemplo la versión para iPhone, lo cual cubre de forma muy completa la funcionalidad de un CRM. Está diseñado para permitir una implementación sencilla.

SugarCRM es una buena opción para las empresas con presupuesto ajustado que principalmente necesitan la funcionalidad para la fuerza de ventas, ya que Sugar da a los recursos técnicos para permitir adaptaciones personalizadas que se ajustan a las necesidades del negocio.

La versión de código abierto de Sugar Professional es gratuita, aunque si bien es cierto que la versión de Sugar Enterprise (la más completa) es la mejor opción para las empresas debido a su conjunto de amplias características.

Sistemas CRM

Se han definido las principales características de algunos CRM en el mercado, no se han reseñado todos los que existen ya que nos encontraríamos con una amplia gama de ofertas, nos hemos enfocado en los que tienen una mayor presencia en el mercado a la vez de un mayor futuro.



Las principales aplicaciones de Servicio CRM, deben considerar una visión amplia del negocio, pues integra toda la cadena (abastecimiento, procesamiento, despacho, facturación, atención post venta), pero de una complejidad tal, que permita su disponibilidad de ejecución.

Sólo en determinados casos, se recomendará el uso de software más sofisticados y complejos, como E.R.P. (*Enterprise Requirement Planning*)

3 Capítulo III - Desarrollo del Trabajo

3.1 Descripción de la Empresa

Pesmar S.A. es una compañía dedicada al procesamiento, elaboración y distribución de salmónidos, específicamente “Salmon Atlántico, Trucha y Coho”.

Enviados desde los centros de cultivo de los distintos clientes el traslado de estos se realizan en Bins con hielo, se procesan salmones a varios clientes, los grandes clientes la utilizan cuando estas con sobre stock.

El año 2010 la empresa Japonesa Mitsubishi se asocia con Pesmar S.A. abriendo con esto un mayor mercado ya no tan solo en procesar productos sino que a la vez exportar sus propios productos del mar.

3.2 Servicios de Procesos

Ubicado en la Ciudad de Puerto Montt y con una planta de proceso con capacidad de producción mensual de 2.500 toneladas, esta planta cuenta con la más alta tecnología en el procesamiento de productos del mar, cubriendo a cabalidad todas las áreas en esta etapa de la producción.

La experiencia y el compromiso con el cliente, es la gran fortaleza ya que los servicios que presta de maquila¹⁷ por lo mismo la información y confiabilidad con el cliente es lo que lleva a crecer.

¹⁷ Maquila: Prestar servicios a otras empresas

3.3 Contratos

Los contratos son acuerdos que se generan entre y la empresa PESMAR S.A que son definidos para establecer los términos de la relación comercial. El cliente en este caso no es el consumidor final del Salmón sino el que provee la materia prima para su elaboración. Es de vital importancia que estos contratos contengan los elementos necesarios para que dicha relación comercial se lleve a cabo lo más satisfactoriamente posible para ambas partes, una de las características fundamentales de los contratos es que los cliente exigen una clara y pronta información de su materia prima procesada y despachada para así gestionar los embarques correspondientes y destinos.

3.4 Recepción



En esta etapa del proceso se cuenta con dos cintas transportadoras en paralelo. Los pescados que ingresan desde los depósitos de Bins, se cuentan y pesan para realizar el registro en línea mediante una balanza dinámica de recepción automática, en cuanto a los que provienen desde el sistema de desangrado mediante las cintas transportadoras, se pesan y se registran con la utilización de una balanza operada manualmente, ambas balanzas corresponden a la marca MARELEC. Todo el conteo y registro tiene como objetivo el mantener un control interno de las unidades y biomasa procesada por lote, así como también determinar eficiencias del proceso, siempre en busca de una mejora continua.

3.5 Eviscerado



En esta etapa del proceso, los pescados que se comienza con el lavado y extracción de vísceras de la materia prima, para su posterior clasificado y calibración.

Por tratarse de un servicio de maquila (procesamiento por cuenta de terceros), las vísceras son retiradas por el mismo cliente (o sus empresas relacionadas), para su destino final.

3.6 Clasificación y Calibración



Para lograr un producto homogéneo en esta etapa se realiza la clasificación y calibración del producto, para esto se cuenta con una balanza calibrado dinámica identificada como Linco la cual cuenta con 12 puertas distribuidas por calibre, las pesadas y clasificación quedan registradas en una base de datos SQL, esta clasificación se realiza de acuerdo a la planificación destino y exportación del cliente.

3.7 Línea de Filetes



Dependiendo de los requerimientos del mercado y del cliente en particular, se cuenta con una línea de producción específica al proceso de filete, esta línea es alimentada a partir de la etapa de proceso de clasificación.

Fileteo

Consiste en extraer desde las piezas del pescado, los filetes del esquelon¹⁸, cortando horizontalmente desde el hueso collar hasta la cola obteniendo dos filetes separados por vertebras este procedimiento se realiza en forma automática o en forma manual bajo dos líneas de producción paralelas.

Trimeo

Corresponde al corte que se le realiza a los contornos de los filetes obtenidos del proceso anterior, para extraer grasas o imperfecciones. Esto se realiza en forma manual y en base a los requerimientos de los clientes.

¹⁸ Esquelon: Esqueleto y espinas del salmón.

Dentro de esta operación se establecen las siguientes operaciones:

- **Trim A:** Filetes de salmón sin espina dorsal y sin espinas de cavidad ventral (sin esquelón).
- **Trim B:** Filetes de salmón sin espina dorsal y sin espinas de cavidad ventral (sin esquelón), sin aletas dorsales, sin hueso en el cuello, sin aletas ventrales y sin grasa.
- **Trim C:** Filetes de salmón sin espina dorsal y sin espinas de cavidad ventral (sin esquelón), sin aletas dorsales, sin hueso del cuello, sin aletas ventrales y sin grasa belly, sin espinas en zona central (pin bones).
- **Trim D:** Filetes de salmón sin espina dorsal y sin espinas de cavidad ventral (sin esquelón), sin aletas dorsales, sin hueso del cuello, sin aletas ventrales y sin grasa belly, sin espinas en zona central, sin grasa en toda la cavidad ventral (sin estómago) y cola con corte recto.
- **Trim E:** Filetes de salmón sin espina dorsal y sin espinas de cavidad ventral (sin esquelón), sin aletas dorsales, sin hueso del cuello, sin aletas ventrales y sin grasa belly, sin espinas en zona central, sin grasa en toda la cavidad ventral (sin estómago) y cola con corte recto, sin piel.

Despinado

Es la extracción mecánica de las espinas (pin bones) desde la carne de los filete, esta operación es realiza en forma manual por los operarios.

3.8 Congelación



Para el congelado de las unidades producida la planta cuenta con un método de enfriamiento el cual corresponde al túnel estático.

- Método de túnel Estático

El túnel estático consiste en una cámara de refrigeración en la que se almacenan los carros de moldeo en un periodo de tiempo cercano a las 5 horas a una temperatura de -35°C , con lo que el producto alcanza los -24°C , cada túnel tiene una capacidad de 12 carros, y en la planta se dispone de un numero de 6 túneles.

3.9 *Empaque*



En esta Sección la operación se realiza con el producto congelado el que es sacado desde las placas de acero y depositado en bandejas (desmoldado), para posteriormente ser pasado a una cinta transportadora en la cual se lleva a cabo el proceso de glaseado esto consiste en rociar con agua el producto congelado. Durante todo este proceso se monitorea la temperatura del producto, la cual debe ser como mínimo -18°C . Una vez glaseado el producto este es envasado en bolsas de plásticos transparentes, las que luego son embaladas en cajas de cartón, antes de poder cerrar estas cajas se les debe ajustar el peso en forma manual, lo que se realiza intercambio de piezas de pescado, ajustando de esta manera el peso de estas a un valor de -25 kg.

Las cajas son pesadas, registradas y etiquetadas de acuerdo a los requerimientos de los clientes. Una vez realizado el embalado y registro del producto se somete al análisis de metales. El paso siguiente al proceso productivo corresponde al almacenamiento en frigorífico.

3.10 Almacenamiento Producto Terminado



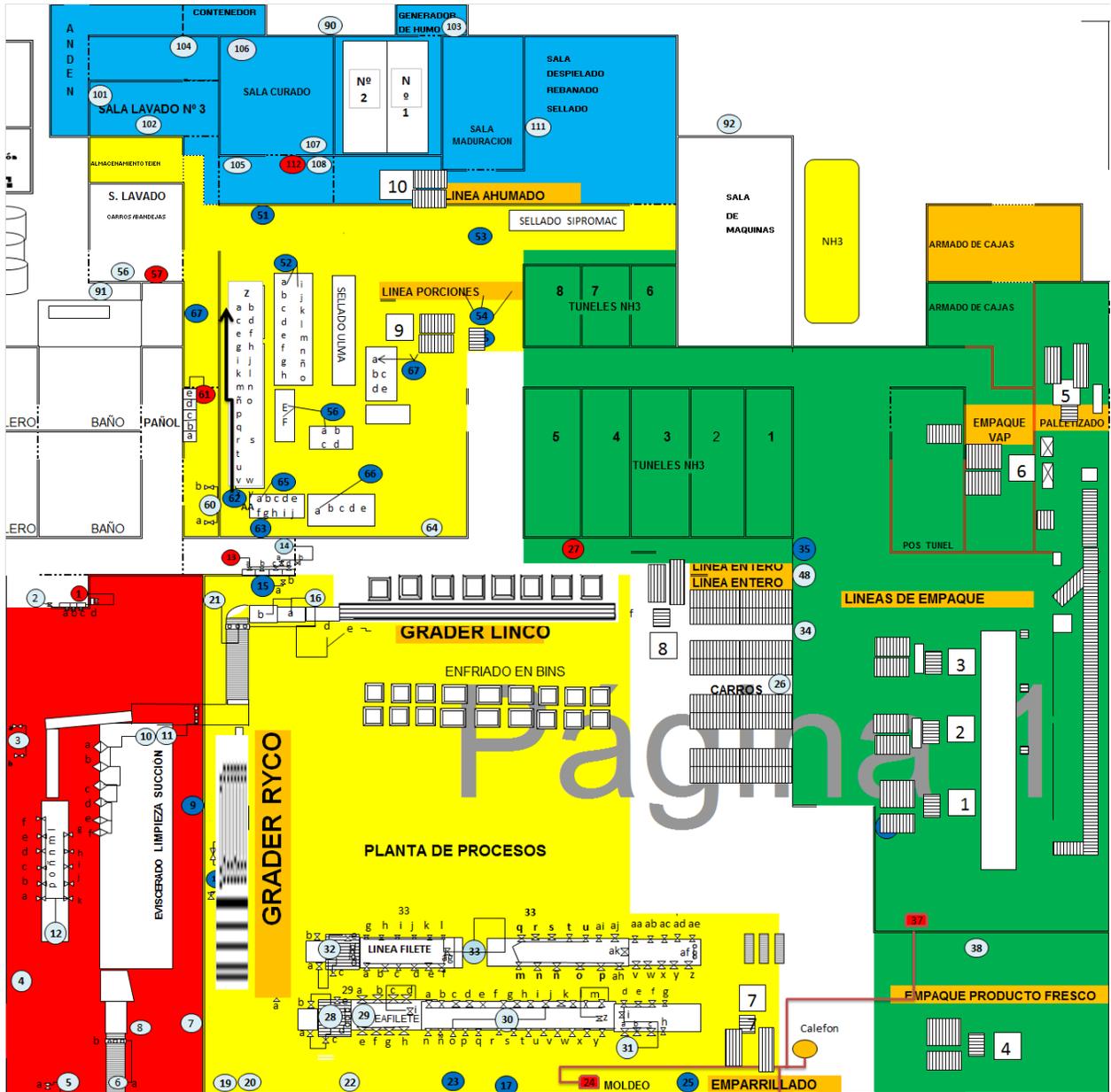
La empresa cuenta con amplias bodegas refrigeradas, en las cuales permiten mantener en óptimas condiciones los productos ya elaborado para su despacho final a los despachos de destino.

3.11 Despacho



Se cuenta con una logística que permite despachar los productos a los diversos mercados de destino mediante el transporte terrestre y/o aéreo.

Plano Planta



3.12 Problemática: Situación Actual

Actualmente la Empresa PESMAR “Pesquera del Mar Antártico” realiza el manejo de clientes, datos productivos, y pedidos tanto fresco como congelados a diferentes destinos a través de hojas de cálculo Excel, esto le permite consultar la razón social y el pedido diario de la Materia Prima fresca y congelada a despachar, además del precio que es distinto para cada cliente, toda esta información debe ser actualizada manualmente sobre todo con los pedidos diarios a diferentes destinos de exportación tanto en mercado nacional como internacional, la información de los procesos productivos no se encuentra integrada con las demás información que maneja la empresa.

Toda empresa debe contar con un sistema para las relaciones con sus clientes debido a su gran importancia para mantener y captar nuevos clientes.

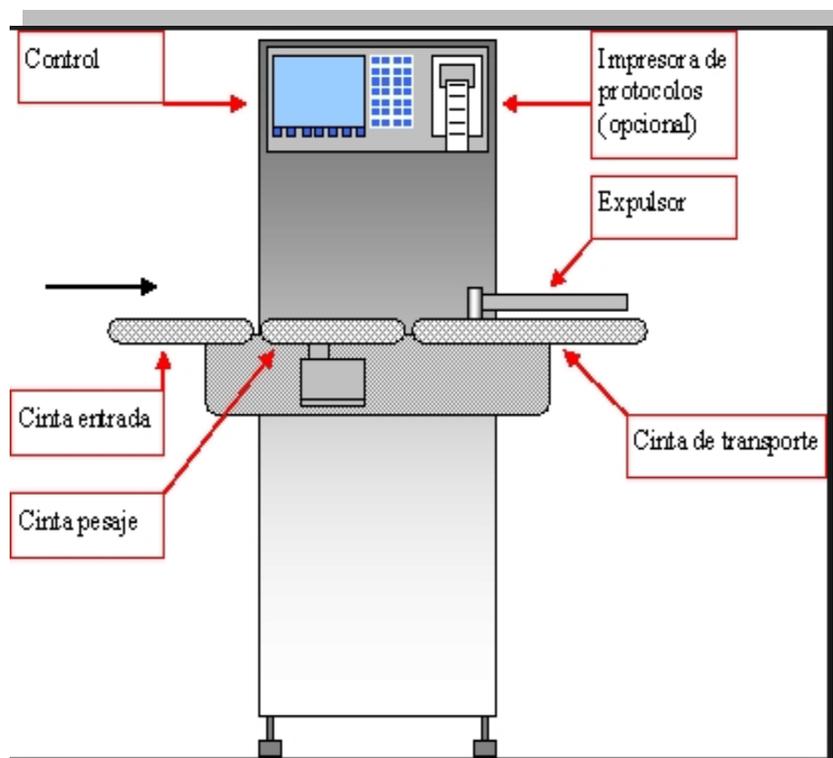
Debido al mejor servicio prestado se creara una mayor fidelidad, y una mayor satisfacción por parte de los clientes los cuales podrán consultar y sugerir los servicios que se les brinda.

Esto permitirá a la empresa crecer, tomar mejores decisiones, tener buenas relaciones comerciales con sus clientes y obtener una mayor rentabilidad.

Implementación

Durante la implementación del Piloto Sugar C.R.M., fue necesario coordinar Todas las áreas involucradas, en el ingreso de Datos : no sólo claro y preciso, sino que fuera oportuno, para mantener la Consistencia de los datos e Informes, que conforman los Reportes por Turno, que también se entregan al cliente, por tratarse del procesamiento de distintas materias primas, del cliente. Tras capacitar y guiar a los diferentes encargados, se logró una mejora sustancial, en tener los datos disponibles, en cada una de las secciones (Recepción – Eviscerado – Calibrado – Fileteo – Empaque y Despacho), para elaborar los Reportes Respetivos, y brindar un mejor servicio en línea.

Grader Dinámica Recepción Marelec

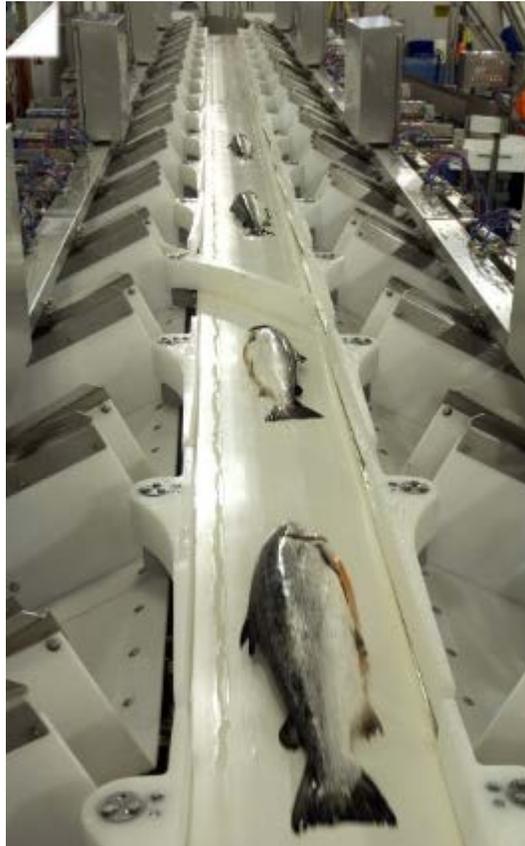


La máquina Grader de Recepción, es una unidad a través de la cual pasa una cinta transportadora, que lleva los pescados a ser procesados. En ese trayecto, avanza sobre una Pesa dinámica (pues los pescados van en movimiento) marca Marelec, que es un amplio proveedor de insumos a la Salmonicultura. Dicho peso se visualiza en pantalla de la máquina, a la vez que queda registrado en un archivo, para posterior revisión y análisis.

Grader Dinámica Calibración Ryco

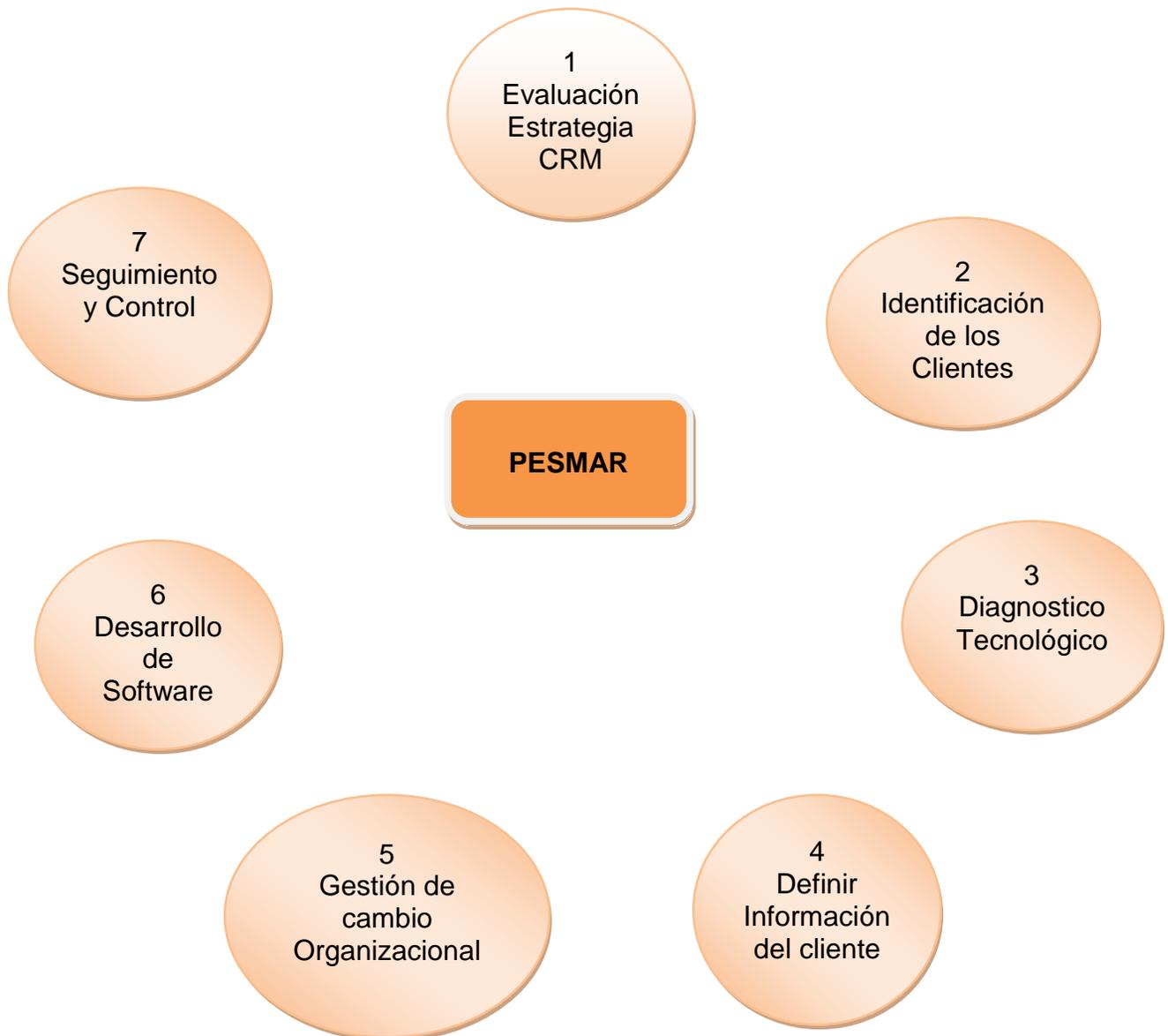


La Grader marca Ryco, es una máquina de disposición longitudinal, sobre la cual corre la cinta transportadora, que lleva los pescados ya eviscerados, a punto de ser procesados), y son clasificados (según calibre / peso), en distintos Bins de almacenamiento temporal.

Grader Dinámica Linco

La Grader Dinámica marca Linco, usada en la Planta, también tiene disposición longitudinal, sobre la cual corre la cinta transportadora, que lleva los pescados. Estos son nuevamente pesados al ingreso, e inspeccionados por el operador, lo cual permite clasificarlos (según calibre / peso), en distintos Bins de almacenamiento, para su posterior procesamiento, de acuerdo a los Pedidos de Producción del cliente.

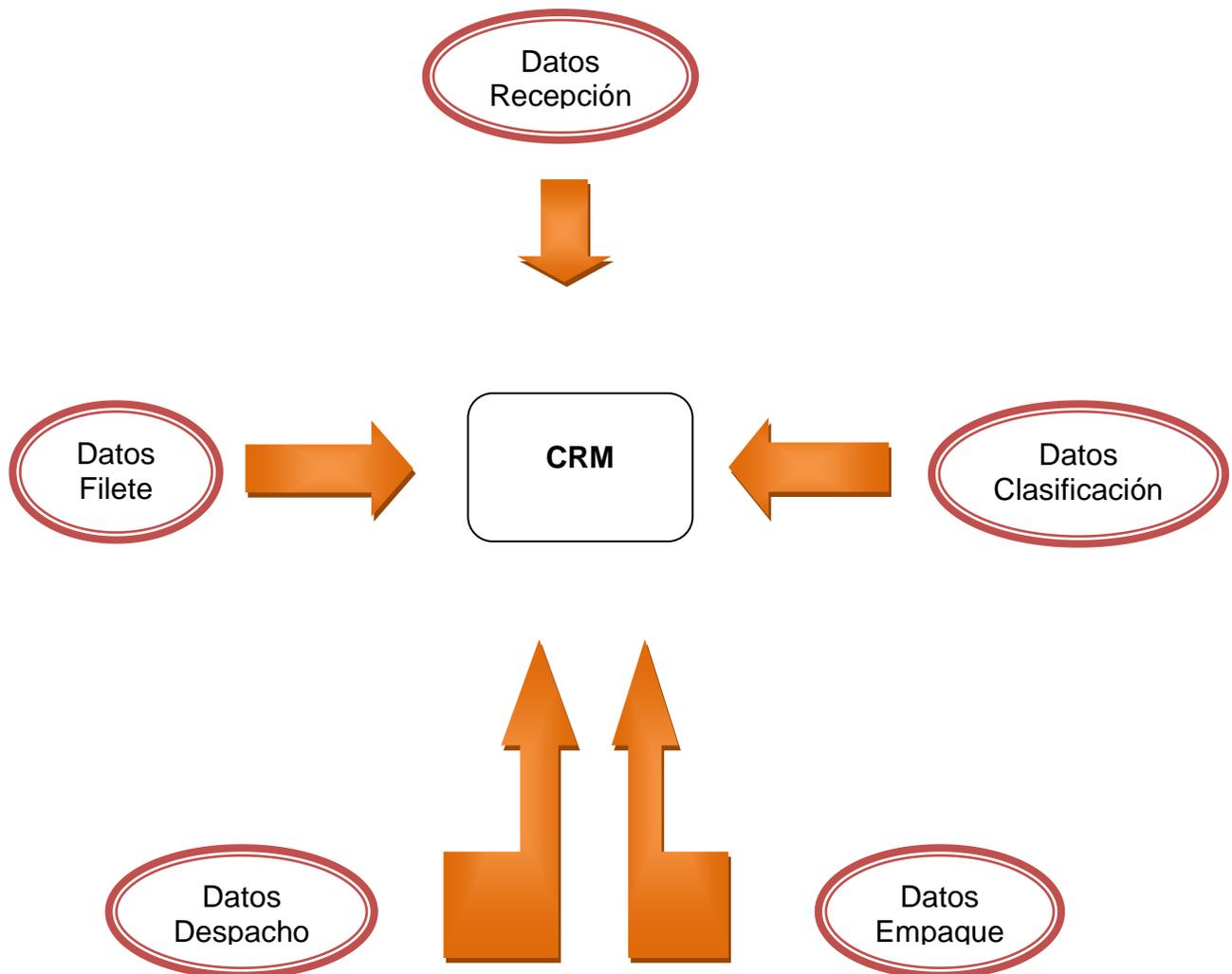
3.13 Modelo Implementación CRM



La implementación del CRM, considera una secuencia de tareas, que parten con evaluar la estrategia del CRM a usar. Ello significa identificar a los posible clientes, y diagnosticar los servicios que se les puede ofrecer, según sus características. Para ello es necesario la gestión del cambio organizacional, implementar el prototipo CRM, y realizar el habitual seguimiento y control, para

evaluar nuevas estrategias.

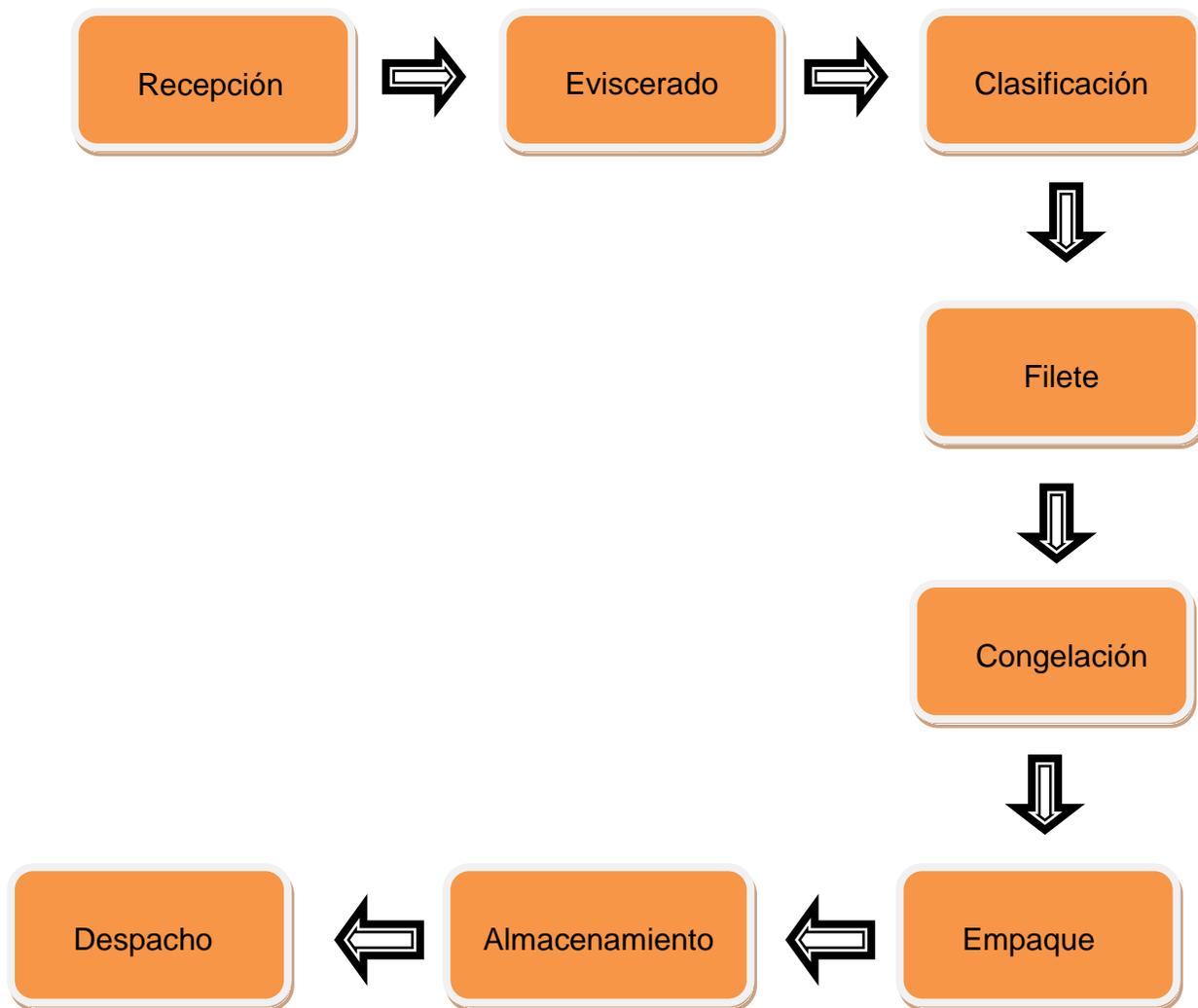
Información al Cliente



La correcta implementación del CRM, es la consolidación de una serie de datos, precisos, oportunos y consistente, de todas las áreas involucradas, a saber :

Recepción de materia prima, clasificado del producto, de acuerdo a los requisitos de fileteo / Producción, que serán empacados y despachados según Pedidos del cliente.

Procesos



El proceso de maquila en una Planta de proceso de salmón, considera la Recepción de materia prima (Grader Dinámica), proceso de Eviscerado (retiro de vísceras), clasificados (calibrado Grader Linco), fileteo (producción de cortes), congelado para su conservación, empacado (según cantidad o kilos del pedido),

almacenamiento según requisitos del flete y despacho al cliente final, ya sea vía área o terrestre.

Diferentes soluciones comerciales.

Valoración Funcional

Analizaremos tres soluciones comerciales CRM una de las cuales se implementara en la empresa de acuerdo a la que dará mayor satisfacción.

Ventajas e inconvenientes Funcionales

MS Dynamics	Salesforce.com	Sugar CRM
<p>Potente capacidad de búsqueda con la posibilidad de relacionar diferentes entidades, calendario organizado e integrable como gestor de correo.</p> <p>Creación de otras entidades en el proceso de alta de cuantas y contactos.</p>	<p>Trazabilidad de clientes y contacto completa.</p> <p>Jerarquía de cuantas multinivel. Permite consultar todos los niveles de la jerarquía</p> <p>Pop-ups de avisos de actividades.</p>	<p>Amplia información de actividades tanto de actividades pendientes como realizadas. Aviso mediante pop-ups de actividades pendientes.</p> <p>Aviso y navegación por las entidades con rápido acceso.</p>

<p>Jerarquía de clientes insuficiente. No permite consulta de varios niveles.</p> <p>Apertura de entidades en ventanas diferentes, puede resultar confuso.</p> <p>No dispone de recordatorios en las actividades a no ser que se integre con gestor de correos.</p>	<p>No permite realizar búsquedas avanzadas relacionando entidades.</p> <p>Jerarquía de producto insuficiente.</p> <p>Proceso de alta del catálogo de producto algo confuso.</p>	<p>Jerarquía de clientes insuficiente.</p> <p>Búsqueda limitada por entidades, no pudiendo relacionar varias entidades.</p> <p>Jerarquía de productos inexistentes y funcionalidad limitada en torno a los productos.</p>
---	---	---

Valoración Técnica

Con el análisis técnico se pretende valorar que solución técnica es la más óptima teniendo en cuenta la realidad actual de la empresa para así poder dimensionar las necesidades del hardware.

Ventajas e inconvenientes técnicos – Plataforma y escalabilidad

MS Dynamics	Salesform.Com	SugarCRM
La plataforma presenta	Herramienta con clara	La versión Enterprise

<p>dos modos de implantación con las mismas prestaciones (Online y On-premise).</p> <p>Fácilmente escalable y flexible bajo entorno distribuido.</p> <p>Sin límites de usuarios máximos.</p>	<p>orientación a servicios a la nube.</p> <p>Permite la conexión con los principales navegadores del mercado sin la necesidad de configuración adicional.</p> <p>Sin límites de usuarios máximos</p> <p>Independencia de la Plataforma (Sobre soluciones On Demand).</p>	<p>permite el uso de modo online y un House con la adquisición de única licencia de usuario.</p> <p>Es accesible a todos los navegadores del mercado.</p> <p>Sin límites de usuarios máximos.</p> <p>Herramienta multiplataforma: Puede ser alojada en Linux (Unix), Windows o Mac os x. Gestor de BBDD¹⁹ MySQL o Oracle.</p>
<p>Requiere plataforma Windows para puesto de cliente (Sistema Operativo y Navegador). El gestor de BBDD puede ser solo SQL Server, así como el sistema operativo (Dependencia de la tecnología Microsoft).</p>	<p>La incorporación de usuario se encuentra fijada y penalizable a nivel contractual no permite disponer de solución In House.</p>	

¹⁹ Base de Datos

Ventajas e inconvenientes técnicos – Flexibilidad

<i>MS Dynamics</i>	<i>Salesform.Com</i>	<i>SugarCRM</i>
<p>Crear nuevas entidades y añadir nuevos atributos a las entidades existentes.</p> <p>Permite exportar la configuración realizada en un entorno e importarla sobre otro entorno: Uso de soluciones.</p>	<p>Permite la creación de nuevas entidades y campos de entidades existentes.</p> <p>Posibilidad de desarrollar funcionalidades en diversos lenguajes de programación: Java, PHP, .NET, Ruby etc.</p> <p>Trimestralmente se liberan nuevas versiones de la herramienta que aportan mejoras y nuevas funcionalidades.</p>	<p>Permite la creación de nuevas entidades y campos de entidades existentes.</p> <p>Permite el desarrollo de nuevas funcionalidades en J2EE, PHP siguiendo los estándares de desarrollo Web.</p> <p>Herramienta de código abierto, control total sobre la funcionalidad.</p>
	<p>Plataforma propietaria de Salesform.com, excesiva dependencia del</p>	

	<p>fabricante.</p> <p>El desarrollo se limita a servicios que estén accesibles sobre la nube.</p> <p>Existen limitaciones en que estén disponibles en la nube la creación de campos y formularios sin coste adicional.</p>	
--	--	--

Ventajas e inconvenientes técnicos – Usabilidad, rendimiento y Seguridad

<i>MS Dynamics</i>	<i>Salesform.Com</i>	<i>SugarCRM</i>
<p>Interfaz familiar para usuarios conocedores de Outlook y Office.</p> <p>Rapidez en la ejecución de informes</p>	<p>Navegación por la herramienta similar a los portales web más conocidos del mercado.</p> <p>Intuitivo por un usuario familiarizado con internet.</p> <p>Rapidez en la ejecución de informes.</p>	<p>Posee una interfaz intuitiva que facilita la navegación del usuario.</p> <p>Permite crear secciones para estructurar los campos.</p>
<p>Los usuarios no acostumbrados a trabajar con Microsoft Office no tendrán fácil uso de la aplicación.</p>	<p>Flexibilidad limitada en el diseño de los formularios y vistas de cada entidad.</p> <p>No permite crear secciones que estructuren los campos facilitando la lectura al usuario de la aplicación.</p>	<p>El rendimiento de la herramienta es deficiente en la ejecución de informes.</p>

Valoración Económica

Con el Análisis económico recogeremos el valor de las diferentes aplicaciones, como es un plan piloto buscaremos la opción más accesible de inversión para la empresa, es decir, los costos que presentan las licencias de Microsoft Dynamics, Salesform.com y SugarCRM (Community Edition). La opción más barata es el SugarCRM community Edition que presenta un valor de licencia nulo. Cualquier usuario puede descargar la aplicación y realizar modificaciones y cambios en la misma. El siguiente es Microsoft Dynamics cuyos precios pueden variar de acuerdo a diferentes modalidades de contratación sobre producto de Microsoft. Por último la licencia más cara la encontramos en salesform.com, aunque si bien se pueden definir usuarios con funcionalidades restringidas.

Precios de Licencia por Usuario al Mes

<i>MS Dynamics</i>	<i>Salesform.Com</i>	<i>SugarCRM</i>
41 Euros/mes Por Usuario.	142 Euros/mes Por Usuario.	0 Euros/mes Por Usuario.

Solución elegida de CRM

Se utilizara SugarCRM ya que tiene dos versiones, la libre (community edition) y la propietaria (Express, professional y enterprise), además que es una aplicación para pequeños, medianos y grandes negocios.

Es desarrollada en PHP y MySQL diseñada para facilitar la gestión de ventas, contacto de clientes etc.

Compatibilidad de SugarCRM

Hay ciertos factores fundamentales que se deben tomar en cuenta al momento de implementar un nuevo software, que son las versiones que son dependencias para instalar SugarCRM, se puede descargar y utilizar para no tener problemas al momento de instalar la herramienta SugarCRM.

ELEMENTOS BASICOS DE SUGAR	Versiones Soportadas	Comentarios
PLATAFORMAS		Sugar funciona sobre cualquier sistema operativo que soporte PHP.
<ul style="list-style-type: none"> Linux 	Red Hat 4.x, 5x (Advanced Server, Enterprise Server) Oracle Enterprise Linux 5.1 CentOS 4x, 5x	
<ul style="list-style-type: none"> Windows 	XP, 2003, Vista, Win7	
<ul style="list-style-type: none"> Mac 	OS X	
PHP		
PHP (MySQL, SQL Server)	5.1.0 – 5.1.2, 5.1.4, 5.1.6, 5.2.0 – 5.2.6	

BASE DE DATOS		
<ul style="list-style-type: none"> • MYSQL 	4.1.2x, 5.0x	
<ul style="list-style-type: none"> • MS SQL Server 	2005, 2008	
SERVIDORES WEB		
<ul style="list-style-type: none"> • Apache 	1.3x, 2.0x, 2.2x	Cualquier versión que corra PHP
<ul style="list-style-type: none"> • IIS 	5.1, 6.0, 7.0	Cualquier versión que corra PHP
PLUG-INS DE SUGAR		
Lug – In para Microsoft <ul style="list-style-type: none"> • Outlook 	Outlook 2003, 2007, 2010	
Plug – In para <ul style="list-style-type: none"> • Thunderbird 	Thunderbird 1.5, 2.0	
Plug – In para <ul style="list-style-type: none"> • Microsoft Word 	Word 2003, 2007, 2010	
Plug – In para <ul style="list-style-type: none"> • Microsoft Excel 	Excel 2003, 2007, 2010	
Cliente <ul style="list-style-type: none"> • Navegador 	Explorer, Firefox, Chrome, Mozilla, Safari	
Multimedia		
<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Flash 	7 en adelante	

Configuración ideal para SugarCRM

LINUX STACK		
• PHP versión	5.2.6	
• Apache	2.0.59, 2.2.3	
• Red Hat Enterprise	Workstation 4	
Prefered Databases		
MySQL	5.0.41	
SQL Server	2005, 2008	
WINDOWS STACK		
• Windows	2003	
• PHP versión	5.2.6	
• IIS	6.0	
Prefered Databases		
MySQL	5.0.41	
SQL Server	2005, 2008	

Lista de Características que ofrece cada versión de Sugar CRM

	Community Ed.	Professional Ed.	Enterprise Ed.
Página principal personalizada	X	X	X
Campañas	X	X	X
Marketing por email	X	X	X
Gestión de actividades	X	X	X
Formularios web	X	X	X
Clientes potenciales	X	X	X
Contactos	X	X	X
Cuadro de mando	X	X	X
Oportunidades	X	X	X
Clientes	X	X	X
Incidencias	X	X	X
Gestión de proyectos	X	X	X
Seguimientos de errores	X	X	X
Calendario compartido	X	X	X
Gestión de email	X	X	X
Plug-in Microsoft Outlook		X	X

Plug-in Microsoft Word		X	X
Previsión de ventas		X	X
Informes		X	X
Cuadro de mando		X	X
Gráficos Avanzados		X	X
Gestión de proyectos avanzados		X	X
Base de datos de conocimiento		X	X
Catálogo de producto		X	X
Gestión de equipos		X	X
Control de acceso		X	X
Presupuestos y contratos		X	X
Gestión de grupo de trabajo		X	X
Acceso inalámbrico		X	X
Portal autoservicio			X
Informes SQL avanzados			X
Clientes offline			X
Soporte de Oracle			X

Entorno SugarCRM

Los requisitos de entorno son muy sencillos de conseguir ya que se necesita un computador con conexión a internet, sin que sea necesario que la maquina sea muy potente ni requisitos especiales en cuanto a la tarjeta gráfica o de memoria. Lo bueno de SugarCRM que se adapta muy bien con la mayoría de las tecnologías.

Uno de los pocos requisitos de Sugar consiste en tener una base de datos, pero a diferencia de otros programas de CRM, Sugar es capaz de trabajar con diferentes tipos de base de datos. Sin embargo no es necesario que el usuario contrate los servicios de un proveedor de base de datos sino dispone de uno propio, ya que Sugar funciona con MySQL que es gratuito, Sugar también funciona con Oracle y SQL Server.

Una vez que el usuario tenga todos los requisitos presentados sobre estas líneas puede proceder a su instalación.

Inicio

Bienvenido a

SUGARCOMMUNITY EDITION.

Por favor, introduzca su nombre de usuario y contraseña.

Identificador:

Contraseña:

Idioma: ▼

[¿Ha olvidado su contraseña?](#)

Tiempo de respuesta del servidor: 1.41 segundos.

© 2004-2011 SugarCRM Inc. The Program is provided AS IS, without warranty. Licensed under [AGPLv3](#).

This program is free software; you can redistribute it and/or modify it under the terms of the [GNU Affero General Public License version 3](#) as published by the Free Software Foundation, including the additional permission set forth in the source code header.

SugarCRM is a trademark of SugarCRM, Inc. All other company and product names may be trademarks of the respective companies with which they are associated.

POWERED BY
SUGARCRM

La pantalla de inicio / ingreso del Sugar CRM, considera Identificar al usuario y su contraseña (para definir el perfil de privilegios en el acceso a los datos).

Crear Usuario

Bienvenido, [Rodrigo Administrator](#) | [Salir](#) | [Empleados](#) | [Admin](#) | [Soporte](#) | [Acerca de](#)

Mapa del sitio Search

Inicio | Cuentas | Contactos | Oportunidades | Clientes Potenciales | Actividades | **Usuarios** >>

Recientes: [Sergio Acuña](#) | [Informe Maquila](#) | [BOLETA DE HONOR](#) | [BOLETA DE HONOR](#) | [Sr. Marine Harv](#) | [Rodrigo Adminis](#) | [Base Implementa](#)

Acciones: [Crear Nuevo Usuario](#) | [Crear Usuario de Grupo](#) | [Ver Usuarios](#) | [Importar Usuarios](#)

Nota: Para el envío de asignaciones de registros, es necesario configurar un servidor de SMTP en la [Configuración de Email](#).

[Imprimir](#) ? [Ayuda](#)

Sergio Acuña

Editar | Duplicar | Eliminar | Restablecer Contraseña | Restablecer Preferencias de Usuario | Restablecer Página de Inicio

Perfil de usuario | Avanzado | Acceso

Nombre y Apellidos:	Sergio Acuña	Identificador:	Control Producción
Estado:	Activo	Tipo de Usuario:	Usuario Normal

Perfil de usuario

Estado del Empleado:	Activo	Teléfono de oficina:	
Título:		Móvil:	
Departamento:	Producción	Otro:	
Informa a:		Fax:	
Teléfono de casa:			
Tipo de Mensajería Instantánea:			

Para crear un usuario en Sugar CRM, se deben definir Todas las características y datos de contacto, que lo relacionarán con la gestión del CRM. Tipo de usuario: Responsabilidad, si obedece a algún departamento encargado de alimentar con datos al sistema, o sólo visualización de datos y reportes.

Crear Cliente

Bienvenido, [Rodrigo Administrator](#) | [Salir](#) | [Empleados](#) | [Admin](#) | [Soporte](#) | [Acerca de](#)

Mapa del sitio Search

Inicio | Cuentas | Contactos | Oportunidades | **Cientes Potenciales** | Actividades | Documentos | >>

Recientes: [Sr. Marine Harv](#) | [Informe Maquila](#) | [Sergio Acuña](#) | [BOLETA DE HONOR](#) | [BOLETA DE HONOR](#) | [Rodrigo Adminis](#) | [Base Implementa](#)

Acciones: [Nuevo Cliente Potencial](#) | [Nuevo Cliente Potencial desde vCard](#) | [Ver Cientes Potenciales](#) | [Importar Cientes Potenciales](#)

Nota: Para el envío de asignaciones de registros, es necesario configurar un servidor de SMTP en la [Configuración de Email](#).

Sr. Marine Harvest [Imprimir](#) [Ayuda](#)

[Editar](#) [Duplicar](#) [Eliminar](#) [Convertir Cliente Potencial](#) [Buscar Duplicados](#) [Administrar Suscripciones](#) [Ver Registro de Cambios](#)

Visión General

Nombre:	Sr. Marine Harvest	Tel. oficina:	
Cargo:	Materia Prima	Móvil:	
Departamento:	Procesos	Fax:	
Nombre de cuenta:	Marine Harvest		

Del mismo modo, la creación de Potenciales Clientes, considera el ingreso de Todos los datos necesarios, que faciliten posteriormente, un mejor resultado en la ejecución de estrategias del CRM.

Crear Cuenta

Bienvenido, [Rodrigo Arriagada](#) [Salir] | [Empleados](#) | [Admin](#) | [Soporte](#) | [Acerca de](#)

Mapa del sitio

SUGARCRM.

Inicio **Cuentas** Contactos Oportunidades Clientes Potenciales Actividades Documentos Emails Campañas Casos

Recientes: Primar Trabajo Final.d Rodrigo Arriaga Base Implementa Base Implementa Servicio Maquil Asesoría Soport Conferencia Raúl Invertec Seafoo

Acciones: Nueva Cuenta Ver Cuentas Importar Cuentas

» **Crear** ? [Ayuda](#)

Visión General

Nombre: *	<input type="text" value="Tornagaleones"/>	Teléfono oficina:	<input type="text" value="065-259400"/> x
Web:	<input type="text" value="http://"/>	Fax oficina:	<input type="text"/>
Dirección de facturación		Dirección de envío	
Calle:	<input type="text" value="Urmeneta N° 335"/>	Calle:	<input type="text"/>
Ciudad:	<input type="text" value="Puerto Montt"/>	Ciudad:	<input type="text"/>
Estado/Provincia:	<input type="text"/>	Estado/Provincia:	<input type="text"/>
Código postal:	<input type="text"/>	Código postal:	<input type="text"/>
País:	<input type="text" value="Chile"/>	País:	<input type="text"/>
Correo electrónico: <input type="button" value="+"/> Principal Rehusado No válido		Copiar dirección de la izquierda: <input checked="" type="checkbox"/>	
Descripción: <input type="text"/>			

110%

El proceso de creación de una cuenta, contempla los datos necesario para facturar posteriormente al cliente, manteniendo una comunicación expedita y clara, con cada una de sus solicitudes.

Oportunidades

Bienvenido, [Rodrigo Arriagada](#) [Salir] | [Empleados](#) | [Admin](#) | [Soporte](#) | [Acerca de](#)

SUGARCRM. Mapa del sitio Search

Inicio | Cuentas | Contactos | **Oportunidades** | Clientes Potenciales | Actividades | Documentos | Emails | Campañas | Casos

Recientes: [Primar](#) | [Trabajo Final.d](#) | [Rodrigo Arriaga](#) | [Base Implementa](#) | [Base Implementa](#) | [Servicio Maquil](#) | [Asesoría Soport](#) | [Conferencia](#) | [Raúl](#) | [Invertec Seafoo](#)

Acciones: [Nueva Oportunidad](#) | [Ver Oportunidades](#) | [Importar Oportunidades](#)

\$ » Search [Imprimir](#) ? [Ayuda](#)

Nombre Oportunidad Cuenta Cantidad de la Oportunidad

Asignado a
 Etapa de ventas

 Toma de contacto

Fecha de cierre Próximo paso

▼ Opciones de Diseño Guardar búsqueda como: Modificar búsqueda actual:

[Búsqueda Básica](#) | Búsquedas Guardadas: ▼

Acciones ▼ Seleccionados: 1 (1 - 1 de 1)

<input type="checkbox"/>	Nombre	Cuenta	Etapa de Ventas	Cantidad	Fecha Cierre	Usuario
<input type="checkbox"/>	Servicio Maquila	Marine Harvest	Calificación	\$2.00	23-05-2013	Rodrigo Arriagada

La Definición de Oportunidades, permite configurar estrategias del CRM, definiendo al Asignado, su etapa (*Prospecto inicial, calificación, necesidad de análisis, Propuesta de Valor*), avance de la gestión (*llamado preliminar, con dato, solicitado, autogestión*)

Cientes Potenciales

The screenshot shows the SUGARCRM user interface. At the top right, there is a user greeting: "Bienvenido, [Rodrigo Arriagada](#) [Salir]" followed by navigation links: "Empleados | Admin | Soporte | Acerca de". Below this is a search bar with the text "Mapa del sitio" and a "Search" button. A main navigation menu includes: Inicio, Cuentas, Contactos, Oportunidades, **Cientes Potenciales**, Actividades, Documentos, Emails, Campañas, and Casos. Underneath, there are sections for "Recientes:" (listing items like Primar, Trabajo Final.d, Rodrigo Arriaga, Base Implementa) and "Acciones:" (listing actions like Nuevo Cliente Potencial, Nuevo Cliente Potencial desde vCard, Ver Clientes Potenciales, Importar Clientes Potenciales). The main content area is titled "Clientes Potenciales » Importar vCard" and includes the instruction: "Automáticamente crea un nuevo cliente potencial importando una vCard." Below this instruction is a text input field, an "Examinar..." button, and an "Importar vCard" button.

Tiempo de respuesta del servidor: 3.35 segundos.
 © 2004-2011 SugarCRM Inc. The Program is provided AS IS, without warranty. Licensed under [AGPLv3](#).
 This program is free software; you can redistribute it and/or modify it under the terms of the
[GNU Affero General Public License version 3](#) as published by the Free Software Foundation, including the additional permission set forth in the source code header.
 SugarCRM is a trademark of SugarCRM, Inc. All other company and product names may be trademarks of the respective companies with which they are associated.



Como resultado en la detección de Oportunidades del CRM, surgen Clientes Potenciales, que serán identificados mediante una tarjeta virtual (*v Card*). Este proceso se realiza sobre datos ya existentes.

Campañas

Bienvenido, [Rodrigo Arriagada](#) [Salir] | [Empleados](#) | [Admin](#) | [Soporte](#) | [Acerca de](#)

Mapa del sitio Search

SUGARCRM.

Inicio Cuentas Contactos Oportunidades Clientes Potenciales Actividades Documentos Emails **Campañas** Casos

Recientes: Trabajo Final.d Servicio Maquil Base Implementa Primar Rodrigo Arriaga Base Implementa Asesoría Soport Conferencia Raúl Invertec Seafo

Acciones: Creación de Campaña (Asistente) Crear Campaña (Clásica) Ver Campañas Ver Boletines de Noticias Crear Lista de Público Objetivo Ver Listas de Público Objetivo Crear Público Objetivo Ver Público Objetivo Importar Público Objetivo Nueva Plantilla de Email Ver Plantillas de Email Configurar Email Ver Diagnósticos Nuevo Formulario de Cliente Potencial

» Search [Imprimir](#) ? [Ayuda](#)

Nombre Mis Elementos [Búsqueda Avanzada](#) ?

Acciones ▾ Seleccionados: 2 (1 - 2 de 2)

<input type="checkbox"/>	Campaña	Estado	Tipo	Fecha Fin	Usuario	
<input type="checkbox"/>	Conferencia	Activa	Televenta	24-05-2013	Rodrigo Arriagada	<input type="button" value="i"/> <input type="button" value="d"/> <input type="button" value="e"/>
<input type="checkbox"/>	Conferencia	Activa	Televenta	24-05-2013	Rodrigo Arriagada	<input type="button" value="i"/> <input type="button" value="d"/> <input type="button" value="e"/>

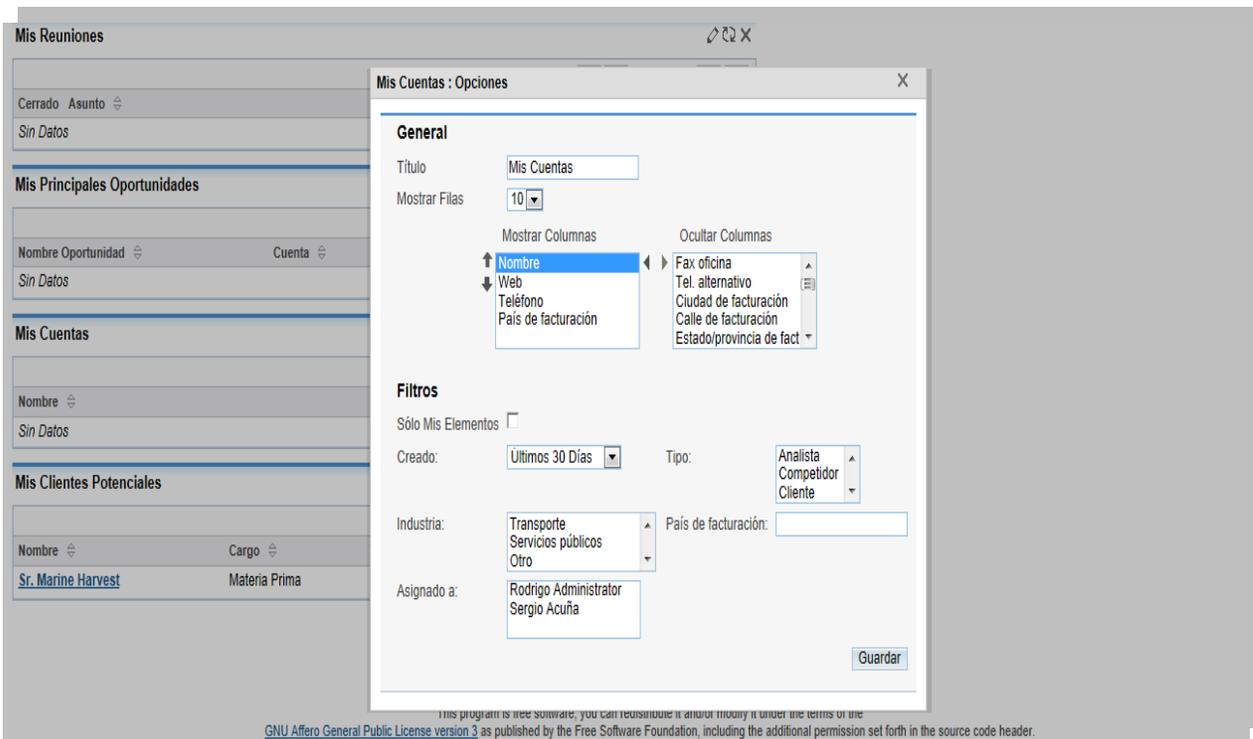
Acciones ▾ Seleccionados: 2 (1 - 2 de 2)

Tiempo de respuesta del servidor: 4.40 segundos.
 © 2004-2011 SugarCRM Inc. The Program is provided AS IS, without warranty. Licensed under [AGPLv3](#).
 This program is free software; you can redistribute it and/or modify it under the terms of the
[GNU Affero General Public License version 3](#) as published by the Free Software Foundation, including the additional permission set forth in the source code header.
 SugarCRM is a trademark of SugarCRM, Inc. All other company and product names may be trademarks of the respective companies with which they are associated.



A diferencia del anterior, el proceso de Campañas (*asistente, clásica*) permite prospectar hacia adelante (futuro, posibles clientes, aún sin contrato). Para ello, se vale de Boletín de noticias, conferencias, televentas, etc.

Configuración Contacto



La Configuración de Contacto, permite al ejecutivo de ventas que usa CRM, tener ordenados y administrar sus prospectos (fidelizar clientes ya existentes, e incorporar nuevos datos)

Subir Archivo Datos Maquila por Cliente

The screenshot shows the SUGARCRM interface for creating a new document. The top navigation bar includes 'Inicio', 'Cuentas', 'Contactos', 'Oportunidades', 'Clientes Potenciales', 'Actividades', and 'Documentos'. The 'Documentos' tab is active. Below the navigation bar, there are 'Recientes' (Recent) items and 'Acciones' (Actions) like 'Crear Documento' and 'Ver Documentos'. The main form is titled '» Crear' and has 'Guardar' and 'Cancelar' buttons. The form is divided into two columns of fields under the heading 'Visión General'.

Visión General	
Nombre de Archivo: *	<input type="text"/> Examinar...
Nombre de Documento: *	<input type="text"/>
Tipo de Documento:	<input type="text"/>
Fecha de Publicación: *	21-05-2013 <input type="text"/>
Fecha de Caducidad:	<input type="text"/>
Descripción:	<input type="text"/>
Documento Relacionado:	<input type="text"/> Seleccionar
Estado:	Activo <input type="text"/>
Versión: *	1 <input type="text"/>
¿Plantilla?:	<input type="checkbox"/>
Categoría:	<input type="text"/>
Subcategoría:	<input type="text"/>
Versión de Documento Relacionado:	<input type="text"/>

Otra cualidad destacada en la implementación del Sugar CRM, es que permite importar los datos de un determinado proceso de maquila (datos de producción por turno de fileteo).

Informe de Productividad



Pesquera del Mar Antartico S.A.
 Bima 330 - Puerto Montt
 Departamento Control de Produccion

Consulta Productividad por Semana

*(Se informa en Kilogramos)

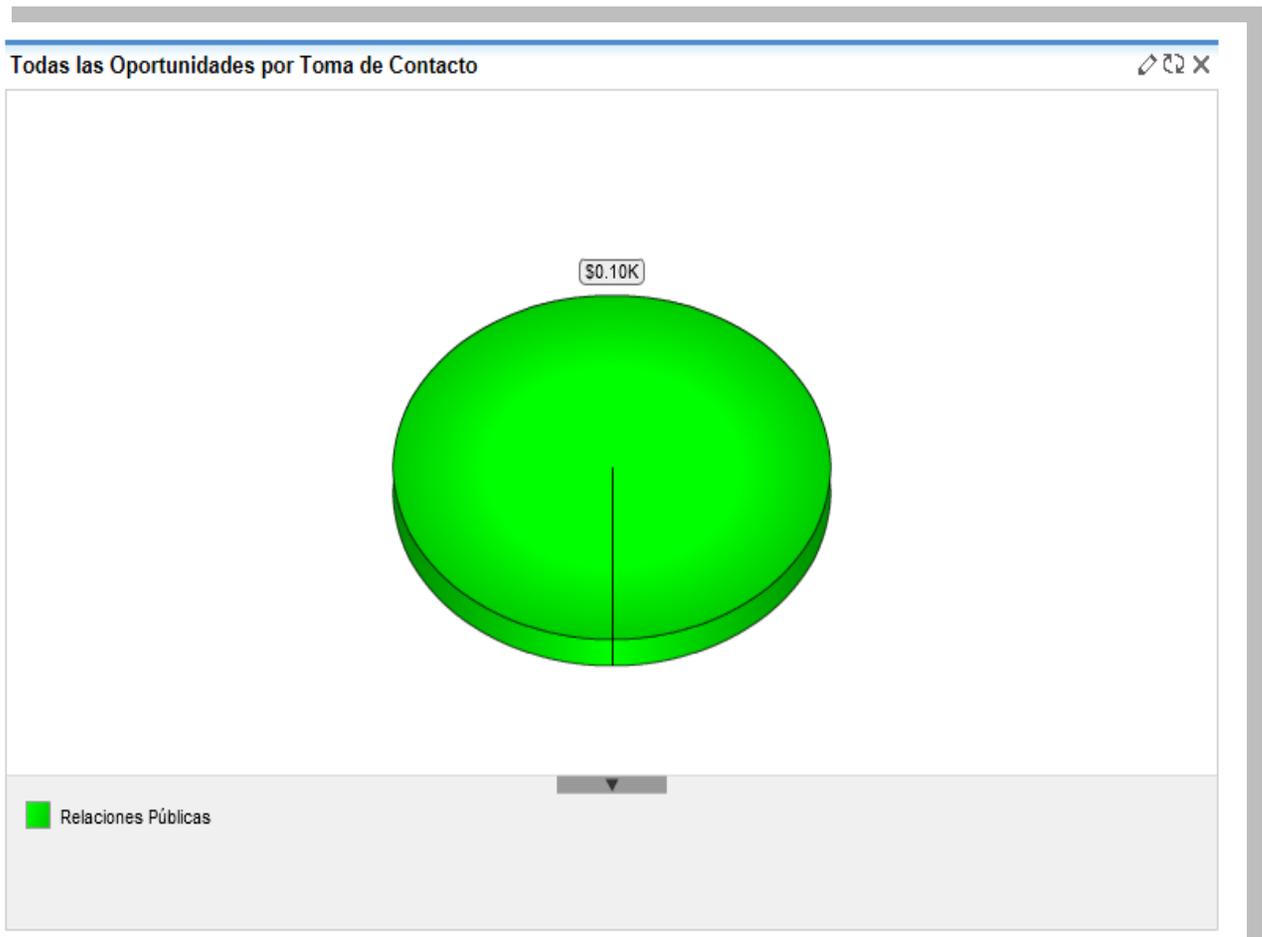
Area		Empaque								
Semana	Linea	Fecha		Horas Turno	Dotación Real	TM	Turno	Produccion (Pzs a Entero)	Pzs Hora	Pzs Hora Hombre
14	Empaque	01-04-2013	Lunes	9	18	2.17	Día	26813	3,923.85	218.0
14	Empaque	02-04-2013	Martes	9	18	1.42	Día	22308	2,941.71	163.4
14	Empaque	03-04-2013	Miércoles	9	18	1.42	Día	23199	3,059.21	170.0
14	Empaque	04-04-2013	Jueves	9	18	0.00	Día	24190	2,687.78	149.3
14	Empaque	05-04-2013	Viernes	9	18	0.00	Día	23511	2,612.33	145.1
Total Semana									3,044.98	169.2
				H.Sem.:	45.00	TM Sem.:	5.00			
									3,044.98	169.2

Area		Filete (VAP)								
Semana	Linea	Fecha		Horas Turno	Dotación Real	TM	Turno	Produccion (Pzs a Entero)	Pzs Hora	Pzs Hora Hombre
14	Linea 3	01-04-2013	Lunes	9	47	2.17	Día	4355	637.32	13.6
14	Linea 3	02-04-2013	Martes	9	47	0.00	Día	5345	593.89	12.6
14	Linea 3	03-04-2013	Miércoles	9	45	1.00	Día	5422	677.75	15.1
14	Linea 3	04-04-2013	Jueves	9	47	0.00	Día	5260	584.44	12.4
14	Linea 3	05-04-2013	Viernes	9	47	1.00	Día	5317	664.63	14.1
Total Semana									631.61	13.6
				H.Sem.:	45.00	TM Sem.:	4.17			
									3,676.58	13.6

Igualmente, Sugar CRM, permite entregar Informes de Productividad, que considera la producción comparada por días, turnos, en relación a la dotación Real de personal y duración del turno de cada día (descontando los tiempos muertos, producto de fallas, mantención o falta de materia prima).

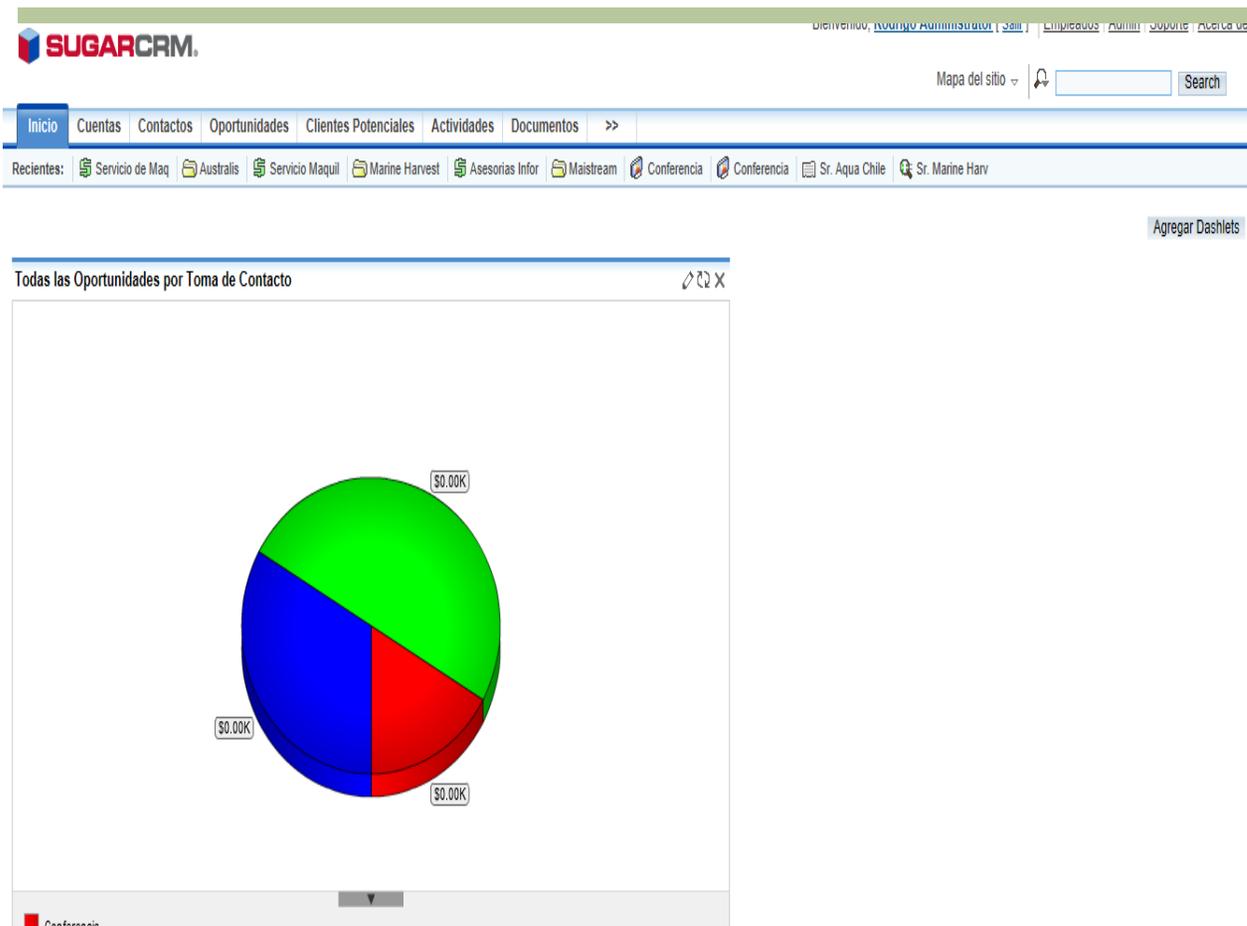
Ello permite conocer, un dato preciso de Piezas por hora, por hombre, en áreas como Empaque, o fileteo de Valor Agregado

Gráfico de Oportunidades Antes



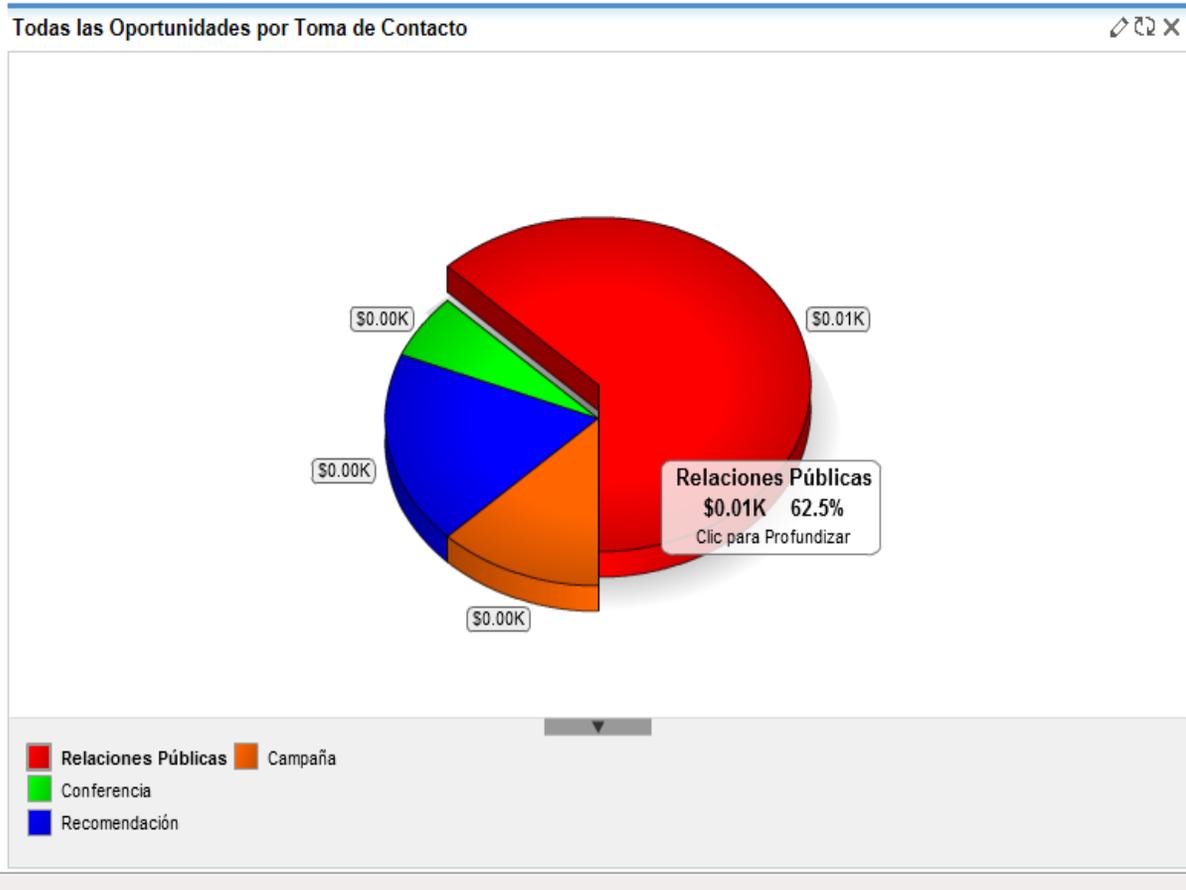
Si anteriormente, previo a la implementación del CRM, existía sólo un Universo global de posibles clientes.

Grafico Oportunidades por toma de contactos Ahora.



Posterior a la implementación del CRM, ya es posible identificar claramente nichos de clientes, cada cual con sus características y requisitos específicos, lo cual requiere un tratamiento especial (Propuesta de Valor particular).

Grafico Oportunidades por toma de contactos aumento en el mes



Así también es posible tener una retro-alimentación, respecto a cuál medio es más efectivo, en tomar contacto con los clientes. Lo que permite una mejor asignación de los recursos, mediante la implementación del Sugar CRM.

4 Capítulo IV - Hallazgos

CRM es una estrategia de negocios hacia un cliente no un software, muchos proyectos CRM suelen fracasar en pequeñas, medianas y grandes empresas por la importancia que no le dan al enfoque que realmente debe tener el cliente dentro de nuestra organización ya que es el que provee la materia prima para su posterior elaboración, el impacto hacia la empresa es alto y es la gerencia y el personal administrativo el cual debe convencerse. Primero de cuanto se necesita para épocas de baja producción y analizar el tiempo de temporada Alta, por sobre todo retener al cliente que es el bien máspreciado para nuestra empresa y a la vez así poder llamar a que nuevos clientes pongan los ojos en la empresa pionera en la zona de tener esta estrategia de negocios.

Análisis de la implementación

Según lo descrito anteriormente, durante la fase de implementación, se logró varias mejoras, no sólo en la expedita elaboración de informes, tanto de Rendimientos para Clientes, así como de Productividad en cada una de las líneas, para conocer y ofrecer de mejor forma, cuáles son las ventajas de Valor Agregado, en cada una de las líneas productivas.

Ello permite reorganizar los recursos de la empresa, permitiendo obtener una mejor relación costo/beneficio.

Conocer y controlar tiempos y recursos, permite mejorar la reasignación de Recursos Humanos, los tiempos de proceso, cuándo conviene agregar algún Valor Agregado, mejorando la Rentabilización del negocio, y las necesarias utilidades de la empresa, para otorgar los merecidos Bonos de Producción al Personal.

5 Capítulo V - Conclusiones

La integración de la información de las tres Grader dinámicas y enviando una información oportuna refleja la satisfacción por parte de los cliente dando así un mayor entendimiento entre las partes a la vez que SugarCRM tiene la capacidad de integrarse con los diferentes procesos internos de la empresa sin la necesidad de buscar programadores ya que con las mismas herramientas que posee tiene la capacidad de agregar, quitar campos de listas desplegables. A la vez fue muy bien acogida por los usuarios. Se reduce la necesidad de horas extra, habituales anteriormente, para recopilar y emitir informes, varios (Turno, Lotes, productividad, etc.)



Implementar Sugar CRM, permite iniciar un ciclo de mejora continua: conocer clientes y potenciales contactos, analizar resultado de Campañas, conocer a esos contactos para transformarlos en clientes, luego fidelizarlos, entregando Informes claros y transparentes, como valor agregados, y volver a re-iniciar la iteración.

Valoración de los Clientes

El contar con un Sistema Integrado de Información, orientado a los clientes, también les permitió a los Supervisores de Proceso, elaborar mejores Informes, más rápido y más completo (visión completa del proceso, por turnos, lotes, especies, embarques, etc.). Al tener acceso, según un perfil “cliente usuario”, aumenta la Transparencia en el uso de la información (mismos datos), lo que mejora la Confianza en el Proceso, y mejora las relaciones comerciales.

6 Glosario

Open Source

Es el término con que se le conoce al software distribuido y desarrollado libremente. El código abierto tiene un punto de vista más orientado a los beneficios prácticos de poder acceder al código.

PHP

Lenguaje de programación de uso general de código del lado servidor originalmente diseñado para el desarrollo web de contenido dinámico. Fue uno de los primeros lenguajes de programación del lado servidor que se podían incorporar directamente en el documento HTML en lugar de llamar algún archivo externo que procese los datos. El código es interpretado por un servidor web con un módulo de procesador de PHP que genera la página web resultante.

.NET

La plataforma .NET de Microsoft es un componente de software que puede ser añadido al sistema operativo de Windows. Provee un extenso conjunto de soluciones predefinidas para necesidades generales de la programación de aplicaciones, y administra la ejecución de los programas escritos específicamente con la plataforma.

Java

Lenguaje de programación orientado a objetos, desarrollado por Sun Microsystems a principio de los 90, está basado en clases, que fue diseñado específicamente para tener tan pocas dependencias de implementación como fuera posible. Su intención es permitir que los desarrolladores de aplicaciones escriban el programa solo una vez y lo puedan aplicar a cualquier dispositivo, lo que quiere decir que el código que es ejecutado en una plataforma no tiene que ser recompilado para correr en otra.

SharePoint

Es una colección de productos y elementos de software que incluyen, entre una selección cada vez mayor de componentes, funciones de colaboración basados en el explorador web, módulos de administración de proceso, módulo de búsqueda y una plataforma de administración de documentos.

MySQL

Sistema de gestor de base de datos relacional, licenciado bajo la GPL. Su diseño multihilo le permite soportar una gran carga de forma muy eficiente a la vez de ser software libre.

Servidor Web

Programa especialmente diseñado para transferir datos de hipertexto, es decir, páginas web con todos sus elementos (textos, widgets, banners, etc.). Estos servidores web utilizan el protocolo HTTP.

Apache

Es un poderoso Servidor web, cuyo nombre proviene de la frase inglesa “a patchy server” y es completamente libre, ya que es un software Open Source y con licencia GPL. Una de las ventajas más grandes de Apache, es que e un servidor web multiplataforma, es decir, puede trabajar con diferentes sistemas operativos y mantener su excelente rendimiento.

SQL Server

Sistema para la gestión de base de datos producido por Microsoft basado en el modelo relacional.

Oracle

Es una de las mayores compañías de software del mundo. Sus productos van desde la base de datos (Oracle) hasta sistema de gestión.

7 Bibliografía

- www.sugarcrm.com
- www.wikipedia.com
- www.salesforce.com
- www.oracle.com
- <http://crm.dynamics.com/es-es/home>
- <http://www.audox.cl/gestion-de-clientes.html>
- <http://www.sap.com/latinamerica/solutions/index.epx>
- <http://www.cdcsoftware.com/es/Soluciones/CDC-Customer-Relationship-Management-CRM>
- <http://www.netsoft.com.mx/NetSuite-CRM>