
Sistemas de información

Versión 03/06/2019

05 de junio de 2019

Contents:

1. ¿A quien va dedicada esta documentación?	1
1.1. ¿Quien soy?	1
2. Introducción a los Sistemas de Información	3
2.1. Teoría General de Sistemas	3
2.2. Elementos y estructura de un Sistema de Información	3
2.3. Metodologías de Desarrollo de sistemas de información	3
2.4. Ciclo de Vida de un Sistema de Información Administrativo	3
3. Principios de Diseño	5
3.1. ¿Que es un patron?	5
3.2. Patron de diseño para un sistema de información	5
4. Diseño de Soluciones	7
4.1. Innovación	7
4.2. Calidad	8
4.3. Técnica de Benchmarking	8
5. Selección de Soluciones	11
6. Indices and tables	13

¿A quien va dedicada esta documentación?

A mis alumnos.

1.1 ¿Quien soy?

Mi nombre es Carlos Orellana; WgetDc en el mundo TI.



Introducción a los Sistemas de Información

2.1 Teoría General de Sistemas

2.2 Elementos y estructura de un Sistema de Información

2.3 Metodologías de Desarrollo de sistemas de información

2.4 Ciclo de Vida de un Sistema de Información Administrativo

3.1 ¿Que es un patron?

3.2 Patron de diseño para un sistema de información

Los alumnos son capaces de identificar y diseñar soluciones en base a ciertos criterios o normas de calidad. Algunos de estos criterios tienen que ver con:

- Innovación: Definición, fuentes de innovación y modelos para innovar.
- Calidad: Definición, modelos de calidad, características de calidad.
- Técnica de Benchmarking.
- Como utilizar el Benchmarking como una herramienta de acción para alcanzar o superar a las empresas best in class.
- Matriz de riesgos.
- BPMN como herramienta para el modelado de procesos de negocio.

4.1 Innovación

“Asumimos que en un lapso de 5 años el 50 % de los ingresos deberán provenir de fuentes que aún no existen, es por esto que debemos innovar”.

La innovación es hoy en día, una necesidad absoluta en las empresas para sobrevivir. Las compañías que no invierten en innovación ponen en riesgo su futuro. “Si no buscan soluciones innovadoras a los problemas que emergen en la sociedad o en sus clientes continuamente, su negocio no prosperará, tendrán poca probabilidad de competir y eventualmente será desplazada por otras”. (Oficina Australiana de Innovación).

¿Que es innovación?

Existen muchas acepciones de Innovación dependiendo del contexto en que se utilice. Se presentan algunas definiciones:

- “INNOVAR proviene del latín innovare que significa, acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir al mercado una novedad... INNOVAR también significa, alterar, cambia, mudar modificar transformar, transmutar, variar corregir, rectificar y muchas más acciones que utilizamos para establecer cambios físicos de algo”. Wikipedia.

- “Innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino también, introducirlo en el mercado” Autor no identificado.

Estas definiciones hacen énfasis en la novedad y mejora en el resultado final. En las dos aparece también un elemento esencial de la innovación: llevar los resultados al mercado, es decir, explotarlos comercialmente.

- “Innovación es la transformación de CONOCIMIENTO en nuevos productos y servicios. No es un evento aislado sino la respuesta continua a circunstancias cambiantes”. 1001 Ways to Take Initiative, Bob Nelson.
- “Innovación es la explotación exitosa de las ideas”. UK Department Trade and Industry.

En estas últimas se introduce aparece un elemento adicional, característico del concepto actual de la innovación: un proceso de transformación. Hoy en día, el reto consiste en crear procesos organizados y sistemáticos en las organizaciones para lograr que continuamente produzcan resultados innovadores y exitosos en la exigente prueba del mercado, y conduzcan a la creación de una cultura de la innovación. La generación, selección e implementación de ideas es la columna vertebral de este proceso.

4.2 Calidad

4.3 Técnica de Benchmarking

Un poco de contexto.

En la actualidad las empresas tienen que competir no sólo con empresas de la misma región, sino que se presenta una competencia cada vez mayor con otras empresas de otros lugares y países, lo anterior debido a la globalización que se ha estado presentando. Es por lo anterior que las empresas deben buscar formas o fórmulas que las dirijan hacia una productividad y calidad mayor para poder ser competitivos. Una de estas herramientas o fórmulas es el Benchmarking.

Definiendo Benchmarking.

La técnica de benchmarking se basa en una serie de actividades fundamentales que no son nada novedosas. «Aprender de otros», «imitar», «comparar», «evaluar», «mejorar», «superarse»

“«Benchmarking es la actividad de comparar los propios procesos (...) contra la mejor actividad similar que se conozca, de forma que se establezcan objetivos desafiantes, verdaderos retos, pero alcanzables, y se implemente un curso de acción que permita a la organización de forma eficiente convertirse y mantenerse como el mejor» (Balm, 1992)”

La herramienta de benchmarking significa algo más que evaluación comparativa. Incluye la comparación sistemática de procesos y/o resultados entre organizaciones. Sin embargo, su objetivo es el de aprender de los procesos o prácticas que permitan lograr los mejores resultados, y adaptarlos a la empresa. Es una herramienta dirigida a la acción o cambio, que implica aprendizaje, gestión del conocimiento y adaptación de prácticas excelentes. No consiste en copiar las mejores prácticas, sino «en aprenderlas y aplicarlas mediante la adaptación, creación y rediseño a nuestra organización».

Benchmarking, ¿imitación o innovación?

En un comienzo se intenta legitimar el benchmarking como herramienta de mejora competitiva, diferenciándola de la imitación o del espionaje industrial haciendo hincapié básicamente en dos aspectos: por una parte, en que se trata de una metodología estructurada como un proceso continuo; por otra, se insiste en la medición de estándares contra las mejores prácticas, de forma que permita la fijación de objetivos en base a las metas que ya han sido alcanzadas por empresas excelentes, líderes o mejores en su clase.

A pesar de que se reconoce que lo más importante de los benchmarks es que señalan la dirección que se tiene que seguir, más que las mediciones específicas, inmediatas y operacionalmente cuantificables, se insiste en la evaluación

comparativa contra las mejores prácticas a través de una serie de indicadores cuantitativos, en la búsqueda y establecimiento de objetivos, relacionados con la mejora del performance y de la calidad:

«Benchmarking significa generar mejores soluciones, sobre la base del conocimiento empresarial. No es copiar al mejor».

Benchmarking como proceso:

1. Planificación del proceso: análisis de los procesos internos generadores de valor, con orientación al cliente.
2. Recogida de datos, cálculo de diferencias y selección de socios potenciales.
3. Análisis de la comparación (colaboración) y elaboración de un plan de acción.
4. Ejecución: Implementación de los cambios.
5. Verificación, maduración y continuidad.

Beneficios potenciales de Benchmarking.

1. Proceso de planificación estratégica: Ayuda a establecer los objetivos de una organización y a definir los procedimientos, las políticas y estrategias que gobernarán la adquisición, uso y disposición de recursos que permitan alcanzar esos objetivos
2. Aumentar la rentabilidad Beneficios como:
 - Reducción de costos.
 - Mejora de la productividad.
 - Mejora del desempeño.
 - Mejora de la calidad.
3. Beneficios intangibles o cualitativos: Se refiere al cambio cultural, a la mejora de la capacidad de aprendizaje y la mayor disposición a la innovación que fomenta esta herramienta.

CAPÍTULO 5

Selección de Soluciones

CAPÍTULO 6

Indices and tables

- genindex
- modindex
- search