

MIEMPRESA

El Comercio

LIMA, DOMINGO 2 DE SETIEMBRE DEL 2012
miempresa@comercio.com.pe | www.ekcomercio.pe

ENTREVISTA > **MARITA HUAMÁN**
CICLUS GROUP // 6-7
**"La base de datos puede ser
el corazón de un negocio"**



PASO A PASO // 10
**Controle la imagen de
su empresa en Internet**

EL INFORME // 8-9



A todo
empresario le
llega la hora
de buscar
quién tomará
la posta.
¿Tiene un
plan para
elegir al
mejor?

EL SUCESOR

LA ENTREVISTA

MARITA HUAMÁN, CICLUS GROUP

ESCRIBE MIGUEL ÁNGEL PARRÁN / FOTO CHRISTIAN UGARTE

“Estudiamos bien al cliente”

Estudió Ingeniería química en la universidad, pero descubrió después que el marketing y los sistemas eran los temas que le apasionaban. Ahora ella dirige a treinta personas con las que construye bases de datos y hace consultoría en inteligencia de negocios.



LÍDER DE LA INFORMACIÓN, MARITA HUAMÁN VIVE EN APRENDIZAJE CONSTANTE Y PROMUEVE ESAS GANANAS POR ESTUDIARIA SU PERSONAL.

Marita Huamán no deja nada al azar. Su confianza por el estudio de mercado y la revisión de información es tal que incluso el nombre de su empresa fue consultado a especialistas y posibles clientes en focus groups y encuestas. Se dedica a transformar en datos y sistemas los modelos de negocios de sus clientes con tres fines: “Que las ventas se incrementen; que los clientes se fidelicen y que haya una ruta comercial eficiente para la empresa”.

¿Cómo fue su acercamiento al marketing y a la informática?
Sucedió cuando fui profesora de matemática y estadística en un instituto. Me acerqué mucho a los alumnos de marketing y eso me motivó a conocer más de la parte comercial. Así es como estudié un posgrado en administración en ESAN y luego cursos de marketing de base de datos. Eso me cambió la vida. Al poco tiempo entré a trabajar a una empresa donde tuve a mi cargo el área de tarjetas

de crédito. Desarrollé un plan de fidelización para los clientes y de tener una base de datos de 1.500 personas, llegué a una de 15.000.

Usted estudió ingeniería química, ¿qué le interesó de la informática?
El comportamiento de los clientes. Con una base de datos muy sencilla puedes definir tendencias y respuestas. Descubría temas que no sabía. Me apoyaba en los números para definir un fenómeno comercial. La base de datos puede ser el

PERFIL

NOMBRE Marita Huamán
CARGO Gerenta general y fundadora
ORGANIZACIÓN Inició operaciones en el 2005 con servicios a empresas de telecomunicaciones. Ahora atiende seis sectores: microfinanzas, banca, minería, educación, industria y comercio. Ciclus Group firmó convenio con la Universidad del Pacífico para asesorar la carrera de Ingeniería Empresarial.

corazón de un negocio. Sirve para diseñar campañas ad hoc al usuario, eventos puntuales para el público y otras actividades.

Luego, en el 2000, estuvo en una empresa grande.
Sí, ingresé a Telefónica a liderar la implementación del primer data warehouse (almacén de datos) de la empresa. Ese proyecto me exigió mucho. Lo máximo que había visto eran bases de datos de quince mil clientes, pero ahora debía hacerlo para un millón y medio de

personas. Mi mayor misión fue llevar la visión de negocio al área de sistemas. Había una desconexión entre ambos campos.

¿Por qué es necesaria esa conexión?
Porque el ingeniero de sistemas para dar soluciones tiene que saber cuáles son los problemas de la empresa y, sobre todo, cómo son los procesos. El proceso es lo que se registra en el sistema, es decir los datos, la forma de la organización, el personal que interviene. El objetivo final

es llevar el modelo de negocio a un modelo de datos.

¿Cómo se hace eso?

En este tipo de empresas hay tres grandes retos. El primero es entender el negocio del cliente. Para esto, nuestro equipo cuenta con un libro metodológico que señala, paso a paso, cómo fluyen los datos y qué tipo de información extra se requiere para armar un sistema de gestión. La información puede ser sobre finanzas, ventas, logística, líneas de producto, etc. Con eso se plantea la estrategia de la empresa, es decir, la inteligencia de negocios.

¿Los demás retos?

Entender cómo son los sistemas transaccionales de la organización. Porque puede haber problemas con la calidad de los datos que se tienen. El tercer reto es llegar a un nuevo modelo de datos, más eficiente.

¿Qué se hace con esos datos?

Muchos temas. Permiten analizar la historia de la empresa, prever la tendencia de consumo, predecir comportamientos (internos y externos) o analizar los movimientos o cambios dentro de la organización.

6

TIPOS DE SERVICIOS BRINDA LA EMPRESA. PUEDE VER CUÁLES SON EN: WWW.CICLUSGROUP.COM.PE



EN CLASE. ADEMÁS DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS, OFRECEN CHARLAS Y CONFERENCIAS.



30

PERSONAS TRABAJAN EN LA EMPRESA. LA MAYOR PARTE SON TÉCNICOS EN CONSULTORÍA.

¿Analizan todo?

Nosotros somos los médicos de las empresas. Estudiamos bien a nuestro paciente, no le damos un diagnóstico sin antes seguir todo un proceso metodológico o exámenes. De acuerdo con los resultados encontramos una ruta de acción.

¿Cómo fue el proceso de salir de una empresa y trabajar con un equipo amplio a formar su propio equipo?

Al momento de renunciar a Telefónica, la empresa (Ciclus Group) ya estaba constituida. Lo que nos faltaba era la oficina. Así que empecé yo sola en diciembre del 2005, aunque al poco tiempo contraté a otra persona. Lo primero que hice fue trazarme una metodología de trabajo propia. Eso es importante porque ordena el servicio.

Si una empresa de comercio invierte en locales, tiendas y mercadería, ¿adónde se destina la mayor parte del capital de una empresa como la suya?

En personal y en capacitación. Bueno, también tenemos local y equipos, pero la mayor parte del capital se destina a la formación. Acá no solo necesitamos mano

de obra sino también cerebro de obra. El consultor debe estar preparado constantemente para cubrir la necesidad del cliente.

¿Es porque hay conocimientos nuevos o porque sus clientes tienen necesidades mayores?

Ambas cosas, pero ahora, por ejemplo, hemos empezado a trabajar en un sector nuevo (microfinanzas) y hemos traído a un consultor para que nos prepare. Para que al momento en que los analistas estén frente al cliente puedan hablar su idioma.

¿Fue complicado que las empresas entendieran de qué trataba su servicio?

Ningún negocio es sencillo. Ganar un cliente cuesta mucho porque lo que lleva un consultor es una promesa. No es nada tangible al inicio, es una propuesta de valor. Lo que debemos transmitir por eso es confianza y credibilidad. Nuestra labor para convencerlo es hacer que crea en nosotros. En caso haya tenido experiencias negativas antes, nos toca un trabajo mayor. Pero ahí está nuestro aval: mostramos nuestros trabajos anteriores. Y luego, cuando empezamos a operar, se tiene que

notar nuestro involucramiento con la empresa.

¿Qué quieren cambiar en la mentalidad de los empresarios?

El mensaje que llevamos, que es la integración de los negocios con la tecnología, es algo nuevo. Incluso quizá aún es poco entendido por los empresarios. Pero es algo indispensable para asegurar el fortalecimiento y crecimiento de una organización. Aunque también pasa que muchas empresas compran la tecnología (bases de datos, sistemas, etc.), pero no tienen a alguien que los guíe. Eso es peor y los puede poner en riesgo. Nuestra labor es ayudarlos y orientarlos.

¿En qué etapa está su negocio?

Estamos recién en la introducción. No hemos querido salir con fuerza al mercado, porque nos hemos preocupado antes en tener bien definida nuestra metodología y bien preparado a nuestro personal. No podríamos hacer nada sin tener una mística, es decir ciertos valores dentro de la organización. Lo que buscamos es tener una familia dentro de Ciclus. A partir de ahora vamos a despegar. ▲

¡FESTIVAL DEL CAMIÓN!

www.dongfeng.com.pe

APROVECHA ESTA FIESTA DE OFERTAS EN TODOS NUESTROS MODELOS

Te esperamos del 26 de agosto al 26 de setiembre en nuestras tiendas de San Luis, El Agustino y San Martín de Porres, donde encontrarás los mejores precios en camiones Dongfeng.

Av. Nicolás Aylón 1820, San Luis - Telf. 326-5000
 Av. Alfredo Mediola 6334, San Martín de Porres - Telf. 715-6878 / 715-6879
 Av. 1 de Mayo 599, El Agustino - Telf. 362-1000

DONGFENG
INVERSIÓN CON LA QUE YA GANASTE