

# PHAROS – Navegador empresarial

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial

*Instrumento de educación y estratégica de administradores y ejecutivos de empresa*

determinado y varios otros temas necesarios para la determinación de una efectiva política de clientes.

## UTILIDADES

- Pharos sus varias utilidades, que brindan opciones de personalización:
  - Automatizando la importación de datos a la base de datos de la compañía en Pharos desde sistemas de contabilidad y otros programas externos como XLL por MDA.
  - En la preparación de planes de producción o escenarios alternativos para el desarrollo de la empresa, revisando la producción o ventas estacionales.
  - Incluyendo o excluyendo a la inflación de los cálculos
  - Estableciendo manualmente objetivos máximos y mínimos.
  - Agregado de otros idiomas para trabajar en un ambiente multilingüe (árabe, checo, inglés, francés, ruso, eslovaco y español)
  - Impresión de informes en forma gráfica

## ¿ QUIÉN PUEDE UTILIZAR PHAROS ?

La posibilidad de ofrecer, rápida y fácilmente, un panorama de una empresa y de asistir en la realización de un análisis independiente, con detenimiento es lo que distingue a Pharos como una efectiva herramienta personal para **accionistas, inversionistas y banqueros**.

Pharos es un poderoso aliado de la enseñanza, capaz de asistir en una variedad de **objetivos educacionales y de capacitación**.

## PROGRAMAS NACIONALES PARA LAS SME

Pharos puede ser utilizado para asistir a la pequeña y mediana empresa (SME) en el mejoramiento de su competitividad, rendimiento general de la empresa, acceso a mercados globales y calidad de producción y gestión, aumentando su capacidad para satisfacer los desafíos económicos de la globalización. Pharos puede ser aplicado conjuntamente con institucionales gubernamentales y financieras nacionales responsables que apoyen el desarrollo de las SME en sectores industriales y organizaciones de capacitación empresarial en un programa que involucre a un número relativamente grande de SME (entre 100 y 10,000).

Se considera que la gran mayoría de SME no tienen acceso a las modernas tecnologías de comercio electrónico por los altos costos que implican y la falta de personal calificado. Pharos y sus versiones comerciales personalizadas pueden formar parte de un paquete que incluya lo siguiente:

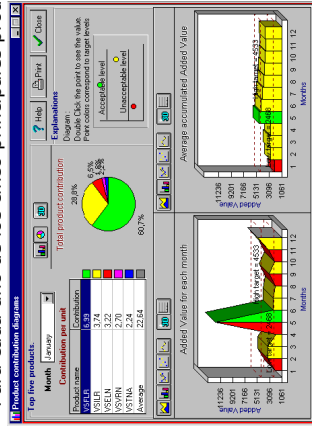
- Capacitación de la administración de las SME en la aplicación de modernas tecnologías de comercio electrónico para mejorar la calidad de producción y administración, el control efectivo del rendimiento de la empresa, el desarrollo de escenarios de producción, costos de producto, productividad electrónica, la producción y administración y cotas;
  - Certificación de competencia en la administración de SME y provisión de un certificado en "Excelencia en administración empresarial efectiva y control de empresa";
  - Provisión de apoyo local para las empresas participantes en instalación, capacitación de usuarios en las aplicaciones, recopilación de datos, ingreso de datos y personalización.
  - Provisión de licencias de usuario final del producto a costos mínimos.
- El programa Pharos, integrado con Produce-IT Enterprise de MDA, UK, también está disponible para aplicaciones de programa.

Información y contactos: [www.win2biz.com](http://www.win2biz.com) y [www.unido.org](http://www.unido.org)

- El valor agregado acumulado medio, para todos los productos combinados, que se da para cada mes, desde el inicio del año hasta el mes en curso;
- El valor agregado para todos los productos, que se calcula para cada período concluido.

Además de los gráficos ya descritos en los que se representan los cinco productos más importantes por su rentabilidad y por los ingresos que genera su venta, Pharos provee lo siguiente:

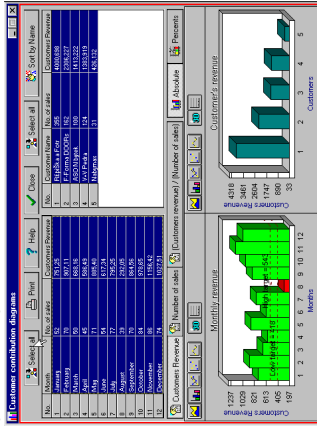
- Para cada uno de los cinco principales productos y "Otros" (todos los demás productos combinados), el valor agregado por unidad de producto se presenta en una tabla (en términos absolutos), calculado para cada mes pasado;
  - El valor agregado para todos los productos vendidos durante el mes en curso se presenta en forma de diagrama junto a la tabla. El valor absoluto y el porcentaje del total se calcula para cada uno de los productos de la tabla



## 6. CONTRIBUCIÓN DEL CLIENTE

En el módulo "Contribución del cliente", los clientes son clasificados de acuerdo con tres indicadores: ingresos, número de ventas y valor medio por venta (la cantidad de ingresos por ventas para un mes determinado dividido por el número de ventas). Los valores del indicador se calculan para cada cliente y para el período seleccionado. El color del faro en esta sección depende del grado al cual se alcanzó el objetivo mensual medio de ingresos para un cliente en particular. Los objetivos son definidos por el administrador.

La tabla a la izquierda muestra el número total de ventas y el ingreso total por clientes para los meses seleccionados en dicha tabla y para los clientes seleccionados en la tabla a la derecha.



La tabla a la derecha muestra el número total de ventas y el ingreso total por clientes para los meses seleccionados en la tabla a la izquierda. El diagrama a la izquierda muestra, para los clientes seleccionados en la tabla de la izquierda:

- Ingreso mensual para los meses seleccionados;
- Número mensual de ventas para los meses seleccionados;
- Ingreso mensual medio por ventas para los meses seleccionados.
- El gráfico a la derecha muestra, para los meses seleccionados:
  - Ingreso mensual para los clientes seleccionados en la tabla;
  - Número mensual de ventas para los clientes seleccionados;
  - Ingreso mensual promedio por ventas calculado para cada cliente, seleccionado en la tabla.

La información provista por Pharos posibilita el análisis de la eficiencia de comercialización y ventas, patrones de compra del cliente, la importancia de los clientes individuales en los negocios de una compañía en un período

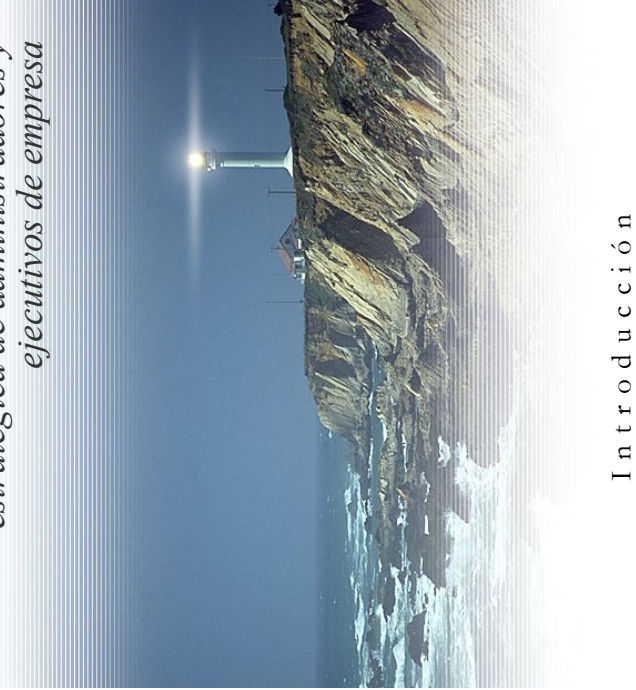
## Introducción

El "navegador empresarial" Pharos es un programa de computadora personal sofisticado, pero sencillo y fácil de usar, para administradores de empresas de nivel medio y superior.

Los seis indicadores principales en forma de faros - Costos, Rendimiento, Calidad, Competitividad, Contribución del producto y Contribución del cliente - posibilitan cotejar los resultados actuales con objetivos definidos con anterioridad.

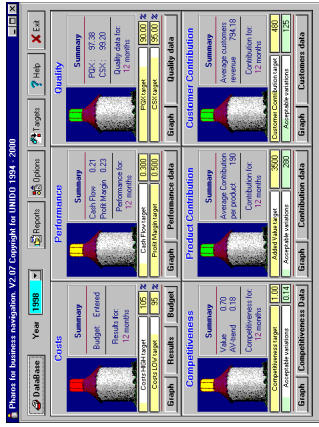
Los indicadores fueron seleccionados para concentrarse en la información más relevante para los administradores. Los colores de los faros permiten interpretar el rendimiento real de la empresa. Verde significa "bueno" o mejor que lo esperado", amarillo es "aceptable" y rojo es "inaceptable".

La utilización de Pharos no exige preparación especial ni conocimientos sobre conceptos empresariales teóricos. El programa sirve a ejecutivos, accionistas, inversores o funcionarios bancarios a evaluar el rendimiento de la empresa a lo largo del tiempo. Pharos constituye una excelente herramienta de educación y capacitación de ejecutivos que puede utilizarse para aumentar la eficiencia de la administración de la compañía.



## CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

El programa Pharos ayuda a los administradores a controlar toda la información clave y a utilizar dicha información a fin de lograr un mejor control sobre las actividades de la empresa. Asiste a los ejecutivos a revisar el estado actual de su empresa y brinda apoyo para la toma de importantes decisiones operativas y estratégicas.



A diferencia de los programas contables tradicionales, Pharos posibilita la identificación real de los problemas y ofrece a los administradores indicadores clave en una forma muy sencilla de interpretar. **La filosofía**

**Pharos** se basa en la idea del mejoramiento continuo. Los indicadores atractivos y fáciles de comprender posibilitan el control continuado del rendimiento de la empresa sobre la base de los objetivos de rendimiento establecidos por la misma administración. Se puede cotejar los resultados actuales con los valores objetivos a fin de evaluar el rendimiento en todo momento y proveer así la base para un programa de premios. De ser necesario, también se pueden ajustar las presunciones iniciales.

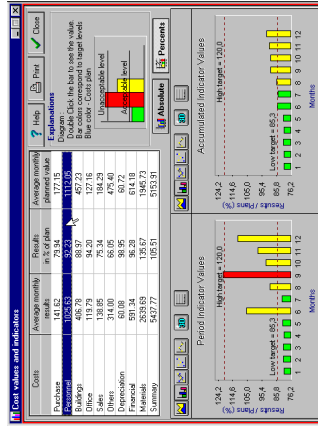
## 1. COSTOS

En el módulo "Costos" el total de gastos acumulados de la empresa, desde el principio del año hasta el mes en curso, se coteja con el presupuesto. El color de la luz en el faro depende de la posición del valor de gastos acumulados en relación con los valores objetivos superior (por encima del presupuesto) e inferior (inferior al presupuesto), que son definidos por el administrador.

El módulo "Costos" permite la rápida observación de las distintas categorías de costos y la detección de los factores que los incrementan.

Si el nivel de costos es inaceptable (el color del faro es rojo), Pharos proporciona la siguiente información al administrador para su análisis:

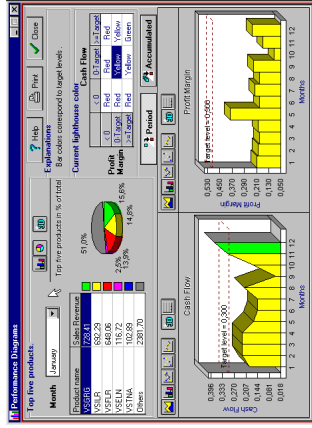
- Resultados mensuales medios para cada categoría de costo (costos de personal, costos de ventas, etc.);
- Resultados mensuales medios, expresados como un porcentaje de costo;
- Valores de costo medio previsto para cada categoría de costo;
- Valores de costo del último mes, expresados como un porcentaje de los costos planificados, para cada categoría de costo;
- Los valores absolutos de costos cotejados con el valor planificado;
- Los costos mensuales medios acumulados desde el comienzo del año hasta el mes en curso expresados como un porcentaje de los costos previstos, para cada categoría de costo;
- Los costos mensuales medios acumulados desde el comienzo del año hasta el mes en curso cotejados con los costos previstos para cada categoría de costo.



## 2. RENDIMIENTO

El color del faro en el módulo "Rendimiento" depende de la combinación de dos indicadores - "Flujo de caja" y "Margen de utilidades" - y su situación en relación con los objetivos superior e inferior correspondientes definidos por el administrador. El módulo ofrece a la administración apoyo en las siguientes áreas::

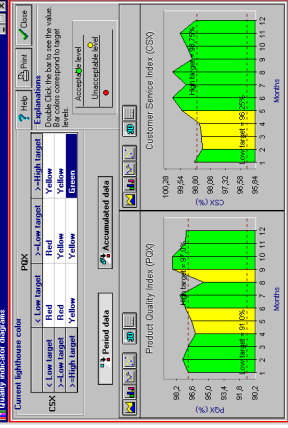
- Control del flujo de caja;;
- Control del margen de utilidades (un reflejo de la rentabilidad de la empresa);
- Clasificación de cada uno de los cinco principales productos y "Otros" (todos los demás productos combinados), por ingresos por ventas, para el período anterior o a partir del comienzo del año.
- Pharos muestra el rendimiento de cada uno de los cinco principales productos y "Otros" (todos los demás productos combinados), en términos de sus ingresos por ventas, para cada mes. El rendimiento de cada una de las seis entradas se muestra en una tabla (en valores absolutos) y en un diagrama (como porcentaje del total de todos los productos).
- El módulo "Rendimiento" ofrece también los siguientes gráficos:
  - "Flujo de caja", que se calcula para cada mes del año, indicando si la compañía ganó o perdió dinero durante cada mes;
  - "Flujo de caja acumulado", indicando si la compañía ganó o perdió dinero a partir del comienzo del año hasta el mes en curso;
  - "Margen de utilidades", que se calcula para cada mes, indicando (en porcentaje), cuánto contribuyó cada producto al ingreso neto de la compañía en el mes seleccionado;
  - "Margen de utilidad acumulado", indicando cuánto contribuyó cada producto al ingreso neto de la compañía en el mes seleccionado;
  - "Margen de utilidad acumulado", indicando cuánto contribuyó cada producto al ingreso neto de la compañía en el mes seleccionado;



## 3. CALIDAD

El color del faro en el módulo "Calidad" depende de los valores del **Índice de calidad del producto** e **Índice de servicio al cliente** y de su situación en relación con los objetivos superior e inferior correspondientes definidos por el administrador. El índice de calidad del producto representa la calidad de producción interna dentro de la empresa, que por lo general no es visible a los clientes. El índice de servicio al cliente indica de qué manera los clientes consideran la calidad de los productos que les fueron enviados y muestra las pérdidas sufridas por sus reclamos.

- El módulo "Calidad" ofrece la siguiente información al administrador:
  - El índice de calidad de los productos, que indica la proporción de productos que no han sido rechazados en comparación con el número total de productos que se han fabricado, sobre la base de los datos de un período determinado;
  - El índice acumulado de calidad de los productos, que indica la proporción de productos que no han sido



rechazados en comparación con el número total de productos que se han fabricado desde el comienzo del año hasta el mes en curso;

- El índice de servicios al cliente correspondiente a un período determinado, que indica el número de partidas no defectuosas que se han enviado al cliente en comparación con la cantidad total de partidas que se han despachado en el mismo período;
- El índice acumulado de servicios al cliente, que indica el número de partidas no defectuosas que se han enviado al cliente en comparación con la cantidad total de partidas que se han despachado desde comienzos del año hasta el mes en curso.

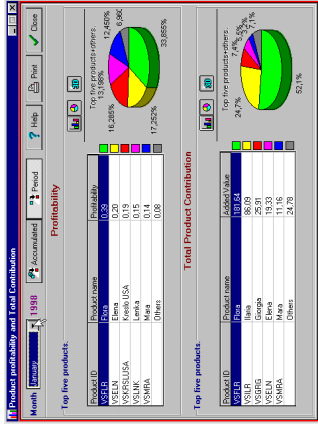
## 4. COMPETITIVIDAD

Pharos opera sobre la presunción de que ser competitivo significa ofrecer productos y/o servicios de una calidad que satisfice las exigencias de los clientes. Ser competitivo implica además, tener un nivel de utilidades satisfactorio. En consecuencia, son dos los factores que determinan el color del faro en el módulo "Competitividad": la extensión a la cual la calidad del producto o servicio satisfacen las exigencias de los clientes y el grado al cual el nivel de utilidades es satisfactorio.

El que la calidad satisfaga las demandas de los clientes se determina por el Índice mensual de servicio al cliente y el Índice acumulado de servicio al cliente, que se describieron precedentemente, en la sección titulada "Calidad".

El nivel de utilidades se refleja en el gráfico de competitividad, que muestra:

- El valor mensual de la competitividad, una comparación entre el valor agregado y el costo total, sobre la base de los datos de un período en particular;
- El valor acumulado de la competitividad, una comparación entre el valor agregado y el costo total, sobre la base de los datos acumulados desde el comienzo del año hasta el mes en curso.



El color del faro en el módulo "Competitividad" depende de la combinación de los valores de los dos indicadores - "Índice de servicio al cliente" y "Competitividad" - y su situación en relación con los objetivos superior e inferior correspondientes definidos por el administrador.

Además, Pharos compara el valor agregado y la rentabilidad (el valor agregado comparado con los costos variables) de los cinco productos más rentables y "Otros" (todos los demás productos combinados) en tablas (en valores absolutos) y en diagrama (como porcentaje del total para todos los productos) para cada mes y para el período comprendido entre el inicio del año y el mes en curso.

## 5. CONTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Es importante para todo administrador saber qué productos contribuyen en mayor medida a la pujanza de una empresa. Pharos ofrece información sobre el valor agregado acumulado de cada uno de los cinco principales productos, para cada mes, desde el inicio del año hasta el mes en curso. Esto se utiliza para determinar el color del faro en el módulo "Contribución de los productos".

Si el color del faro es rojo, el estado es inaceptable y el administrador recibe lo siguiente:

- El valor agregado acumulado medio, que se da para cada mes, desde el inicio del año hasta el mes en curso, para cada uno de los cinco principales productos.