



# USO DE HIPERGATE CRM EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

---

Autor: Sergio Montoro Ten  
Fecha: 15-01-2007  
Revisión: 1.0

---

<b><u>RESUMEN EJECUTIVO</u></b>	<b><u>2</u></b>
<b><u>INTRODUCCIÓN</u></b>	<b><u>2</u></b>
INTRODUCCIÓN	2
¿QUÉ ES CRM?	2
<b><u>ESTRATEGIAS GENÉRICAS DE CRM EN LA ADMINISTRACIÓN</u></b>	<b><u>3</u></b>
IDEA CENTRAL DE LA FILOSOFÍA CRM	3
CAMBIO INTERNO Y EXTERNO	3
AGENTES IMPLICADOS EN EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN	4
CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS E-AA.PP./CRM	4
SERVICIOS PÚBLICOS BÁSICOS	5
MÉTRICAS DE EXCELENCIA EN EL SERVICIO ONLINE	5
DESPLIEGE INCREMENTAL	6
<b><u>LA OFERTA DE HIPERGATE EN CRM PARA E-AA.PP.</u></b>	<b><u>7</u></b>
BREVE HISTORIA DE HIPERGATE	7
¿QUÉ PUEDE APORTAR HIPERGATE A LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA?	7
¿QUÉ VENTAJAS COMPETITIVAS TIENE EL PRODUCTO?	8
¿CUÁNTO CUESTA LA SOLUCIÓN?	8
¿QUÉ TIPO DE LICENCIA TIENE EL PRODUCTO?	9
<b><u>ACERCA DE KNOWGATE</u></b>	<b><u>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</u></b>
PRODUCTOS Y SERVICIOS HORIZONTALES	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
SOLUCIONES PARA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
HISTORIA Y EVOLUCIÓN CORPORATIVA	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>

El uso de las nuevas tecnologías tiene una penetración desigual en la administración pública. Actualmente se ha superado prácticamente la etapa de informatizar el *front-end*. Se ha pasado a la fase de ofrecer online algunos servicios.

La administración pública puede beneficiarse de tácticas y estrategias de CRM (Citizen Relationships Management) aprendidas de sectores privados como la banca, teleoperadoras o energía.

Proponemos cimentar los servicios públicos CRM en hipergate, la plataforma Open Source de CRM líder en España y a nivel mundial dentro de su nicho específico de mercado.

hipergate puede aportar los servicios básicos para una adopción de CRM consistente y escalable basada en software libre.



## Introducción

### Introducción

Basándose en las tendencias modernas de atención multi-canal y marketing en Internet, muchas administraciones públicas están tratando de mejorar los servicios que prestan mediante la implementación de interfaces de *e-gobierno* (e-gov). Las relaciones incluyen Gobierno-Ciudadano (G2C), Gobierno-Empresa (G2B), Gobierno-Gobierno (G2G) y Gobierno-Funcionario (G2E).

En este marco, el CRM (*Citizen Relationships Management*) es un factor importante para mejorar la percepción que los ciudadanos tienen sobre el desempeño de la administración.

Siguiendo los pasos de las organizaciones privadas, las administraciones públicas (AA.PP.) deben evolucionar para comprender y satisfacer las expectativas de los clientes antes que esperar pasivamente a que sean ellos quienes acudan con nuevas demandas a la administración.

Los procedimientos administrativos convencionales se basan en las necesidades de las agencias implicadas, ignorando normalmente la carga de trabajo impuesta al ciudadano.

La aproximación a CRM no es una tecnología. Algunas partes pueden ponerse en práctica mejor mediante soluciones tecnológicas. Sin embargo, el auténtico CRM es la estrategia orientada a que los procedimientos administrativos funcionen según la conveniencia del cliente y no la conveniencia del departamento que le atiende. Y, para compatibilizar las necesidades del cliente con las necesidades internas, que siguen existiendo, se puede emplear un puente tecnológico entre ambas partes.

### ¿Qué es CRM?

Una de las dificultades de seguir una estrategia de CRM es su definición. Diferentes departamentos entienden CRM desde diversas ópticas. La alta dirección lo entiende como una necesidad política, los directores generales

como un problema organizativo, cada director departamental desde la perspectiva de su propia problemática y los informáticos como un problema técnico.

En cualquier re-ingeniería de procesos es preciso contar con una visión compartida pero en CRM mucho más porque de lo contrario los proyectos mueren antes de nacer como consecuencia de que cada parte tiene sus propias prioridades.

CRM puede ser, simultáneamente y de forma paralela:

1. Abrir un nuevos canales de comunicaciones exteriores.
2. Cambiar los interfaces de *front-end*.
3. Mejorar la coordinación interna entre departamentos.
4. Re-organizar el *back-end* para hacer EAI, datawarehouse, etc.
5. Establecer nuevas métricas de calidad de servicio.
6. Hacer estudios de inteligencia de negocio con los datos disponibles.

A la luz de lo anterior, es fácil empezar con la intención de crear una administración más orientada al ciudadano y terminar empantanado en un cambio de arquitectura tecnológica que, si bien mejora el flujo de trabajo, a la postre no es percibido por los usuarios finales.



## Estrategias genéricas de CRM en la administración

### *Idea central de la filosofía CRM*

**El componente central de una solución de CRM es, generalmente, la creación de un repositorio único de información sobre los clientes.**

Este repositorio permite recoger la información una vez y utilizarla en diferentes subsistemas.

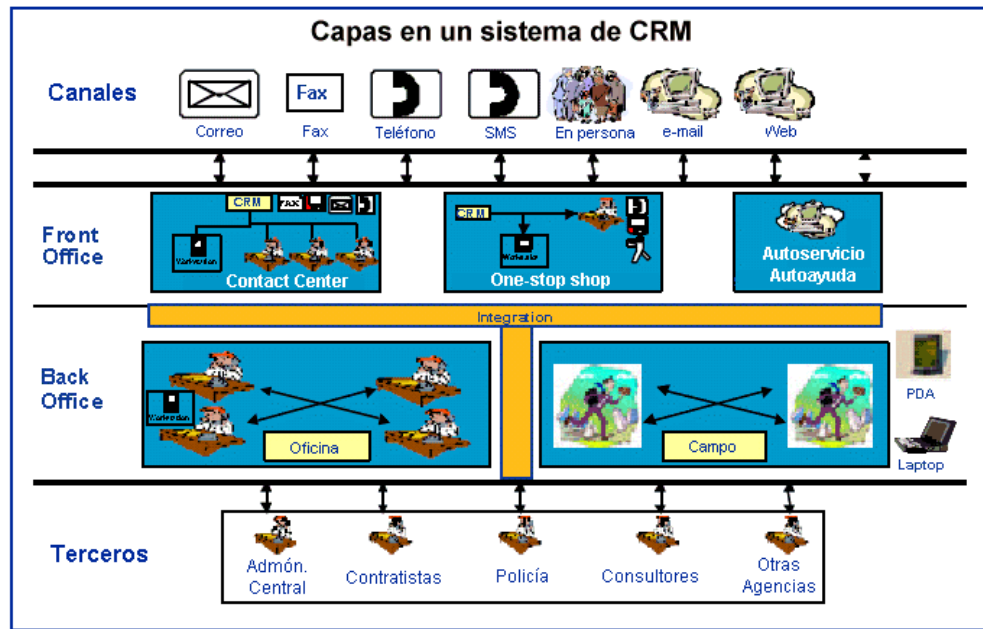
La información del repositorio puede ser introducida directamente por operadores o ser importada de otros sistemas.

Asimismo la explotación de la información, puede hacerse directamente sobre el repositorio unificado o ser exportada a *datamarts* u otras aplicaciones vía EAI.

### *Cambio interno y externo*

La estrategia de CRM para la administración debe tener al menos dos frentes: la generación de eficiencias en los procesos internos y la mayor comodidad para los ciudadanos a la hora de informarse, ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones.

Esto se traduce en un sistema de capas a través del cual la información debe fluir del usuario al *front-office*, del *front-office* al *back-office*, del *back-office* (potencialmente) a sistemas externos y luego volver hasta el origen de la petición.



### *Agentes implicados en el proceso de transformación*

Los pilares de esta estrategia de CRM son los clásicos de cualquier sistema de gestión de procesos:

- los funcionarios
- la definición de los procesos de negocio y de sus relaciones
- los interfaces tecnológicos empleados para acceder a los servicios

### *Características de los servicios e-AA.PP./CRM*

Los servicios de CRM se caracterizan por los siguiente parámetros:

#### **Número de departamentos implicados.**

Esta característica se conoce también como *grado de intervención*. Para los procesos que pueden ser atendidos por un único departamento el grado de intervención es bajo, los que requieren pasar por múltiples dptos. tienen un grado de intervención alto.

#### **Necesidades de coordinación.**

Si se trata de un proceso donde la información puede pasar por lotes de un sitio a otro o bien requiere comunicación interactiva entre dptos.

#### **Carga total de trabajo.**

Necesaria para dimensionar los sistemas informáticos y estimar la cantidad de recursos humanos necesarios.

#### **Etapas del trabajo que se pueden realizar de forma electrónica.**

Todavía existen muchos procesos imposibles de realizar por vía electrónica debido a la necesidad de adjuntar documentos en papel que no tienen contrapartidas digitales equivalentes.

## *Servicios públicos básicos*

La Comisión Europea ha definido 20 servicios de referencia para medir la evolución de la e-AA.PP. En España, catorce de ellos requieren la intervención de la administración autonómica y nueve de estos catorce también de la administración local.

### **Servicios para Ciudadanos (G2C)**

1. Pago de IRPF
2. Búsqueda de trabajo en las oficinas públicas de empleo
3. Petición de ayudas, becas, subsidios y subvenciones.
4. Documentos personales (DNI, pasaporte, permiso de conducir, etc).
5. Matriculación de vehículos.
6. Solicitud de licencias de obra.
7. Denuncias a la policía.
8. Gestión de bibliotecas públicas.
9. Certificados civiles (nacimiento, matrimonio, etc.)
10. Matriculación en la universidad.
11. Padrón municipal.
12. Salud pública (citas médicas, etc.)

### **Servicios para empresas (G2B)**

13. Cotizaciones a la S.S.
14. Impuesto de sociedades.
15. Pago de IVA.
16. Registro mercantil de nuevas sociedades.
17. Envío de datos obligatorios para estadísticas oficiales.
18. Declaraciones de aduanas.
19. Permisos medioambientales.
20. Compras públicas.

Según un estudio de abril de 2005 realizado por Capgemini para la Comisión, en España un 73% de estos servicios ya se pueden hacer online. Nuestro país ocupa el puesto 11 sobre 25 en la Unión Europea en cuanto al grado de desarrollo de estos servicios. El país más avanzado (según el estudio) es Suecia con un 89% seguido de Austria, Reino Unido., Irlanda y Finlandia.

España presenta un desarrollo del 94% en servicios para empresas frente a un 59% en servicios para el ciudadano.

Esto es debido a la preponderancia de servicios para cobrar impuestos (IRPF, IVA, Aduanas, Sociedades, S.S) y a los servicios de solicitud de ayudas públicas (Proflit, CDTI). En cambio, se necesita hacer avances sustanciales en servicios de búsqueda de empleo, pasaportes, carnét de conducir, matriculación de vehículos o licencias de obras.

## *Métricas de excelencia en el servicio online*

### **Diferencia en la concepción de la demanda.**

Es la diferencia entre los que los usuarios quieren realmente y lo que el gobierno cree que quieren.

**Diferencia entre las expectativas de servicios disponibles y la realidad.**

Idealmente, los servicios disponibles deberían igualar o superar las expectativas de los usuarios. Un ejemplo es que los contribuyentes esperan poder pagar sus impuestos online de la misma forma en que realizan transacciones bancarias.

**Diferencia entre la calidad esperada del servicio y la real.**

En cuanto a funcionalidad, usabilidad, velocidad, soporte, etc.

**Diferencia entre la implementación tecnológica ideal y la real.**

Integración de aplicaciones, escalabilidad, coste, etc.

**Diferencia entre la implementación tecnológica ideal y la real.**

Integración de aplicaciones, escalabilidad, coste, etc.

**Diferencia entre la imagen mental de los consumidores y la del gobierno.**

Dentro de la administración pública hay servicios que son grandes desconocidos. O que, siendo conocidos, no se explotan en todo su potencial porque los usuarios no saben qué posibilidades ofrecen.

**Porcentaje de re-trabajo.**

Cantidad de veces que hay que repetir el proceso porque hay errores o faltan elementos requeridos. A menor porcentaje de re-trabajo, mejor rendimiento.

**Tiempo necesario para realizar el proceso.**

Esta variable tiene dos facetas, el tiempo desde el punto de vista del usuario final y el tiempo total de trabajo requerido internamente como suma de los esfuerzos de todos los dptos. implicados.

### *Despliegue incremental*

Según un estudio de Oracle, en EE.UU. el 50% de los proyectos de CRM no alcanzan los objetivos previstos. Y en Europa dicho porcentaje alcanza hasta el 80%. El motivo de que en Europa el grado de éxito sea menor se debe principalmente al empleo de paquetes norteamericanos cuyo soporte no es tan bueno en Europa como en EE.UU. Pero aún así, el porcentaje estadounidense tampoco es para tirar cohetes.

La causa principal del incumplimiento de expectativas es que estas eran en muchos casos excesivamente ambiciosas.

Se habla una y otra vez de la concepción de CRM como estrategia de reorientación completa de la actividad de negocio. Pero reorientar completamente un negocio, por su propia definición es algo muy complejo.

La clave estriba en **empezar con un proyecto pequeño pero que funcione bien, y además, esté pensado desde el principio para crecer.** Y luego proceder por fases para ir transformando la organización a un ritmo en que todas las partes implicadas puedan seguir.

La instalación más sencilla es un website o un contact center con algunos formularios y documentación estándar.



### *Breve historia de hipergate*

hipergate es una plataforma web de CRM y Groupware disponible bajo licencia Open Source desde septiembre de 2003. La versión actual (Febrero 2007) es 3.0.

El desarrollo está esponsorizado por la empresa española KnowGate, fundada en 1999, con especialización en soluciones tecnológicas para grandes cuentas.

hipergate es el CRM libre escrito en Java de referencia, tanto dentro como fuera del país. A diferencia de producto similares escritos en PHP, que están orientados a PYMEs y a ISPs, hipergate es un producto pensado para clientes corporativos con elevados requisitos de fiabilidad y escalabilidad.

hipergate soporta cualquier contenedor de servlets habitual: Tomcat, Jetty, WebSphere, Weblogic, etc. La base de datos puede ser Oracle, SQL Server, PostgreSQL, MySQL o una combinación de ellas. La gestión de usuarios puede trabajar en modo nativo o sobre LDAP.

La suite está compuesta por cerca de medio millón de líneas de código libre, mayormente con funcionalidades horizontales de CRM.

### *¿Qué puede aportar hipergate a la Administración Pública?*

hipergate es un activo digital. Como cualquier otro software libre, proporciona una base sobre la que montar otros aplicativos.

hipergate es tanto infraestructura como aplicativo final. Contiene librerías base y APIs para programar aplicaciones a medida encima y también pantallas de usuario final lista para su uso.

El elemento central de hipergate es la **base de datos de clientes**. Alrededor de ella se organizan las actividades de CRM:

1. Seguimiento unificado de todos los datos del cliente.
2. Modelo de seguridad basado en grupos y roles.
3. Autenticación de usuarios compatible con LDAP.
4. Gestión de llamadas enviadas y recibidas.
5. Integración con WebMail (hipermail).
6. Intranet colaborativa (agenda de reuniones, foros, directorio de personal)
7. Seguimiento de incidencias.
8. Control de tareas a realizar por cliente (individualmente o en grupo).
9. Repositorio indexado de documentos accesibles vía web.
10. Gestión de cursos de formación.
11. Atención de peticiones y workflow documental.
12. Envío segmentado de e-mails y faxes (información, newsletters, etc.)
13. Integración con sistemas de firma digital.

### *¿Qué ventajas competitivas tiene el producto?*

#### **Arquitectura pensada para sistemas complejos y heterogéneos.**

La suite está diseñada desde el principio teniendo en cuenta que debe funcionar en un ecosistema con otras diversas aplicaciones, con una base de datos grande (millones de registros) y con disponibilidad 24x7.

hipergate es parametrizable como los CRMs de gama alta, pero, además, por ser Open Source, incluye todos los fuentes con lo cual la flexibilidad para realizar cambios es total.

#### **Madurez y Robustez.**

hipergate es un producto que ha ido madurando gracias a los clientes y a la base instalada de usuarios. Gracias al compromiso financiero de KnowGate, el producto cuenta con un soporte empresarial garantizado para los próximos años.

#### **Soporte local.**

hipergate está soportado directamente por KnowGate. El equipo de desarrollo está en España. Los programadores del código original participan en las implantaciones. Existe un canal a través de partners, pero para los cliente gestionados directamente por KnowGate el diagnóstico y resolución de incidencias lo lleva a acabo directamente el personal que desarrolló el software original.

### *¿Cuánto cuesta la solución?*

hipergate es software libre, por consiguiente no tiene barreras de entrada en costes. El producto puede ponerse en funcionamiento por lo que cuesta instalarlo y alojarlo. A partir de ahí es el cliente quién decide cuanto invertir en adaptaciones a medida y nuevos desarrollos.



## *¿Qué tipo de licencia tiene el producto?*

hipergate se licencia bajo HGPL. Que es una licencia de software libre derivada de GNU/GPL.



## Más información

Descripción funcional general: <http://www.hipergate.org/about/modules.jsp>

Documentación técnica del producto: <http://www.hipergate.org/docs/>

Capturas de pantalla: <http://www.hipergate.org/docs/screenshots/>

Descarga fuentes: [http://sourceforge.net/project/showfiles.php?group\\_id=89905](http://sourceforge.net/project/showfiles.php?group_id=89905)