

**Bissantz & Company**

Conduce tus datos hasta el límite!

**BISSANTZ**



## Reporting Emocional

Arasch Sajjadi

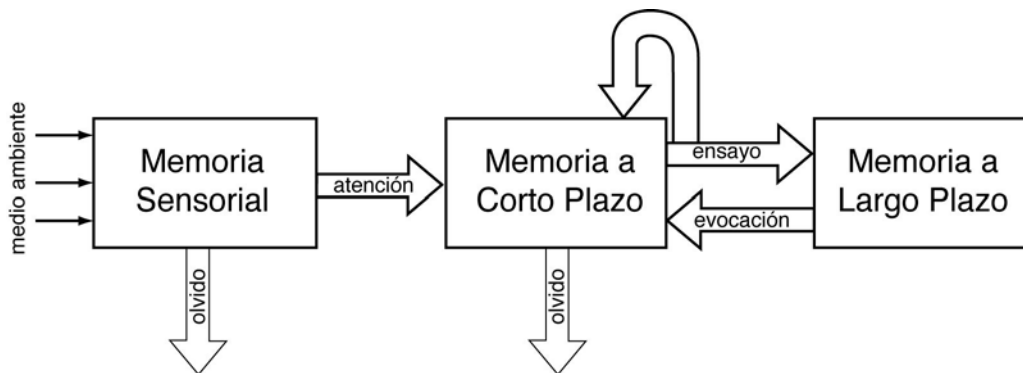
E-Mail: [arasch.sajjadi@bissantz.de](mailto:arasch.sajjadi@bissantz.de)

# Nuestro cerebro

¿Cómo funciona y qué pasa?

## Investigación

El Dr. Bissantz, dueño de la empresa empezó hace casi dos años una colaboración con el Profesor Dr. Dr. Gerhard Roth, uno de los más prestigiosos científicos en Alemania. Se trata de averiguar el funcionamiento y los límites del cerebro humano respecto a la percepción de resultados de un sistema de reporting. En que forma facilitan o limitan patrones acústicos y visuales el pensar y decidir. Pensar es un bien carísimo y el objetivo debería ser gastar menos recursos cerebrales.



## El cerebro

Memoria a corto plazo

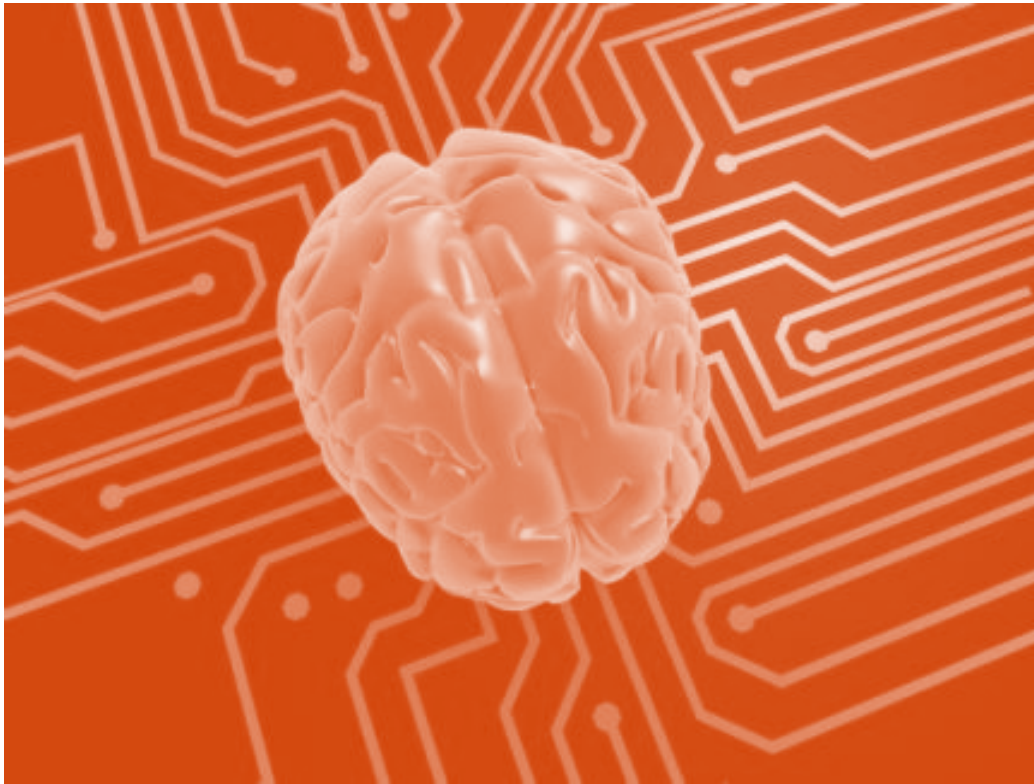
En el ámbito de Reporting nos entran en pocos momentos (milésimas de segundo) muchas informaciones de negocio. Estas informaciones se guardan en la memoria sensorial, pero serán filtradas enseguida. De allí serán transformadas sólo unas pocas informaciones en la memoria a corto plazo. Ésta tiene una capacidad muy limitada. Aproximadamente siete unidades de información.

Impacto

# Neuro-Controlling

¿Qué tiene que ver la neurobiología con el Controlling?

El controller en el ámbito empresarial es la figura encargada del diseño y la supervisión general del sistema de control de gestión. Una de las tareas más importantes del controller es controlar y comunicar a la alta dirección cualquier problema que haga peligrar los objetivos de la empresa. El Controlling suministra también a otros departamentos con Reporting diario, o sea información imprescindible para el seguimiento de los objetivos empresariales.



**La clave de flujo de información:**

**Impacto**

Aquí entra la inteligencia de negocios (BI).

Si BI tiene impacto, se decide en el último instante. Todo el esfuerzo de recopilación, el almacenamiento y el procesamiento de datos no sirve para nada si no hay acción. Las condiciones de la acción humana son complejas, las emociones juegan un papel muy importante, aún más importante es la motivación. Todo esto se tiene que entender bien en BI, de lo contrario faltará el impacto.

Eficiencia

# Neuro-Controlling

Una nueva disciplina necesaria e imprescindible

Frecuentemente las respuestas de los receptores de informes son:

- No lo he leído o
- Lo he leído, pero no lo he entendido o
- Lo he entendido, pero no le he llevado a la práctica



## **Eficiencia**

Obtener los mayores resultados con la mínima inversión o con la menor cantidad de recursos.

Pero cómo?

# Neuro-Controlling

## Primero lo bueno

Para que los informes tengan efecto, tienen que ser inteligentes, bonitos y comprensibles. Para que los informes aun así tengan efecto correcto, tienen que ser leídos en el momento adecuado y en el orden correcto.

Esto nos dice la neurobiología.

Lo de siempre: alguien tiene dos mensajes para usted, uno bueno y uno malo. Cual quiere oír primero? El Investigador cerebral Gerhard Roth dice: Las mejores decisiones se toman, cuando se escucha primero la buena noticia. Debido a que el buen humor no nos pone tan eufóricos, como lo haría un estado de ánimo pesimista.



Una vez nos encontramos en un estado de ánimo pesimista esto afecta e influye innecesariamente en todo lo que viene después. Se valora lo negativo todavía más negativo de lo que es, y se exagera. El efecto eufórico de buenas noticias también afecta a posteriori e influye, pero no con la misma fuerza. Ya que con el pesimismo no se llegará a nada se recomienda aprovechar la asimetría de exageración.

Lo más fácil sería, empezar reuniones e informes con noticias positivas. Un ejemplo en nuestro ámbito de Controlling: Seleccionar por defecto en Rankings la desviación positiva en primer lugar. De forma filosófica hay que ver el Controlling como una agencia de noticias con información positiva. Esa información se convierte entonces en motivación y funciona como un antivirus efectivo para objetivos no alcanzados.

# Neuro-Controlling

## Las trampas de la atención

Informes eficaces provocan la atención, y luego dirigen paso a paso a la comprensión. Una tarea exigente, porque "Change Blindness" le estorba: Concentrado en uno se descuida del otro.



La proyección de KPIs en el suelo de nuestras oficinas en Nuremberg: El drama y el detalle mantienen un equilibrio. Descuidar la proyección es difícil, mirarla ya significa entenderla.

La atención necesita un golpe de efecto, la comprensión requiere toques de vez en cuando.

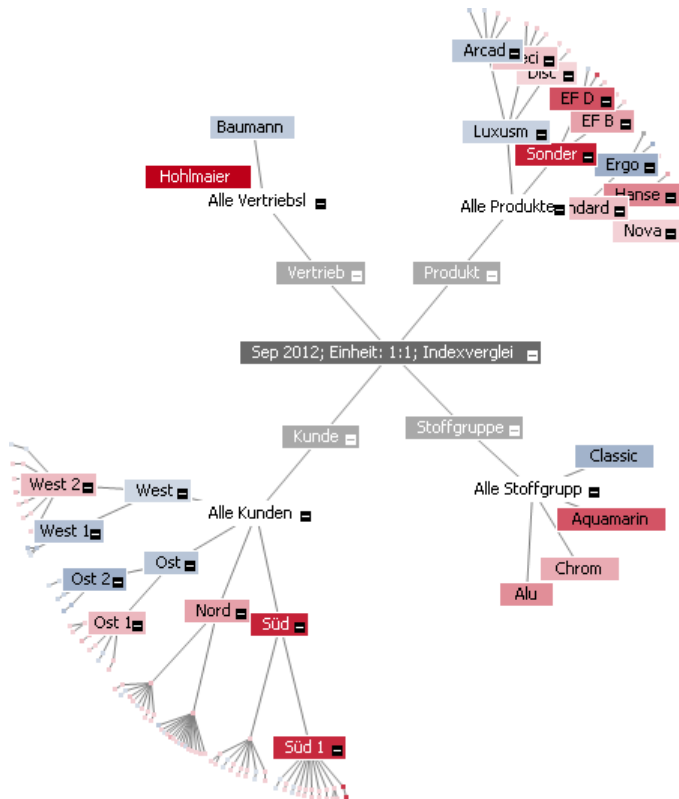
Los casos de soporte versus funcionalidades nuevas realizadas en DeltaMaster para el próximo release son indicadores importantes para nosotros. Proyectamos los dos KPIs en el suelo del pasillo entre los dos departamentos afectados. La transparencia nos motiva y recompensa. El Controlling está integrado en el proceso para ser "pisoteado", perdón, para estar totalmente al alcance de la mano.

# Neuro-Controlling

## Change Blindness

### Ver las cosas es sobre todo dejar de lado otras

Por lo que sabemos, los seres humanos no son especialmente buenos en reconocer los cambios. Vemos algo, lo miramos otra vez y sin embargo pasamos por alto un cambio, incluso un cambio grande. Esto no se aplica sólo después del corte de pelo de la persona amada, sino en general. Peor aún, sin prestar atención a una sola cosa, ni la vemos (ceguera por falta de atención). En general, la ceguera cognitiva es tan amplia que sólo se percibe, cuando se observa algo con la máxima atención!



Todo el mundo sabe por experiencia personal: cuanto más tiempo dura una secuencia, más sufre la atención y más fácil es caer en distracciones. Esto habla en favor de pocos pasos grandes. Pero cuanto más grandes son los saltos mentales, más probable es perderse en el contexto. El cambio entre los pasos es entonces demasiado grande, no se reconoce como un cambio del estado anterior y simplemente lo pasará por alto.

Hyperbrowser en DeltaMaster: La transición de un estado del árbol a otro es fluido. Este es un buen remedio para la supervisión de los cambios (Change Blindness).

# Neuro-Controlling

## Los colores nos hacen **felices**, menos colores también

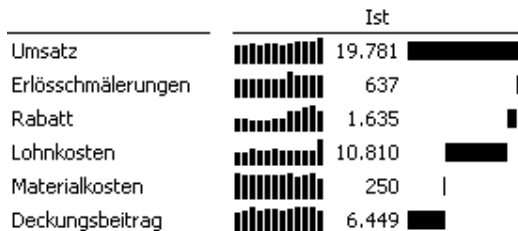
Los colores hacen el mundo colorido y feliz, alegran la vista y el ánimo, apoyan a la memoria y aumentan la atención. El cerebro los percibe separados de forma y movimiento, muy rápido y paralelo.

¿Por qué menos color aun así es mejor en el Controlling?

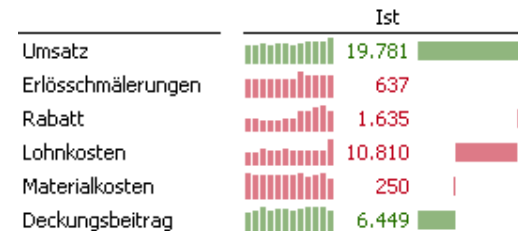
¿Cómo ayudan entonces los colores a la memoria, a la orientación, a la identificación en el Controlling?

¿Cómo advertir con ellos de forma adecuada?

Aplicamos las siguientes reglas:

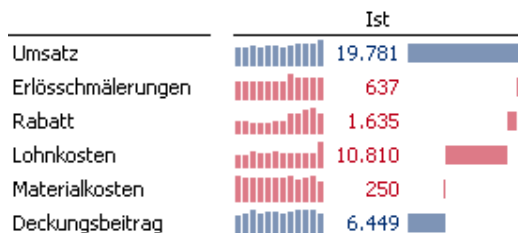


**Los informes** de Controlling sin color pierden importantes oportunidades: colores indican y emocionan.



Para la elección del color se nos ocurren dos convenciones: Los empresarios pintan pérdidas tradicionalmente en rojo. Verde es considerado por mucha gente como un signo de algo bueno. Con el rojo estamos de acuerdo. En lugar de verde, sin embargo, sugerimos azul.

Azul y rojo para el bien y el mal: más bonito y más facil de leer y eso por motivos fisiológicos.



Comparamos: rojo y verde contrastan mal. Esto tiene razones fisiológicas. Los receptores de color rojo y verde están muy cercanos. Los de color rojo y azul, sin embargo, están más separados. Esto, explica la neurobiología, hace las combinaciones rojo-azul más agradables de leer y más fuerte frente a las restricciones que conlleva un daltonismo rojo-verde.

# Report Design

## Manual de diseño de informes

### Tenemos más datos que tiempo

La lectura y comprensión de informes requiere atención. Sin embargo, esta sufre. En todos los canales de información existe mucho tráfico a menudo atascos. El Reporting compite con los correos electrónicos, actas, presentaciones de Powerpoint, prensa, reuniones de trabajo, conferencias, análisis propio y entrevistas. En todas partes hay más información que tiempo.



### Pensar es caro!

Percibimos por fin un informe, llegamos a la siguiente dificultad: el cerebro humano. Nuestra memoria de trabajo es limitada, sólo cuatro pensamientos caben de forma simultánea. Con el quinto pensamiento ya empezamos a olvidar el primero. Esto requiere un gran esfuerzo. En el momento de trabajo mental necesita más azúcar y oxígeno que el corazón, requiere diez veces más energía que otros órganos de similar tamaño. La concentración plena se puede obtener entre 3 a 5 minutos seguidos, después será necesaria una pausa.

Tardará entre unos 15 a 30 segundos hasta que se recupera su capacidad productiva. Así que no es de extrañar que el cerebro se comporte como un hombre ahorrador. Busca la reducción de la complejidad, la simplificación y el alivio cuando puede. Pensar es caro!

# Report Design

## Manual de diseño de informes

### Aliviar al cerebro mediante expectativas, hábitos y SENTIMIENTOS

¡Sí correcto! Sentimientos son valoraciones. Ayudan a utilizar el pensamiento “caro” de forma económica. Sólo aquellos que de forma subjetiva tienen valor o prometen beneficios, se procesan. Hoy en día se reconoce que la evaluación emocional intuitiva e inconsciente es muy potente y apoya al individuo con éxito a través de la vida - e incluso en una empresa, seguimos siendo sólo individuos. El rendimiento objetivo sube cuando nos emociona algo. Nuestro interés aumenta, cuando literalmente vemos y escuchamos con claridad. Por supuesto, esto funciona sólo hasta un cierto límite, después, los sentimientos ocupan toda la atención.



- Cuanto más ancho el esquema, mayor el cambio.
- Cuanto más ancho y simétrico, desarrollo positivo.
- Cuanto más ancho y asimétrico, más interesan los detalles.
- Cuanto más estrecho, menos interesan los cambios en detalle.

### Guía de diseño

Con esta guía vamos hacia el uso sistemático de los recursos para el alivio cerebral. Queremos desarrollar estándares y por lo tanto los hábitos, en los que la evaluación emocional coincide con el de negocio.

Queremos promover hábitos de lectura y visualización, para evitar los movimientos oculares innecesarios, porque los movimientos de los ojos y el pensamiento van juntos: mirar es tan agotador como el pensamiento. Queremos que todos los formatos de los informes satisfagan las expectativas y todas las desviaciones se deben a los datos. Si los informes tienen buena o mala pinta, entonces tendría que ser a causa de su contenido.

Creemos que lo hemos conseguido. Vea y sienta usted mismo.

# Report Design

## Manual de diseño de informes

¿Cómo organizar entonces estos datos de forma apropiada en un informe?

¿Qué diseño es adecuado?

Hemos creado algunas reglas combinando las leyes fisiológicas con los hábitos “culturales” de lectura. Queremos implantar pádrone para el pensamiento “inconsciente” así les interpretamos correcto de forma inconsciente.



1. Informe central
2. El tiempo pasa de izquierda a derecha
3. Mostrar KPIs verticalmente
4. Mostrar escenarios (real, presupuesto, etc.) como el tiempo
5. Mostrar „No. Acum./Acum.“ horizontalmente
6. Sparklines como evolución del mes actual

Impacto  
y  
Eficiencia

# Quiénes somos

## Datos de la compañía

Bissantz & Company GmbH

Nordring 98  
D-90409 Nuremberg

[www.bissantz.es](http://www.bissantz.es)

### **Pasado universitario**

La empresa se fundó en 1996 sobre la base tecnológica de un grupo de investigación del Instituto FORWISS dirigido por Peter Mertens, profesor de informática empresarial.

Producto principal:  
DeltaMaster.

Aprox. 600 clientes a nivel mundial.

Partners para la distribución y soporte mundial.

Inventor del método de la técnica en cadena.

### **Cercanía a la investigación**

Realizamos investigación básica en colaboración con centros universitarios y transferimos los resultados a software estándar para Reporting analítico, minería de datos, inteligencia empresarial y almacenamiento de datos.

### **Cercanía al cliente**

Nuestros clientes se benefician de soluciones estándar pero a la vez totalmente personalizadas en las que hemos integrado toda la experiencia y los conocimientos adquiridos durante la realización de complejos proyectos de desarrollo e implementación.



# Selección de unos clientes de Bissantz & Company

Sede principal en Alemania, Austria y Suiza

	ABUS		ColorExpert-Storch-Group		A nivel mundial	NORMA Germany
	Aebi Schmidt		Conditorei Coppenrath & Wiese			Nycomed
	Actavis		Daimler			Oettinger Brauerei
	active logistics		Datev			papstar
A nivel mundial	advigo		DB Schenker Rail			Pascoe
	Aebi Schmidt		DB Vertrieb			Pfizer
	Allianz		DekaBank		A nivel mundial	Philips Healthcare
	Aluminium Oxid Stade		Deutsche Automobil Treuhand			Porsche
	AMAG		EagleBurgmann			Reiff
	Avaloq Evolution		Elaxy			Rhein Chemie Rheinau
A nivel mundial	BASF		Erdinger Brauerei			Salinen Austria
	Bauer Media Group		Erwin Müller			SCHNEEKOPPE
A nivel mundial	Bayer CropScience		Greenpeace Energy			Schreiner Group
A nivel mundial	Bayer HealthCare		Hannover Re			Schwartau
	BBT		HANSAINVEST			SENNA Nahrungsmittel
	Bechtle	A nivel mundial	HEWI		A nivel mundial	Siemens Real Estate
	Berker		hotel.de			SMA Solar Technology
	Bezirkskliniken Mittelfranken		JOB AG			Swiss International Air Lines
	BIH Berliner Immobilien Holding		KMP Print Technik			Synlab
	BIM Berliner Immobilienmanagement	A nivel mundial	Knauf			Transfracht
A nivel mundial	BJB		Leica Camera			Transit Transport
A nivel mundial	BMW		MAN Nutzfahrzeuge			Velux
	Boehringer Ingelheim Animal Health		Merckle Recordati			Von Roll Isola
A nivel mundial	Bosch Car Multimedia		Motor Service International			Volkswagen
			NORDSEE			Wöhrl
						Würth

A nivel mundial = clientes que usan DeltaMaster a escala mundial, apoyados por sus sedes en Europe

# Selección de unos clientes de Partners de Bissantz

## Cientes internacionales de nuestros Partners

### Enfocados en Suiza y Austria



altra schaffhausen  
APG  
Bataillard & Cie  
Bindella Terra Vite Vita  
Brüggli  
Carl Spaeter  
Cendres + Metaux  
Desinfecta  
EFG Bank  
ENSI  
Folag  
Helbling  
HOPPE Holding  
Just Schweiz  
Lactalis Nestlé  
M+R Spedag Group  
Meyer Burger  
Mövenpick Wein  
Neuapostolische Kirche  
Novartis  
Partners Group  
Sankt Galler Stadtwerke  
SCHULER St. JakobsKellerei  
Städtische Werke Schaffhausen  
Toray Membrane Europe  
Vorarlberger Landesregierung

### Enfocados en México y Latinoamérica

BP Amoco  
Campbell's  
Cinemex  
CMR  
Comercial Mexicana  
Genoma Laboratories  
Judicatura Federal  
La Corona  
Pemex  
Procter & Gamble  
SEARS Roebuck  
Secretaría de Seguridad Pública  
Seguros Atlas  
Sigma Alimentos  
Telmex  
Tiendas Comercial

### Cientes en otros países

Allianz (ES)  
BMW (Australia, I)  
BP Shipping (UK)  
Celtel International (NL)  
CIMA (UK)  
Colliers International (Australia)  
Compania Chilena de Tabacos (Chile)  
Edmonton Airport (Canada)  
ENCOFRA Grupo (ES)  
Frigoglass (GR)  
GISA - Gestió d'Infraestructures (ES)  
GTZ (Egypt)  
If insurance (S)  
MAN Financial (UK)  
Messagerie Periodici (I)  
Minera Collehuesi (Chile)  
NORMA (ES)  
Petrom (RO)  
Pets at Home (UK)  
Poste Italiane (I)  
Premium Aircraft Interiors (UK)  
Prisma Energy International (USA)  
Rolls-Royce Motor Cars (UK)  
SSP (UK)  
Tamayo & Cia (Venezuela)  
Teknosa (Turkey)  
Telefónica (ES)  
Tommy Hilfiger (NL)

Con Porsche, en todo el mundo

De este cliente nos gusta hablar mucho y presumir



# Tres ejemplos

En que trabajan nuestros clientes



DAIMLER



Ventas en mil mill. de EUR

2,1

114,3

5,7

Empleados

6.000

218.000

24.000

**DeltaMaster**

**Gestión empresarial**

**Recambio**

**Compra**

Usuarios

300

200

300

Sistema transaccional

SAP, Navision, IDL

Oracle, Polk, SAP

SAP-BW, TM1, MS-SQL

Duración proyecto\*

6 Meses

6 Meses

5 Meses

Datos de  
aplicación

- 14 países
- 51.000 Productos
- 21.000 Online-Shops específicos

- 160 países
- 5.700 outlets
- 530.000 Recambios
- 15.000.000 Clientes

- 60 países
- 220 fábricas
- 30.000 proveedores
- 120.000 materiales

\*desde el Workshop con consultores de Bissantz hasta el roll-out

## Bissantz Estándar

Informes conforme a la guía de diseño

ABUS

Active Logistics

Bauer Media Group

Bechtle

Berlinovo (Real Estate)

Bosch

Bürkert

Conmetall

Coppenrath & Wiese

Hansainvest

Henry Schein

Hotel.de

Job AG

Knauf

Leica Camera

OptiMedis

Paul Gerhardt Diakonie

Porsche

Ritter Mexico

Röhlig

Schneekoppe

Siemens Real Estate

Südkurier

Volkswagen

Wenco

Wolfcraft

# Bissantz reclama el liderazgo en la innovación

Premios y patentes para soluciones de BI y sala de control (en nuestras oficinas)



## BARC BI Survey 2012

### Herramientas de análisis OLAP

Satisfacción con el **Producto**: 1er puesto

Satisfacción con el **Fabricante**: 1er puesto

Satisfacción con el **Performance**: 1er puesto

Satisfacción con el **Soporte**: 1er puesto

Satisfacción con la **Implantación**: 1er puesto



# Report Design

Bissantz es el pionero de diseño de informes y marca la pauta

Desde el año 2004 DeltaMaster posee Sparklines y tablas gráficas como alternativas más adecuadas a los Business Charts. Las tablas gráficas combinan las ventajas de las tablas Pivot con las ventajas de los diagramas, sin hacerse cargo de los inconvenientes.



## DeltaMaster

En la encuesta anual de BARC “BI Survey 2013” DeltaMaster logro en 14 categorías el primer puesto.

De ellas 7 veces en el grupo de “Herramientas de análisis y reporting OLAP”.

## El proyecto más innovador 2013



# Bayer CropScience

"We would like to take this opportunity to express our sincere congratulations to you. At BBS Award jury meeting, your project "LSDP Delta Master" was selected as one of the three outstanding achievements in the innovation category."

C. Ridder, Bayer Business Services Award Team, 11.09.2013



Telekom.de 14:55 15 %

< Alle (169)

**TCB**  
An: westphal@bissantz.de & 3 weitere ...

**AE, Oktober 2013, nicht kum.**

Alle Produkte	13.800	4%
DeltaMaster Produkte	7.344	7%
Wartung	1.632	6%
Beratung	3.800	-11%
Sonstiges	1.024	-2%

**AE, Oktober 2013, kum.**

Alle Produkte	364.184	6%
DeltaMaster Produkte	231.954	7%
Wartung	38.455	

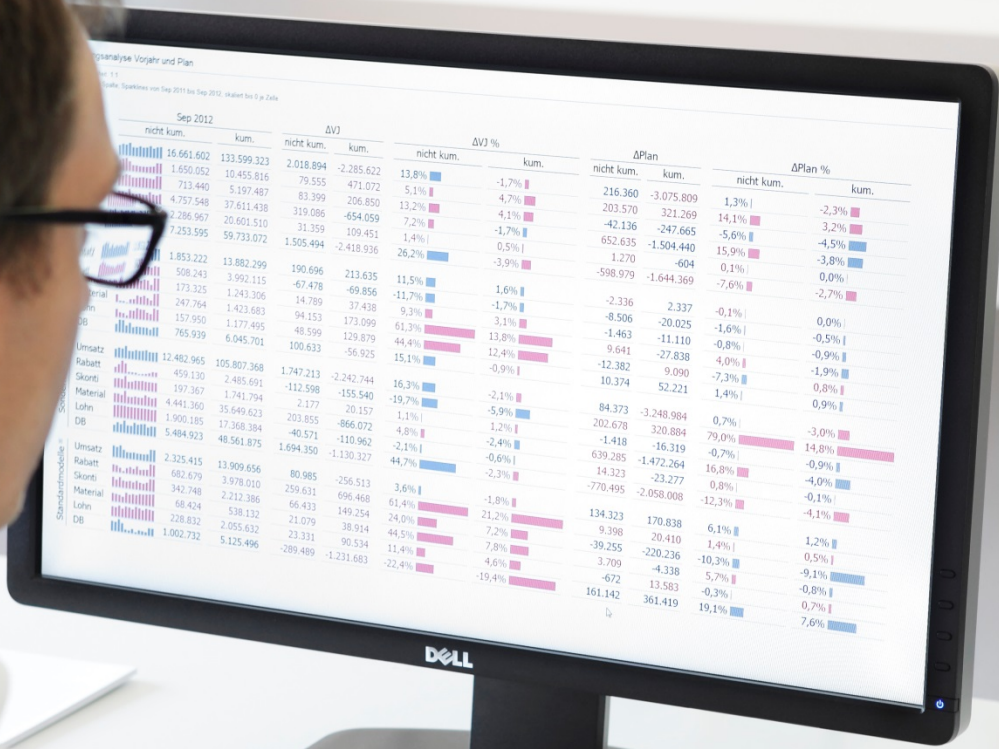


SIM fehlt

< Chair

### Vertriebsgebiete





## Contacto

Bissantz & Company GmbH

Arasch Sajjadi

Nordring 98

90409 Nuremberg

Tel. +49 911 935536 0

Fax +49 911 935536 10

E-Mail: [arasch.sajjadi@bissantz.de](mailto:arasch.sajjadi@bissantz.de)

Web: [www.bissantz.de](http://www.bissantz.de)

Partner en España

UMB Consulting

Laureà Miró 232

08950 Esplugues (Barcelona)

Tel. +34 607 985 624

E-Mail: [info@bissantz.es](mailto:info@bissantz.es)