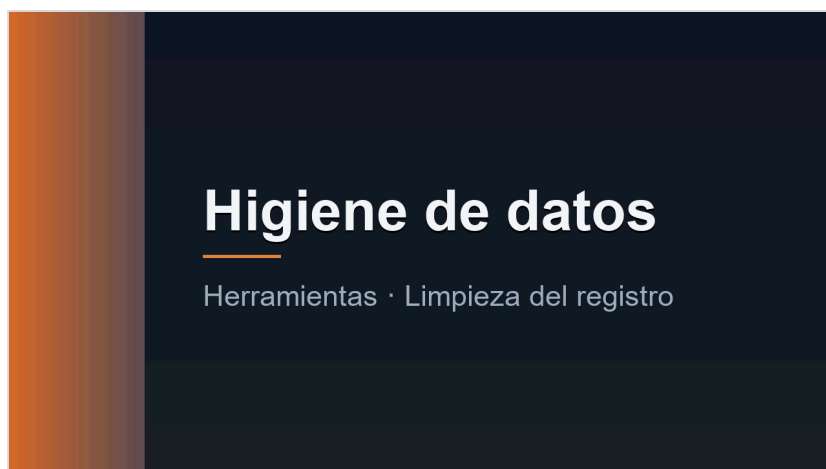


L U M B R E



Higiene de datos: la limpieza semanal de tu registro comercial

Grado: 12

Materia: Herramientas · Higiene de datos del registro comercial

24/10/2026

Antes de empezar

Cuarta ruta del curso «El CRM mínimo de una PyME». Enseña qué se revisa cada viernes en el registro comercial, con qué criterio y en qué orden: duplicados, campos incompletos, etapas que no son ciertas, caducidad y datos que ya no deben seguir guardados. Incluye dos casos resueltos con datos ficticios, la bitácora de limpieza, ocho actividades evaluadas y un cierre con criterios de dominio.

QUÉ APRENDERÁS

- Establecer y aplicar una rutina semanal de limpieza del registro comercial: reconocer duplicados, filas incompletas y datos caducados, decidir qué se archiva, qué se corrige y qué se purga, y dejar constancia de lo que se cambió.

Higiene de datos

Tu registro comercial es el archivo donde vive lo que sabes de cada cliente y de cada oportunidad: quién te escribió, qué pidió, en qué etapa está y cuándo fue la última vez que hubo contacto. El problema casi nunca es que ese archivo no exista. El problema es que nadie lo limpia.

La escena es siempre parecida. El registro empieza con veinte filas y termina con seiscientas. Entre esas seiscientas hay la misma persona escrita de tres maneras, clientes que dejaron de comprar hace años y que nadie vuelve a buscar, filas con el campo de etapa vacío que nadie sabe en dónde están, y una columna de notas con información de la que ya nadie recuerda el origen. Cuando alguien pregunta «¿cuántas oportunidades tenemos abiertas y cuántas van a cerrar este mes?», nadie contesta: se necesita media hora, dos personas y una hoja de cálculo nueva.

La reacción habitual tiene dos caras y las dos están mal. Una es borrar todo lo que lleva meses sin contacto, y perder al cliente que estaba a punto de volver. La otra es no borrar nada y dejar que el archivo crezca, porque total algún día habrá que buscarlo. Entre esos dos extremos hay un oficio: un registro se mantiene con una rutina corta, semanal, que cualquiera pueda hacer en veinte minutos.

Esta lección es ese oficio. No va de comprar una herramienta ni de agregar campos. Va de qué se revisa cada semana, con qué criterio y con qué consecuencia: qué fila se fusiona, qué fila se archiva, qué campo se completa y qué dato ya no debe seguir ahí. Y va también de la parte que casi nadie dice en voz alta: un registro comercial guarda datos personales de personas, y eso cambia lo que se puede hacer con ellos.

Al terminar esta lección serás capaz de

Distinguir un duplicado de un contacto repetido y de una persona distinta que sólo comparte el nombre; aplicar los cinco filtros de la limpieza semanal en un orden fijo y con un tiempo acotado; decidir qué se archiva, qué se corrige y qué se purga, y decir por qué; dejar cada fila con los campos que tu negocio usa y sin columnas de adorno; y llevar una bitácora de limpieza que diga qué se tocó, por qué y quién lo hizo.

- Distingues un duplicado, una fila incompleta y un dato caducado, y aplicas a cada uno la operación correcta.
- Aplicas los cinco filtros de la limpieza semanal en orden y con un tiempo acotado.
- Decides, con criterio, qué fila se archiva, cuál se corrige y cuál se purga.
- Defines tu ventana de caducidad según tu ciclo de venta y explicas por qué ese número y no otro.
- Explicas para qué guardas los datos de tus clientes, quién los ve y qué haces cuando alguien pide que se eliminen.

Primero las palabras: los nombres se confunden

El registro comercial es un archivo y, como todo archivo, tiene un problema de verdad: se llena. La diferencia con un archivo muerto está en una sola cosa: si existe una persona capaz de decidir qué pasa con cada fila. En cuanto esa persona existe, el archivo deja de acumular basura y empieza a ser un registro.

Hay cinco palabras que hay que separar bien, porque buena parte del desorden viene de usarlas como si fueran sinónimos.

Duplicado es la misma persona en dos filas. No es lo mismo un contacto repetido: es la misma persona, en la misma etapa, con la misma conversación, y eso no se fusiona: se anota. Tampoco es lo mismo dos personas distintas que comparten un nombre, cosa más común de lo que parece en un negocio que atiende por zonas o por referidos de otros clientes.

Vacío es una fila a la que le faltan los campos que tu negocio sí usa. No es lo mismo un campo vacío que un campo que no aplica: si tu negocio no necesita saber el número de pedido de alguien que todavía no ha comprado, ese campo se queda vacío y no es un defecto.

Caducado es un dato que era cierto y dejó de serlo: el precio de hace dos años, el domicilio anterior, el nombre de quien atendía. El dato caducado no se borra por ser

viejo; o se actualiza con la fuente, o se elimina, porque un dato viejo es peor que un dato ausente: la gente lo toma como cierto.

Archivar es sacar la fila de la vista diaria sin destruir el histórico. **Purgar** es borrar de forma definitiva porque el dato ya no debe existir. Son operaciones distintas, con riesgos distintos y con consecuencias distintas.

Si tu equipo usa estas cinco palabras con precisión, la mitad de los desacuerdos sobre el registro desaparecen.

Glosario de la limpieza. Estas palabras aparecen en el resto de la lección y en la bitácora; conviene tenerlas claras antes de empezar.

Término	Qué significa	Qué haces con él
Registro comercial	El conjunto ordenado donde vive lo que sabes de cada cliente y cada oportunidad	Lo mantienes con una rutina; no es un archivo que se guarda y se abre sólo cuando hay crisis.
Fila	Una persona o una oportunidad, enviada en una línea del registro	Debe tener nombre, etapa y fecha de último contacto; si le falta algo, es una fila pendiente.
Duplicado	La misma persona registrada en dos filas	Se fusiona: sobrevive la fila más completa y las notas de la otra se le pegan.
Vacío	Una fila a la que le faltan los campos que tu negocio sí usa	Se completa con una fuente o se deja vacía a propósito. Inventar el dato no es completarlo.
Dato caducado	Un dato que era cierto y dejó de serlo, como el precio de hace dos años	Se actualiza con la fuente; si no hay fuente, se quita el dato, no la fila.
Ventana de caducidad	El tiempo que tú decides que un registro sigue sirviendo sin tocarlo	La defines con tu ciclo de venta; no es un número que venga de fuera.
Archivar	Sacar la fila de la vista diaria sin destruir el histórico	Se usa cuando la oportunidad está muerta pero el historial de la cuenta vale.
Purgar	Borrar de forma definitiva porque el dato ya no debe existir	Se hace al final, con un motivo escrito y con una línea en la bitácora.
Archivo muerto	Un registro que nadie abre y que nadie depura	Se detecta por contraste: si nadie lo consulta, hay que decidir si se usa o se retira.
Bitácora de limpieza	La lista de qué se corrigió, por qué y quién lo hizo	Es lo que convierte una tarea suelta en un criterio que otra persona puede repetir.

Tres cosas que se confunden al limpiar

Cada una se corrige de una manera distinta, y con un coste distinto.

Duplicado

La misma persona
en dos filas.
Se juntan en una.

Se fusiona

Vacío

Faltan los campos
que tu negocio usa.
Se llenan o se vacían.

Se completa

Caducado

Era cierto y dejó
de serlo.
Se actualiza o se va.

Se actualiza

Ninguna de las tres se arregla borrando la fila.

Borrar la fila entera destruye el historial y el contacto: eso no es limpiar.

Se corrige lo que tiene valor, se archiva lo que no se usa, se purga lo que no debe existir.

Las tres confusiones más comunes al limpiar un registro. Juntas explican por qué un registro limpio no es el que tiene menos filas, sino el que tiene una fila por persona y los datos que tu negocio usa. Dibujo de la casa para este material.

La rutina de los viernes

Cinco filtros, en el mismo orden, con un tiempo acotado.

1

Duplicados

La misma persona en dos filas: se fusionan en una.

2

Campos incompletos

Los campos que usas quedan llenos o vacíos a propósito.

3

Etapas coherentes

Cada fila está en la etapa que de verdad tiene hoy.

4

Caducidad

Sin movimiento más allá de tu ventana: sale de la vista abierta.

5

Lo que ya no debe estar

Lo que perdió su propósito, o lo que alguien pidió borrar.

Si no alcanzas, termina el filtro en curso y sigue la semana que viene.

Nunca dejes una fusión a medias: a la semana siguiente ya son dos duplicados.

La rutina no es un proyecto: es una lista de cinco pasos que se repiten el mismo día de cada semana. Si el orden cambia o el tiempo se alarga, deja de ser una rutina. Dibujo de la casa para este material.

La confusión que más cuesta: borrar no es limpiar

La depuración tiene una pésima fama que viene de cómo se usa la palabra. Si «depurar» significa borrar, entonces limpiar el registro es borrar personas, y el equipo lo entiende como una amenaza: nadie quiere que le borren al cliente que atendió hace tres años. El resultado es que no se borra nada y el archivo sigue creciendo.

El criterio correcto es otro: **se borra lo que no debe existir, se archiva lo que ya no se usa y se corrige lo que se puede usar**. Tres operaciones, tres decisiones distintas.

Hay un segundo malentendido: creer que limpiar es dejar el archivo bonito, con todo lleno y con las columnas ordenadas. No es eso. Limpiar es que, cuando alguien abra el registro para tomar una decisión, lo que encuentre sea cierto: una fila por persona, una etapa real, una fecha real. El orden de las columnas es irrelevante; que la etapa diga «cotizando» cuando en realidad nadie cotizó, eso sí es un problema.

Y un tercero: creer que la limpieza se hace una vez, cuando el registro ya está sucio. Se hace cada semana, en veinte minutos, antes de que se acumule. Un registro limpio de golpe es un archivo raro; un registro limpio todos los viernes es un registro.

Los cinco filtros de la limpieza semanal

La rutina tiene cinco filtros y se aplican siempre en el mismo orden. El orden no es un capricho: cada filtro necesita que el anterior ya esté limpio.

Filtro 1. Duplicados. La misma persona en dos filas. Se detecta comparando contacto y razón social, no sólo el nombre: mismo teléfono o mismo correo, o mismo nombre y mismo domicilio. Cuando aparece un par no se borra nada: se fusionan. Se conserva la fila que tenga más campos completos y la fecha de último contacto más reciente, y a esa fila se le pegan las notas de la otra. El historial no se pierde, se junta. Y al final hay que contar: si tenías seiscientas filas y terminas con quinientas ochenta, lo que encontraste no eran quinientas ochenta personas, eran quinientas cuarenta y un duplicado que nadie había notado.

Filtro 2. Campos incompletos. Los campos que tu negocio usa tienen que estar llenos o vacíos a propósito. Si te importan el nombre, la etapa y la fecha del último contacto, esas tres columnas no admiten el «a veces». Una fila a la que le falta la fecha

no se completa inventando una fecha: se marca como «sin fecha» o se busca en la agenda de quien la atendió. Un campo que no usas se borra de la plantilla, no se deja a medias.

Filtro 3. Etapas coherentes. Cada fila tiene que estar en la etapa que realmente tiene. Una oportunidad que nadie ha retomado en cuatro meses no está «cotizando»: o vuelve a una etapa temprana, o pasa a una etapa de cierre negativo, o sale de la vista de abiertas. Quien decide es quien conoce la historia, no quien limpia. El limpiador marca; el que sabe, mueve.

Filtro 4. Caducidad. Aquí se decide el futuro de la fila. Tú defines la ventana: cuántos días sin movimiento convierten una oportunidad en «sin movimiento», y eso depende de cuánto dura tu ciclo de venta, no de un número universal. Lo que sale de la vista de abiertas se archiva con la fecha de su último movimiento, no se borra. Archivar es barato y reversible; borrar no lo es.

Filtro 5. Lo que ya no debe estar. Al final, y no antes, se va lo que no debe seguir guardado: una persona que pidió que sus datos se eliminen, un dato que se copió de otra hoja y nunca se supo de dónde salió, o una fila que sólo guarda un número de teléfono sin nombre ni contexto. Purgar es la única operación irreversible de la rutina, por eso va al final: primero se junta y se corrige todo lo que sí tiene valor.

Los cinco filtros, el criterio que aplica cada uno y la operación que produce. El mismo orden de arriba abajo.

Filtro	Qué buscas	Qué haces
1 · Duplicados	Mismo teléfono o mismo correo, o mismo nombre con mismo domicilio	Fusionas las filas y pegas las notas de la que desaparece.
2 · Campos incompletos	Filas sin la fecha de último contacto, que es el campo que más se usa	La completas con la agenda de quien atendió, o la marcas como «sin fecha».
3 · Etapas coherentes	Filas que dicen una etapa que no corresponde a lo que pasó	El que conoce la historia las mueve; tú sólo las marcas.
4 · Caducidad	Filas que llevan más tiempo sin movimiento que tu ventana	Las sacas de la vista de abiertas y las archivas con su fecha.
5 · Lo que ya no debe estar	Bajas solicitadas, datos sin origen, filas sin contexto	Purgas, y dejas la baja asentada en la bitácora. Es la última operación.

ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

1. Ejemplo resuelto (caso ficticio): el viernes del taller de tornillos



2. En la limpieza del viernes, una fila lleva siete meses sin actividad y el vendedor asegura que «en cualquier momento vuelve». ¿Qué haces con esa fila?

- ☐ La borro: si en siete meses no hubo contacto, esa oportunidad ya no existe.
- ☐ La dejo en la etapa «cotizando» para no perder la posibilidad de que vuelva.
- ☐ La saco de la vista de oportunidades abiertas y la dejo archivada con la fecha del último movimiento, sin borrarla.
- ☐ La paso a otra hoja, por si acaso vuelve, y la reviso el mes que viene.

Qué aplica a un negocio pequeño y qué no

Conviene decir qué resuelve esta lección y qué no, porque la higiene de datos se ha vuelto un tema de empresas grandes y hay partes que aquí sobran.

Lo que sí aplica y resuelve bien a una PyME es lo siguiente: una hoja de cálculo es suficiente. No hace falta una herramienta de CRM para tener un registro limpio; hace falta una hoja, un día fijo, un tiempo acotado y una bitácora. El responsable puede ser la persona que más veces abre el archivo, no un puesto nuevo. Los campos son los que el negocio usa; si son tres, son tres. Y la rutina cabe en veinte minutos porque el alcance es pequeño: el taller del ejemplo tenía 214 filas y las limpiaba un viernes al mediodía, con la calculadora de biasa.

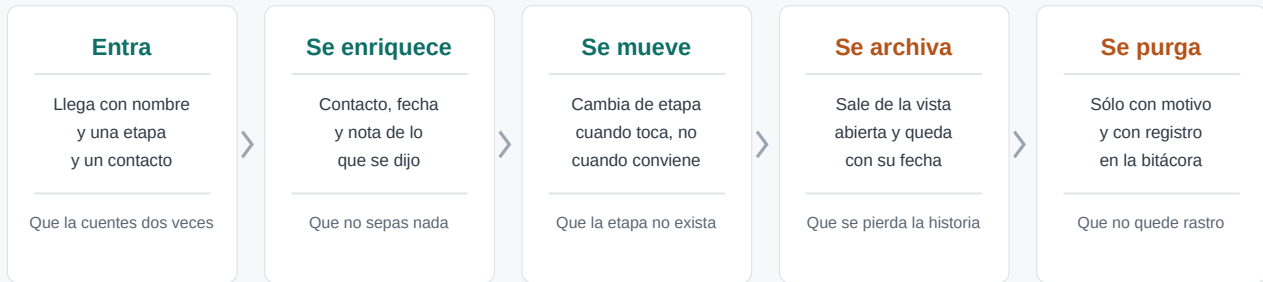
Lo que no aplica, y conviene dejar de lado, es lo que se inventó para organizaciones grandes: una clasificación de la información por nivel de sensibilidad, una política de acceso por roles, un respaldo automático, una bitácora de auditoría con firma o un comité de datos. Nada de eso hace falta para un registro de doscientas filas, y casi todo eso se puede hacer igual con dos columnas y una regla escrita a mano: qué se guarda, quién lo ve y cuándo se borra.

Una advertencia útil: si tu registro no sirve para ninguna decisión concreta, la mejor higiene no es limpiarlo, es dejar de llenarlo. Antes de agregar un campo, pregúntate qué decisión vas a tomar con él. Si no hay respuesta, el campo sobra; y un campo que sobra se llena de datos que nadie quiere, que es exactamente el material con el que se infla un archivo.

Y hay un punto de orden: si varias personas escriben en el mismo archivo, el mínimo que hay que definir es quién escribe qué. Una fila, un responsable. Sin eso, la limpieza de la semana pasada se deshace el lunes siguiente.

El recorrido de una fila

De dónde viene, por dónde pasa y por qué se detiene.



Una fila no se muere sola: alguien decide qué pasa con ella.

Mientras nadie decide, el registro se llena de etapas que nadie se cree.

El archivo muerto no se nota en la hoja: se nota en que nadie lo abre.

El recorrido completo de una fila. La mayoría de los registros no muere: se queda congelada en una etapa que nadie revisó. Por eso el filtro de etapas y el de caducidad van juntos en la misma tarde. Dibujo de la casa para este material.

3. La depuración semanal consiste en borrar las filas que llevan más de tres meses sin contacto.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

4. Una clienta te escribió para pedir que su información se elimine de tus archivos. ¿Cuál es la vía correcta?

- ☐ Borro su fila de la hoja y no le digo nada, para no complicar la conversación.
- ☐ La marco como «no contactar» y la conservo, porque tú registraste la compra y ese historial te pertenece.
- ☐ La doy de baja de los archivos donde se usa para trabajar, lo asiento en la bitácora y le confirmo lo que hice.
- ☐ La conservo hasta que cierre el trimestre, para que no se alteren los números del mes.

Cuatro palabras que se confunden en la limpieza

5. Une cada palabra con lo que significa de verdad en una limpieza de registro.

5.	Fusionar	-----
5.	Completar	-----
5.	Archivar	-----
5.	Purgar	-----
5.	Depurar	-----

Opciones: Juntar en una sola las dos filas de la misma persona, sin perder las notas · Llenar un campo que tu negocio usa, o dejarlo vacío a propósito · Sacar la fila de la vista diaria conservando el histórico y su fecha · Borrar de forma definitiva porque el dato ya no debe existir · El conjunto de las cuatro anteriores, hecho con un criterio y por escrito

6. Clasifica estas ocho situaciones según la operación que corresponde. Tres categorías y dos filas en cada una.

Elementos:

- La misma persona escrita dos veces, con el mismo teléfono.
- Una fila a la que le falta la fecha del último contacto.
- Una oportunidad en «cotizando» sin movimiento desde hace meses.
- Un precio anotado hace dos años que ya cambió.
- Una oportunidad cuyo ciclo de venta terminó sin respuesta.
- Una cliente que compró hace años y no vuelve a comprar.
- Una persona que pidió que sus datos se eliminen.
- Una fila que sólo guarda un teléfono, sin nombre ni historial.

Se corrige	. . .
Se archiva	. . .
Se purga	. . .

7. La limpieza semanal aplica cinco filtros en orden: primero

_____ (la misma persona en dos filas), después los
 _____ (los campos que tu negocio usa), luego las
 _____ (cada fila en la etapa que de verdad tiene), a
 continuación la _____ (la ventana sin movimiento que
 define el negocio) y al final lo que ya no debe seguir guardado.

El método: una tarde que cualquiera pueda repetir

La rutina tiene tres partes y ninguna es opcional.

Preparar. Un día fijo (en el ejemplo, el viernes) y un tiempo acotado: veinte o veinticinco minutos, con alarma puesta. Antes de abrir el archivo se hace una copia fechada de la versión del día. Esa copia no es un respaldo ni un archivo muerto: es el punto de retorno. Si a media limpieza algo sale mal, se vuelve a la copia y se pierde un rato, no el trabajo del mes.

Ejecutar. Los cinco filtros, en orden, sin saltar ninguno. Si a los quince minutos todavía vas en el primero, no pasa nada: se anota en la bitácora «quedó pendiente el filtro de campos» y la semana que viene se sigue. Lo que no se puede es dejar una fusión a medias. Una fusión interrumpida deja a la misma persona en dos filas, una de ellas a medio copiar, y la limpieza siguiente pierde más tiempo que la anterior.

Cerrar. Cinco renglones de bitácora: fecha, filtro, cuántas filas se movieron, qué se hizo y quién lo hizo. Dos minutos. Con eso la limpieza deja de ser una tarea personal y se vuelve un criterio: la siguiente persona que la haga, aunque sea otra, aplica las mismas reglas sin que tengas que explicárselas.

Un detalle que ahorra problemas: la limpieza no es un castigo ni una revisión del equipo. Es parte del trabajo de vender, tan pronto como escribir en el archivo. Y una regla de fondo que vale para todo el curso: si nadie usa un campo para tomar una decisión, ese campo no se llena. La mejor forma de tener un registro limpio es no guardar lo que no vas a usar.

La bitácora de la limpieza

Cinco renglones de un viernes de ejemplo (caso ficticio).

Fecha	Filtro	Cuántas filas	Qué se hizo	Quién
12/03	Duplicados	11	Se fusionaron pares repetidos	Ana
12/03	Campos incompletos	26	Se llenó la fecha de contacto	Ana
12/03	Etapas	9	Salieron de cotizando sin movimiento	Beto
12/03	Caducidad	38	A archivo, sin borrar	Beto
12/03	Depuración final	2	Baja solicitada: dato purgado	Ana

Sin bitácora no hay rutina: hay un día de limpieza.

La bitácora responde tres preguntas: qué se tocó, por qué y quién lo hizo.

También es lo que demuestra que un dato se borró cuando alguien lo pidió.

Y lo que permite repetir la limpieza en otra persona sin explicarla de nuevo.

La bitácora es la diferencia entre una rutina y un día de limpieza. Son cinco renglones y toma dos minutos escribirlos; con ellos, otra persona puede repetir la limpieza sin que le expliques el criterio.

Dibujo de la casa para este material; los datos del ejemplo son de un caso ficticio.

8. Ordena los cinco filtros de la limpieza semanal como conviene aplicarlos.

La caducidad: lo que lleva demasiado tiempo sin movimiento sale de la vista abierta

Los duplicados: la misma persona en dos filas se fusiona en una

La depuración final: lo que no debe existir se purga y se asienta

Los campos incompletos: los que usas quedan llenos o vacíos a propósito

Las etapas coherentes: cada fila queda en la etapa que de verdad tiene

ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

9. Ejemplo resuelto (caso ficticio): el mes que se saltaron tres viernes



ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

10. Un compañero dejó estas cinco frases en el chat del equipo. Marca las que no se sostienen.



11. Producto de la lección. Escribe tu rutina semanal de limpieza en una sola página, con cinco renglones: uno por filtro, y en cada renglón qué buscas, qué decides y qué dejas anotado. Debajo, escribe tu ventana de caducidad y por qué ese número y no otro. Usa el taller ficticio del ejercicio como ejemplo; no abras el archivo de tu negocio ni copies datos de tus clientes: lo que se entrega aquí es el procedimiento y el criterio, no la información. Al final, anota qué harás distinto el primer viernes.

Si no sabes por qué un filtro va antes que otro, la pista es esta: no se puede decidir la caducidad de una fila a la que le falta la fecha. Empieza por escribir los cinco nombres de los filtros y después el orden.

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

**12. Memoria:
palabra y
definición
corta**

Empareja cada palabra con su definición. Sirve para tener el vocabulario antes de abrir el archivo el viernes.



ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN
LUMBRE

**13. Tarjetas de repaso
rápido**



ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN
LUMBRE

**14. Chequeo de la
lección**



Para dominar este tema

1. Distingues un duplicado, una fila incompleta y un dato caducado, y aplicas a cada uno la operación correcta.
2. Aplicas los cinco filtros de la limpieza semanal en el orden correcto y con un tiempo acotado.
3. Defines tu ventana de caducidad según tu ciclo de venta y explicas por qué ese número y no otro.
4. Separas lo que se archiva de lo que se purga, y sabes que sólo lo segundo es irreversible.
5. Explicas para qué guardas los datos de tus clientes, quién los ve y qué haces cuando alguien pide que se eliminen.

Datos personales: la vía correcta y su límite

Tu registro comercial guarda datos personales: nombres, teléfonos, correos, direcciones y lo que cada persona compró. Eso no es un detalle de formato; es lo que hace que la limpieza tenga una parte legal y una parte de oficio. La vía correcta tiene cuatro pasos, y los cuatro caben en una tarde.

Primero, la finalidad: sólo guardas lo que necesitas para un propósito que puedes explicar —atender al cliente, cumplir la garantía, llevar el control de lo vendido—. Lo que no tiene propósito definido no se guarda.

Segundo, la transparencia: quien te da sus datos tiene que saber para qué se usan. Si tu negocio tiene un aviso de privacidad, ahí quedó escrito ese propósito; si no lo tiene, la primera tarea de la limpieza es redactar tres líneas que lo digan.

Tercero, la minimización: menos campos y menos tiempo es mejor. Un campo que no usas se borra; una nota vieja se archiva.

Cuarto, los derechos de la persona: si alguien pide que sus datos se eliminen, se eliminan de donde se usan y se asienta en la bitácora.

Y el límite honesto de esta lección: esto es método, no asesoría. Si tu negocio maneja datos de varias personas, tiene proveedores de por medio o hay dudas sobre lo que debes conservar, valida tu procedimiento con un profesional del ramo: esto no sustituye la asesoría legal de un profesional.

Fuentes, vigencia y revisión

Lo que afirma esta lección y dónde se puede verificar. *Ámbito: Estados Unidos Mexicanos. Fecha de revisión editorial: 24 de octubre de 2026.*

Afirmación de la lección	Dónde verificarla	Alcance
El registro comercial guarda datos personales y por eso tiene reglas de manejo	Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares y su reglamento	General; aplica a quien guarda datos de personas en el sector privado
El aviso de privacidad declara la finalidad de los datos que se recogen	La ley y el reglamento, en lo que corresponde al aviso de privacidad	General; el contenido útil cambia según el tipo de negocio
Cuando alguien pide que sus datos se eliminen, la vía es la baja documentada	El marco de protección de datos personales y el procedimiento de baja	General; el detalle lo define un profesional del ramo
El nombre que esta rutina tiene en el oficio es depuración de datos	Limpieza de datos, en la enciclopedia libre	Referencia de vocabulario; no es un texto normativo
Los conteos, los nombres y las etapas del taller son inventados para el ejercicio	No existen: son datos del caso ficticio	Didáctico, sin valor normativo

Portal del Gobierno de México: donde se consulta el texto vigente de la ley y de sus reglamentos <https://www.gob.mx/> Busca la dependencia que lleva la materia de protección de datos y descarga de ahí el documento vigente, con su fecha de publicación.

Limpieza de datos: el nombre que esta rutina tiene en el oficio https://es.wikipedia.org/wiki/Limpieza_de_datos Sirve para comparar vocabulario: el texto distingue entre corregir valores sucios y quitar filas, que es justo la diferencia que esta lección trabaja.

Siguiente paso de la ruta «Higiene de datos»: «Las cuatro etapas», la primera ruta del curso «El embudo de cuatro etapas», del área «Mecanismos de captación y conversión». Lo que queda aquí —la rutina semanal de limpieza del registro y el criterio de qué se archiva y qué se purga— también decide lo que se mide en cada etapa; sólo que una etapa alimentada con filas duplicadas, o con una etapa que nadie revisó, mide ruido con apariencia de dato. Esta lección te dejó el criterio y el instrumento de medición; la siguiente los lleva a las cuatro etapas: atraer, interesar, convertir y repetir, y a qué corresponde medir en cada una.

Para mirarlo de otra manera

Si lo recuerdas por la bodega del taller

Piensa en la bodega de un taller de tornillos. Hay una caja con tornillos, otra caja con tornillos y una tercera con un tornillo suelto que nadie sabe de dónde salió. La limpieza de la bodega no consiste en tirar cajas: consiste en juntar los tornillos que están en dos cajas, tirar el que ya no sirve y apartar lo que no usas pero todavía guardas.

Y hay una diferencia que se agradece en la bodega y también en el registro: cuando juntas dos cajas de tornillos, el inventario ya no dice «había dos cajas de tornillos». Dice cuántos tornillos hay. Tu registro comercial debería decir lo mismo: cuántas personas, no cuántas filas.

La pregunta que ordena la rutina

En la bodega y en el registro: ¿esto es algo que uso, algo que guardo por si acaso, o algo que no debe estar? Tres respuestas y tienes tres operaciones: se deja, se archiva o se purga.

La rutina de veinte minutos, minuto a minuto

1. Minuto 0 a 2. Copia fechada del archivo del día. Sin copia, cualquier error se paga con el mes.
2. Minuto 2 a 6. Filtro de duplicados: busca por teléfono y razón social, fusiona y pega las notas.
3. Minuto 6 a 10. Filtro de campos: completa con la agenda de quien atendió; lo que no aparece queda «sin fecha».
4. Minuto 10 a 13. Filtro de etapas: devuelve a quien conoce la historia cada fila que no está en su etapa real.
5. Minuto 13 a 16. Filtro de caducidad: saca de la vista de abiertas lo que pasó tu ventana y archívalo con su fecha.
6. Minuto 16 a 20. Depuración final y bitácora: purga lo que no debe estar y escribe los cinco renglones.

Los minutos son una guía, no una regla: si un filtro se tarda más, ese filtro es el que tu registro necesita. Lo que no puede pasar es terminar la rutina en un día distinto del viernes, porque la rutina es la repetición, no el esfuerzo.

Un ejercicio para que lo hagas hoy

Toma una hoja con cinco filas inventadas y los mismos campos que usas en tu negocio. Aplica los cinco filtros en orden y escribe la bitácora. No uses datos de clientes reales: el ejercicio es sobre el criterio, y el criterio es lo que te llevas el viernes.

Después cambia una cosa: fija tu ventana de caducidad y escribe por qué ese número. Esa es la parte que casi nadie hace y la que más cambia el resultado, porque una ventana elegida a ojo produce archivos que no significan nada, y una ventana explicada produce una decisión que puedes repetir y defender.

La prueba de que la rutina funciona

Al mes, la pregunta «¿cuántas oportunidades abiertas hay?» debe contestarse en un minuto y con un número del que estás seguro. Si todavía hay que contar a mano, la rutina no se está aplicando completa.

Referencia curricular

Grado:	12
Materia:	Herramientas · Higiene de datos del registro comercial
Dominio:	MKT

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://marketing.lumbre.lat/object/mkt-her-r04-0a01>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat