



**SANMARINO**

GENÉTICA AVÍCOLA

# **DISEÑO DE ESTRATEGIA CRM PARA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES DE LA EMPRESA AGROAVÍCOLA SANMARINO S.A REGIONAL NORTE**

**OSCAR HUMBERTO VEGA MUÑOZ**

**Proyecto de grado para optar al título de  
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS FORMACIÓN DUAL  
BUCARAMANGA  
2017**

# Contenido a desarrollar

Identificación del Problema

Objetivos

Generalidades del CRM

DOFA

Selección Proveedor CRM

Costos

Estrategia CRM

Avances y Desarrollos

Indicadores de Medición

Impacto Financiero

Conclusiones

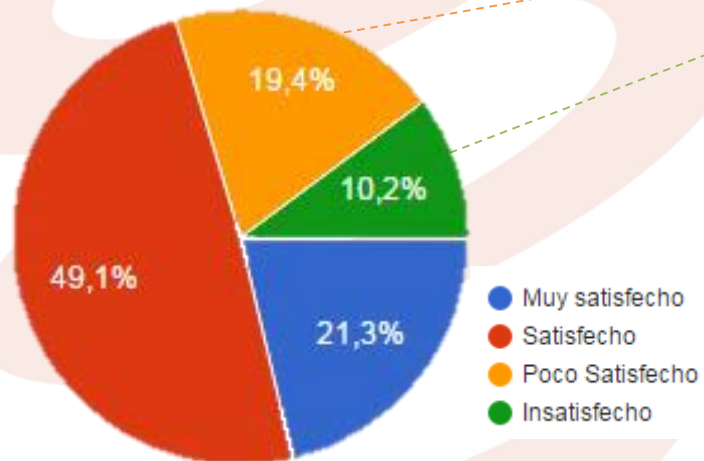
Recomendaciones

Bibliografía

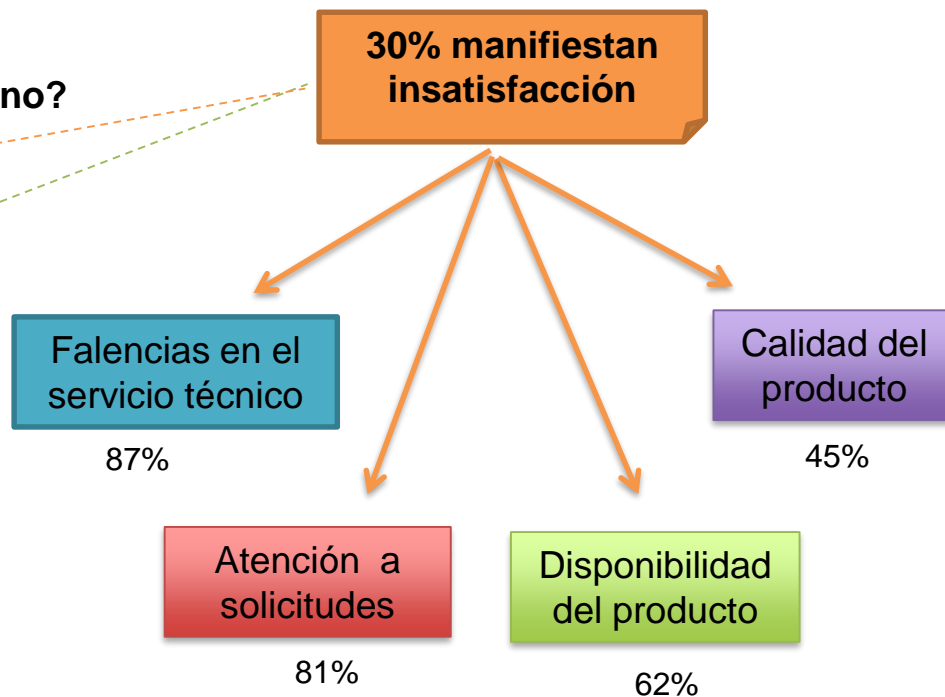
# Identificación del problema

## Resultados medición de la satisfacción al cliente

¿Qué tan satisfecho se encuentra con Sanmarino?



30% manifiestan insatisfacción

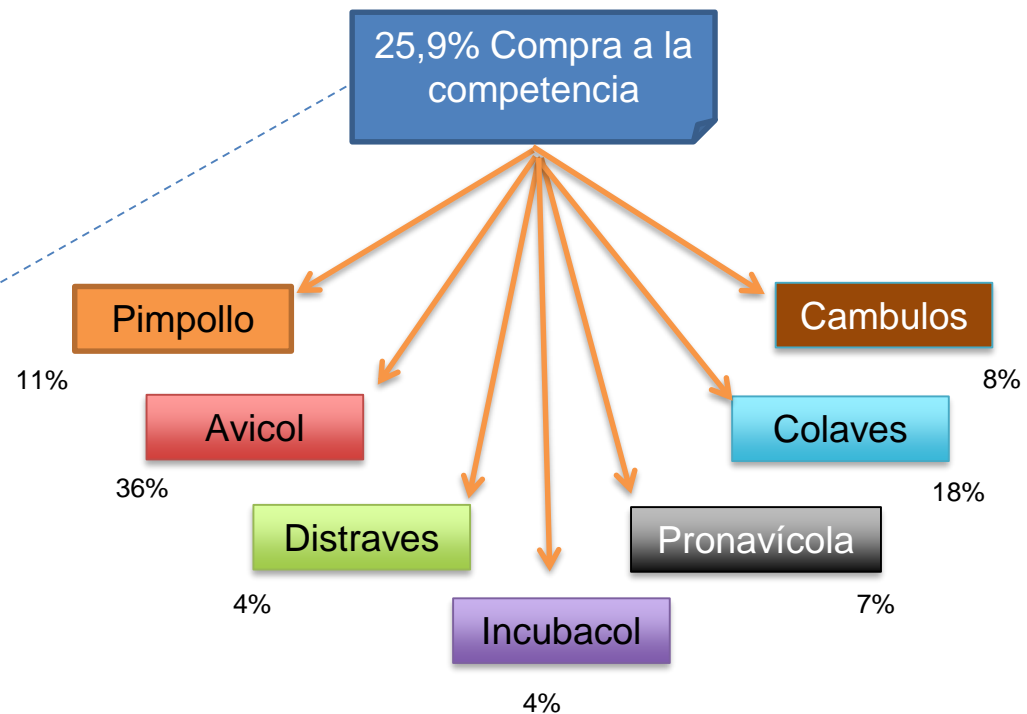
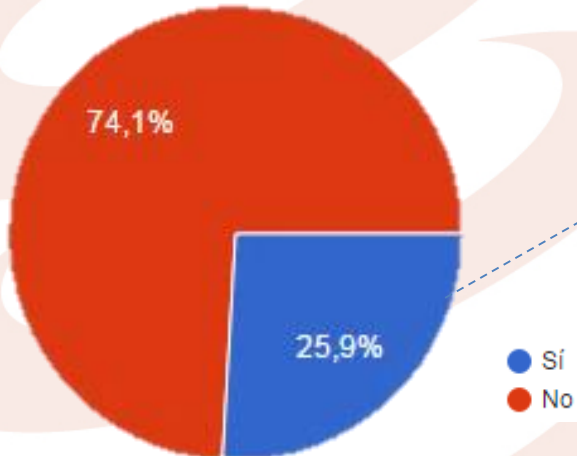


\*Datos obtenidos de la aplicación de encuesta de satisfacción al cliente año 2016

# Identificación del problema

## Resultados medición de la satisfacción al cliente

¿Compra de productos a la competencia?



Otras: 14%

\*Datos obtenidos de la aplicación de encuesta de satisfacción al cliente año 2016

# Identificación del problema

Ítem/Año	2014	2015	2016	
Número de Clientes totales	553	677	711	→ Aumento del 22% y 5% respectivamente
Número de Clientes Nuevos		263	211	
Clientes que ya no compran		195	177	→ 25% y 26% respectivamente

\*Elaboración propia-Datos Informe de ventas



Clientes  
constantes

75%

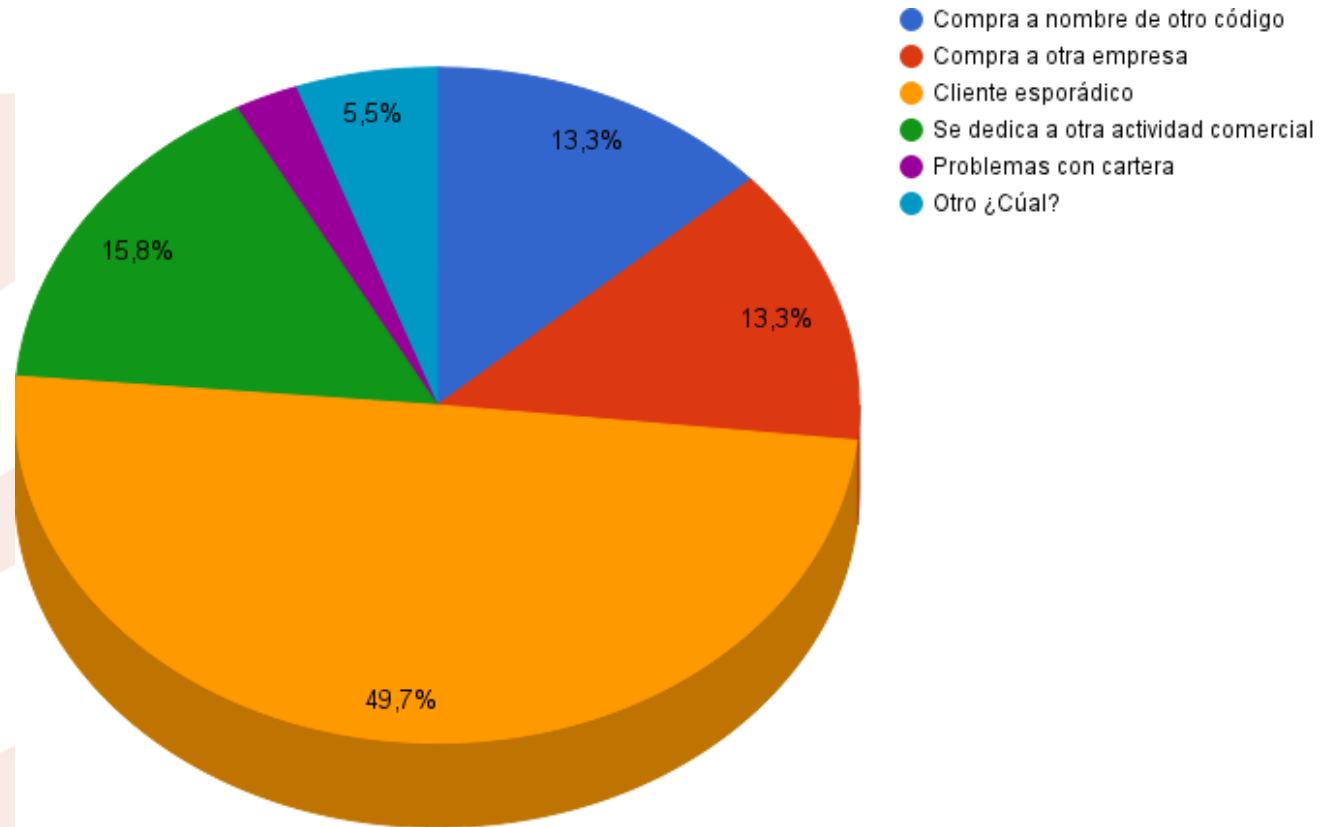
74%

Tomado de: <https://goo.gl/oRRx9H>

# Identificación del problema

AÑO 2016

177 Clientes



# Objetivos



Tomado de: <https://goo.gl/kAa2Gx>

## OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de fidelización de clientes basado en CRM para la empresa Agroavícola Sanmarino S.A Regional Norte para el año 2017.



# Objetivos

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis de las relaciones actuales con los clientes de la empresa mediante una matriz DOFA.
- Comparar a través de benchmarking procesos relacionados con gestión de clientes a empresas en Colombia que hayan implementado CRM.
- Diseñar estrategia de mercadeo con base en filosofía CRM.
- Proponer una herramienta de CRM para el manejo de la información de los clientes de la empresa.
- Determinar indicadores de medición para la implementación de herramienta CRM.



Tomado de: <https://goo.gl/EqfE0Q>

# ¿Qué es CRM?

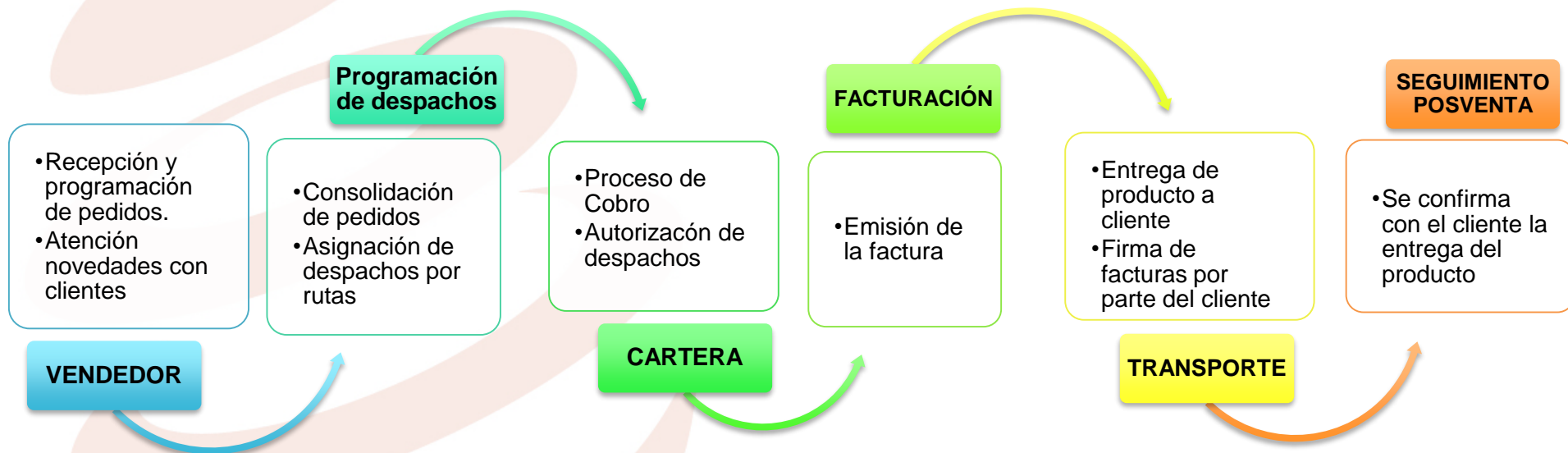
(Customer Relationship Management CRM)



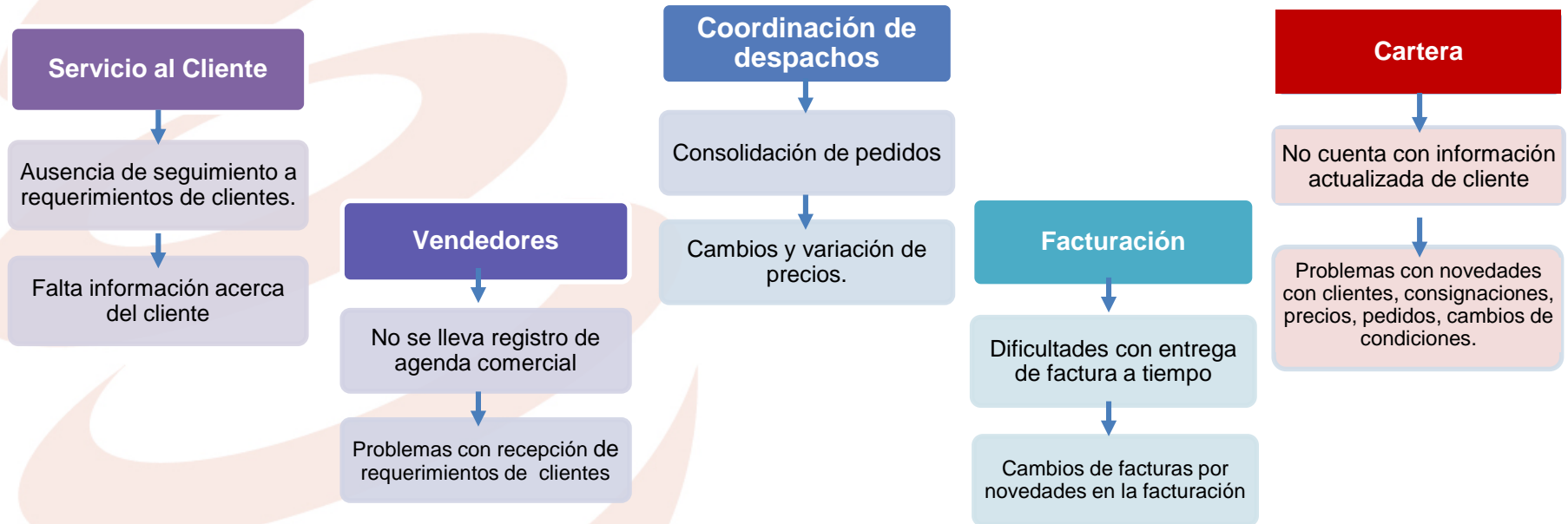
“La combinación de persona, procesos, y tecnologías en busca de entender a los clientes de las compañías” (Chen y Popovich, 2003, p.672)

“Desarrollo de las actividades de negocios necesarias para identificar, adquirir, investigar, y retener a los clientes mas leales y rentables para entregarles el producto o servicio correcto, al cliente correcto, a través del canal correcto, en el momento correcto y al costo correcto ” (Galbreath y Rogers, cfr. Law , 2003)

# Proceso de Venta



# Problemas detectados



\*Información descentralizada por puestos de trabajo

# DOFA

## DEBILIDADES

- Información descentralizada del cliente
- Ausencia de seguimiento de PQRS
- Carencia base de datos de prospectos
- No hay planificador de agenda comercial

## FORTALEZAS

- Persona de ventas tiene cercanía con el cliente
- Acompañamiento técnico a clientes
- Plan de mercadeo anual actual
- Existe segmentación clara de clientes

## OPORTUNIDADES

- Crecimiento sostenido de la demanda de pollo
- Producto con periodicidad de compra constante
- Plataformas en el mercado que soportan

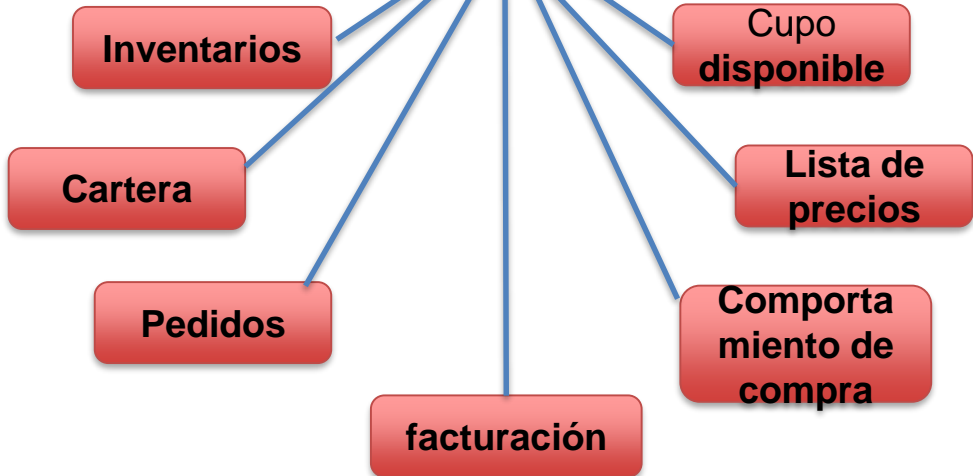
## AMENAZAS

- Fluctuación en la demanda de productos.
- Variación en el precio del dólar
- Otros valores agregados en la competencia
- Crecimiento de algunos competidores en el mercado

# PROVEEDOR HERRAMIENTA CRM



Consultas en UNO 8,5



Gestión de Ventas

Cotizaciones y pedidos

Clientes Potenciales

Cuentas y Contactos

# Costos de SIESA CRM



<b><i>Inversión CRM</i></b>	<b>\$ 12'500.000 + IVA</b>
<i>10 Usuarios Transaccionales</i>	<b>\$ 12'000.000 + IVA</b>
<b><i>Total de la inversión</i></b>	<b>\$ 24'500.000 + IVA</b>
<b><i>Funcionalidades Adicionales</i></b>	
<i>Muestras/pedidos no facturables</i>	<b>\$ 1.500.000 + IVA</b>
<i>Integración con la Página web para la captura de clientes potenciales</i>	<b>\$ 950.000 + IVA</b>
<i>Integración con la Página web para la captura de PQRS</i>	<b>\$ 800.000 + IVA</b>
<i>Modelamiento de campañas de mercadeo</i>	<b>Incluido</b>
<i>Tracking de Mercadeo</i>	<b>Incluido</b>
<b><i>Total Funcionalidades Adicionales</i></b>	<b>\$ 3'250.000</b>
<b><i>Total CRM y Funcionalidades Adicionales</i></b>	<b>\$ 27'750.000</b>
<b><i>Tiempo Estimado</i></b>	<b>5 Meses</b>

# Avances

## Base datos online

- **Información actualizada:** más de 400 correos electrónicos y fecha de cumpleaños.
- **Trabajo colaborativo**
- **Otros datos de contacto:** Integración el departamento de cartera.



Ficha técnica

Base de Datos



# Avances

## Planificador de agenda comercial

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1K\_f1WOgeicx5TGyncUniOo6MiluYpO3KWAZf-WRTcek/edit#gid=0

Buscar en el menú (Alt+)

Cristian Franco

A	B	C	D	E	F	G
Fecha Inicio	Fecha final	Actividad	Descripción	Responsable	Ciudad	Estado de la actividad
11/5/2016 14:00:00	11/5/2016 17:40:00	Agendar actividades	Actividades personal ventas	Oscar Vega	B/manga	Terminado
13/5/2016 13:00:00	13/5/2016 17:40:00	Informe mensual	Zona centro	Cristian Franco	San Gil	Terminado
17/5/2016 8:00:00	19/5/2016 14:00:00	capacitacion amevea	seminario pollo	Juana Millan	bogota	Terminado
17/5/2016 8:00:00	19/5/2016 14:00:00	capacitacion amevea	seminario pollo	Diego Fontecha	bogota	Terminado
16/5/2016 0:00:00	20/5/2016 0:00:00	visitta zona malaga	recuperar clientes	Lina Cabarales	malaga	Terminado
16/5/2016 0:00:00	7/6/2016 0:00:00	vacaciones		Marcela Martinez		Terminado
17/5/2016 0:00:00	17/5/2016 0:00:00	ventas nacional	Bogota	Cristian Franco	Bogota	Terminado
18/5/2016 8:30:00	18/5/2016 0:00:00	reunion diego	reunion levantadas	Cristian Franco	bucamanaga	Terminado
24/6/2016 8:00:00	24/6/2016 9:00:00	Visita Cliente Producto	Cliente Fernando Vargas	Oscar Vega	Bogota	Terminado
27/6/2016 0:00:00	27/6/2016 0:00:00	oficina	oficina	Cristian Franco	bucamanaga	Terminado
28/6/2016 0:00:00	28/6/2016 0:00:00	capacitacion escuela de lide	san juan	Cristian Franco	giron	Terminado
29/6/2016 0:00:00	29/6/2016 0:00:00	viaje a barranquilla	reunion itacol	Cristian Franco	barranquilla	Terminado
30/6/2016 0:00:00	30/6/2016 0:00:00	visita planta de incubacion	reunion ventas y visita planta	Cristian Franco	sabalarga	Terminado
1/7/2016 0:00:00	1/7/2016 0:00:00	visita clientes	hucana; rober friebe	Cristian Franco	santamartha	Terminado
22/7/2016 0:00:00	22/7/2016 0:00:00	ferovi-este	cuanto tecnico	Juana Millan	barranquilla	Pendiente

# Avances

## Planificador de agenda comercial

Google

Calendar Hoy < > 5 - 11 de dic de 2016 Día Semana Mes 5 días Agenda Más

**CREAR**

▶ Minicalendario

▼ Mis calendarios

- Gerencia de Ventas ...
- Recordatorios
- VENTAS Y MERCAD...

▼ Otros calendarios

Añadir el calendario de un a...

- Diego Fontecha
- Erika Garcia
- Juana Millan
- Claudia Lopez
- directortecnicojuanc...
- directortecnicolebrija...
- directortecnicooiba...
- directortecnicosangil...
- Festivos en Colombia
- Janner Sepulveda
- Juan Pablo Dominguez
- Lina Cabrales
- Marcela Martinez
- Narcive Sarmiento
- Sheila

Condiciones - Privacidad

GMT-05	lun 12/5	mar 12/6	mié 12/7	jue 12/8	vie 12/9	sáb 12/10	dom 12/11
5am					5 - 7p Entrega polla levantada Antioquia		
6am							
7am	7 - 5p DESPACHO PROGRESION ENERGIAS ACTIVIDADES	7 - 9 Venta Distribución Bello					
8am		8 - 10 VISITA TECNICA EMILIO IRIARTE	8 - 12p Visita Comercial Barbosa	8 - 9 AGRODISTRIBUCION	8 - 12p DESPACHO POLLITOS		
9am	8:30 - Cumplimientos	9 - 5p Visita Antioquia	9 - 12p Visita Comercial Itagüí	9 - 10 CESAR BERNAL			
10am	MERCADO NOVEMBER ORDEN POLLAS CUENTA GASTO	10 - 11 JAIME PADI RECUPERACION		10 - 11 DANILO DE			
11am		11 - 12p LUISA PAYA RECUPERACION		11 - 12p MARIA RIVERA			
12pm							
1pm							
2pm		2p - 4p Visita Comercial Medellín	2p - 3p MARTA BULA	2p - 3p Paulandia Medellín	2p - 3p JHON FLOREZ		
3pm		3p - 4p LUIS MIGUEL		3p - 4p SAN LORENZO AJUSTAR CUPO			
4pm				4p - 5p PEDRO MONTES VISITA RUTINA	1p - 5p VISITA TECNICA GRANJAS FELIPE AGUAS		

# ESTRATEGIA MERCADEO DIGITAL

Sitio Web



<http://www.sanmarino.com.co/>

## Portal Cliente

- Acceso Cifrado a contenido.
- [Formulario PQRS](#)
- Información despacho del pedido.

## Multimedia

- Videos manejo de aves
- Manuales de manejo de raza
- Actividades promocionales

## Redes sociales

- Facebook, Twitter y canal de Youtube
- Tips del día
- Noticias avicultura

## Contacto

- [Formulario de contacto](#) (Prospectos)
- Contando gerente de zona

Factura electrónica

# Indicadores de Medición

Aumento satisfacción del Cliente

$(\% \text{ satisfacción cliente año 2017} / \% \text{ satisfacción cliente año 2016}) - 1$

Fidelización de clientes (tasa de retención)

$(\# \text{ Clientes antiguos que compraron en 2017} / \# \text{ cliente antiguos compraron en el 2016}) - 1$

Aumento en las ventas (incremento de los ingresos)

$(\text{Ventas totales 2017} / \text{ventas totales 2016}) - 1$

Adquisición de nuevos clientes

$(\text{Nuevos clientes 2017} / \text{Nuevos clientes 2016}) - 1$

Seguimiento Ventas por Cliente

$(\$ \text{ Ventas por cliente 2017} / \$ \text{ Ventas por cliente 2016}) - 1$

# Impacto Financiero

## Proyección de ingresos y egresos

Gasto/Anualidad	Año 0	Año 1	Año 2
Diseño e Implementación plataforma	\$ 29.750.000	-	-
Plan de Formación	\$ 400.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Adaptación sitio web	-	\$ 2.000.000	\$ 1.000.000
Community manager	-	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Tiempo requerido de los colaboradores	-	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000
<b>Total</b>	<b>\$ 30.150.000</b>	<b>\$ 18.000.000</b>	<b>\$ 17.000.000</b>

# Impacto Financiero

## Evaluación Financiera



VPN > 0:	Recomendable
VPN = 0:	Indiferente
VPN < 0:	No recomendable

**VPI** (Valor Presente de los Ingresos) = \$ **330.128.000**

**VPE** (Valor Presente de los Egresos) = \$ **62.135.77**

**VPN** (Valor Presente Neto) = \$ **267.992.225**

**TIR**

• 49,4%

# CONCLUSIONES

- El departamento de ventas de la empresa logró identificar oportunidades de mejora que le ayudaran a gestionar las relaciones con sus clientes y reconoce la importancia de implementar una estrategia CRM que soporte dichas relaciones.
- La implementación de la estrategia le permitirá a la empresa incrementar sus ventas; retener, fidelizar y rentabilizar a sus clientes
- Viabilidad y factibilidad del proyecto.
- Enriquecimiento con el proceso de aprendizaje y afianzamiento de conocimientos.

# RECOMENDACIONES



- Es necesario adquirir una herramienta que soporte el 100% de las relaciones con los clientes, para de esta manera tener una visión 360° del cliente.
- Garantizar la suficiente cantidad de producto que el cliente requiera de acuerdo a un pronóstico adecuado de la demanda.
- Formación adecuada al personal para fortalecimiento de la estrategia CRM
- Es necesario realizar mediciones periódicas que permitan avances de los resultados.



# BIBLIOGRAFÍA



- OTERO, Marcos Fernández; HUERGA, Miguel Angel Navarro. Sistemas de gestión de relaciones con clientes en las empresas: CRM. Servicio de Publicaciones, 2014.
- DICK, Lee. 2006. Four steps to CRM success. Published by HYM Press, St. Paul, MN info@h-ym.com — www.h-ym.com.
- GREENBERG, Paul, CRM, Gestión de relaciones con los clientes, primera edición, Madrid, Mc Graw Hill 2002, Página 4

**GRACIAS POR SU ATENCIÓN**