

**RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN  
- RAE -**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA**  
de Colombia  
Vigilada Mineducación

RIUCaC

**FACULTAD DE INGENIERÍA  
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
BOGOTÁ D.C.**

**LICENCIA CREATIVE COMMONS:** Señale en la casilla la licencia que insertó en el trabajo de grado, tesis o artículo:

Atribución	<input type="checkbox"/>	Atribución no comercial	<input type="checkbox"/>	Atribución no comercial sin derivadas	<input checked="" type="checkbox"/>
Atribución no comercial compartir igual	<input type="checkbox"/>	Atribución sin derivadas	<input type="checkbox"/>	Atribución compartir igual	<input type="checkbox"/>

**AÑO DE ELABORACIÓN:** 2020

**TÍTULO:** Propuesta de un Sistema de Gestión de Relacionamiento con los clientes para una empresa del sector alimenticio. Caso: Distrialimentos G&S S.A.S

**AUTOR (ES):** Martínez Urrego, Luis Felipe.

**DIRECTOR(ES)/ASESOR(ES):** Rodríguez Bernal, Leidy Patricia.

**MODALIDAD:** Proyecto de investigación

<b>PÁGINAS:</b>	90	<b>TABLAS:</b>	13	<b>ILUSTRACIONES:</b>	29	<b>FIGURAS:</b>	7	<b>ANEXOS:</b>	2
-----------------	----	----------------	----	-----------------------	----	-----------------	---	----------------	---

Se escriben cuántas páginas, tablas, cuadros, figuras y anexos, cuando aplique.

**CONTENIDO:** Se refiere a los capítulos que se desarrollaron. Sólo los grandes capítulos. Ejemplo:

**INTRODUCCIÓN**

1. GENERALIDADES
2. DIAGNÓSTICO
3. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL CRM
4. IMPLEMENTACIÓN DEL CRM
5. CONCLUSIONES
6. RECOMENDACIONES Y TRABAJOS FUTUROS



BIBLIOGRAFÍA  
ANEXOS

### **DESCRIPCIÓN:**

Se realizó una investigación con respecto al CRM para realizar la implementación del sistema en la empresa Distrialimentos G&S SAS. Utilizando herramientas como el DOFA para obtener el diagnóstico inicial del estado de la organización, y poder realizar la FODA. Arrojando una información donde se puede realizar un análisis de tres dimensiones (cultural, procesos, tecnología).

Con esta información se realizó el proceso para realizar la implementación de la herramienta tecnológica Zoho donde se instaló el aplicativo gratuito que dio el inicio a esta herramienta.

### **METODOLOGÍA:**

Se implementó una investigación aplicada junto con una investigación descriptiva, adicionalmente se utilizaron fuentes tanto primarias como secundarias. Se elaboró un DOFA para el desarrollo del diagnóstico, se realizó un análisis de tres dimensiones para implementación de la estrategia de CRM (cultura, procesos, tecnología) y se aplicó la herramienta tecnológica Zoho que se puede utilizar el CRM en la empresa.

**PALABRAS CLAVE:** FIDELIZACIÓN, MARKETING, SISTEMA DE INFORMACIÓN.

### **CONCLUSIONES:**

Gracias al diagnóstico realizado en la empresa Distrialimentos G&S SAS, se dio evidencia a una de las raíces de la problemática, la cual radica en la falta de un programa de fidelización y la falta de conocimiento de los empleados del concepto de CRM.

El estudio de la situación actual de Distrialimentos G&S indica que una de las principales fortalezas de la empresa es la buena percepción que tienen los clientes sobre sus productos y su servicio.

## RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE -



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
de Colombia  
Vigilada Mineducación

RIUCaC

La empresa cuenta con la segmentación de clientes establecida (clientes oro, clientes plata y clientes bronce), lo cual representa un punto de partida para la implementación del sistema CRM.

Las estrategias propuestas para la implementación de la compañía son fáciles de implementar y al asignar un responsable se garantiza el cumplimiento y seguimiento de estos.

Con la implementación del CRM se podrá mejorar la eficiencia, eficacia y efectividad de la compañía, acercándose más al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

La plataforma de Zoho CRM es una plataforma es asequible económicamente para la empresa, adicionalmente de ser de fácil implementación y capacitación.

### FUENTES:

AMÉRICA RETAIL. 2019. Ecommerce: Así funcionan los programas de fidelización. EMIS University. Página web. Disponible en <https://basesbiblioteca.uexternado.edu.co:3491/php/search/doc?dcid=651964383&ebSCO=1?>

\_\_\_\_\_. 2019. Marketing digital: el dato y la fidelización de clientes. EMIS University. Página web. Disponible en <https://basesbiblioteca.uexternado.edu.co:3491/php/search/doc?dcid=651964383&ebSCO=1?>

ARANGO BOLIVAR, Katherine; RIOS SALAZAR, Juan. Propuesta para implementar CRM (Marketing Relacional) en el portal web [www.colombiatours.travel](http://www.colombiatours.travel) dedicado a la promoción de turismo receptivo en Colombia. Proyecto de grado. Escuela de tecnología industrial. Universidad Tecnológica de Pereira.

ARCOS CASTRO, José Eduardo. Propuesta de mejoramiento de la estrategia CRM del banco BBVA en el producto crédito de consumo. Proyecto de grado. Facultad de ingeniería. Universidad Católica de Colombia.



ARIAS GONZALEZ, Adriana Roció. Planteamiento de la estrategia de negocios CRM (Customer Relationship Management) para el canal constructor de Corona. Proyecto de grado. Facultad de ingeniería. Universidad Libre. 15-16p.

CIGÜENZA RIAÑO, Noelia. Las empresas que le ofrecen programas de fidelización a sus clientes. La República. Página web. Disponible en <https://www.larepublica.co/economia/las-empresas-que-le-ofrecen-programas-de-fidelizacion-a-sus-clientes-2832730>

CÓRDOBA LÓPEZ, José. Del marketing transaccional al marketing relacional. Entramado, 2009, vol. 5, no 1, 6-17p.

CUESTA FERNÁNDEZ, Félix. Fidelización---- Un paso más allá de la retención. McGraw-Hills, 2003.

DISTRIALIMENTOS (Bogotá, Colombia). Manual de procesos y operaciones [CD-ROM]: Windows 10 o posteriores. Bogotá, Colombia: Distrialimentos; Archivos de manuales internos, 2019.

GARCÍA VALCÁRCEL, Ignacio. CRM, Gestión de la relación con los clientes. Madrid: Fundación confederal, 2001, p. 8-9.

\_\_\_\_\_. CRM, Gestión de la relación con los clientes. Madrid: Fundación confemetal, 2001. p24-25.

GIL LAFUENTE, Anna M., et al. Identificación de los atributos contemplados por los clientes en una estrategia CRM utilizando el modelo de efectos olvidados. 2013. Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires.

GIL-LAFUENTE, Anna M.; LUIS-BASSA, Carolina. La innovación centrada en el cliente utilizando el modelo de inferencias en una estrategia CRM. Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa, 2011, vol. 17, no 2, p. 15-32.

GUADARRAMA, Enrique; ROSALES, Elsa. Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. Ciencia y sociedad, 2015, vol. 40, no 2. 307-340p.



GUTMAN, Gustavo, La Analítica hace posible lo extraordinario. [En línea]. [Consultado 10 agosto, 2018]. Disponible:<https://blogs.sas.com/content/sasla/2018/05/31/analitica-que-inspira-lo-extraordinario/>.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la investigación. Sexta edición. México D.F: McGraw-Hill, 2014. P 98.

IMPULSA. 2018. La historia detrás del CRM. Página web. Disponible en <https://www.sistemaimpulsa.com/blog/la-historia-detras-del-crm/>

HUGHES, Arthur. The Customer Loyalty Solution. United States of America: McGraw-Hill, 2003.

INBOUNDCYCLE. Fidelización de clientes: ventajas y principales estrategias para lograrla. Página web. Disponible en <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/fidelizacion-clientes>

KAPLAN, Gladys N.; BLANCO, Gabriel E. Implementaciones de software CRM. 2018.

KOTLER, Philip. Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control. Ciudad de México: Diana, 1969. p16-23.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Marketing an introduction. Third edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc, 1993. p3.

\_\_\_\_\_. Mercadotecnia. Sexta edición. Naucalpan de Juárez: Prentice-Hall, 1996. p9-11.

\_\_\_\_\_. Principles of marketing. 10<sup>th</sup> edition. Prentice-Hall, 2003. p5-11.

LANGFORD-WOOD, Naomi; SALTER, Brian. CRM in a week. London: Hodder & Stoughton, 2002. p7-16.

LEÓN, Daniel. 2018. Estrategias de fidelización: convierte a tus clientes en embajadores. Inboundcycle. Página web. Disponible en <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/estrategias-fidelizacion>



Ley 1328 de 2009 Protección al Consumidor Financiero, consultado 21 de agosto 2018, capítulo 1. Disponible en línea: <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/61636>

MÉNDEZ, David. 2018. Definición de CRM analítico. Economía simple. Página web. Disponible en <https://www.economiasimple.net/glosario/crm-analitico>

MONTOYA, Cesar; BOYERO, Martín. El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización. En: Visión de Futuro. Vol. 17, No 1 (enero-junio, 2013); 140p.

REINARES, Pedro. Los cien errores del CRM. Tercera edición. Madrid: ESIC, 2017. p14-29.

REVISTA MERCA. 2015. 4 definiciones de marketing relacional. EMIS University. Página web. Disponible en <https://basesbiblioteca.uexternado.edu.co:3491/php/search/doc?dcid=498922829&ebSCO=1>

SALESFORCE. 2017. Principales preguntas sobre CRM para pequeñas empresas. Página web. Disponible en <https://www.salesforce.com/mx/solutions/small-business-solutions/crm-basics/>

\_\_\_\_\_. 2017. Soluciones. Página web. Disponible en <https://www.salesforce.com/mx/>

\_\_\_\_\_. 2018. Tipos de CRM: diferencias y ventajas. Página web. Disponible en <https://www.salesforce.com/mx/blog/2018/1/tipos-de-crm-ventajas-desventajas.html>

SUGARCRM. 2020. Porque sus clientes merecen una mejor experiencia. Página web. Disponible en <https://www.sugarcrm.com/es/>

\_\_\_\_\_. 2020. Sugar Professional. Página web. Disponible en <https://www.sugarcrm.com/es/solutions/smb-on-premise/>

\_\_\_\_\_. 2020. Sugar Professional. Página web. Disponible en <https://www.sugarcrm.com/es/solutions/smb-on-premise/>



\_\_\_\_\_. Historia del CRM: de los años 80' a la actualidad – Suma CRM. Página web. Disponible en <https://www.sumacrm.com/soporte/historia-del-crm-hasta-la-actualidad>

STRAUSS, Judy; FROST, Raymond. E-Marketing. New York: Routledge, 2016.

VITT, Elizabeth; LUCKEVICH, Michael; MISNER, Stacia. Business intelligence. Microsoft Press, 2008.

WAILGUM, Thomas; FRUHLINGER, Josh. What is CRM? Software for managing customer data. CIO. Página web. Disponible en <https://www.cio.com/article/2439505/customer-relationship-management-crm-definition-and-solutions.html>

ZOHO CRM. 2020. Soluciones. ¿Por qué Zoho CRM es la mejor opción para las pequeñas empresas? Disponible en <https://www.zoho.com/es-xl/crm/small-business-crm-software/?src=ft>

\_\_\_\_\_. 2020. Soluciones. El mejor software de CRM para pequeñas empresas. Disponible en <https://www.zoho.com/es-xl/crm/small-business-crm-software/?src=ft>

\_\_\_\_\_. 2020. Soluciones. Página web. Disponible en <https://www.zoho.com/es-xl/crm/>

\_\_\_\_\_. 2020. Utilizado por los mejores. Página web. Disponible en <https://www.zoho.com/es-xl/crm/>

#### LISTA DE ANEXOS:

Anexo A. Formato de encuesta  
Anexo B. Formato de entrevista

¡Error! Marcador no definido.  
¡Error! Marcador no definido.