

Branding en época de covid19

Elaborado por:

Adriana Alexandra Toloza Peña

Facultad De Administración Y Economía

Programa De Administración De Empresas Comerciales, Universidad Colegio Mayor De

Cundinamarca

Trabajo de grado

“CRM para mejorar el Branding para las MiPymes de prendas de vestir de la localidad de

Kennedy de Bogotá”

Grupo C

Docente

Edgar Miguel Hernández Hernández

Bogotá D.C. Junio, 2021

## Resumen

La exploración se centra en la utilización de CRM en Mipyme que vende ropa de moda en la ciudad de Bogotá fuera de los centros comerciales, se analiza la MiPymes actualmente en la manufacturero porque está dando grandes aportes al incremento ahorrativo de la región y como es un mercado que también es muy competido por ello se darán nuevas estrategias para configurar el CRM para lograr mejorar el trato con los clientes y ayudar al branding de las empresas que lo quieran implantar.

La investigación se hará con la revisión y utilización de los crm con los mejores resultados que puedan dar los mejores resultados y de mayor impacto en las microempresas, las diferentes clases de programas utilizados y las mejoras que podrían llegar a tener utilizando las nuevas tecnologías tomando como referencia casos de éxito que aporte a la investigación. Se realizará una serie de encuestas y entrevistas a las empresas del sector que estén registradas ya que por la contingencia se realizará de manera virtual con los datos obtenidos desde las páginas que estén registradas, se encontró un registro de 18 mypime que se encargan de la comercialización de venta de ropa donde se tomara una muestra de 7 empresas , donde por medio de los datos obtenidos se hará un análisis de las mejores opciones para crear una herramienta donde se pueda gestionar a los clientes de la mejor manera y revisando puntos débiles y mejoras que puedan tener para ser más competitivos en su sector.

También se realizará un análisis de las estrategias actuales utilizadas y como hacer un sistema donde se pueda implantar de una manera más fácil para los empleados de todos los cargos para una comunicación asertiva para lograr un incremento de participación en el mercado mejorando la experiencia del cliente.

*Palabras clave:* CRM, marketing, innovación, contenido de valor, experiencia del cliente, relación con el cliente, tecnología, sistemas, branding, consumidor, cliente, estrategia, programa, nube, empresa, proveedor, análisis, fidelización, computador, comunicación, Fidelizacion, recursos, ventas, competencia, canales, presupuesto, control, datos, industria, herramienta, colectividad, cooperación, alineamiento, motivación, indicadores, redes sociales, universalismo, mipymes, covid, facturar, mercados, contacto, digital, objetivos, enfocar, seguimiento, utilizado, acceso, enfocar, específico, rentabilidad, personas, oferta, promoción, precio, ganancias, reconocimiento, mercadeo, marketing, interacciones, estructura, información, crear, utilización, vida, compra, necesidad, satisfacer, marcas, efectiva, persona, decisiones, experimental, calidad, página web, importante, manera, conocer, medio, involucra, inventarios, conversaciones, historial, call center, colaborativo, diseñar, lealtad, programa, resultados, enfocado, necesidades, posicionamiento, mostrar, recursos, productos, mercadotecnia, planificación, niveles, transformado, realidad, tratar, comercialización, planificación, control, correo, catalogo, cruzada sector, evolución, problemas, solución, útil, comerciales, publicidad, medio, profesional, logro, mejorar, rápido, inversión, reducir, costos, mantener, interacción, mecanismos, evidenciar, plataformas, procedimientos, integración, remoto, seguridad, campañas, automatización, departamentos, teléfonos, tableta, complemento, Prospecto, gestionar, interacciones, fuerza de ventas, unifican, involucro, mínimo, guiar, aplicaciones, retail, predecir, colapsar, evitar, resultados, financiero, erp, electrónicos, incorporan, bases, personaliza, inteligencia artificial, pluralidad, existir, ciclo de vida, complemento, pandemia, diferenciar, chatbot, método, tendencias, concordancia, enfoques, motivos, encuesta, eficiente, motivación, segmentación, debilidades, símbolo, funcional, emocional, beneficios, apoyo, enfocarse, ventaja, recordación, acogida, credibilidad, transformación, características, reportes, videoconferencias, asesoría,

virtualidad, cuidar, reinventarse, masiva, necesario, cambiar, diseño, creativo, posibilidad, físicos, eventos, reactivar, ahorro, transformación, eventualidad, omnicanalidad, oferentes, propuesta

### **Abstract**

The exploration is centered around the utilization of CRM in my SME that sells trendy apparel in the city of Bogotá outside the shopping centers, this sector is analyzed since it is currently a manufacturing in the making great contributions to the savings growth of the region and as it is a market that is also very competitive, therefore, there will be new strategies to configure the CRM in order to improve the dealings with customers and help the branding of companies that want to implement it.

The research will be done with the review and use of the crm with the best Results that can give the best results and the greatest impact on micro-enterprises, the different kinds of programs used and the improvements that could be made using new technologies, taking as a reference success stories that contribute to research.

A series of surveys and interviews will be active out with the companies in the sector that are registered since due to the contingency it will be carried out virtually With the records received the pages that are registered, a record of 18 mypime that are in charge of marketing was found of clothing sales where a sample of 7 companies will be taken, where through the data obtained an analysis of the best options will be made to create a tool where customers can be managed in the best way and reviewing weaknesses and improvements that they may have to be more competitive in their sector.

There will also be an evaluation of the contemporary strategies used and how to make a system where it can be implemented in an easier way for employees of all positions for assertive communication to achieve an increase in market share by improving the customer experience.

Keywords: CRM, marketing, innovation, value content, customer experience, customer relationship, technology, systems, branding, consumer, client, strategy, program, cloud, company, supplier, analysis, loyalty, computer, communication, loyalty, resources, sales, competition, channels, budget, control, data, industry, tool, collectivity, cooperation, alignment, motivation, indicators, social networks, universalism, mipymes, covid, billing, markets, contact, digital, objectives, focus, follow-up, used, access, focus, specific, profitability, people, offer, promotion, price , earnings, recognition, marketing, marketing, interactions, structure, information, create, use, life, purchase, need, satisfy, brands, effective, person, decisions, experimental, quality, web page, important, way, know, medium, involves, inventory, conversations, history, call center, collaborative, design, loyalty, program, results, focused, needs, positioning, show, resources, products, marketing, planning, levels, transformed, reality, deal, marketing, planning, control , mail, catalog, cross sector, evolution, problems, solution, useful, commercial, advertising, medium, professional, achievement, improve, fast, investment, reduce, costs, maintain, interaction, mechanisms, evidence, platforms, procedures, integration, remote, security, campaigns, automation, departments, phones, tablet, complement, Prospectus, manage, interactions, sales force, unify, involve, minimal, guide, applications, scrap, predict, collapse, avoid, results, financial, erp, electronic, incorporate, basis, customize, artificial intelligence, plurality, exist, life cycle, complement, pandemic, differentiate, chatbot, method, trends, concordance, approaches, reasons, survey, efficient, motivation, segmentation, weaknesses, symbol, functional, emotional, benefits, support, focus, advantage, recall, reception, credibility, transformation, characteristics, reports, video conferencing, consulting, virtuality, care, reinvent itself, massive, necessary, change, design, creative, possibility, physical, events, **reactivate, saving, transformation, eventuality, omnichannel, providers, proposal**

---

## Contenido

Introducción	9
Importancia	10
Problema y antecedentes	15
Justificación	21
Relación problema con conocimientos	21
Análisis del Sector	23
Tipos de CRM	30
Delimitación	43
Objetivo general	45
Hipótesis	45
Contribución	46
Recursos	47
Conclusiones	58
Recomendaciones	59
Referencias	61

## Figuras

Figura. N.1 Analisis estrategico de marcas	23
Figura. N.2 Crecimiento del PIB anual	25
Figura. N.3 Sector textil durante la pandemia	26
Figura. N.4 PIB II trimestre 2020	27
Figura. N.5 Gasto de los hogares por grupo en enero de 2020	28
Figura. N.6 Participación nacional	28
Figura. N.7 Índice de Ventas de prendas de vestir	29
Figura. N.8 Destino de exportaciones	29
Figura. N.9 Participación de las ciudades en el Gasto Nacional	30
Figura. N 10 Usos del suelo Kennedy	46
Figura. N 11 Encuesta pregunta 1	51
Figura. N 12 Encuesta pregunta 2	51
Figura. N 13 Encuesta pregunta 3	52
Figura. N 14 Encuesta pregunta 4	52
Figura. N 15 Encuesta pregunta 5	53
Figura. N 16 Encuesta pregunta 6	53
Figura. N 17 Encuesta pregunta 7	54
Figura. N 18 Encuesta pregunta 8	54
Figura. N 19 Encuesta pregunta 9	55
Figura. N 20 Encuesta pregunta 10	55
Figura. N 21 Encuesta pregunta 11	56
Figura. N 22 Encuesta pregunta 12	56

## Tablas

Tabla N.1 Cuadro comparativo de CRM	33
Tabla. N.2 Encuesta anual manufactura	42
Tabla. N.3 Empresas comercializadoras de ropa en Kennedy	57
Tabla. N.4 Ficha técnica de encuesta	58



## Introducción

Entendiendo que CRM es un universalismo de estrategias utilizadas por las empresas para una buena relación con el cliente, esta tendencia en las organizaciones de dar un valor agregado y diferenciador para poder competir teniendo un mayor control de lo que sucede con sus clientes para lograr un mayor reconocimiento por su buena gestión.

Por ello la investigación es enfocada en la utilización del CRM como herramienta para tener una buena relación con el cliente y con ello lograr más branding para las pymes de Bogotá en el barrio de Kennedy, por ello la importancia de dar una mejor experiencia del cliente y más en este momento donde la el covid donde para muchas de las empresas sus clientes tuvieron más un contacto digital y por ello deben ocurrir un adiestramiento de todas las áreas de la colectividad con el fin de facturar más pero también hacerlo de una manera correcta donde los actores del mercado en el proceso de venta donde todas las personan que intervengan tengan la información necesaria para poder hacer bien su gestión, realmente este sistema puede presentar inconvenientes porque tiene que tener unos objetivos claros para poder enfocar toda la empresa en cumplirlos.

La investigación lo que busca es un CRM donde las empresas puedan mostrar las fallas más comunes de estos sistemas o lo que les haría falta y poder enfocarlos a una estrategia en específico con el fin de lograr más rentabilidad enfocado en el 80/20 donde por medio de una información correcta se pueda identificar el cliente que genera rentabilidad y el que no para poder diseñar de una manera eficiente el mercadeo logrando un mayor reconocimiento en el sector.

## Importancia

La gran importancia que tiene los CRM para las mipymes que comercian prendas de moda, es debido a la nueva coyuntura las medidas de seguridad por los conceptos de la salud por el covid 19 donde tienen que adecuarse a las nuevas maneras de realizar de relacionarse.

Según [Kalakota y Robinson, 2001; Chattopadhyay, 2001; Meyer, 2005; Anderson, 2001]. Cuando se refiere el proceso de interacciones con el cliente que tiene las empresas donde por medio de este sistema se puede cambiar la estructura de la empresa, donde lo que se busca es tener un sistema que

Según (CRM Guru 2003; IT Director.com 2003; Kracklauer y col. 2001; Tan y col. 2002). Es de gran valor a tener en cuenta asignar un presupuesto para dedicarlos a CRM con el fin de lograr una relación duradera con los clientes ya que durante toda su vida con la empresa se debe tener en cuenta para poder utilizarlos y hacer números con el fin de lograr conocerlos clientes y de esta manera hacer que tenga una fidelización y que crea en la marca generando branding por la buena experiencia que pueda llegar a tener la importancia de tener un control de los clientes desde todas las partes de la empresa teniendo una buena comunicación con por ello la importancia de la Utilización del CRM, ya que si no se utiliza de una manera adecuada puede llegar a ser un fracaso, y lo que se desea es que se pueda utilizar de una manera Más eficiente para el proceso de ventas con los clientes.

Es importante para la investigación ya que para el sector de ropa de moda, siempre se debe tener en cuenta los gustos de los clientes y dependiendo de cómo se sienten se debe dar a conocer los productos y que al hacer la compra poder por medio de la información de CRM saber si fue satisfecha la necesidad del cliente objetivo.

Analizando los conceptos seleccionados que sirven para la investigación en cuanto a lo

que dice Horacio M sobre arquetipo, es muy importante para la investigación ya que es una de las maneras que se puede dar a conocer las marcas y crear recordación ya que se puede asociar con algo que la gente utilice o asocie con facilidad, como cuando se dice tener aislante térmico es llegar al cielo, es una manera que pueden asociar su empresa con algo que llame la atención a los clientes.

Respecto a su definición de Schouten y McAlexander sobre atributos, es muy importante el atributo dentro de la investigación ya permite conocer porque los consumidores prefieren la marca es darle a conocer el marketing experimental donde ellos van a vivir experiencias por medio de los sentidos y esto puede ayudar a tener un momento de recordación en los consumidores ya que con los atributos van a ver la calidad del momento que tendrían con marca y se podría dar a conocer por medio de una promoción sensorial.

La definición de Barth, B., Borgstedt, S., & Edwards, J. R. con respecto al audiobranding, es muy importante los sonidos en el momento de crear audiobranding ya que a unas determinadas personas les puede generar recordación algún tipo de música o sonido donde por ello van a tener más presente la marca y puede ser que cuando estén en algún lado y al escucharlo pueden asociarlo con la marca en el momento de dar promociones o incluir en página web.

Según la definición de la página Actualidad empresa de Benchmarketing, también es muy importante porque por este medio se puede dar a conocer la empresa de una manera diferente con una estrategia donde sea diferente pero lo más importante es no cambiar la filosofía de la empresa y su manera esencial como lo dice si la manera es lograr que tenga recordación por lo que es la empresa y no lo contrario por ello es muy importante verlo como algo que puede ayudar a este tipo de empresas.

En la definición de Diego, respecto al CRM operativo, es importante para la investigación ya que tiene que ver con el proceso desde la comunicación del cliente hasta tener lo que desea por medio de elementos tecnológicos llegando a la venta y nosotros por medio del crm para el trabajo cotidiano y de esa manera ayudar a que recuerde la marca donde interactuar con el dando publicidad o comunicación efectiva dependiendo del área encargada, ya sea call center, sitio web, e-mail fax y el contacto de persona a persona.

El mismo autor Diego, define el CRM analítico, continuando con la importancia de los sistemas CRM y mirando desde la parte analítica es importante para la investigación porque se involucra con los productos donde por medio de los sistemas de puede manejar inventarios y las facturas pendientes y así garantizar que los servicios de la empresa sean ofrecidos de manera eficiente tanto por el call center para el servicio como para las ventas y según la experiencia de los clientes poder tomar decisiones pertinentes.

El mismo autor define CRM Colaborativo, siguiendo con el tema de investigación es muy importante ya que el e-mail se utiliza para que toda la información que se dé como contratos facturas o invitaciones, medios telefónicos, contacto por medio de chat, por e-mail, intranet, plataformas digitales para reuniones o conferencias, todo pueden ser guardada la información así mismo poder ser útil para la creación de nueva experiencia para sus clientes ya que tendrían una mejor interacción, cuando se habla de CRM como el sistema que se va utilizar para realizar una comunicación con el cliente donde lo que se busca es que tenga una experiencia diferente para lograr mayor lealtad hacia la marca.

También es muy importante la definición de Yasser, M Es muy importante este aporte para la investigación ya que es la información que se puede tener en los CRM para poder diseñar una comunicación eficiente con el cliente que sientan que son importantes para la marca de tal

manera que pueda recomendarla, por eso lo importante de personalizar a los clientes buscando la mejor manera de llegar al mercado objetivo y con programas de lealtad, cuando se habla de la privacidad es algo muy importante que se debe tener en cuenta para tener un sistema que se va adecuando y deben ir enfocados a los clientes para tener mejores resultados en la empresa.

En ocasiones se puede tener los recursos, pero al no tener claro la organización de la importancia y debido a que los tiempos están cambiando así mismo se debe cambiar y hacer la reingeniería en las herramientas de trabajo orientándola a las necesidades que se van utilizando y con las necesidades nuevas de los clientes.

Es muy importante Irímies, C. Lect. Continuando con la importancia del branding ya que es lo más importante de la empresa ya que sin reconocimiento no podría existir es la manera de mostrar la empresa tal cual es y el valor agregado que tendrá el consumidor por lo que le deje en su mente.

Continuando con las definiciones Gao, Hongzhi, etc, es muy importante para la investigación ya que por medio de las keywords (palabra clave) para el posicionamiento ya que son recursos donde nos pueden conocer en lo más utilizado hoy en día como lo es redes sociales y páginas de búsqueda.

Además, con la definición de Mudambi, Es importante Para la investigación ya que para poder dar un reconocimiento de la marca hay que tener muy en cuenta la experiencia del cliente por ello el rendimiento del producto es importante ya que va garantizar cumplir con los estándares esperados y la distribución.

Continuando es importante mirar la ruta del cliente hasta que el cliente paga por el servicio y cuando se refiere a la post venta en relación a la recordación del cliente es importante después de prestado el servicio darle la importancia tanto cuando va a adquirir el

---

servicio como cuando necesita garantía y dudas sobre algún servicio ya que mejora la experiencia y da opción para poder medir el rendimiento de la empresa y que tan satisfechos están los clientes para ver las mejoras continuas por ello este concepto se tomó por la importancia que tiene para el branding de las empresas.

Además, con la definición de Philip Kotler, de marca es importante hablar de los productos porque para ofertar en un mercado lo importante es satisfacer una necesidad o anhelo donde en el caso de las empresas de prendas de vestir deben prestar los mejores servicios y se deben utilizar materiales y depende de la calidad y que cada uno de ellos lleve su marca para que sea el punto diferenciador a los demás productos que puedan tener para la solución de una necesidad.

Igualmente define Philip Kotler producto, es muy importante porque las empresas dan a conocer sus productos con el fin de satisfacer un cliente donde no solo habla de la importancia del objeto o servicio sino de todos los actores en la prestación de los servicios el lugar y la importancia para el reconocimiento de las organizaciones.

Asimismo, define Philip Kotler explica segmento, cuando se hace el proceso de mercadotecnia se está pensando en el cliente en sus necesidades para que por medio de marketing realizar una planificación para lograr crear una relación con el consumidor para poder llegar a darle valor agregado al cliente dando la posibilidad a crear un mejor branding para la empresa.

Para concretar con la importancia del CRM se complementa con esta definición ERP donde habla de un sistema donde habla de la parte de entrega y producción donde los clientes puedan dar una mejor experiencia de los clientes.

## Problema y antecedentes

La relación con los clientes de las mipymes en todos sus niveles se está transformado con la nueva realidad a la que están enfrentadas, ya que no se basa solamente en la manera de tratar a los clientes si no en la rentabilidad que se puede obtener y logrando un mayor branding por ello se hace la siguiente pregunta ¿Cuál es el efecto de los CRM sobre los métodos de planificación de objetivos en el control de los clientes y su relación en la comercialización de prendas de vestir en Bogotá en la parte de Kennedy? Para establecer la mejor manera de la utilización de los CRM para lograr dar una mejor experiencia al cliente y rentabilidad a las mipymes.

Según Ody, P. (2000, febrero 02)

Como se indica la manera de hacer una comunicación con el cliente fue por medio de correo por el envío de catálogos y creación de páginas por medio los clics hacer el proceso de fidelización por medio de sus páginas lo que en la actualidad sigue siendo utilizado

Según London (UK) (07 June 2000 junio 07)

En el momento de la utilización de los sistemas de crm se hacía por medio de bases de datos donde se podría guardar la información de los clientes, pero no estaba apto para los departamentos de marketing y ventas lo cual no fue útil para todos los procesos comerciales que se tenían que hacer y se empezaron a generar problemas por la venta cruzada y las campañas de acceso directo dirigidas, por ello están importante tener una evolución en el sector.

Según Galli, Peter.eWeek; New York (2007, Jul 10)

En su creación de Microsoft Dynamics CRM se realizó con el fin que fuese utilizado por las empresas con no más de 5 accesos y donde se puedan interactuar, pero por su sistema de gran

acceso se realiza la configuración del sistema por medio de un profesional y por medio de este canal se pueda manejar una cadena de suministro.

Según [Coventry]28 Oct 2008.

Se hace la comparativa del cambio del sistema donde se puede ser más óptimo dependiendo de las necesidades y tamaño de las empresas cuando se hizo el cambio de GoldMine a Salesforce CRM donde se utilizó dando una mejoría hasta de la quinta parte donde lo que logro fue mejorar la calidad al cliente y ser más rápido los procesos a un menor costo, se toma esta información ya que cuando en la empresas se invierte en CRM es para poder optimizar proceso y reducir costos logrando una mejor interacción con los clientes para poder mantener más clientes fidelizados ya que por costos es mejor tener un cliente conforme que puede recomendar la empresa y no tener que invertir en uno nuevo ya que en la publicidad se manejaría un valor mucho más alto.( 1994-2008 M2 COMMUNICATIONS LTD)

Una de los mecanismos para tener las condiciones necesarias es ver como se ha evolucionado la comercialización de prendas para llegar a responder la pregunta de investigación, donde se pueda evidenciar formas específicas de como se ha sido la relación con los clientes haciendo un análisis.

Según Coventry (2008, diciembre 08)

En la nueva utilización de plataformas según el estudio realizado por la universidad de oxford así mismo se va tecnificando los procedimientos para hacer más fácil y mejor la manera de gestionar los clientes, donde por medio de la integración de 360 y con ubicaciones remotas también tener una seguridad de la información, según lo roles y donde se pueda utilizar informes y análisis dependiendo de las áreas que lo soliciten y así hacer un proceso integral buscando una relación sólida.



---

Según Dych, Jill\_(2009 Jun 1)

Cuando se menciona la creación de un manual para la mayor efectividad de las empresas donde se hace un proceso de automatización en el departamento de ventas y para las campañas, donde se presentaron inconvenientes ya que no es un sistema que se pueda manejar de manera general Ya que dependiendo de las estrategias diseñadas se debe hacer el proceso.

Según New York (2010, abril 19)

Continuando con la manera de utilizar herramientas para poder dar mejor resultados cuando hablamos con los clientes, cuando se menciona que se había creado un mecanismo Rich Calling de Ringio donde se por medio de los teléfonos móviles se puede llevar esta trazabilidad que se tiene con el cliente en el momento de generar las llamadas para tener un histórico de los procedimientos que se hacen con ellos para lograr una mejor interacción ya que es muy importante mirar los problemas que se generaron al saber que los clientes daban los números pero si no se tenía un dato real de que se había hablado con los clientes no se podía ser igual de efectivo al generar este sistema para los teléfonos android dando los detalles contextuales y lograr avanzar en el trato con los clientes.

Según Finkelstein, Brad (2015, Nov 2)

Se tenía el conocimiento de la herramienta para hacer negociaciones, pero los recursos eran muy limitados por ello se puede no tener los resultados deseados por falta de información en tiempo real para el complemento de las estrategias diseñadas por las empresas.

Según PR Newswire (2015, 05 May)

Se da la importancia del cliente desde que es un prospecto hasta que se hace seguimiento, donde se gestionas todas las interacciones a lo largo de la vida del cliente donde ya se toma al

---

cliente dando importancia al canal de fuerza de ventas por medio de marketing donde se unifican los datos para que se puedan orientar hacia el cliente.

Según PR Newswire, 10 Mar (2015, marzo 10)

Es muy importante ya que el programa estaba siendo utilizado no solo en ventas y marketing si también se involucró a servicio al cliente, donde se quita el poder y se enfoca a trabajar en equipo donde la estrategia sea desde que se hace la mínima interacción con el cliente hasta su fin, para ayudarles a los empresarios a guiar sus negocios desde las aplicaciones digitales hasta el retail.

Según Brooks, Edward (2017, Febrero 23)

Es importante saber cómo lo aclara el autor que no se puede tener un CRM perfecto puede que genere fallas una respuesta a la manera que desea hacerlo la organización, no se podía predecir fácilmente y generando los resultados óptimos ya que puede llegar a colapsar y se genera el fallo por ello siempre se debe tener actualizaciones para evitar la falla absoluta.

Según Pandey, A. (2018, Feb 19)

El sistema de CRM es utilizado en su mayoría en las grandes empresas como lo menciona el autor ya que por su masivo personal debe tener un mayor control y por ello para las mipymes lo ven como un gasto muy alto por ello utilizan ERP para su proceso financiero ya que lo utilizan más con este fin para tener la información esencial del cliente.

Según Copper and Google SaaS (2018, Julio 23)

Continuando con los programas que dan importancia a los problemas que pueden presentar las empresas en cuanto a La utilización de correos electrónicos, ya que para los clientes y las empresas son muy utilizados y los incorporan para dar un a utilización efectiva ya que hasta en los trabajos lo puedan utilizar tomando bases der datos amplias para poder dar la información o

---

interacción de manera personalizada, en este sistema en el 2018 se empieza con la utilización de la inteligencia artificial Para que los clientes tengan una mejor experiencia.

Seguin News Bites - Computing & Information;[Melbourne]19 July 2019.

Siguiendo con la manera que van haciendo procesos o sistemas que puedan ayudar a una mejor experiencia se van creando herramientas basadas en el historial de compras que se van adaptando al computador donde se lleva a cabo un proceso a seguir creando pluralidad de instrucciones donde se pueda utilizar desde varios lugares , donde por medio de nodos se hace un proceso de comunicación entre los dispositivos , Cuando se habla con un cliente existe la posibilidad de guardar la información, pero también se puede hacer que cuando alguien más desea hablar con él pueda existir una manera de saber que se hizo con el cliente para que todos tengan la información del mismo cliente y lograr dar un manejo mejor de las compras y su ciclo de vida en la empresa.

Según [New York]08 Jan 2019.

Es un complemento que se creó para trabajar más eficientemente con WorkWise con una nueva versión lo que es muy importante porque cada sistema va evolucionando dando nuevas maneras de ser más efectivos, en este caso se puede manejar desde un mismo sitio y se utilizan los correos y los datos para limitar el acceso a ellos para que se pueda tener más precisión sobre la información.

Según Livingston, Gillian (2020, Oct 6)

Es muy importante notar que el 2020 se presentaron inconvenientes por el tema de la pandemia donde se hizo importante la utilización de los chatbot según Gillian indica la importancia de tener un método diferente de tratar a los clientes con nuevos sistemas ya que siempre se hacía era de manera presencial y más en las pequeñas empresas donde los a través de varias aplicaciones y

programas como Facebook Messenger y Google Maps. El chatbot está programado para proporcionar información solicitada con frecuencia, por los clientes y poder dar una mejor experiencia utilizándolas, incluyendo datos básicos como devolución, políticas y preguntas básicas con respuesta inmediata y para datos más complejos se habla con los asesores

TopRight, (2021, febrero 05)

Al igual de importante que la información ya brindada indica una información muy relevante para las empresas en cuanto a la importancia ya que es una herramienta vital para el sector comercial, porque como lo indica el mercado está contaminado de información muy brillante, pero también de muchos engaños donde prometen hacer cumplir los compromisos por las Empresas ya que las herramientas muestran que tan efectivas pueden llegar hacer al poder interactuar con la audiencia, ya que se indica que se ha notado que por medio de la utilización de los CRM pasan rápidamente a subir sus ventas anuales y la tasa de retención de clientes es más alta llegando hacer más competitivo y generar mayor recordación por la buena experiencia.

En cuanto al contexto la comercialización de prendas de vestir dando un análisis en el macro entorno y micro entorno donde se pueda analizar la participación donde se evidencia el habito de compra y la importancia sobre otros mercados donde se evidencia que los clientes tienen altos grados de satisfacción de la compra de los productos y la actividad actual en el mercado.

En este mismo orden de ideas para poder lograr tener mejores resultados de la investigación el mecanismo de recolección de datos, son encuestas realizadas a empresas del sector y una realizada a una muestra en el sector de Bogotá ya que las empresas registradas son 28 se hace un análisis y se complementa para lograr tener un análisis más concreto donde se puede utilizar las mejores herramientas y programas para ser más eficiente su utilización.

Por lo antes expuesto, en este contexto es necesario analizar los resultados realizados con el propósito de repensar una nueva manera donde los actores en la participación en la comercialización de prendas de vestir, puedan integrarse relacionado la compra con la gestión de relación con los clientes, en concordancia con los nuevos enfoques de las nuevas tendencias para una mayor calidad en la gestión con los clientes.

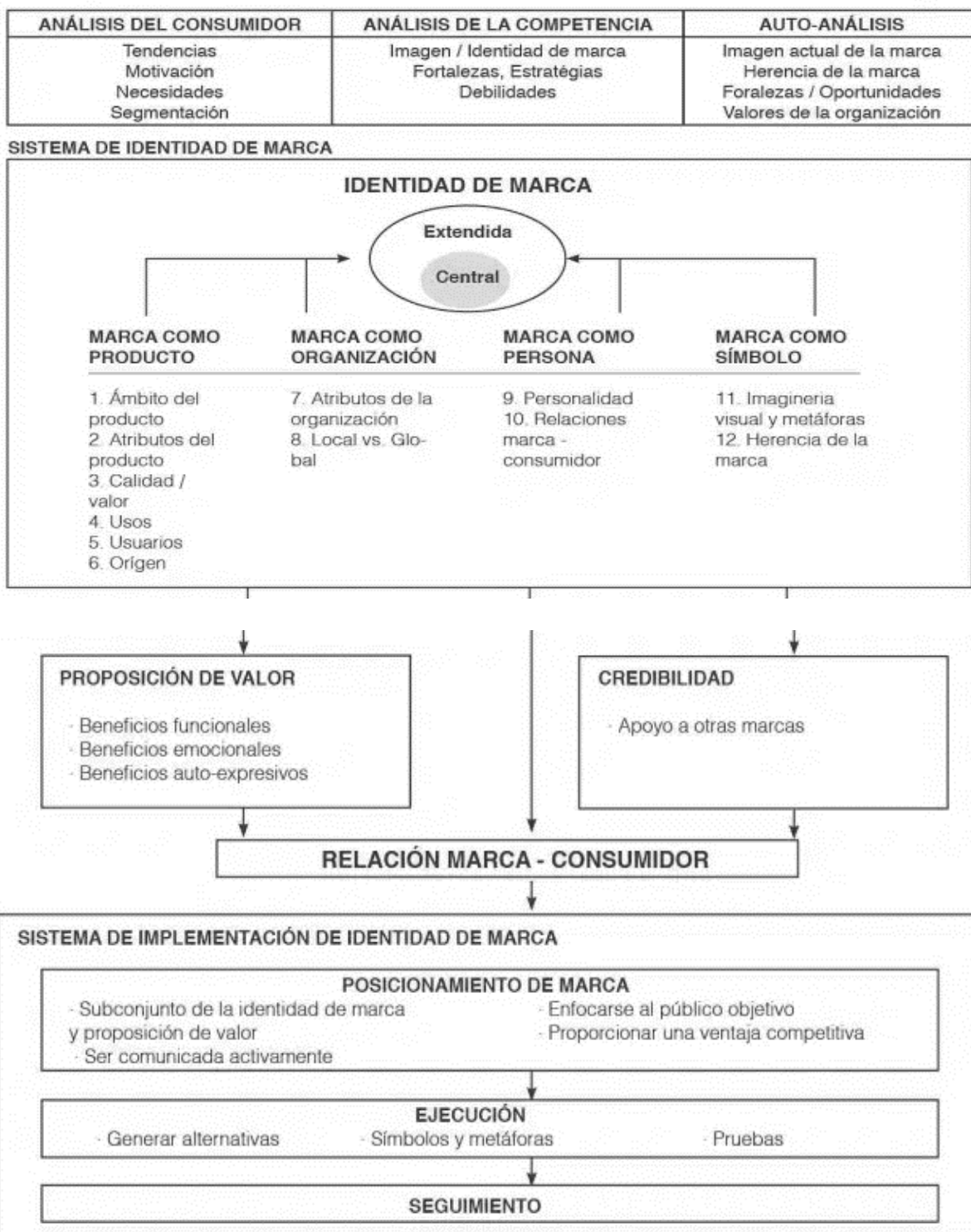
### **Justificación**

Los motivos por los cuales se realiza la encuesta es tener una mejor relación con el cliente enfocado en el cliente para cumplir los objetivos comerciales de la mipyme con el fin de centralizar toda la información, evidenciando el peso que tiene cada cliente por medio de los hábitos y comportamientos, así poder crear mejores estrategia para dar un resultado más efectivo en la utilización de las herramientas y con ellos lograr unos resultados mejores ya que si no se utiliza de una manera adecuada puede llegar a ser un fracaso, y lo que se desea es que se pueda utilizar de una manera más eficiente para el proceso de ventas con los clientes.

### **Relación problema**

Es importante todo lo que puede ayudar a la marca y su manera de generar recordación por ello lo importante de crear una identificación de la marca, donde se analiza el servicio y como producto donde es importante dar calidad de uso y sus usuarios, cuando lo se analiza como organización que beneficios tiene la empresa para crear seguridad y sus lugares de ubicación y en donde puedes encontrarlo centrado en un motivo de compra similar ,la marca como persona esto es muy importante ya que es la manera en que la marca hace relaciones con el consumidor desde donde puede ver el servicio y su experiencia al tenerlo y como se puede generar valor agregado y para hablar de esto es muy importante.

Figura. N.1 Analisis estrategico de marcas



Fuente: El Modelo de Aaker

Analizar los beneficios en la parte funcional que tan efectivo es para lo que necesito en la parte emocional lo que puede sentir el cliente cuando mira la marca con los colores las formas y la manera es que se quiere que los consumidores lleguen a percibir el servicio, y cuando hay alguna otra marca que le puede dar la credibilidad para ser mejor acogida dentro del mercado ya que puede llegar hacer algo importante para empezar a ser reconocida, pero para ello es muy importante lo que dice la Tabla No.1 donde todo esto debe ser comunicado al público objetivo con su respectivo análisis para llegar a ser más competitivo frente a la competencia.

### **Análisis del Sector**

El sector textil es muy importante para nuestro país la comercialización de ropa de moda en la cámara y comercio está registrado.

Según cámara y comercio de Bogotá CIIU 4782

“Comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado, en puestos de venta móviles”

Según Pro Colombia (s.f)

El sector de Textil-Confección es uno de los sectores prioritarios. A través del Programa de Transformación Productiva del Gobierno, se busca potencializar la tecnificación de los procesos productivos que fortalezcan la actividad de la cadena Sistema Moda y aumente las exportaciones hacia otros mercados; con productos de valor agregado y con características funcionales e innovadoras.

Es muy importante saber que el sector textil en Colombia es representado por una gran cantidad de personas las cuales tienen muchas maneras tanto desde los satélites hasta el producto final, el cual es muy importante ya que como lo dice se está dando algo diferenciador y si se logra tener un conocimiento del tema donde por medio de los CRM se pueda dar una mejor

experiencia al cliente se podría tener más capacidad competitiva logrando cumplir con los objetivos de cada una de las Mipymes del sector textil.

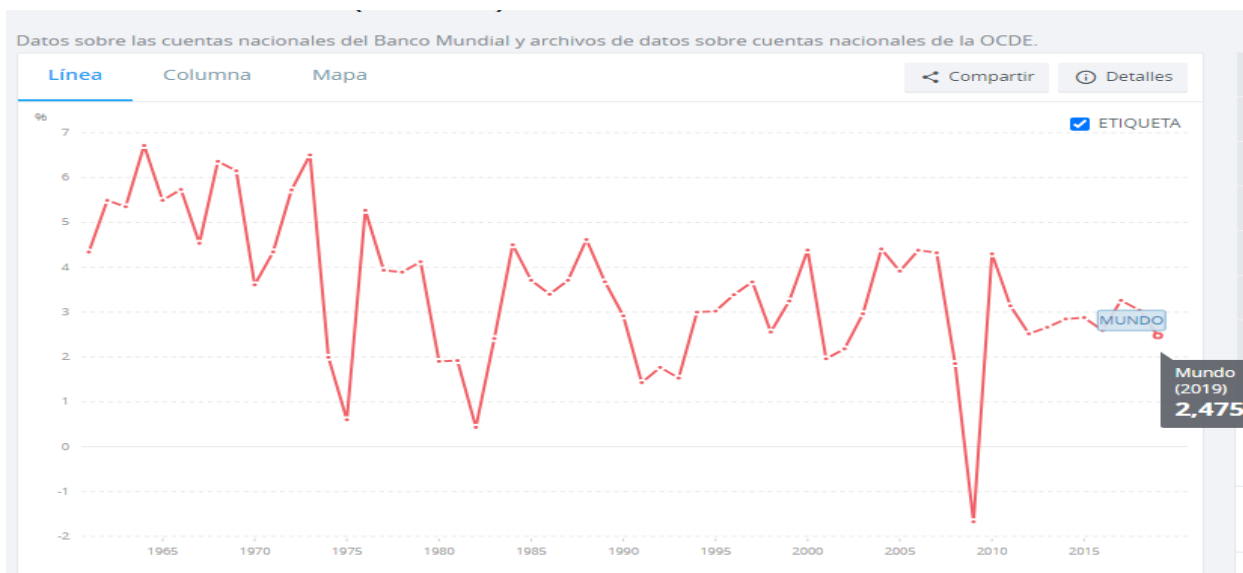
Según El colombiano (s.f)

lo q Hace más de 100 años se inició la revolución textil en Colombia. Las telas que se fabricaban para entonces eran de pésima casta , por ello importaron y por ello crecieron tanto como empleados como telares por ello colteger es importante.

Es muy importante destacar que hacia más de 100 años el sector textil ha sido de gran importancia para la economía del país por ello puede ser de gran importancia dar el conocimiento a las pequeñas empresas que puedan tener para dar un apoyo y mejor servicio a los clientes logrando una recordación y dando un valor agregado.

## Macro entorno

Figura N.2 Crecimiento del PIB anual



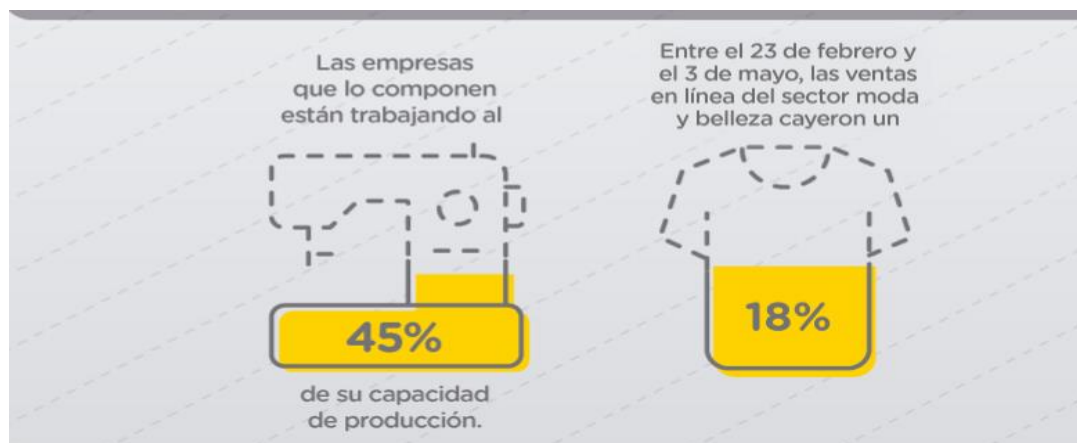
**Fuente:** Banco mundial

A nivel mundial en los últimos reportes se ha afectado mucho la economía y después de



la pandemia aún más por ello se tuvo que volver a reactivar a pesar que la pandemia sigue, pero con ello se puede analizar que sin importar lo que suceda se debe reinvertir para poder mantenerse y lo importante de todo es que se debe utilizar la tecnología.

Figura. N.3 Sector textil durante la pandemia



Fuente: Grupo Bancolombia- innovación textil 2020

Debido al covid las empresas han tenido que realizar la reingeniería en la manera de hacer su atención al cliente para generar una mejor experiencia y permanecer en el mercado, ya que como podemos ver en las cifras del mercado están bajando porque la capacidad disminuyo y se cayó el 18% a un sector tan importante.

Grupo Bancolombia (2020, junio 20)

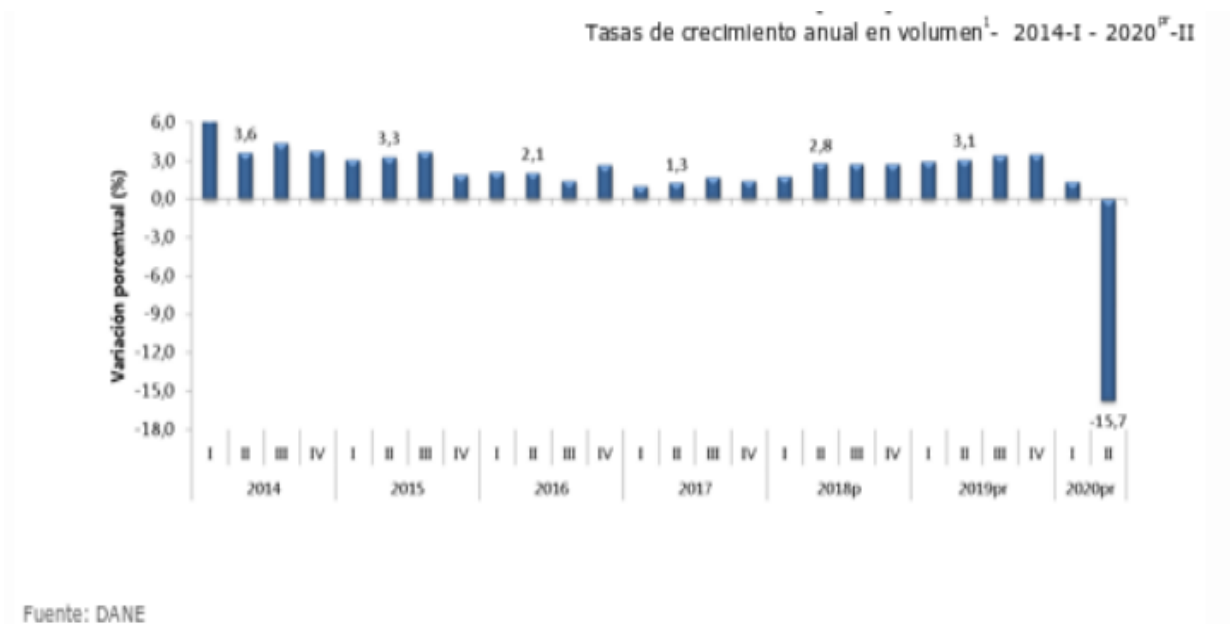
- Brasieres Cuup se evidencia que por medio de videoconferencias habla sobre los tipos de brasier y luego vende sus productos en línea.
- Brideside creo una manera de dar la asesoría para vestidos de novia por medio del trabajo en casa.
- Maaji, es una marca de trajes de baño, diseño chaqueta con tapabocas que hiciera juego.
- Crystal debido al tema de la pandemia creo un traje con anti fluidos para la protección del covid 19.

- Gef creo un nuevo tapabocas buscando la protección y los vende por internet
- Onda de Mar Se encargó de utilizar su plataforma para que más de 50 empresas puedan vender sus productos y tener rentabilidad por ello.
- Inexmoda con ayuda de la Universidad Sergio Arboleda se diseñó curso por medio de la virtualidad para lograr promocionar la moda en Colombia.

Como se puede evidenciar a nivel mundial las grandes marcas se tuvieron que reinventar y crear maneras de acercar a los clientes por ello es importante tener un control sobre los clientes para que de esa manera se pueda actuar en un momento de crisis y dar un valor adicional contenido porque es importante saber que es más económico fidelizar un cliente que obtener uno nuevo por ello la importancia de cuidar los que se tienen y crear recordación en los clientes.

### Micro entorno

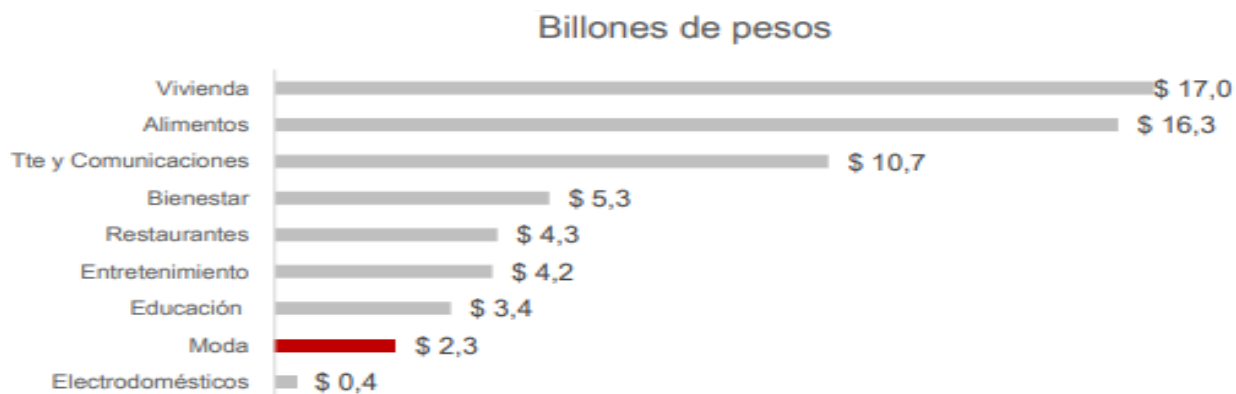
Figura.N.4 PIB II trimestre 2020



En Colombia se evidencia en el 2020 cayó el PIB el motivo que lo causa es la

pandemia y en el 2019 se estaba estabilizando por ello la importancia de realizar una actualización tecnológica de una manera organizada ya que la competitividad es más fuerte donde las empresas que se destacan son las que están a la vanguardia.

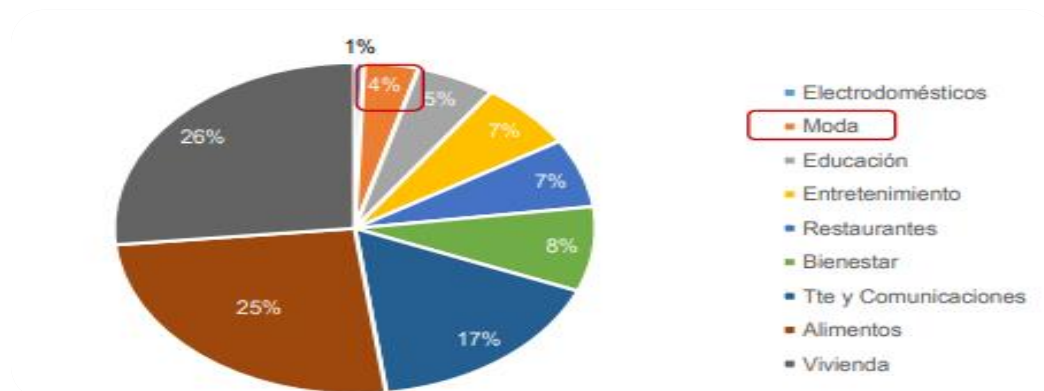
Figura. N.5 Gasto de los hogares por grupo en enero de 2020



Fuente: Cifras: Raddar - Elaboración: Sectorial

Las cifras nos indica que en Colombia el sector de la moda llega hacer uno de los últimos según las estadísticas, pero en esta época de pandemia ha llegado la posibilidad de reinventarse para tener más presencia de manera virtual por ello la importancia de tener un control sobre los clientes de manera masiva.

Figura. N.6 Participación nacional

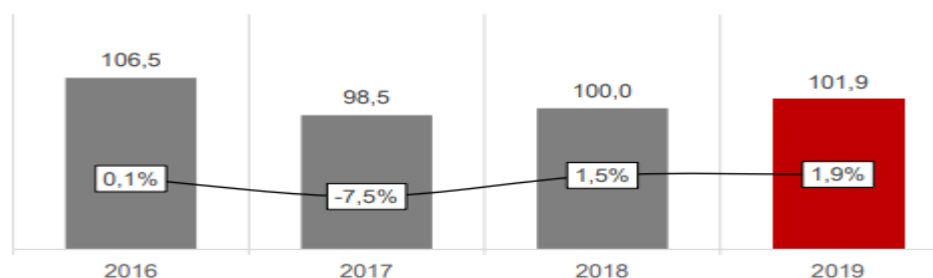


Fuente: Cifras: Raddar - Elaboración: Sectorial

En el gasto nacional no se ve reflejado el sector de la moda uno de la menor participación

y es importante que la pandemia puede ayudar ya que la moda es algo que es necesario y más después de la crisis de la pandemia donde se puede utilizar para cambiar las maneras de hacer el marketing de otra manera.

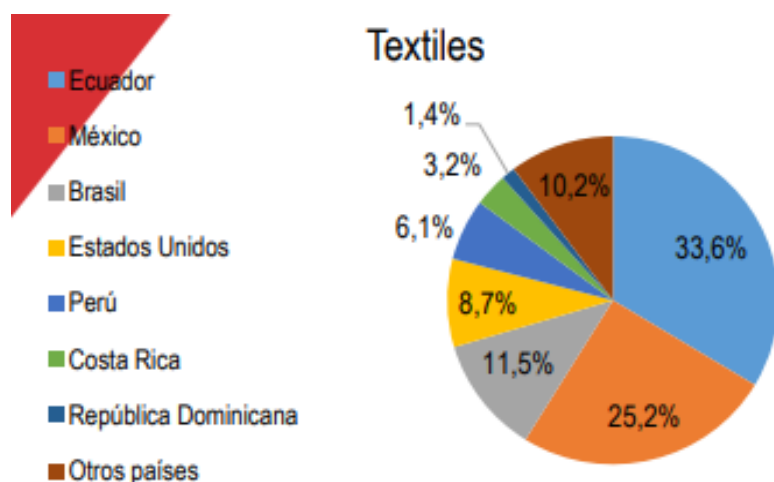
Figura. N.7 Índice de Ventas de prendas de vestir



Fuente: Cifras: Raddar - Elaboración: Sectorial

También es importante analizar que los índices nos indica que estaba en crecimiento en las prendas de vestir en un 4%, lo que da una posibilidad positiva para poder creer en el mercado textil y más cuando en Colombia la innovación en sus diseños y la manera creativa de dar a conocer los productos.

Figura. N.8 Destino de exportaciones

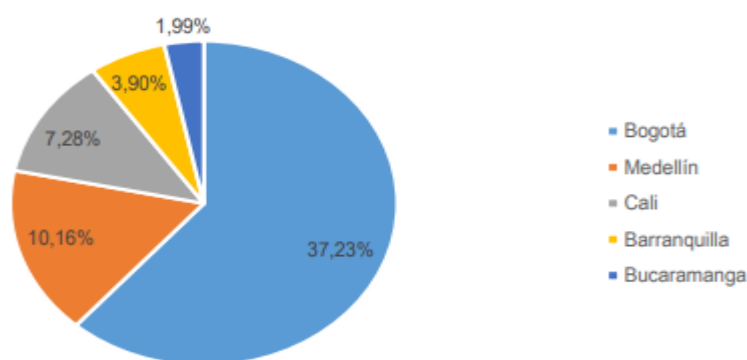


Fuente: Cifras: Raddar - Elaboración: Sectorial

Es importante saber que las empresas que implanten un CRM ya que si las pequeñas

empresas tienen un crecimiento ya tengan un control de sus clientes empezando con m y después ver la posibilidad en los países donde hay acuerdos hay mayor posibilidad por ello se evidencia que Perú es donde tiene mayor envío de mercancía y es una manera importante para saber que este tipo de programas va a servir en el omento que piensen en un crecimiento y mejor control de los clientes ya que pueden de ser de otros países y con cada uno pueden llegar a tener diferenciación en técnicas de marketing.

Figura. N.9 Participación de las ciudades en el Gasto Nacional



Fuente: Cifras: Raddar - Elaboración: Sectorial

Continuando Con la importancia de la moda en las prendas de vestir se hace la investigación donde se evidencia un 37.23% en la capital de Bogotá donde se puede notar una mayor participación que en otras ciudades.

### **Evolución del sector**

Es muy importante hacer un análisis del sector ya que podemos ver la importancia que tiene y como afecta al país, ya que el sector de la comercialización de prendas de moda a generado gran importancia de detalla mirando el macro entorno y micro entorno donde cada uno se evidencia como fue afectado.

Según Carlos. E. (2020)

Afirmó Carlos Eduardo Botero Hoyos, rector ejecutivo de Inexmoda

El año 2021 se enfrenta a grandes desafíos y retos por la nueva realidad que el covid genero donde los consumidores se ven obligados a utilizar los medios digitales y físicos, por este motivo las mypimes debe estar a la vanguardia ajustando su trato con los clientes por medio de la omnicanal. Por otro punto, se abrirán grandes oportunidades para Colombia como liceo de suministro de chapoteo para mercados internacionales, en vestuario, en textiles, insumos, nociones de bioseguridad y servicios de maleta completo. Por esto, informa que le darán prioridad todos los esfuerzos en diferentes programas y eventos que prepararán a los comerciantes para un año adonde el máximo certamen es reactivar la ahorro.

También es sustancioso ver la transformación del sector textil Inexmoda contará con una nutrida enseñanza comercial en el 2021 donde aprovecharan por medio de las ferias, en el cerco del contexto global, se han encajado para continuar conectando a oferentes, compradores y el consumidor extremo con la fábrica de la remadura. Las reconocidas ferias Colombiatex de las Américas, Colombiamoda, La Semana de la Moda de Colombia y Heimtextil Colombia, que por primera vez llegará a América Latina, harán telediario de este itinerario.

### **Tipos de CRM**

Los CRM utilizados por la principal empresa existente en la comercialización e prendas de vestir para poder hacer una comparación de cada uno de las herramientas de trabajo.

Según página de facol

El crm que utilizan para poder tener un control sobre sus clientes es sap-vtex

El sistema es utilizado para tener un control con los clientes y mayor calidad del servicio

En su publicidad es muy básica, no tiene una manera de tratar el cliente como su prioridad la publicidad la tienen en toda la tienda sin ninguna estrategia marcada en si

Y la página es muy sencilla donde solo el CRM se utiliza para un manejo de cliente, pero no para una personalización de los clientes.

SAP-VTEX (utilizado por Arturo Calle)

Es el CRM utilizado por Arturo Calle

Dito es un CRM que trabaja con la retención de clientes en el comercio minorista. La plataforma permite a los equipos de Marketing tener la autonomía para conocer en profundidad a sus consumidores a partir de datos de perfil, comportamiento de navegación e historial de compras en comercio electrónico y tiendas físicas. A partir de la información unificada, es posible lanzar campañas segmentadas, automatizadas y multicanal: Email, SMS, Web Push, Facebook Push y Mobile Push. Al estar conectado al sistema de ventas y al comercio electrónico, Dito nos permite ir más allá de medir solo las tomas de las campañas, pero también es posible medir la conversión y los ingresos influenciados en los canales online y offline.

Según LinkedIn perfil de Johnny Díaz director comercial

Microsoft Dynamics 365 CRM (utilizado por ELA)

Fue implantado por el director de mercadeo global con el fin de restablecer en lo supuesto la información con los clientes integrando el social media, se realizó con el alto más alto en cuanto a la dirección ya que este tipo de programas se debe tener un conocimiento profesional para la configuración y lograr que funcione dando los resultados esperados.

Según revista dinero (2020) (utilizado por Almacenes Only)

En medio de la crisis del COVID-19 Almacenes Only empezaron a utilizar WhatsApp Business, donde fue utilizado para mejorar la relación con los clientes realizando ventas virtuales desde abril del 2020 donde por medio de las redes sociales causó mayor impacto lo cual obligó a las empresas de esta índole a utilizar nuevas maneras de gestión con los clientes y hacer una

reconocimiento de la marca para que los para que aquellos ciudadanos que estuvieran interesados en hacer compras en la cadena lo pudieran hacer.

Tabla N.1 Cuadro comparativo de CRM

	Oracle	Salesforce	Microsoft Dynamics	Salesnet	SAP-VTEX	Monday	HoneyBook	Agile	Salesmate	Freshworks	Pipedrive	Ontraport	HubSpot	Netsuite	Zoho	Pipedrive	Ontraport
contacto (cliente y la empresa)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
integra social media	/	x	x	x	x	/	/	x	/	x	x	/	/	/	x	/	/
facil programacion	x	x	/	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
chat	x	x	x	x	x	/	/	x	/	x	x	/	x	/	x	x	x
automatizadas	/	x	x	/	x	x	x	x	x	x	x	x	x	/	x	x	x
medicion	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
nube	x	x	x	x	/	x	x	x	x	x	/	/	/	/	/	/	/
realidad virtual	/	x	/	/	/	/	/	/	/	/	x	/	/	/	/	x	/
prueba gratuita	30 dias	30 dias	30 dias	30 dias	/	14 dias	/	/	15 dias	21 dias	14 dias	14 dias	14 dias	30 dias	15 dias	14 dias	14 dias

**Fuente:** Creación propia con datos de cada crm

#### Según Vtex (s,f)

Es un crm donde tiene en sus características

- -Chatbots nativo de VTEX para Customer Service y Ventas, en web, Facebook Messenger y Whatsapp.
- los datos de perfil, comportamiento de navegación e historial de compras en comercio electrónico y tiendas físicas
- posible lanzar campañas dirigidas, automatizadas y multicanal: Email, SMS, Web Push, Facebook Push y Mobile Push.
- -Es posible medir la conversión y los ingresos influidos en los canales online y offline.

#### CRM Oracle (s.f)

Este programa Actúa con un máximo de lógica gracias al pleito contextual, la explicación histórica y un plazo efectivo, y el programa es adaptable a las necesidades.



Mejoren su productividad mediante ventas integradas y marketing, integración con Outlook y móviles, y soluciones específicas de la condecoración. Consigan la mejor oferta con un último valor completo de dominio, y esperanza de elegir entre opciones de arrendamiento sencillo o varios

#### Según dpn (2020)

Monday es un programa que se utiliza para poder tratar a los clientes por medio de un Proceso donde se puede hacer a la manera que el cliente desea y no exponer los datos, también ofrecen formularios para que puedan captar clientes en línea, también se puede desarrollar y personalizar su información para poder utilizar lo más importante de manera general para tener más fácil sus ventas, procesos, rendimientos y poder hacer estrategias comerciales efectivas. Complementando también se puede automatizar tareas.

#### Zoho CRM

El programa está diseñado para tener un mejor trato con los clientes y por ello tienen estas funciones

- Envío de correos, Actualizar registros, asignar tareas
- Gestionar tareas automáticamente
- Condiciones para vendedores cerrar acuerdos
- Comunicar con clientes por medio del multicanal (correos, teléfono, redes sociales)
- Seguimiento de conversaciones desde un mismo sitio y poder interactuar en tiempo real
- Métricas en tiempo real
- Análisis de tendencias según los datos obtenidos en el sistema.

#### HoneyBook

Se puede desde este CRM Administrar proyectos, reserva clientes, envíe facturas y reciba pagos.

- El seguimiento de proyectos de un extremo a otro lo mantiene en control total
- Las plantillas de marca simplifican toda la comunicación con el cliente.
- Nuestra aplicación facilita el trabajo desde su teléfono.
- Facturación, contratos, pagos y más, todo en un solo lugar.

### Agile CRM

Habilitación de ventas, Automatización de marketing, Servicio al cliente

- Automatice sus ventas, marketing y servicio en una plataforma. Evite las fugas de datos y habilite la mensajería coherente.
- Aproveche al máximo las modernas funciones e integraciones de Agile, su fácil implementación y su excelente soporte a un precio asequible.
- Servicio SaaS basado en la nube que está listo para dispositivos móviles, rápido y fácil de usar.
- Automatización de marketing Flujos de trabajo de marketing con un sencillo diseñador de arrastrar y soltar
- Creador de páginas de destino Utilice nuestras plantillas para crear páginas de destino de alta conversión y receptivas para dispositivos móviles
- Automatización de marketing
- Flujos de trabajo de marketing con un sencillo diseñador de arrastrar y soltar
- Creador de páginas de destino,
- Utilice nuestras plantillas para crear páginas de destino de alta conversión y receptivas para dispositivos móviles
- Suite Social Integre las redes sociales fácilmente en sus campañas de marketing y vistas de contacto

- 
- Correo de propaganda Obtenga funciones completas de marketing por correo electrónico con boletines, análisis y más

#### Salesmate CRM

- Salesmate ofrece experiencias simples, personales y productivas para su equipo de ventas y sus clientes.
- Mensajes de texto y correos electrónicos masivos
- Marcador de llamadas y encendido
- Seguimiento de correo electrónico
- Campañas de correo electrónico
- Plantillas de correo electrónico y texto
- Drop de correo de voz

#### Freshworks

Nuestros productos ayudan a sus equipos de ventas, marketing, soporte, TI y recursos humanos a brindar las mejores experiencias al cliente

- Mejores clientes potenciales y más ventas con la optimización de conversiones
- Cree correos electrónicos receptivos, hermosos y efectivos
- Orientación avanzada para sitios web y correos electrónicos
- Potente automatización con los viajes del cliente
- Mayor integración entre marketing y ventas

#### Pipe drive

Este tipo de programa busca

- Se puede tener un control con los clientes por medio de chatbot y formularios web que se pueden personalizar según la necesidad
- Se puede tener control de la comunicación de llamadas, correo y los contactos que llaman dando siendo utilizado de una manera efectiva para llevar un mayor seguimiento.
- Con ayuda de la automatización de procesos administrativos y se utiliza la inteligencia artificial.
- automatizando las tareas administrativas y aprende de la inteligencia artificial
- Se tiene un sistema donde la seguridad de la información manteniendo la privacidad
- Se puede programar para los teléfonos móviles y las aplicaciones de internet

#### Ontraport

CRM Almacene todos los clics, compras y acciones de los clientes en sus campañas y tenga la seguridad de que se administran sin esfuerzo entre bastidores.

- CRM más flexible y potente
- Recopile más datos sobre cada contacto automáticamente
- Mantenga a su equipo de ventas al día
- Asegurarse de que sus mensajes de marketing y sus procesos de ventas estén sincronizados. Tener ambos sistemas en la misma plataforma
- Automáticamente el siguiente paso automatizado en su proceso, ya sea la entrega de un producto, la firma de un contrato o la incorporación del nuevo cliente.
- Seguimiento de los contactos a medida que avanzan en un proceso y son útiles para más que solo ventas. Cree tantas canalizaciones como necesite: incorporación de clientes, proyectos, lanzamientos, embudos en línea, seguimiento de retención y más.

- Almacenar y administrar solo contactos, negocios y empresas. Ontraport le permite crear nuevos tipos de registros y establecer relaciones entre ellos para administrar y automatizar cualquier proceso.

### HubSpot

Software de CRM de ventas para ayudarlo a obtener información más detallada sobre los prospectos, automatizar las tareas que odia y cerrar más acuerdos más rápido.

- Almacenar
- Editor de arrastrar y soltar
- Recomendaciones SEO
- Temas del sitio web

Según ISDI-CRM (2017)

### Salesforce

El programa permite obtener mayor beneficio en cuanto a la relación con los clientes por medio de las redes sociales pudiendo personalizarlos hasta en un 100% y con ello hacer un proceso donde se le pueda obtener la información y hacer manejo de ella ya sea de tareas realizadas o contactos y también por medio de un sistema B2B donde las empresas puedan monitorear la gestión de los compradores también dar una mejor prestación del servicio al cliente con realidad aumentada y funciones analíticas con inteligencia artificial.

Se puede programar para tener una visión 360 grados donde puede unificar varias bases de datos donde todo se pueda manejar desde un mismo lugar.

También tiene acceso de incluir la app por medio de 3000 aplicaciones que se pueden controlar desde el mismo sistema, por medio de los teléfonos realizar tareas administrativas y programar reuniones.

En los diferentes sistemas personalizar cada uno de los canales, también cree contenido para comunidades y puede utilizar analytics para la obtener los datos.

Para concluir también se puede manejar la información en la nube de manera confiable y que puede tenerla en cualquier lugar

Lo que se necesita es una programadora profesional ya que como es muy completa se necesita un especialista

#### Microsoft Dynamics

Cada día el universo empresarial es más mobile y más social

- Se logra una mejor comunicación con los clientes por medio de la social media
- Se necesita un profesional para la programación porque no es posible directamente por la complejidad de la programación.

#### Salesnet

Es un sistema que se puede personalizar para los servicios de call center y se puede integrar con ERP para tener un mejor control

- Se puede tener los datos del cliente y se puede utilizar para programar las campañas, mirar la información de los clientes
- Permite realizar programaciones de capacitaciones para poder compartir con todo el equipo de trabajo.

#### Netsuite

Se puede ver todas las transacciones y los contactos con el cliente lo que compran quieren y necesitan

- Se pueden ver los pedidos en curso y todos los procesos una visión 360 del cliente.
- Procesos de automatización en procesos de administración.

- Se debe programar con un profesional.

Tomando lo más importante de cada uno de los CRM se evidencio que para lo que realmente le se podría tener más herramientas en este tipo de sector es el de salesforcé donde es el más adecuado para el mercadeo ya que tiene más características que pueden ayudar a los empresarios a tener un método que va con lo que se está utilizando en la actualidad de igual la manera se puede utilizar los otros dependiendo de lo que cada empresa tenga como propósito y según su presupuesto este CRM tiene la posibilidad de una prueba gratis de 30 días donde se puede programar buscando una mayor efectividad en su utilización.

Al realizar la comparativa de las diferentes empresas del sector se puede evidenciar que todos los CRM son utiles dependiendo de la programación que se haga en algunos de los casos como es explicado anteriormente hay unos que necesitan un estudio previo del publicidad para la utilización de las herramientas por la complejidad de la configuración de su sistema para la usabilidad pero se evidencia que las plataformas más utilizadas son Salesforce , HubSpot , Zoho CRM y Monday porque son más fáciles de comprender y se puede configurar de una manera adecuada para Sobvenir boom en las empresas en el partida textil tener la parte de la automatización de procesos y la utilización de la nuevas tendencias ya que el sector de comercialización de ropa de moda es algo que siempre va impactar y como los métodos en la actualizada utilizados debido a pandemia con los medios tecnológicos por ello la importancia de tener un CRM que pueda ayudar a las pymes que cumplas con sus objetivos y que por medio de una buena prestación de servicio por medio de los medios tecnológicos se puede dar una buena experiencia al cliente, ya que por medio una buena gestión tanto en la atención por los diferentes medios también es importante el proceso de entrega y la pos venta para que el cliente recuerde la marca y pueda a hacer una recomendación ayudando al branding de la compañía.

Continuando con la importancia del CRM para este tipo de industria de comercialización de ropa de moda, muchas de las empresas haciendo un análisis de sus sitios web y su proceso de utilización de los CRM se debe utilizar para por medio de la buena configuración del sistema y analizando las estrategias que se desea poder facilitar la integración del cliente para que para él sea el beneficiado ya que si puede hacer una compra por medio digital o en las tiendas tenga una buena experiencia por medio de la realidad aumentada y ya que estos sistemas nos permiten hacer la utilización de ellos poder estar a la vanguardia y estar actualizándolos dependiendo de la contingencia que se puedan presentar, como lo que ha sucedido con el Covid 19.

Tabla. N.2. Encuesta anual manufactura

<b>1.6. Colombia. Distribución porcentual de las variables principales, según áreas y zonas metropolitanas</b>					
<b>Total nacional</b>					
<b>Porcentaje</b>					
<b>Año 2018</b>					
<b>Área Metropolitana</b>	<b>Número de establecimientos</b>	<b>Total personal ocupado (b)</b>	<b>Suelos (</b>	<b>Producción bruta (g)</b>	
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Barranquilla	3,9	5,9	5,5	5,3	
Bogotá D.C.	40,7	36,4	35,5	26,0	
Bucaramanga	3,8	2,2	1,9	2,6	
Cali	10,7	11,2	12,4	10,0	
Cartagena	1,5	2,1	2,5	9,7	
Cauca	0,6	1,5	1,9	2,0	
Cúcuta	1,4	0,7	0,5	0,4	
Manizales	1,5	2,1	1,8	1,9	
Medellín-valle de aburra	19,2	20,5	20,4	14,0	
Pereira	2,1	2,7	2,0	1,4	
Resto del país	14,6	14,7	15,6	26,6	
<b>Fecha de publicación: 6 de diciembre de 2019</b>					
<b>Fuente: DANE - Encuesta Anual Manufacturera</b>					

Para la investigación es muy importante el sector manufacturero ya que de este tipo de



sector es el que provee las prendas de vestir de moda para su comercialización, en Bogotá en el 2018 se evidencia un crecimiento de 40.7 de empresas en este sector lo que informa que Tiene una gran prestigio para el acrecentamiento de la peculio del territorio, debido a la pandemia se evidencio que n el 2020 fue afectado ya que el cierre de la empresas, por ello la importancia del CRM en la empresas de venta de ropa para que se puede tener un control de y mayor eficiencia en los procesos y llegar a destacar dentro del mercado por llegar a cumplir los objetivos y logrando que los clientes tengan una mejor experiencia con los medios tecnológicos, ya que para muchas personas fue algo nuevo y bastante complicado , por ello la importancia de hacer todo de una mejor manera para que tanto los empleados de la empresa puedan comprender y manejar un sistema y dar la mejor calidad a un cliente final.

Electronic Markets, (2013 Mar)

Los problemas que pueden llegar a tener las empresas y la relevancia de poder relacionarse de una mejor manera con los clientes rentables buscando un crecimiento en las ganancias para llegar hacer más competitivo en el comercio global por medio d correos, internet con todos los canales electrónicos que se van utilizando y puedan ayudar a la estrategia general de la empresa mejorando el departamento de ventas con actividades que los respaldan dando un mayor número de ventas y un mejor servicio al cliente , donde todos los actores juegan un rol importante por medio de la cooperación y por ello de evidencia los aumentos de las ventas por año al coordinar de manera eficiente las actividades.

Según PR Newswire AMR (2002, diciembre 16)

Así mismo lo muestra el análisis realizado a 12 sistemas de CRM donde las tareas diarias la empresa no las ven tan productivas, donde se ve que es por la adopción del mecanismo, donde se seguían haciendo trabajos sin utilizar el sistema, se crea miedo en la utilización, la falta de

compromiso con el área ejecutiva para la utilización efectiva, donde en este momento de covid es necesario saber que para la utilización del sistema ya no es tanto de miedo si no de necesidad porque la manera de comunicarnos de manera digital ya es un método de sobrevivir de la empresas.

PR Newswire, (18 Mar 2021)

Del mismo modo que se utiliza los CRM en los computadores comunes se ha creado también para Mac ya que su sistema operativo es diferente Mac e ios donde por medio de los computadores de Apple se pueda trabajar pudiendo administrar clientes y cerrar negocios por medio del CRM Daylite que está diseñado para adaptarse a siri correos y todo el sistema operativo donde se va solucionando llegando a ser utilizado desde cualquier dispositivo para ser eficientes desde cualquier herramienta tecnológico.

Según NASDAQ OMX's News Release Distribution Channel, (2021, Abril 09 )

También como el analista presenta la manera detallada, donde los parámetros clave son las ganancias, precio competencia y promociones donde se debe hacer un complemento ya que por medio de esto se puede ver varias facetas del mercado y al ver la actualidad donde la tecnología es la que da las herramientas para seguir compitiendo ya que muchas de las empresas en el sector se han visto afectadas y otras que son adaptadas al cambio continúan siendo solidas por ello la importancia de seguir los parámetros mínimos para conseguir el objetivo propuesto.

Según Business Wire ,(2021, Abril 06)

Además, la pandemia como la menciona el texto provoco una manera nueva de hacer negocios donde la tecnología para facilitarlos y donde se juega un papel interesante donde utilizan diversos canales que se canalizan en los equipos, flujos de trabajo automatizado y requisitos personales para capacitaciones y funciones específicas para trabajo remoto, y más cuando el

tema del confinamiento se hacen labores desde casa las empresas se ven en la necesidad de utilizar todos los canales disponibles, por ello los proveedores deben adaptarse a la industria y mejorar sus sistemas para que sean más efectivos y útil para las compañías.

Según Medford, (2021, enero)

Así mismo como lo menciona el texto las empresas fueron sorprendidas por el covid ya que no contaban con la infraestructura para las consultas de os clientes, todas les toco correr a buscar métodos digitales para la solución más rápida y que las que deseen continuar compitiendo debe ir invirtiendo en formas digitales para futuras interrupciones donde por medio del marketing están buscando nuevas experiencias digitales para atraer clientes.

### **Delimitación**

En la investigación se desea poder abarcar a Bogotá en el barrio Kennedy, en la comercialización de prendas de vestir donde utilicen CRM con el fin de recobrase lo tratado en la relación con los clientes, se desea realizar un acompañamiento para saber cuáles son las maneras de hacerlo en la comercialización de prendas donde se puede lograr los mayores beneficios para las mipymes de ese sector.

Según la biblioteca digital de cámara y comercio (2020)

Continuando con la información tomada de la biblioteca digital en su base da datos de empresas comercializadoras de ropa en Bogotá y por su Prestigio ya que en la zona de Kennedy de Bogotá tiene el 4.5% donde el estrato de esta localidad está determinado en la clase media-baja donde el sesenta por ciento es del estrato 3 y donde también hay estratos 2 con un treinta y siete por ciento.

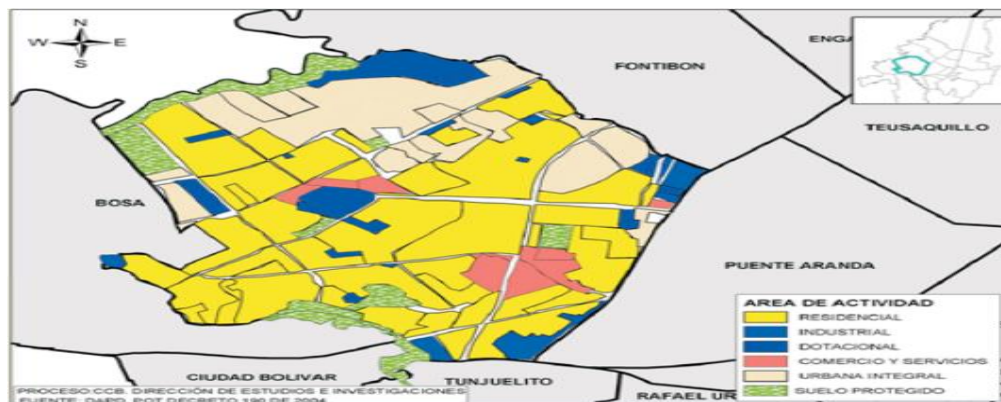
Continuando con la localidad de Kennedy donde se encontraron Kennedy (43.600

empresas, 9.9%) los activos para las empresas están en su mayoría en las grandes empresas con una participación del 90% y el dato nos indican que el 6% lo tienen las empresas medianas, El 90% del valor de los activos lo declararon las grandes empresas, el 6% las medianas, el 3% se encuentra en las pequeñas y el 1% es de las microempresas de Bogotá.

En cuanto a los diferentes sectores de la economía está en el 67% en trabajo de prestación, el 5% en las fábricas y en el sector del comercio es del 10% el número de microempresas en Kennedy (41.425 empresas) las empresas se componen en un rango de Las empresas pequeñas se caracterizan por generar ocupación a un rango entre 11 y 50 empleados, pequeñas de 1.849, medianas de 268, grande 58 para un total de 43.600 en La faja de actividades de factoraje al por máximo y al pequeño en la localidad de Kennedy (29.399 empresas) con una participación del (6,4% del total comercio), Kennedy representa el 4.5% de la zona integral de la ciudad, donde predomina la categoría average-indigna 60% es de estrato 3 y el 37 % pertenece a la clase 2, Se localizan 15.196 de las empresas de Bogotá 7%. La estructura empresarial del municipio se concentra en el sector úrico (76%), taller (19%) y edificación (3%).

En el municipio hay alto ingreso de microempresarios. Del total de empresas (15.196), 14.089 son microempresas que representaron el 92.7% de la localidad y el 8 % de Bogotá. Los sectores económicos más importantes del lugar de Kennedy son: factoraje (44% de las empresas), fábrica (19%), urinarios inmobiliarios, empresariales y de arriendo (8,1%), arrebato, almacenaje y comunicaciones (8%), hoteles y restaurantes (7%), el 7 % de las empresas ubicadas en Kennedy personas naturales y el 2 % personas jurídicas, en las empresas del territorio de Kennedy solamente en carácter industriales (98%), especialmente alimentos, metálicas básicas, textiles.

Figura. N.10 Usos del suelo Kennedy.



Fuente: Dapo decreto 190 del 2004

### Objetivo general

Crear un CRM donde se evidenciará alternativas que se utilizaran con el fin de ayudar al Branding para las Mipymes de prendas de vestir de moda cuya ubicación geográfica es en Bogotá en la localidad de Kennedy, el cual se dará a conocer por medio de una Presentación digital a las empresas participantes de esta investigación.

### Hipótesis

Que CRM tienen las mipymes que comercializan con prendas de vestir en la ciudad de Bogotá en Kennedy para relacionarse con los clientes, en la actualidad las mipymes que comercializan prendas de vestir utilizan programas de CRM con pago para la relación con los clientes.

## Contribución

Configuración de un sistema CRM propio para las principales mipymes de venta de ropa de moda es el aporte que se dará con esta investigación, después de toda la información tomada. Mirando el tema de la contingencia y buscando la mayor efectividad del CRM, que le ayude a mejorar sus ventas, fidelización y con el logo mejorando el branding.

El CRM debe configurarse por medio de bases de datos de los clientes y prospectos, donde guarde el historial de las interacciones con el cliente, donde los diferentes departamentos puedan verlo, pero que no todos puedan ingresar información, se debe configurar y capacitar para ingresar información, ya sea ventas o marketing, para tener un control de la información.

El sistema debe tener diferentes accesos tanto para los departamentos creando bases para tener un control centralizado y dar la información necesaria al área de ventas para hacer seguimientos a los prospectos, ventas, entregas, pedidos, facturas y pagos en el área de marketing con la publicidad, estrategias, plan de marketing, prospectos y su impacto, pero deben estar alineados con las estrategias principal mente con relación al cliente y hacer un seguimiento por medio de CRM que debe estar centralizada la interacción de los clientes desde todos los medios por los que la empresa habla con el cliente como lo es Facebook, Instagram, página web, correos, WhatsApp business, mensaje de texto, bases de datos de Excel, llamadas, y tener la información en la nube para poder disponer de ella sin importar la ubicación.

También se debe capacitar a cada en cargado como hacerlo y es aconsejable configurar respuestas automáticas por medio de un chatbot para que la atención sea rápida por todos los medios digitales, tanto para redes sociales, WhatsApp business con un asesor que le pueda acompañar, entrega de información por correo y página web, al utilizar el programa se debe centraliza la información configurándolo de manera que se pueda tener acceso a las interacciones

con el cliente por medio telefónico y chat de los medios digitales, en las publicaciones donde se analizara la reacción ante ella como visitas y leads, con el fin de hacer una revisión persona encargada pueda tener la información necesaria para poder atender la solicitud de los clientes y darles la mejor experiencia, ya que tendría a la persona encargada de la información de manera directa para ser más efectivo con la información correcta se debe analizar todos los datos Mensual ,Trimestral Y anual para poder crear estrategias y mitigar la contingencia y ayudar al branding.

Igualmente se debe configurar para que se puedan medir los clientes, referencias Compradas, duración en la empresa, si es rentable generando ganancias, si es nuevo, cual es el monto de sus compras, promociones con nuevos productos en punto físico y en medios digitales, competencia y su participación en el mercado, su posicionamiento, como impactan las ventas en el mercado global con el fin de llevar un control de ventas e inversiones futuras, y por medio de la encuesta de satisfacción evaluar nuevas estrategias para mejorar la relación con el cliente, y verificar la vida del cliente en la empresa para poder hacer un plan de acción para mitigarlo.

Para finalizar se debe tener la persona capacitada para la utilización de la herramienta ya que de eso dependerá el éxito de la misma, para realizar cotizaciones, envío de pedidos, facturas por correo, control de entregas, soporte por los medios digitales para que cuando llame el cliente se le pueda dar la información correcta y le pueda guiar para llevarse la mejor experiencia generando recordación.

### **Recursos**

Resultado obtenido de la encuesta es a partir de las herramientas de CRM actuales utilizadas en las empresas investigadas de las cuales debido al tema del confinamiento por el Covid 19 de las 18 empresas que se lograron a hacer las encuestas 7 de ellas no tenían activos los

números, y 5 de ellas las personas encargadas no estaban por el confinamiento otras 2 su razón social cambio y 4 hacen otra actividad diferente como lo es el transporte y alimentos.

Con las 7 empresas encuestadas se pudo evidenciar

**Empresa:** Dotaciones san esteban

Año de creación: 2019

Persona entrevistada: Diego esteban rodríguez Ciro

Cargo: Gerente

Dirección: CL 6 A NO. 94 A 25 C

**Empresa:** Grupo empresarial avanti sas

Año de creación: 2014

Persona entrevistada: Katherine Padilla

Cargo: Dueña

Dirección: CL 11 C NRO 73 82 TORRE 3 APTO 5

**Empresa:** Evolet jeans s.a.s

Año de creación: 2019

Persona entrevistada: Astrid Zabala Guzmán

Cargo: Gerente

Dirección: CL 57 D Bis No. 79 G-04

**Empresa:** TWIGGY SAS

Año de creación: 2018

Persona entrevistada: Cendy Tellez Ramos

Cargo: Administradora

Dirección: CL 7 No. 90-61



**Empresa:** MULTIMARCAS SAN ANGEL SAS

Año de creación: 2014

Persona entrevistada: GUZMAN LOSADA NOHEMI

Cargo: Dueña

Dirección: CL 6 B NO. 80 G 95 T

**Empresa:** ESTILO EN LINEA.COM SAS

Año de creación: 2015

Persona entrevistada: BETANCUR MONTES YULEIBY

Cargo: Administradora

Dirección: CR 69 D No. 1-70 Sur

**Empresa:** CONFECCION Y DISEÑO EMPRESARIAL GFENIX SAS

Año de creación: 2012

Persona entrevistada: Luis Fernando García Osorio

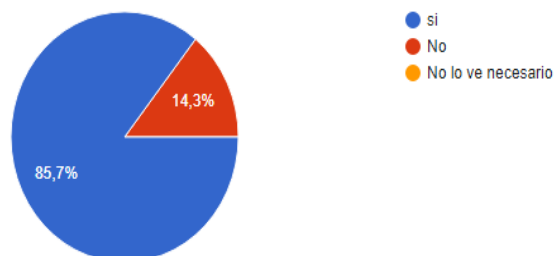
Cargo: Administración

Dirección: Carrera 73 D N° 35 – 20

Figura. N 11 Encuesta pregunta 1

1.¿ Guardan los datos de los clientes?

7 respuestas



Fuente: Creación propia

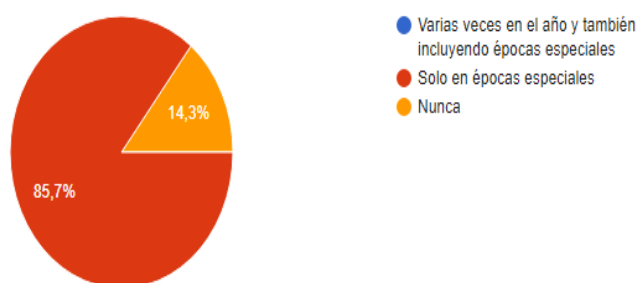
Análisis

De acuerdo con los resultados el 85.7% de los encuestados tiene una manera para guarda los datos de los clientes y el 14.3% no lo hace, esto indica que las empresas tienen en cuenta los datos de los clientes, pero todavía hay una minoría que no ve la importancia a futuro.

Figura. N 12 Encuesta pregunta 2

2.¿La empresa tiene programado dar a sus clientes ofertas, u obsequios?

7 respuestas



Fuente: Creación propia

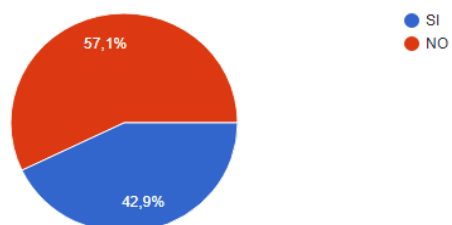
#### Análisis

Se evidencia que las empresas en un 85.7% le dan importancia a dar ofertas y obsequios en épocas como navidad, año nuevo día de la madre del padre y demás el 14.3% no lo hace porque no lo ve necesario.

Figura. N 13 Encuesta pregunta 3

3.¿ la compañía planifica maneras para mantener y/o fidelizar a los clientes?

7 respuestas



Fuente: Creación propia

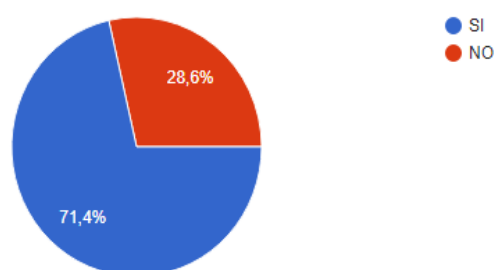
#### Análisis

Dando importancia a las maneras de comunicación con los clientes y su manera de buscar como fidelizarlos buscando recordación el 57.1% de las empresas encuestadas hace una planificación para ello, pero solo en épocas especiales teniendo en cuenta las respuestas anteriores y el 42.9% hace ninguna planeación para poder fidelizar ayudando al branding de la empresa.

Figura. N 14 Encuesta pregunta 4

4.¿ Actualmente utiliza medios digitales para dar a conocer sus productos y servicios?

7 respuestas



Fuente: Creación propia

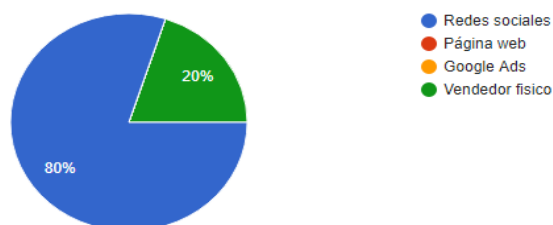
#### Análisis

Dando importancia a la tecnología como herramientas fundamentales en este tiempo de covid las empresas han tomado las redes sociales como una manera importante para dar a conocer los productos el 71.4% los están utilizando y el 28.6% no lo utilizan de la misma manera por falta de conocimiento más que por no necesitarlo.

Figura. N 15 Encuesta pregunta 5

5.¿ Cuáles es la comunicación utilizada por la compañía para atraer más clientes?

5 respuestas



Fuente: Creación propia

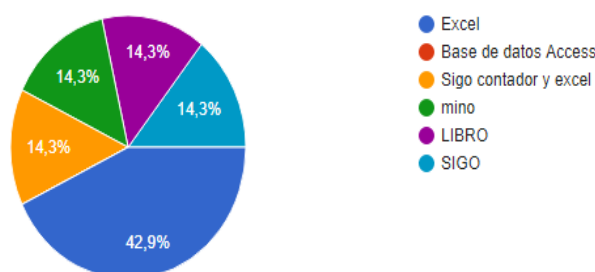
### Análisis

El sistema de comunicación con los clientes para atraerlos es por las redes sociales con una participación del 80% y los que no las utilizan con una participación del 20% solo desean hacerlo con vendedores físicos que sean los que lleguen a atraer más clientes.

Figura. N 16 Encuesta pregunta 6

6.¿Cuál es el medio digital que utiliza la empresa para guardar los datos de los clientes?

7 respuestas



Fuente: Creación propia

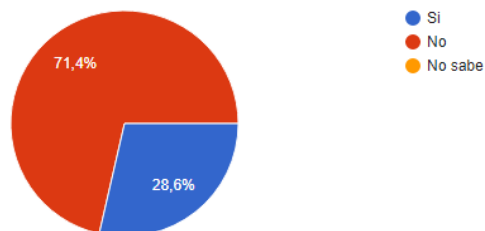
### Análisis

Es muy necesario guardar los clientes se le venden productos para ello las diferentes maneras de guardarlo son en sigo ya que se genera factura, pero no se tiene un seguimiento nivel de participación del 14.3% y en Excel con un porcentaje mayor de 42.9. %, en libros un 14.3% y otros programas 14.3%, teniendo en cuenta que no tienen cedas adicionales son muy básicas sus maneras de hacer seguimiento de los clientes.

Figura. N 17 Encuesta pregunta 7

7.¿ La empresa conoce el término de CRM?

7 respuestas



Fuente: Creación propia

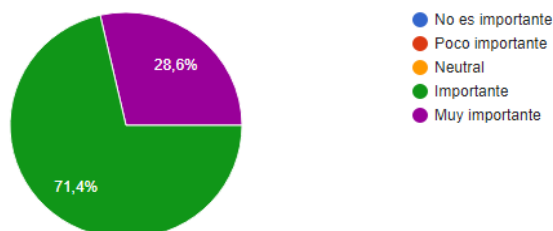
### Analisis

El 71.4% de las personas no conocen el termino CRM y el 28.6% lo han escuchado en algun lado pero no saben bien en que consiste.

Figura. N 18 Encuesta pregunta 8

8.¿La comunicación entre las diferentes áreas de la empresa es buena para cumplir con las necesidades de los clientes ?

7 respuestas



Fuente: Creación propia

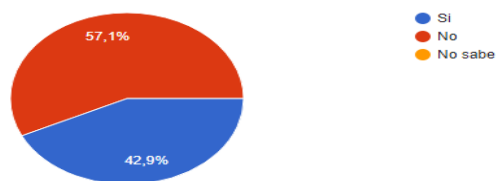
### Análisis

Para este tipo de empresas los canales de comunicación entre departamentos lo toman como muy importante pero el 28.6% e importante el 71.4% ya que son muy pequeñas y la distancia es muy corta generalmente la comunicación es directa no utilizan sistemas para esta comunicación y solo una persona maneja la información de los clientes.

Figura. N 19 Encuesta pregunta 9

9.¿La empresa tiene alguna estrategia para organización al tener la atención con los clientes ?

7 respuestas



Fuente: Creación propia

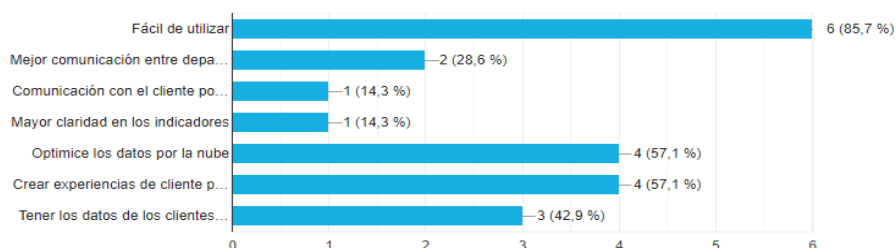
### Análisis

Continuando con los resultados en la relación que se tienen con los clientes se evidencia que no hay ninguna estrategia especial el 57.1% de los encuestados, no ven la importancia en tener estrategias solo se limitan a tenderlos y no les ven la importancia de darles un trato especial o diferenciador.

Figura. N 20 Encuesta pregunta 10

10.¿Qué le gustaría que el programa de control con los clientes tuviera para ayudar a las actividades diarias?

7 respuestas



Fuente: Creación propia

### Análisis

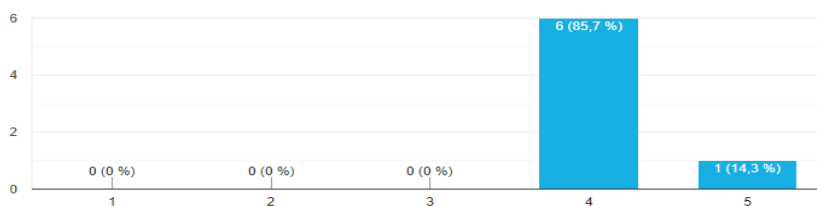
Las diferentes empresas encuestadas, buscan en su mayoría que sean fácil de utilizar con un 85.7%, también le dieron gran importancia al optimizar datos en la nube y crear experiencia a los clientes y al notar que las que le dan menos importancia son comunicación con el cliente

potencial y mayor claridad con indicadores, lo que da a conocer que este tipo de empresas no utilizan tanto ya que no ven su importancia

Figura. N 21 Encuesta pregunta 11

11. De una escala de 1 a 5 (1 innecesario, 2 malo, 3 regular, 4 bueno, 5 excelente) califique como le parece el método de relación con los clientes en la empresa

7 respuestas



Fuente: Creación propia

### Análisis

En las empresas encuestadas creen que es buena pero no lo suficiente ya que el 85.7% indica que es buena y solo un 14.3% piensa que lo hace de manera correcta pero no tienen como medir o dar cifras.

Figura. N 22 Encuesta pregunta 12

12. ¿Qué recomendación o sugerencia le gustaría para su programa en cuanto a la relación con los clientes?

6 respuestas



Fuente: Creación propia

### Análisis

Dando la importancia a la relación con los clientes desean un sistema fácil de utilizar que

les ayude a recordar cosas importantes para los clientes, donde se puede generar publicidad dando información completa de productos y tener control de inventarios.

En conclusión, de todas las encuestas se puede evidenciar que las empresas utilizan métodos muy básicos para el trato con sus clientes, pero no implementan herramientas completas que les pueda ayudar a tener una mejor relación con ellos y lograr una mejor recordación de los clientes.

Tabla. N.3 Empresas comercializadoras de ropa en Kennedy

ESTABLECIMIENTO	NIT	DIRECCION	NUMERO	NOMBRE
COMERCIALIZADORA CHAVEZ QUIROGA SAS	900488358	CR 71 D NO. 12 C 60	4119519	Serrano delgado Henry Oswaldo
TEJIDOS DE COLOMBIA S A S	900979580	CR 72 B NO. 5 B 93 O	7039580	Martínez rodríguez Yadira
DISTRIBUCIONES EPP SAS	900645365	"CALLE 38 A BIS #87B1	6088809	Bermúdez polaina Carlos Andrés
EVOLET JEANS S.A.S	901283080	"CL 57 D BIS NO. 79 G	3213603478	Zabala guzmán Astrid
CONFECCION Y DISEÑO EMPRESARIAL GFENIX SAS	900666852	Carrera 73 D N° 35 - 20	3102187151	García Osorio Luis Fernando
GRUPO EMPRESARIAL AVANT & SAS	900716696	CL 11 C NRO 73 82 TORRE 3 APTO 5	3045315927	Padilla santos Katherine del pilar
DE ROSAS Y VIOLETAS SAS", "NIT", "", "C	901059207	CL 6 B NO. 80 G 17 T	3168256785	López Hernández Ana carolina
TWIGGY SAS	901283942	CL 7 No. 90-61	3203360511	Téllez ramos Xiomara
SAM DISTRIBUCIONES SAS	901080768	CL 7 NO. 87 B 90 TO	4693122	García parra Omaira natal
COMERCIALIZADORA CHAVEZ QUIROGA SAS	900488358	CR 71 D NO. 12 C 60	4119519	Serrano delgado Henry Oswaldo
COMERCIALIZADORA CLAS FASHION SAS	901336763	CALLE 5 B N° 86 -11	3202366814	Padilla ropero Leonardo
ESTILO EN LINEA.COM SAS	900783540	CR 69 D NO. 1 70 SUR	-	Betancur montes yuleiby
COMERCIALIZADORA PREDATOR SAS	901000842	CL 8 A BIS NO. 94 23	8046485	Gómez Sánchez Carlos Arturo
MULTIMARCAS SAN ANGEL SAS	900782916	CL 6 B NO. 80 G 95 T	3043891402	Guzmán losada Nohemí
FACOL PASH S.A.S	860503159	55, Cra. 100 #17 A	(1) 2905466	
AREQUIPE MODA DULCE (ALMABELLA S.A.S )	900352713	Cra. 80 # 51-25SUR	(1) 7451818	
ALMACENES ONLY (RODRIGUEZ SALAZAR FRANCO ORTIZ Y ROJAS CIA S C S)	860.036.892	Kr 78 B No 36 - 76 Sur	265 5853	
COMERCIALIZADORA ARTURO CALLE S.A.S.	900.342.297	Calle 19 A # 72 57 Local B 105	7561265	
ELA Y STUDIO F(STF GROUP S.A.)	805003626	Salitre Plaza. Local 156-160	(1) 7421333	

Fuente: Creación Basada en la base de datos cámara y comercio 2020



Tabla. N.4 Ficha técnica de encuesta

FICHA TECNICA	
Universo	Hombres y mujeres de la ciudad de Bogotá del barrio Kennedy mayores de 18 años que trababan en la comercialización de prendas
objetivo de estudio	Crear un CRM donde se evidenciara alternativas que se utilizaran con el fin de ayudar al Branding para las MiPymes que comercializan prendas de vestir
tipo de muestra	Aleatoria simple
Tiempo realización trabajo de campo	Se realizó en 8 días
Cantidad y tipo de entrevista	Se realizan 7 encuestas de 18 empresas , con respecto de la participación del comercio de prendas de moda que en Bogotá es del 37.23% con el 50%
Porcentaje de confianza	95%
error	5%
personas que la realizaron	Adriana Alexandra Toloza Peña
persona jurídica que recomendó	Ninguna
Fuente de financiación	Propia
tema por el que se indaga	La utilización del CRM para la relación con los clientes y mejorar el Branding
preguntas del formulario	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Guardan los datos de los clientes?</li> <li>2.¿La empresa tiene programado dar a sus clientes ofertas, u obsequios?</li> <li>3.¿ la compañía planifica maneras para mantener y/o fidelizar a los clientes?</li> <li>4.¿Actualmente utiliza medios digitales para dar a conocer sus productos y servicios?</li> <li>5.¿ Cuáles es la comunicación utilizada por la compañía para atraer más clientes ?</li> <li>6.¿Cuál es el medio digital que utiliza la empresa para guardar los datos de los clientes?</li> <li>7.¿ La empresa conoce el término de CRM?</li> <li>8.¿La comunicación entre las diferentes áreas de la empresa es buena para la prestación del servicio para cumplir con las necesidades de los clientes con eficiencia?</li> <li>9.¿La empresa tiene alguna estrategia para organización al tener la atención con los clientes?</li> <li>10.¿Qué le gustaría que el programa de control con los clientes tuviera para ayudar a las actividades diarias?</li> <li>11. De una escala de 1 a 5 ( 1 innecesario, 2 malo, 3 regular, 4 bueno, 5 excelente) califique como le parece el método de relación con los clientes en la empresa</li> <li>12. ¿Qué recomendación o sugerencia que le gustaría para el programa de CRM ?</li> </ol>
fecha de trabajo de campo	24/11/2020

Fuente: Propia

## Conclusiones

Dando la respuesta a la hipótesis donde se cree que las mipymes que comercializan prendas de vestir el sistema de CRM no se ha utilizado con costo en las de menos reconocimiento, las que tienen varias sedes lo hacen para tener la información centralizada para dar una mejor relación con los clientes, en las empresas que son menos reconocidas se evidencia que utilizan las redes sociales y Excel, pero no invierten en programas para relacionarse con los clientes solo utilizan los que no debe pagar.

Igualmente es sobresaliente evidenciar en las empresas la falta de uso de programa especializado para CRM solo utilizan herramientas que no tengan costo y no hay un sistema centralizando la información, adicional la falta de utilización de todos los medios digitales los programan para mejorar la relación con el cliente, y los métodos de planificación solo se evidencio en las empresas grandes con sedes tienen CRM especializado para relación con los clientes.

Continuando para resolver muchos de los problemas de las mipymes es necesario la utilización de CRM ya que tiene los utensilios necesarios para que la colectividad pueda favorecer con las herramientas necesarias, y llegar a tener un mayor reconocimiento y recordación por su manera de optimizar las ventas creando fidelización en los clientes.

Es muy importante saber que al ver los clientes se desde definir cuál es su entorno y en este momento de pandemia lo más importante es darle a la tecnología su mayor importancia que cada día es más útil para tener una buena relación con los clientes, y sin importar el cargo o la distancia que tengan del cliente tener la mayor experiencia con un sistema donde tenga la mejor experiencia y tener una gran recordación de marca gracias a su comunicación y entrega a tiempo donde el voz a voz y los formatos con la marca y su gran efectividad con la programación de

publicidad y entrega de ofertas puedan fidelizar a los clientes logrando mayor rentabilidad a la empresa, por ello el CRM que se va crear es con el fin de dar lo más importante para obtener los mejores resultados.

Medición de costo de fidelizar un cliente, y costo de un cliente nuevo por medio de una herramienta medir que costo tiene casa cliente indicando el valor de la promoción y su impacto total con relación a las ventas obtenidas teniendo en cuenta la vida útil del cliente para medir cada paso y donde se puede invertir mejor tanto para el cliente como para la empresa con el fin de tomar decisiones o cambiar el contenido o el material sitio físico.

Para finalizar la moda es muy importante la relación con los clientes, pero se les dará estas herramientas para que en el sistema que deseen utilizar, lo incluyan para tener una efectividad en su manera de tratar a los clientes y centralizar la información de tal manera que si desean expandir o crear más sucursales ya tengan todo organizado y se pueden apoyar dando una mejor experiencia al cliente y generando mayor recordación.

### **Recomendaciones**

Es importante para las empresas poder sobrevivir en la actualidad y más en el tema del confinamiento donde el contacto físico se ha limitado debido al covid, por ello se debe buscar nuevas maneras para relacionarse con los clientes o mejorarlas herramientas que se utilizan con ello es importante tener lo mejor se recomienda tres Pipedrive, salesforce, Freshworks para poder dar lo mejor a los clientes, se recomiendan hacer una inversión en un programa donde se pueda gestionar los clientes ya que por los medios digitales el volumen de prospectos es mayor, ya que todo se está haciendo digital hay varios programas en el mercado como se hizo en el comparativo y que se pueda acudir a un programador para aprovecharlo al 100% donde se alineen a Los objetivos de la colectividad con relación a los clientes y que lo pueda programar

satisfaciendo las necesidades de los clientes, y configurar todos los medios digitales que puedan ser medibles , y configurar los medios digitales para medirlos.

## Referencias

- Actualidad empresa. (2014) El benchmarking es una opinión del marketing cuya procreación proviene del lapso financiero benchmark [1 parte]  
<http://actualidadempresa.com/benchmarking-historial-definiciones-aplicaciones-y-beneficios-1a-parte/>
- Aebrand (2020) Re:Branding: la definición de expertos [publicacion internet]. Aasociación de referencia del branding en España  
<https://aebrand.org/>
- AMR research study reveals that 47 percent of companies reported significant problems with end-user adoption of CRM. (2002, Dec 16). *PR Newswire* Retrieved from  
<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url>
- Aner(sf) Que es erp [página web]  
<https://www.aner.com/que-es-un-erp>
- Anderson, V (2018) Definición de una estrategia de crm en empresas del sector manufacturero: caso calzado ditre vi s.a.s. [Trabajo de grado] Universidad Católica de Colombia facultad de ingeniería.  
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/16299/1/Definici%C3%B3n%20de%20una%20estrategia%20de%20CRM%20en%20empresas%20del%20sector%20manufacturero%20caso%20Calzado%20Ditre%20Vi%20S.A.S..pdf>  
<https://repository.ucatolica.edu.co/CRM%20Vi%20S.A.S..pdf>
- Apatar, inc.: Apatar simplifies migration of customer history from GoldMine to salesforce CRM, reducing workload by factor of five; new pre-built data integration solution from apatar enables GoldMine to salesforce CRM migration of customer activity history, prevents data loss, and ensures customer data quality, cutting development and maintenance costs. (2008, Oct

- 28). *M2 Presswire* Retrieved from  
<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/apatar-inc-simplifies-migration-customer-history/docview/446159024/se-2?accountid=50438>
- Baker Brands (2013) David Aaker, se cuide el mundo del branding. [página web]  
[bakedbrand.wordpress.com/](http://bakedbrand.wordpress.com/)
- Bancolombia (2020, junio,30) nuevo de las fábricas textiles 2020. [página web]  
<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/emprendimiento/innovacion-industria-textil-2020>
- Barth, B., Borgstedt, S., & Edwards, J. R. (2013, mayo,7). New Music Recommendation Algorithm Facilitates Audio Branding. *Marketing Review St. Gallen*, 4, 44–50.
- Blackbaud, Inc: University of Oxford Selects Blackbaud Enterprise CRM to Manage Largest Fundraising Campaign in European University History; Empowers staff with advanced reporting abilities and a holistic view of constituents. (2008, Dec 08). *M2 Presswire* <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/blackbaud-inc-university-oxford-selects/docview/446164476/se-2?accountid=50438>
- Brooks, E. (2017, Feb 23). How to prevent your CRM from failing. *Open Source for You*, <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/magazines/how-prevent-your-crm-failing/docview/1872914918/se-2?accountid=50438>
- Cámara y comercio (sf). Descripción actividades económicas (Código CIIU). [página web]  
<https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- Castillo, S., Ortegón., S., Cortázar, L. (2016). “Componentes del valor de marca en marketing industrial. Caso máquinas y herramientas”. *Perspectivas*, Año 19 – N° 37 – mayo 2016. pp. 75-94. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Unidad Académica Regional Cochabamba. Clasificación JEL: M31

<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425946304005.pdf>

Chen, X. (2008). *A diagnostic tool to evaluate customer relationship management*

*performance* (Order No. MR50864). Available from ProQuest Central. (304323961). Retrieved from

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/dissertations-theses/diagnostic-tool-evaluate-customer-relationship/docview/304323961/se-2?accountid=50438>

Colón Ayala, E. (2017). *Impacto de la gestión de relaciones con los clientes (CRM) en la*

*lealtad y rentabilidad de la empresa* (Order No. 10288727). Available from ProQuest Central. (2031540695). Retrieved from

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/docview/2031540695?accountid=50438>

Copper and Google SaaS Sales Alignment Partnership Ushers in the Era of Native CRM in Productivity Suites: Copper will leverage Google Cloud Platform and build on its history of tight integration with G Suite to deliver a productivity-first CRM tool available natively within Gmail. (2018, Jul 23). *PR*

*Newswire* <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/copper-google-saas-sales-alignment-partnership/docview/2073267199/se-2?accountid=50438>

2021 CRM value matrix highlights increased flexibility and customer-centric ideals. (2021, Apr

06). *Business Wire* Retrieved from

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/2021-crm-value-matrix-highlights-increased/docview/2508883261/se-2?accountid=50438>

Customer relationship management (CRM) market to reach USD 128.97 billion by 2028; increasing focus on digitization to stimulate growth: Fortune business insights™: List of key companies profiled in customer relationship management (CRM) market are: Copper CRM, inc. (san francisco, california), infor, inc. (new york, united states), infusion software, inc. (keap) (arizona,

united states), netsuite inc. (california, united states), IBM corporation (new york, united states), microsoft corporation (washington, united states), oracle corporation (california, united states), pipedrive (new york, united states), salesforce.com, inc. (california, united states), SAP SE (walldorf, germany), adobe systems inc. (california, united states), zendesk, inc. (california, united states), SugarCRM (california, united states), zoho corporation pvt. ltd. (tamil nadu, india). (2021, Apr 20). *NASDAQ OMX's News Release Distribution Channel* Retrieved from <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/customer-relationship-management-crm-market-reach/docview/2514996327/se-2?accountid=50438>

Dych, J. (2009). The New World of CRM: Three game-changers and how to make the most of them to benefit your customers. *Information Management*, 19(5), 53.

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/scholarly-journals/new-world-crm/docview/214668389/se-2?accountid=50438>

Filonenko, O. (2018). Definition of the parameters of thermal insulation in the zone of building foundation according to the ground freezing depth. *Energy Efficiency*, 11(3), 603-626.  
doi:<http://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2091/10.1007/s12053-017-9600-x>

Finkelstein, B. (2015). Ellie Mae Takes a Mulligan with Second CRM Acquisition: Calling its first customer-relationship management acquisition "a mistake," Ellie Mae CEO Jonathan Corr is ready to start fresh with its purchase of Mortgage Returns. *National Mortgage News*, 40(6), 10.

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/trade-journals/ellie-mae-takes-mulligan-with-second-crm/docview/1728867908/se-2?accountid=50438>

Galli, P. (2007). Microsoft to Showcase On-Demand CRM Service; Microsoft plans to start an early access program for its on-demand Dynamics Live CRM Service. *EWeek*, , 1.

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/trade-journals/microsoft-showcase-on-demand-crm-service-plans/docview/198616559/se-2?accountid=50438>



G2 Crowd publishes Spring 2015 rankings of the best CRM software, based on more than 2,500 user reviews: Salesforce CRM, Nimble CRM, Zoho CRM and Microsoft Dynamics CRM earn Leader status while Nimble CRM and Workbooks.com tie for top overall satisfaction scores in crowdsourced report. (2015, May 05). *PR Newswire* <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/g2-crowd-publishes-spring-2015-rankings-best-crm/docview/1678509325/se-2?accountid=50438>

Gao, Hongzhi, et al. "Social Media Ties Strategy in International Branding: An Application of Resource-Based Theory." *Journal of International Marketing*, vol. 26, no. 3, Sept. 2018, pp. 45–69. EBSCOhost, doi:10.1509/jim.17.0014.

Global acoustic & thermal insulation markets for electric vehicles, 2019-2029 - developments in material technology presents lucrative opportunities. (2019, Oct 11). *NASDAQ OMX's News Release Distribution Channel* Retrieved from <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/docview/2303623539?accountid=50438>

Horacio. M (2004). Enmarcar e influir marcas con energia, p. 5 [página web] [https://www.marchandyasociados.com/wp-content/uploads/Enmarcar-e-Influir\\_autor-Horacio-Marchand.pdf](https://www.marchandyasociados.com/wp-content/uploads/Enmarcar-e-Influir_autor-Horacio-Marchand.pdf)

Irimies, C., Lect. (2012). Basic notions of branding. definition, history, architecture. *Journal of Media Research*, 5(3), 110-117. Retrieved from <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/docview/1372159296?accountid=50438>

Isdicrm.com. (s.f) Los 7 mejores CRM del momento [página web] <https://isdicrm.com/es/por-que-salesforce-es-el-crm-numero-uno-en-el-mundo/>

johnny Diaz (2017-2019)LinkedIn perfil profesional [sitio web] <https://www.linkedin.com/in/johnny-diaz-273b062a/?originalSubdomain=co>

Ley 222 de 1995. La cual se expide por la superintendencia de sociedades

20 de diciembre de 1995. Constitucion de Colombia

Livingston, G. (2020). *How a Montreal chatbot provider is using CRM to drive revenue: While many startups focus on landing new clients, Heyday is focusing on offering more services to existing ones during the pandemic.*

Marchand, H. M. (2001, Nov 09). *Marketer/ CRM: La confusion. Reforma* Retrieved from <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/docview/310794769?accountid=50438>

Marchand, H. (2008, Nov 14). *MARKETER / marcas con energía. Palabra* Retrieved from <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/docview/377612446?accountid=50438>

New Business Guide Emphasizes The Strategy for Effective CRM Implementation: CRM experts release how-to guide for successful implementation of CRM software aimed at businesses looking to maximize return on investment and avoid failure. (2015, Mar 10). *PR Newswire* <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/new-business-guide-emphasizes-strategy-effective/docview/1661653553/se-2?accountid=50438>

Ody, P. (2000, Feb 02). The challenging task of building strong e-loyalty: CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT by Penelope Ody: Attracting shoppers to a web site is just the start. Closing the sale and ensuring repeat purchases is where a growing variety of CRM tools and techniques come in: [Surveys edition]. *Financial Times* <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/newspapers/challenging-task-building-strong-e-loyalty/docview/248876828/se-2?accountid=50438>

Oracle (s.f). Descripción [página web]

<https://www.directindustry.es/prod/oracle/product-27142-603478.html>

Pandey, A. (2018, Feb 19). How startups and SME's can leverage open source CRM to increase

business. *PCQuest*, <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/magazines/how-startups-smes-can-leverage-open-source-crm/docview/2003303474/se-2?accountid=50438>

Pro colombia.(2014) *Inversión\_en\_Sistema\_de\_moda* [pdf]

[https://www.inviertaencolombia.com.co/images/Adjuntos/Inversi%C3%B3n\\_en\\_Sistema\\_de\\_moda.pdf](https://www.inviertaencolombia.com.co/images/Adjuntos/Inversi%C3%B3n_en_Sistema_de_moda.pdf)

Raina, D. I., & Pazir, D. (2017). IMPACT OF CUSTOMER RELATIONSHIP

MANAGEMENT ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY: A STUDY OF TELECOM COMPANIES IN J&K. *Researchers World*, 8(4), 115-123.

doi:<http://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2091/10.18843/rwjasc/v8i4/14>

Resolución 00070 03 noviembre 2016. Lo expide la Dian para firma electrónica.

<https://www.dian.gov.co/normatividad/Normatividad/Resoluci%C3%B3n%20000070%20de%2003-11-2016.pdf>

Ruiz, A. P. (2006). El trabajo femenino en torno al diseño de ropa: Significados y

prácticas\*. *El Cotidiano*, 21(135), 78-88. Retrieved from

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/docview/199596758?accountid=50438>

Ringio Launches New Cloud-Based 'Rich Calling' Service for SMBs: Integrates CRM, Intelligent Routing

So Users See History of Interactions With Callers. (2010, Apr 19). *PR*

*Newswire* <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/ringio-launches-new-cloud-based-rich-calling/docview/450317296/se-2?accountid=50438>

Sala de prensa inexmoda (2020, enero) *INFORME SISTEMA MODA* [página web]

[http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2020/03/Informe\\_Sistema\\_Moda\\_-\\_Enero\\_2020.pdf](http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2020/03/Informe_Sistema_Moda_-_Enero_2020.pdf)

salesforce.com (CRM) issued patent titled "Contact recommendations based on purchase history".

2019, Jul 19). *News Bites - Computing &*

*Information* <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/salesforce-com-crm-issued-patent-titled-contact/docview/2259733583/se-2?accountid=50438>

Secretaria senado (2020, septiembre,30) LEY 1480 DE 2011 [página web]

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1480\\_2011.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html)

Software advice names daylite a FrontRunner 2021 for top CRM software: Daylite was named a

FrontRunner for the fifth time in a row by software advice for top CRM after considering over

700 CRM software solutions by software advice. (2021, Mar 18). *PR Newswire* Retrieved from

[https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/software-advice-names-daylite-frontrunner-2021/docview/2502168778/se-](https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/software-advice-names-daylite-frontrunner-2021/docview/2502168778/se-2?accountid=50438)

[2?accountid=50438](https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/software-advice-names-daylite-frontrunner-2021/docview/2502168778/se-2?accountid=50438)

The global SaaS customer relationship management (CRM) market is expected to grow by \$ 44.17 bn

during 2021-2025 decelerating at a CAGR of about 14% during the forecast period: Global SaaS

customer relationship management (CRM) market 2021-2025 the analyst has been monitoring

the SaaS customer relationship management (CRM) market and it is poised to grow by \$ 44.

(2021, Apr 09). *NASDAQ OMX's News Release Distribution Channel* Retrieved from

[https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/global-saas-customer-relationship-management-crm/docview/2510179646/se-](https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/global-saas-customer-relationship-management-crm/docview/2510179646/se-2?accountid=50438)

[2?accountid=50438](https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/global-saas-customer-relationship-management-crm/docview/2510179646/se-2?accountid=50438)

TopRight, LLC: What a CRM does for your brand. (2021, Feb 05). *News Bites - Private*

*Companies* Retrieved from

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/topright-llc-what-crm-does-your-brand/docview/2486088081/se-2?accountid=50438>

TopRight, LLC: What a CRM does for your brand. (2021, Feb 05). *News Bites - Private*

*Companies* Retrieved from

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/topright-llc-what-crm-does-your-brand/docview/2486088081/se-2?accountid=50438>

Vernon, M. (2000, Jun 07). An information store that is vital for CRM projects: ROLE OF THE DATA WAREHOUSE by Mark Vernon: Data availability alone does not automatically make for good CRM, although observers believe that e-business databases will side-step many traditional problems: [Surveys edition]. *Financial Times* <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/newspapers/information-store-that-is-vital-crm-projects-role/docview/248822537/se-2?accountid=50438>

Vtex (s.f) CRM[ pagina web] <https://store.vtex.com/es/outros-parceiros/erp/>

What's in store for CRM in 2021?: CRM. (2021, Jan). *Customer Relationship Management*, 25, 16-17. Retrieved from <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/magazines/whats-store-crm-2021/docview/2487171021/se-2?accountid=50438>

WorkWise Announces the Release of OnContact CRM 10.4: WorkWise, a leading ERP and CRM developer, announced a new release of its CRM application, OnContact CRM 10.4. (2019, Jan 08). *PR Newswire* <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/wire-feeds/workwise-announces-release-oncontact-crm-10-4/docview/2164533243/se-2?accountid=50438>

Zablah, A. R. (2005). *A communication based perspective on customer relationship management (CRM) success* (Order No. 3175015). Available from ProQuest Central. (304999569). Retrieved from <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co/login?url=https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2137/dissertations-theses/communication-based-perspective-on-customer/docview/304999569/se-2?accountid=50438>