

## CASO DE NEGOCIO: SISTEMA DE GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES (CRM, *COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*)

---

**Área de Oportunidad:** Tecnificación eficiente del sector textil-vestido.

**Caso de Negocio:** Sistema de gestión de la relación con los clientes (CRM, Customer Relationship Management).

Dentro de la cadena de proveeduría de la industria textil-vestido, la gestión de la relación y comunicación de los fabricantes con los clientes es de suma importancia, pues permite atender las necesidades y adecuar la producción de acuerdo a las necesidades de los compradores.

Un CRM es un software que almacena información de los clientes, por ejemplo: nombres, direcciones y números telefónicos. Asimismo, mantiene un registro de su actividad, como el número de visitas al sitio web de la empresa o el intercambio de información a través de correos electrónicos, con la finalidad de forjar relaciones entre la empresa, su base de clientes y los socios de distribución.

Si bien el principal objetivo del CRM es disponer en cualquier momento de toda la información sobre cualquier cliente, también permite fortalecer los lazos de comunicación (fabricante-usuario) con la intención de atender y responder a las necesidades del cliente de una manera más ágil, rápida y eficiente.

Algunas de las funciones que realiza el CRM son: registro y gestión de manera activa de la información de los clientes; captura de correos electrónicos de los clientes de forma más ágil; almacenamiento de toda la información del cliente en un solo lugar y ayuda a que el intercambio de información siempre sea personal y confidencial.

**Problemática:** Un problema recurrente en la industria textil-vestido es la comunicación entre los compradores y fabricantes, para responder a las exigencias y necesidades de los primeros. Tener una comunicación eficiente entre clientes y proveedores permite minimizar errores en pedidos, compras e insumos; también contribuye a dar una respuesta rápida y en tiempo real a los requerimientos o modificaciones de los clientes.

**Demanda:** El mercado objetivo son aquellas Unidades Económicas registradas en el DENU que tienen como actividad la fabricación de insumos textiles y acabados textiles; fabricación de productos textiles excepto prendas de vestir; y fabricación de prendas de vestir. En total, este segmento está conformado por 75,003 Unidades Económicas<sup>1</sup>.



**Oferta:** Se requieren empresas de TI que desarrollen software CRM e integren aplicaciones específicas como:

- Bases de datos de clientes.
- Comunicación entre fabricantes y clientes (chats en línea o sitios web de autoservicio).
- Cotizaciones y órdenes de compra en tiempo real.
- Pedidos vía internet.
- Sistema en nube.

**Modelo de Negocios (Esquema de Ingresos):** El esquema de ingresos sugerido es el siguiente:

- Venta de software CRM bajo el esquema software como servicio (software as a service, “SaaS”) o plataforma como servicio (platform as a service).
- Venta de aplicaciones CRM móviles.

**Mercado:** El mercado objetivo son las empresas de las industrias textil-vestido que tienen relación directa con sus compradores pero que no cuentan con un sistema de comunicación en tiempo real, respecto a las órdenes de compra de sus clientes.

En América Latina, el mercado de software, que incluye las aplicaciones de negocio, las herramientas de desarrollo e integración y las de infraestructura, creció 12.77% en 2014, con un valor de mercado de 13,305 millones de dólares. México tuvo un crecimiento en 2014 de 8.09% y es uno de los países con más peso en el mercado de software de Latinoamérica, al representar un 21%(2).

**Adquisición de Clientes:** La adquisición de clientes se hará bajo el siguiente esquema:

1. Crear un catálogo de clientes potenciales del sector textil-vestido.
2. Identificar aquellas empresas que ya cuentan con un CRM y que pueden enfocarlo a agilizar la comunicación entre fabricante y cliente en tiempo real.
3. Identificar aquellas empresas que no cuentan con el sistema y que están interesadas en utilizarlo.
4. Difundir el costo-beneficio por la utilización de la solución.
5. Crear una versión libre o free trail para que los clientes conozcan el producto y comiencen a usarlo.





**Ingresos esperados:** El estimado de ingresos se realiza a partir de cobrar a las empresas de las industrias textil-vestido una cuota mensual/anual por el CRM, pudiendo contratar desde el plan más básico hasta el más completo. Considerando lo anterior, los ingresos pueden estimarse de la siguiente manera:

Tipo de cuota	Precio de software	Unidades económicas textil-vestido	Ingresos estimados (MXN)*	Ingresos estimados (USD)*
<b>Plan Básico</b>				
Mensual	\$ 135	75,003	\$ 10.1	\$ 0.638
Anual	\$ 1,600		\$ 120.0	\$ 7.5
<b>Plan Pro</b>				
Mensual	\$ 225	75,003	\$ 16.9	\$ 1.1
Anual	\$ 2,650		\$ 198.7	\$ 12.5
<b>Plan Multicanal</b>				
Mensual	\$ 449	75,003	\$ 33.7	\$ 2.1
Anual	\$ 5,200		\$ 390.0	\$ 24.6

\*Cifras expresadas en millones.

1. La clasificación que se utilizó para estimar la demanda, corresponde a los códigos 313, 314 y 315 del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN).
2. <http://www.idclatin.com/releases/news.aspx?id=1920>