

Plan de mejora para la empresa Coexnort S.A.

Edgar Santiago Muñoz Barrios

Trabajo de grado

Para optar al título en Negocios Internacionales

Dirigido por:

Gabriel Felipe Ospina Argote

**Universidad Santo Tomas
Negocios Internacionales
Bogotá D.C.
2021**

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a la compañía Coexnort S.A. no solo por permitirme realizar mis prácticas y desarrollar mis habilidades de manera profesional en la entidad, sino por la cooperación para llevar a cabo este trabajo.

También agradezco al docente Ernesto Arguello y al tutor Gabriel Ospina por orientarme y apoyarme en todo el proceso académico lo cual generó un producto y aprendizaje durante el semestre.

Resumen

En el presente proyecto, se presenta un Plan de mejora para la empresa Coexnort S.A. en donde se busca optimizar procesos tanto operativos como comerciales, incrementando la productividad y efectividad en sus actividades diarias. Este documento tiene el propósito de optar por el título de Negociador Internacional de acuerdo a la experiencia obtenida en la práctica profesional en la empresa Coexnort S.A. presentando el plan de mejora, en donde se logró evidenciar algunas falencias en sus procesos con clientes y proveedores, para esto se llevará a cabo un diagnostico interno que permita por medio de la matriz DOFA determinar las oportunidades de mejora en sus diferentes áreas.

Desde lo anterior, en este Plan de mejora, se pretende implementar un sistema CRM, generando cambios internos en sus técnicas, sistemas y cultura organizacional, examinando las características que permite optimizar la interacción con los proveedores y clientes. Generando una fidelización y manteniendo una comunicación asertiva.

Con la implementación de este sistema, se busca que Coexnort S.A. obtenga mayor rentabilidad al conocer mejor a sus proveedores y clientes de manera eficaz y eficiente agilizando procesos.

Palabras clave: Plan de mejora, optimizar, sistema CRM, comunicación asertiva.

Abstract

In this project, an improvement Plan is presented for the company Coexnort S.A. where it seeks to optimize both operational and commercial processes, increasing productivity and effectiveness in their daily activities. This document has the purpose of opting for the title of International Negotiator according to the experience obtained in the professional practice in the company Coexnort SA presenting the improvement plan, where it was possible to show some shortcomings in its processes with customers and suppliers, in order to This will carry out an internal diagnosis that allows through the SWOT matrix to determine the opportunities for improvement in its different areas.

From the above, in this Improvement Plan, it is intended to implement a CRM system, generate internal changes in its techniques, systems and organizational culture, examine the characteristics that allow optimizing interaction with suppliers and customers.

Generating loyalty and maintaining assertive communication

With the implementation of this system, it is intended that Coexnort S.A. obtain greater profitability by knowing better its suppliers and customers in an effective and efficient way, streamlining processes.

Key Words: Improvement plan, optimize, CRM system, assertive communication.

Tabla de contenido

Agradecimientos	2
Resumen	3
Abstract.....	4
Tabla de contenido.....	5
Lista de figuras	6
Lista de anexos	7
Parte I. Aspectos generales de Coexnort S.A.	10
Razón social.....	10
Plataforma Filosófica.....	11
Misión.....	11
Visión.....	11
Valores.....	11
Ubicación Geográfica Coexnort S.A.	12
Dirección sede principal	12
Sedes a nivel nacional:	12
Estructura Organizacional	13
Área donde se realizan las practicas	14
Jefe inmediato.....	14
Funciones Prácticas Profesionales en Agencia de Aduanas Coexnort Nivel 1	14
Matriz DOFA.....	15
Parte II. Planteamiento de plan de mejora	16
Planteamiento central del informe de prácticas	17
Limitaciones y alcances.....	17
Limitaciones	17
Alcances.....	17
Objetivos.....	18
Objetivo General.....	18
Objetivos Específicos	18
Parte III. Plan de mejora	19
Proceso de implementación CRM en la División Comercial	21
Conclusiones.....	24
Bibliografía.....	25
Anexos	26

Lista de figuras

Figura 1. Coexnort S.A. Agencia de Aduanas.....	10
Figura 2. <i>Organigrama por áreas de la empresa Coexnort S.A.</i>	13
Figura 3. <i>Género</i>	14
Figura 4. <i>Análisis DOFA</i>	15

Lista de anexos

Anexo 1. <i>Jerarquía</i>	26
Anexo 2. <i>Jefe inmediato</i>	27
Anexo 3. <i>Evidencia base de datos</i>	27
Anexo 4. <i>Evidencia contactos CRM</i>	27
Anexo 5. <i>Evidencias estadísticas</i>	28

Introducción

Las organizaciones durante años han estado en búsqueda de la productividad y competitividad en el mercado. Esto debido a la globalización, que ha traído consigo grandes avances tecnológicos, obligando a las organizaciones a replantear sus procesos internos aumentando su productividad y eficiencia que les permita permanecer activos en el mercado. Es por esto que se pretende plantear un plan de mejora para la empresa Coexnort S.A. (Coexnort S.A., 2021).

En el presente proyecto, se realizó un diagnóstico para conocer el estado actual de la empresa Coexnort S.A. específicamente en la División Comercial, determinando un plan de mejora orientado a implementar un sistema CRM. Según Hamilton y Law (2003), este sistema permite analizar el contacto con el cliente que a su vez genera una conducta del consumidor trayendo grandes ventajas a la organización. Por lo que permite contribuir al mejoramiento de sus debilidades que a su vez logren afianzar las fortalezas, con el objetivo de optimizar procesos comerciales y operativos de la organización de manera eficiente. (Coexnort S.A., 2021).

Teniendo en cuenta que en Coexnort S.A. especialmente en el Grupo Coex en la sucursal de Bogotá en la División Comercial se determinan debilidades y amenazas en las herramientas utilizadas internamente en esta división para la realización de sus procesos en especial la comunicación y seguimiento con sus clientes y proveedores, para así prevenir situaciones que a futuro puedan acarrear pérdidas o ineficiencia organizativa. Igualmente, este trabajo se postula colaborativa empresa – universidad con el propósito

de aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera con el fin de incidir en el desarrollo óptimo de la organización. (Coexnort S.A., 2021).

Inicialmente se llevará a cabo un diagnostico que nos permitirá conocer aspectos generales y específicos del Coexnort S.A. en donde se tendrán en cuenta la misión, visión, valores y la estructura organizacional.

Con base en el diagnóstico, se procede a realizar un análisis DOFA, en donde se evidencien las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de manera específica con las que actualmente cuenta la organización, que nos ayudará a determinar el método y las herramientas que se pueden llevar a cabo dentro de la empresa.

Como fase final, se presenta de manera detallada el Plan de mejora que debe implementar la organización para cumplir a cabalidad con sus objetivos propuestos que permitan optimizar los procesos facilitando de manera interna un buen control de sus clientes y proveedores.

Parte I. Aspectos generales de Coexnort S.A.

La empresa Coexnort S.A. se dedica al asesoramiento integral en el área de comercio exterior. Ofreciendo servicios aduaneros con calidad, seguridad y responsabilidad social. Solucionan de manera ágil y responsable procesos logísticos de carga de sus clientes en la importación o exportación, teniendo en cuenta la reglamentación aduanera. (Coexnort S.A., 2021).

Figura 1. Coexnort S.A. Agencia de Aduanas



Fuente: Coexnort S.A. (2021) Direccionamiento Estratégico - Planeación Estratégica Coexnort, Análisis interno y externo. Grupo Coex. <https://www.grupocoex.co/contactenos/>

Razón social

Agencia de Aduanas Comercio Exterior Del Norte S.A. Nivel 1

Plataforma Filosófica

Misión

Se caracterizan por su experiencia en las operaciones de comercio internacional que ha realizado por más de 37 años; Ofreciendo sus servicios aduaneros de manera responsable y seguro. Se mantienen en la búsqueda de generar lazos de amistad tanto con sus clientes como con sus proveedores, en temas de importación y exportación. Cuentan con herramientas que promueven el desarrollo económico entendiendo el funcionamiento del mercado internacional y la reglamentación aduanera. (Coexnort S.A., 2021, p. 1)

Visión

Se espera que en 5 años Coexnort S.A. obtenga un mayor reconocimiento en su labor como gestor aduanero en el mercado internacional. Por sus habilidades en la eficiencia de sus procesos, su confiabilidad y el buen uso de herramientas tecnológicas, novedosas implementaciones en sus sistemas de comunicación y su gran aporte a la sostenibilidad ambiental siendo así estos factores que lo diferencien de su competencia. Así mismo busca ser promotores de desarrollo e innovación entre las empresas y el mercado de agenciamiento aduanero. (Coexnort S.A., 2021, p. 1)

Valores

- Profesionalismo
- Compromiso
- Cumplimiento

Ubicación Geográfica Coexnort S.A.

Dirección sede principal

Cúcuta – Av. 7 N° 17 N – 92 Bodega N2 B5

La empresa Coexnort S.A. está ubicada en el municipio Los patios, del departamento Norte de Santander en el Área metropolitana de Cúcuta.

Sedes a nivel nacional:

Buenaventura

Cra. 5B N° 3 – 11 Of. 403, Centro empresarial Bahía

Ipiales

Cra. 6ª N° 13 – 04, Edificio Markus Of. 602

Bogotá

Av. Ciudad de Cali Av. Ferrocarril Cll. 20 N° 82 – 52 Of. 339 c.c y empresarial.

Cartagena

Tv. 51 N° 21 – 37 Of. 209 El Bosque

Barranquilla

Cll. 77 N° 65 – 37 Country Office Center Of. 157 - 158

Bucaramanga:

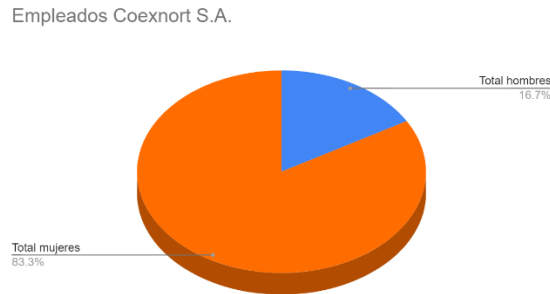
Cra. 24 N° 38 – 40

PLAN DE MEJORA PARA LA EMPRESA COEXNORT S.A.

14

En la siguiente representación gráfica, encontramos delimitados los empleados de Coexnort S.A. según su género. Evidenciando un total de 30 mujeres y 6 hombres en la organización.

Figura 3. *Género*



Fuente: Número de empleados: 36. Total hombres: 6. Total Mujeres: 30. Elaboración propia basado con los datos Coexnort S.A. (2021) Direccionamiento Estratégico - Planeación Estratégica Coexnort, Análisis interno y externo. Grupo Coex. <https://www.grupocoex.co/contactenos/>

Área donde se realizan las practicas

En la División Comercial de Coexnort S.A. se promueve, distribuye y comercializa los servicios prestados por la organización, brindando soporte y servicio posventa de manera continua a los clientes. Esta división está a cargo de la señora Marilyn Alcalá.

Jefe inmediato

Marilyn Alcalá – jefe de Zona Caribe.

Funciones Prácticas Profesionales en Agencia de Aduanas Coexnort Nivel 1

- Auxiliar comercial en búsqueda de nuevos clientes.
- Participación en ferias.
- Manejo de Legiscomex.

PLAN DE MEJORA PARA LA EMPRESA COEXNORT S.A.

15

- Armas ofertas comerciales de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Seguimiento a las ofertas entregadas.
- Brindar asesoría, orientación y estudio de mercados a clientes.
- Solicitud de información a clientes.
- Participación activa en reuniones entre clientes, comerciales y gerencia.
- Apoyos informativos por medio de Flyer, diapositivas e invitaciones.

Matriz DOFA

La matriz DOFA parte del diagnostico que se realizó en la división comercial, allí se logran evidenciar varios factores en los que la empresa Coexnort S.A. debe trabajar para conseguir los objetivos que se han trazado.

Figura 4. *Análisis DOFA*

Factores Internos	Factores Externos	Oportunidades O1. Atención personalizada con los clientes. O2. Varias sucursales en el país. O3. Fidelización de clientes.	Amenazas A1. Grupos de WhatsApp. A2. La interfaz que manejan internamente es Drive. A3. Precios de la competencia.
Debilidades D1. Gran rotación de personal. D2. No hay una herramienta que permita tener una base de datos de clientes y proveedores. D3. Demora en los procesos (envío de cotizaciones).		D1, D3 – O1, O3 Mejorar las ofertas laborales para que haya un sentido de pertenencia en sus colaboradores, así se logra una continuidad en los procesos que a su vez genera fidelización de clientes D2 – O1, O2 Es necesario una herramienta que se pueda utilizar en todas las divisiones y sucursales de la empresa para tener una buena comunicación con los clientes y proveedores.	D2 – A1, A2 Adquirir una nueva herramienta que facilite la comunicación con los clientes y proveedores formalmente. D3 – A3 Crear estrategias de mercado en la mejora de procesos y precios atacando a la competencia directa.
Fortalezas F1. Cuenta con certificaciones Business Alliance For Secure Commerce – BASC. F2. Utiliza plataformas para verificación aduanera: LegisComex, Treid, Alas y E-Business. F3. Calidad en sus procesos (Asesoría).		F1, F3 – O2 Dar a conocer los beneficios que cumple la marca en cuanto al cumplimiento de normatividad que hace que sus procesos sean de calidad. F2 – O1, O3 Analizar la utilización de estas plataformas que generan atención personalizada y fidelización de clientes.	F1, F3 – A3 Hacer partícipes a los comerciales en la creación de estrategias en cuanto a precios de la competencia. F2 – A1, A2 Revisar internamente la importancia de nuevas herramientas que ayuden con la agilidad de los procesos.

Fuente: Elaboración propia basado en Coexnort S.A. (2021) Direccionamiento Estratégico - Planeación Estratégica Coexnort, Análisis interno y externo. Grupo Coex. <https://www.grupocoex.co/contactenos/>

Parte II. Planteamiento de plan de mejora

Según Bose (2003), un CRM es la integración de tecnología y empresa que logra satisfacer la necesidad del cliente durante su interacción. Por lo que con esta combinación se busca entender al cliente y así poderle brindar una mejor atención dando eficacia a sus procesos.

Implementar un sistema CRM trae una variedad de beneficios, tanto colaborativos, operativos y analíticos. Este sistema es colaborativo en la manera en la que se interactúa con el cliente por medio de diferentes canales como chat, fax, web y e-mail. En la parte operativa se encuentran los registros como reclamaciones, compra de algún servicio por lo que en esta parte hay un back office. Y por último en la parte analítica, permite verificar y a su vez analizar el comportamiento que tiene el cliente con la empresa, por lo que ayudará en la toma de decisiones que se realicen de manera interna en la organización.

Otros de los beneficios u objetivos de implementar este sistema son:

- Incrementar las asesorías
- Identificar nuevas oportunidades de negocio
- Mejorar la eficiencia del servicio al cliente
- Mejorar los procesos personalizados

- Aumentar la fidelización de los clientes

Para garantizar el éxito de este sistema, es importante capacitar al personal que lo vaya a implementar en sus funciones diarias.

Planteamiento central del informe de prácticas

Limitaciones y alcances

Limitaciones

- Nueva inversión del capital de la empresa no presupuestada.
- Se necesita capacitar por lo menos a un 50% de personal de la organización.
- La decisión de implementar el proyecto queda a discreción de los socios de Coexnort S.A.

Alcances

- Se determina la viabilidad y ventajas de implementar un sistema CRM en la División Comercial de Coexnort S.A.
- La implementación de este sistema a futuro se puede llevar a cabo en toda la organización y no solo en la División Comercial de la misma.
- Facilitaría procesos en la División Comercial con la interacción de clientes y proveedores.

Objetivos

Objetivo General

Implementar un sistema CRM en la División Comercial que busca optimizar los procesos facilitando de manera interna un buen control de sus clientes y proveedores.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar los aspectos generales y específicos del Coexnort S.A. por medio de la misión, visión, valores y la estructura organizacional.
- Analizar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de Coexnort S.A. específicamente en la División Comercial.
- Establecer el plan de mejora en la División Comercial de Coexnort S.A. teniendo en cuenta el sistema CRM.

Parte III. Plan de mejora

La empresa Coexnort S.A. tiene como objetivo, ofrecer sus servicios aduaneros de manera responsable y segura, generando también una mejora en su relación con los clientes y proveedores por medio de herramientas que no solo promuevan el desarrollo económico de la empresa sino entendiendo la manera en la que funciona hoy en día el mercado internacional.

Con esto buscan un reconocimiento como uno de los gestores pioneros en el sector aduanero por su habilidad en la eficiencia de procesos y confiabilidad teniendo en cuenta el buen uso de sus herramientas tecnológicas. Con su profesionalismo, compromiso y cumplimiento.

A partir de los datos obtenidos en el análisis interno y externo de la empresa Coexnort S.A., pudimos determinar las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas de la misma, teniendo en cuenta sus características y el sector en el que se encuentra.

Cabe resaltar que, en sus factores externos las oportunidades con las que cuenta Coexnort S.A. es el buen manejo en la atención al cliente pues esta es personalizada lo que genera una confianza en sus procesos, igualmente la cobertura que ofrecen al tener varias sucursales en el país pues esto ha logrado una fidelización de clientes a lo largo del tiempo. En cuanto a las amenazas por medio de un benchmarking se determina que los precios de la competencia suelen ser más bajos y que su atención al cliente es mucho más formal pues cuentan con mecanismos que les ayuda a tener un seguimiento al cliente de

PLAN DE MEJORA PARA LA EMPRESA COEXNORT S.A.

20

manera eficaz. Teniendo en cuenta que Coexnort S.A. utiliza herramientas informales como WhatsApp y una única interfaz de almacenamiento de datos como Drive, que los expone a una pérdida de información en cualquier momento que afectaría de manera invaluable los procesos de la organización.

Por otro lado, se encuentran los factores internos, entre ellas las debilidades que afectan el buen funcionamiento de la organización. Se determinó que Coexnort S.A. tiene una gran rotación del personal y esto ha generado demora en los procesos tales como los envíos de cotizaciones al cliente o una continuidad de los procesos pues siempre hay alguien nuevo que no cuenta con herramientas en donde se encuentren los datos de los clientes como una base de datos, lo que produce más inconvenientes en la organización. Sin embargo, la empresa está al día certificaciones tales como Business Alliance For Secure Commerce – BASC. La utilización de plataformas para verificación aduanera: Legis Comex, Treid, Alas y E- Business. Y la calidad de sus procesos, específicamente en las asesorías a sus clientes.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se logra determinar una herramienta en el plan de mejora llamada CRM que beneficia los procesos de la organización de manera eficaz y eficiente. Esta herramienta permite tener un control de su base de datos tanto de clientes como de proveedores, a su vez una mejor comunicación con los mismos de manera formal, obteniendo más seriedad y compromiso. Igualmente permite a la División Comercial, tener un seguimiento de los correos, llamadas y el estado de los procesos que se ha tenido con los actores anteriormente mencionados por lo que facilitará sus tareas y obtendrá de manera organizada y estratégica un estudio de clientes que le permitirá hacer

la siguiente gestión, verificar que clientes no continuaron con los servicios prestados por lo que se pueden recuperar y por otro lado se evidenciará a los clientes potenciales. La implementación de este sistema tiene un beneficio más allá y es que previene la pérdida de información, beneficio con el que no cuenta la plataforma Drive que actualmente es utilizada en la empresa en casi un 90% de sus procesos. Lo más interesante de este sistema es que no va dirigido específicamente a una División de la empresa, sino que puede ser utilizada en todas las Divisiones por lo que facilitaría los procesos internos y externos de toda la organización.

Proceso de implementación CRM en la División Comercial

La División Comercial realizó un análisis detallado de los clientes de manera individual, en este análisis se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

- Comportamiento
- Preferencias
- Rentabilidad con Coexnort S.A.
- Fidelización

Luego de realizar dicho análisis, se integró la información en una nueva base que permitió clasificar los clientes así:

- Verde: clientes activos
- Amarillo: clientes medianamente activos
- Rojo: clientes no activos

Para ingresar los datos al sistema CRM, se usó la versión gratuita de CRM Zoho, luego se realizó la capacitación a todo el personal de la División Comercial, en total

PLAN DE MEJORA PARA LA EMPRESA COEXNORT S.A.

22

6 personas; dicha capacitación tuvo una duración de una semana y sesiones de dos horas por un integrante de la División Administrativa y contable, en esta capacitación se explicó al personal las funciones netamente comerciales:

- Mailing,
- Bases de datos,
- Búsqueda de clientes,
- Clasificación de clientes,
- Registro de llamadas,
- Estado de seguimiento y
- Estadísticas

Teniendo en cuenta dichos resultados, se ingresa esta base de datos al sistema CRM, para realizar “Marketing de base de datos” en donde se clasificaron los mensajes que debían llegar dependiendo la situación actual del cliente con Coexnort S.A.

Es decir, a los clientes activos se les envió un mensaje de agradecimiento por los servicios adquiridos durante años, a los clientes medianamente activos se les envió un mensaje en donde se les presentó los servicios de su interés de manera detallada para que siguieran en contacto con Coexnort S.A. y a los clientes no activos se les envió un mensaje en donde se les recordó todos los servicios que Coexnort S.A. presta a sus clientes con la intención de persuadir su atención e igualmente una actualización de datos para seguir en contacto.

PLAN DE MEJORA PARA LA EMPRESA COEXNORT S.A.

23

La implementación de este CRM permitió a la División Comercial, tener de manera detallada unas estadísticas, que arrojaban si los mensajes que se enviaron habían sido leídos o ignorados por el cliente, a su vez la respuesta dada por los mismos.

Esta estrategia permitió que un 12% de clientes medianamente activos pasaran a ser clientes activos y un 4% de los clientes inactivos pasaran a ser clientes activos.

Aunque se obtuvieron grandes alcances con esta prueba gratuita de CRM, la propuesta no fue aprobada por parte de los accionistas de Coexnort S.A. ya que la implementación de este sistema abarca una inversión de \$65 USD mensuales no presupuestados para el 2021. Sin embargo, la propuesta fue supervisada por mi jefe inmediato Marilyn Alcalá quien puede presentar la propuesta con el fin de aprobarla para el 2022.

Conclusiones

Coexnort S.A. es una agencia aduanera de carácter privado con presencia a nivel nacional lo que le permite establecerse en los principales puertos y zonas comerciales del país, Su objetivo principal es brindar asesorías de comercio exterior y ejecutarlas. Cuenta con una gran trayectoria en el mercado generando confianza en cada uno de sus procesos y servicios ante clientes y proveedores.

Durante la realización de la práctica profesional, se logra evidenciar algunas falencias en los procesos de la División Comercial por lo que se determinó realizar un diagnóstico interno, que permitiera conocer a profundidad los problemas con los que cuenta la empresa. Es por esto que se determinó una mejora tecnológica interna para que sus procesos sigan siendo de calidad y haya una mayor fidelización de clientes. En donde se recomienda implementar un sistema CRM que permita una comunicación formal y un seguimiento de procesos tanto con los clientes como con los proveedores, principalmente en la División Comercial. Para realizar esta implementación también se requiere generar un sentido de pertenencia en sus colaboradores pues estos deberán ser capacitados para el buen manejo de la plataforma, por lo que no es conveniente la gran rotación de personal. Finalmente, la implementación de este sistema logra que Coexnort S.A. tenga una ventaja competitiva sostenible, al tener más control de sus clientes y proveedores de manera detallada, mejorando los procesos internos en toda la organización y su visibilidad externa logrando así su objetivo de obtener un mayor reconocimiento en su labor como gestor aduanero en el mercado internacional.

Bibliografía

Agudelo, M., Alveiro, C., Saavedra, B. & Ramiro, M. (2013). El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 17(1), 130-151.
<https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935480005.pdf>

Coexnort S.A. (2021) *Direccionamiento Estratégico - Planeación Estratégica Coexnort, Análisis interno y externo*. Grupo Coex. <https://www.grupocoex.co/contactenos/>

Anexos

Anexo 1. Jerarquía

Áreas	N° Empleados
Asamblea de socios	5
Dirección General	1
Revisor Fiscal	1
Gerencia Operativa y Administrativa	1
Director de Innovación	1
Seguridad y salud en el trabajo	1
Líder de calidad y seguridad	1
División operativa sucursal Buenaventura	3
División operativa sucursal Ipiales	2
División operativa sucursal Bucaramanga	1
División operativa sucursal Cúcuta	3
División operativa sucursal Bogotá	2
División operativa sucursal Cartagena	6
División operativa sucursal Barranquilla	3
División comercial	6
División administrativa	6
Pasantes	6

Fuente: Elaboración propia basaso en Coexnort S.A. (2021) Direccionamiento Estratégico -
Planeación Estratégica Coexnort, Análisis interno y externo. Grupo Coex.
<https://www.grupocoex.co/contactenos/>

PLAN DE MEJORA PARA LA EMPRESA COEXNORT S.A.

27

Anexo 2. Jefe inmediato



Marilyn Alcalá
Jefe Zona Caribe



Móvil: +57 317 6571451

Email: malcala@coexnort.com



“Lo difícil lo hacemos ya. Lo imposible, nos demoramos un poco.”

www.grupocoex.co

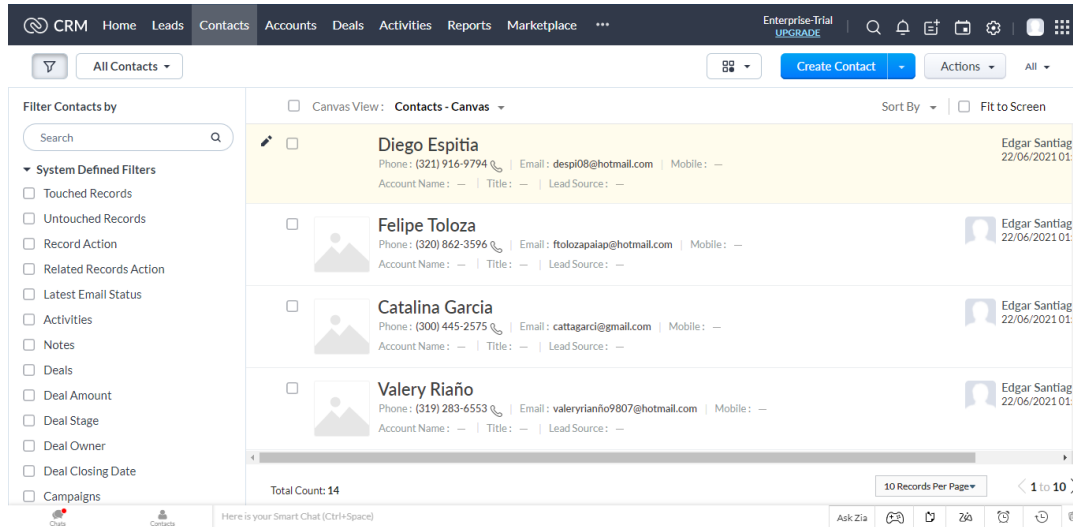
Fuente: basaso en Coexnort S.A. (2021) Direccionamiento Estratégico - Planeación Estratégica Coexnort, Análisis interno y externo. Grupo Coex. <https://www.grupocoex.co/contactenos/>

Anexo 3. Evidencia base de datos

#	Nombres	Apellidos	# celular	Residencia	Tipo cliente	Cantidad de servicios adquiridos del mes
1	Valery	Riaño	3192836553	Cartagena	Cliente activo	3
2	Catalina	García	3004452575	Cartagena	Cliente medianamente activo	2
3	Felipe	Tolosa	3208623596	Cartagena	Cliente inactivo	0
4	Diego	Espitia	3219169794	Cartagena	Cliente inactivo	0
5	Juan David	Buenahora		Cartagena	Cliente activo	2
6	Maria Fernanda	Casallas	3007621244	Cartagena	Cliente activo	3
7	Sebastian	Suspes	3188525968	Cartagena	Cliente activo	2
8	Monica	Molano	3192481527	Bogotá	Cliente medianamente activo	1
9	karen	Mendez	3214367751	Bogotá	Cliente medianamente activo	1
10	Laura	Ibague	3194575280	Bogotá	Cliente medianamente activo	2
11	Cristian	Casas	3164646030	Bogotá	Cliente inactivo	0
12	David	Sanchez	3102956827	Bogotá	Cliente inactivo	0
13	Carlos	Heredia	3143020060	Bogotá	Cliente activo	3
14	David	Salas	3118562489	Bogotá	Cliente inactivo	0
15	Jairo	Lopez	3155220972	Bogotá	Cliente activo	3
16	Carlos	Espitia	3008077227	Bucaramanga	Cliente activo	3

Fuente: Elaboración propia basaso en Coexnort S.A. (2021) Direccionamiento Estratégico - Planeación Estratégica Coexnort, Análisis interno y externo. Grupo Coex. <https://www.grupocoex.co/contactenos/>

Anexo 4. Evidencia contactos CRM



Fuente: Elaboración propia basaso en Coexnort S.A. (2021) Direccionamiento Estratégico - Planeación Estratégica Coexnort, Análisis interno y externo. Grupo Coex.
<https://www.grupocoex.co/contactenos/>

Anexo 5. Evidencias estadísticas



Fuente: Elaboración propia basaso en Coexnort S.A. (2021) Direccionamiento Estratégico - Planeación Estratégica Coexnort, Análisis interno y externo. Grupo Coex.
<https://www.grupocoex.co/contactenos/>