

MERCADEO ESTRATEGICO CON HERRAMIENTAS DE GESTION COMERCIAL (SOFTWARE), APOYO AL AREA DE MERCADEO DE LA UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL SOCORRO SANTANDER.

Investigadores: **Roney Suarez Suarez**
Ingeniero de Sistemas
e-mail: roney.suarez@mail.unilibresoc.edu.co
Celular N°: 3168208827
Docente Programa de Contaduría Pública

Juan Carlos Salamanca Galviz
Administrador Financiero.
e-mail: juan.salamanca@mail.unilibresoc.edu.co
Celular N°: 3175137443
Docente Programa de Contaduría Pública

Grupo de investigación: Comuneros

RESUMEN

El profesor Michael Porter, en su análisis de “Las Estrategias Genéricas” (Harvard Business School (Porter, 1980, 1985)), plantea que las opciones básicas que enfrentan las organizaciones empresariales se encuentra centrado en el alcance de los mercados y como compete en este. Identificando como una organización puede lograr posiciones ventajosas, donde el principal beneficio esta en la diferencia entre sus ingresos y gastos.

Define adicionalmente que una alta rentabilidad es fruto de la consecución de costos más bajos o los precios más altos en relación con la competencia y es en la diferenciación donde la ventaja competitiva empieza a jugar su papel predominante en el mercado.

Partiendo de la anterior reflexión, las oportunidades para crecer y mantenerse en una aldea global y competitiva, radica en no olvidar las oportunidades de aumentar nuestra posición en el mercado, desarrollando análisis estratégicos con el claro objetivo de éxito.

Desarrollar herramientas de Software Comercial son elementos que garantizan una mejor planeación de mercados, logrando beneficios para la organización en tiempo, gestión y calidad de información, frente a los resultados de posicionamiento. Es mejorar los canales en función de alcanzar el mercado objetivo integrando información en función de los clientes.

El éxito financiero de las organizaciones se considera que debe estar relacionado en función de dos variables: “Estrategias Financieras y Estrategias de Marketing”. Las organizaciones empresariales deben entender que el Marketing juega un papel importante como estrategia de éxito. Se debe entender que las relaciones con los clientes se deben mejorar cada día y solo con estrategias de tecnología podemos garantizar este objetivo, se genera la oportunidad de poder analizar cuidadosamente las necesidades del cliente y su seguimiento metódico.

Palabras Relacionadas

Software, mercadeo, clientes, perfiles, escolaridad, programas académicos, contactos.

Abstract

The professor Michael Porter, in his analysis of *The Generic Strategies* (Harvard Business School. (Porter, 1980, 1985)), present that he finds the most basic options that the business organizations confront centered in the reach of the markets and as he competes in this. Identifying as an organization can achieve vantage points, where the main benefit this in the difference between his income and expenditures.

Defining as well that a high profitability is lowermost fruit of the attainment of costs or the higher prices relating to the competition and it is in differentiation where competitive advantage starts to play its prevailing role on the market.

Departing from the previous reflection, the opportunities to grow and to support oneself at a global and competitive village, consist in not forgetting the opportunities to increase our position on the market, developing strategic analysis with the objective successful clearing.

Unrolling Commercial Software's tools they are elements that guarantee a better planning of markets, achieving benefits for the organization in time, step and quality of information, in front of the results of positioning. It is improving the canals in terms of attaining the target market integrating information in terms of the customers.

The financial success of the organizations is considered that it should be related in terms of two variables: "Financial Strategies and Strategies of Marketing ". Business organizations should understand that Marketing plays an important role like successful strategy. He should be understood for you to relate them to the customers they should get better every day and solo with strategies of technology we can guarantee this objective, the opportunity to be able to analyze the customer's needs and his methodical follow-up carefully is generated.

INTRODUCCIÓN

En un mercado globalizado como el nuestro, donde la gerencia del servicio ha planteado unos estándares comunes de calidad y entendimiento, la masificación de los sistemas de información y las fuertes campañas de mercadeo y publicidad requieren mayores niveles de gerenciamiento por la competencia directa e indirecta que se puede generar dentro de un mismo mercado y/o segmento.

La velocidad a la que la información cambia, las personas cambian, los proyectos cambian, requieren de nuevas metodologías para la gestión de la información. En una aldea global en la que cada cliente es único, la segmentación y comunicación personalizada son dos claves del éxito. Aportar flexibilidad y control.

Las razones de éxito y sobrevivencia de las organizaciones están direccionadas en función de los clientes, el mantenimiento de los mismos y la satisfacción de sus deseos, necesidades y expectativas con calidad, requieren en el día a día una mayor dedicación y personal calificado, dotado de herramientas tecnológicas que faciliten la toma de decisiones y la administración comercial de resultados con indicadores de eficiencia y efectividad relevantes.

Las herramientas informáticas complementan el gerenciamiento de los prospectos y futuros estudiantes nuestros en cada una de las ofertas educativas presentadas por la universidad.

El uso de las herramientas informáticas facilitara el desarrollo de nuevos procesos y mejor distribución racional de labores comerciales, ser más eficientes y efectivos en mercadeo, es direccionar un nuevo horizonte ajustado a los lineamientos comerciales globalizados.

Descripción del Problema de investigación.

En la actual economía competitiva, donde priman conceptos como: *Imagen e Identidad corporativa, capital humano, comunicación Empresarial y TIC*, nos encontramos y enfrentamos cada día con empresas que necesitan con urgencia adoptar y desarrollar nuevas e innovadoras *formas de mercadeo*, puesto que los antiguos métodos de publicidad y captación de clientes están quedando obsoletos y relegados por ser la mayor de las veces publicidad invasiva (spam), bases de datos, telemarketing o estrategias que no integran la tecnologías y herramientas de comunicación correctamente. Lo anterior sumado a limitaciones de costos, falta de tiempo y personal inadecuado para tomar correctas decisiones.

En la actualidad un departamento de mercadeo debe asumir la filosofía integral del mercadeo; orientando sus esfuerzos a la consecución de clientes fidelizados mediante productos y servicios altamente capaces de responder las variables de consumo y exigencias del mercado. El correcto funcionamiento de esta área depende sustancialmente de la coordinación de procesos, feedback, motivación del grupo de trabajo y un ambiente de información integrado. Son estos conceptos los que muchas empresas no ejecutan correctamente cometiendo errores y fracasos graduales. No logrando nexarlos y unificarlos.

Ante esta problemática se plantea mediante herramientas, estrategias e innovación; para planificar y establecer una correcta *comunicación comercial* entre la empresa y sus diferentes públicos, segmentos y targets objetivos.

Desarrollando *Estrategias de Mercadeo* que posicionen y den a conocer de mejor forma los servicios y productos de su oferta comercial; potenciando la Identidad e Imagen de marca, no sólo en las áreas físicas que engloba el mercadeo. De tal forma que el uso de software facilita la labor comercial, el registro y seguimiento de prospectos y futuros clientes.

Formulación del Problema.

Se logra ser más dinámicos y proactivos en el gerenciamiento comercial del Departamento de mercadeo de la Universidad Libre Seccional Socorro con la utilización de un software de gestión comercial?

Sistematización del Problema.

- ✦ Con la existencia de un software de gestión comercial se logra optimizar las actividades de mercadeo?
- ✦ Hacer seguimiento comercial a través de un software de gestión permitirá obtener mejores resultados comerciales en la vinculación de estudiantes?
- ✦ El Departamento de mercadeo podrá optimizar mejor su tiempo en la gestión comercial con la utilización de un software de gestión?
- ✦ Con la implementación de un software de gestión comercial se tienen mejor control de indicadores de cumplimiento comercial?
- ✦ Con la utilización de un software de gestión comercial es mas fácil direccionar labores del Dpto. de mercadeo?

Variable del Problema.

Dependientes

- ✦ Número de Contactos realizados
- ✦ Número de clientes gerenciados
- ✦ Número de empleados con acceso a la información de mercadeo.
- ✦ Número de programas académicos ofertados.

Independientes

- ✦ Número de clientes matriculados en programa académicos.
- ✦ Nivel de aceptación de los clientes de los programas ofrecidos.

Hipótesis.

- ✦ La existencia de un software de gestión comercial logra optimizar las actividades de mercadeo.
- ✦ Hacer seguimiento comercial a través de un software de gestión permite obtener mejores resultados comerciales en la vinculación de estudiantes
- ✦ El Departamento de mercadeo optimiza mejor su tiempo en la gestión comercial con la utilización de un software de gestión.
- ✦ La implementación de un software de gestión comercial permite tener mejor control de indicadores de cumplimiento comercial.
- ✦ La utilización de un software de gestión comercial facilita direccionar labores del Dpto. de mercadeo.

Objetivos

General

Desarrollar un software de Gestión Comercial como apoyo al área de Mercadeo de la Universidad Libre, Seccional Socorro Santander.

Específicos

- ◆ Definir las variables de análisis en la gestión comercial
- ◆ Definir los componentes sistémicos componentes de un software de gestión comercial.
- ◆ Analizar la importancia del uso del software en la gestión comercial.
- ◆ Permitir mejorar herramientas de gestión comercial.
- ◆ Validar los elementos diferenciadores en la gestión de mercadeo con el uso de software de gestión comercial.
- ◆ Implementar el uso de herramientas informáticas en el desarrollo de gerenciamiento comercial.

Justificación

En un mercado globalizado como el nuestro, donde la gerencia del servicio ha planteado unos estándares comunes de calidad y entendimiento, la masificación de los sistemas de información y las fuertes campañas de mercadeo y publicidad requieren mayores niveles de gerenciamiento por la competencia directa e indirecta que se puede generar dentro de un mismo mercado y/o segmento.

La velocidad a la que la información cambia, las personas cambian, los proyectos cambian, requieren de nuevas metodologías para la gestión de la información. En un mundo en el que cada cliente es único la segmentación y comunicación personalizada

Son dos claves del éxito. Aportar flexibilidad y control.

Las razones de éxito y sobrevivencia de las organizaciones están direccionadas en función de los clientes, el mantenimiento de los mismos y la satisfacción de sus deseos, necesidades y expectativas con calidad, requieren en el día a día una mayor dedicación y personal calificado, dotado de herramientas tecnológicas que faciliten la toma de decisiones y la administración comercial de resultados con indicadores de eficiencia y efectividad relevantes.

Para el Departamento de mercadeo de la Universidad Libre, seccional Socorro, es de vital importancia contar con herramientas informáticas que complementen el gerenciamiento de los prospectos y futuros estudiantes nuestros en cada una de las ofertas educativas presentadas por la universidad.

El uso de las herramientas informáticas facilitara el desarrollo de nuevos procesos y mejor distribución racional de labores comerciales, ser más eficientes y efectivos en mercadeo, es direccionar un nuevo horizonte ajustado a los lineamientos comerciales globalizados.

Delimitación

El proyecto de investigación termina con la presentación del software de gestión comercial como producto final.

METODOLOGÍA

La investigación esta dentro de la Línea Aplicada.

El diseño de la investigación se conformo considerando los niveles: exploratorio, descriptivos y explicativos, abordando cada uno de los objetivos, las técnicas (medios empleados para recolectar el dato e información) e instrumentos que se emplearan de acuerdo a la naturaleza del datos e información, las fuentes de información (primarias y secundarias).

El proceso de la investigación esta debidamente establecido considerando que es un proceso riguroso de manera lógico que permita la adquisición del conocimiento. El tipo de estudio considerara el método de observación, el método inductivo, deductivo, de análisis, de síntesis, comparativo, el dialéctico, el estadísticos u otros que responden a la naturaleza de la investigación; todo ello relacionado con las fuentes y técnicas para la recolección de dato e información.

La investigación se desarrolla ajustada a los marcos legales colombianos sobre el referente y a la Constitución política de Colombia.

- ◆ LEY 23 DE 1982, SOBRE DERECHOS DE AUTOR.
- ◆ LEY 1032 DE 2006, CODIGO PENAL.

RESULTADOS

El aplicativo informático producto de esta investigación fue realizado utilizando la suite de programación Microsoft Visual Studio 2008 y como motor de base de datos MySql, lo que garantiza su capacidad de funcionamiento multiusuario, su fácil y seguro crecimiento tanto a nivel de usuarios como de almacenamiento; de igual forma el uso de diversos componentes de diseño le permiten a sus potenciales usuarios contar con una herramienta agradable y funcional para su trabajo diario.

Figura1. Formulario Inicio Programa



The screenshot shows a login window titled "Software para el Apoyo a la Gestión del Área de Mercadeo" with a red header. Below the title, it says "Versión 1.0" and features the logo of Universidad Libre Colombia. The form includes three input fields: "Usuario" (containing "RAS1"), "Contraseña" (with asterisks), and "Periodo" (a dropdown menu). Below these is a "Nombre Completo" field containing "RONEY SUAREZ". A "Salir" button is located at the bottom right. The footer contains "Copyright 2011".

El ingreso al software se realiza desde un formulario de inicio en el cual se valida el nombre de usuario, la contraseña y el período actual de trabajo; a nivel de usuarios del software se manejan tres tipos: Superusuario con la autonomía de realizar todas las acciones incluida la de crear usuarios. El usuario normal con la capacidad de realizar acciones de creación, modificación y eliminación de registros, y el usuario visitante con solo el permiso de consulta de información. A continuación se puede observar el menú principal del software desde el cual podemos acceder a diferentes módulos que lo componen:

Figura 2. Formulario Principal del software



A continuación se describen los módulos más importantes que componen el programa:

1. Instituciones Educativas (Colegios)

Figura 3. Formulario Instituciones Educativas

Datos Personales			
Nombre	COLEGIO MUNICIPAL INTEGRADO		
Ciudad	Dirección	Telefono	
SOCORRO	CARRERA 15 NRO 5-10	7274510	
Director	Modalidad		
LUIS PEREZ	Académico		

En este módulo se administra la información referente a todas aquellas instituciones educativas del área de influencia de la universidad. Esta información es importante en el marco de las estrategias de mercadeo de la universidad, ya que estas instituciones son las generadoras de la materia prima de los estudiantes de pregrado, y específicamente para algunos programas de la universidad, las modalidades académicas

especiales de los colegios como la Comercial y Agropecuaria son enlaces directos para la continuidad de sus planes de estudios.

A partir de este módulo se pueden generar los siguientes listados:

- ◆ **Ciudades:** Permite generar un listado de todas las instituciones educativas ordenadas por su ciudad de ubicación.
- ◆ **Modalidades:** Listado de las instituciones educativas agrupadas de acuerdo a su modalidad académica (Académico, Agropecuario, Pedagógico, Técnico Comercial, Técnico Industrial).
- ◆ **Alumnos por programa:** Listado de los alumnos egresados de la institución educativa y que han cursado ó estén cursando un programa académico de la universidad, el cual ha sido seleccionado previamente.
- ◆ **Contactos por Fecha:** Permite generar un listado con los contactos realizados a los estudiantes de una institución educativa, de acuerdo a un rango de fecha.

2. Empresas

En este módulo se administra la información de las empresas del área de influencia de la universidad.

Figura 4. Formulario Datos Personales

Datos Personales			
Nombre	Representante		
UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL SOCORRO	NELSON OMAR MANCILLA		
Ciudad	Dirección	Telefono	Correo Electrónico
SOCORRO	CAMPUS MAJAVITA	7276500	unilibre@edu.co

La importancia de esta información para labores de mercadeo, se centra en la posibilidad de tener un grupo de candidatos con necesidades específicas de formación académica de acuerdo al sector de su empresa, tanto para programas de pregrado, diplomados y postgrados, además

de contar con la posibilidad de generar los siguientes listados:

- ◆ **Alfabético:** Listado de empresas ordenadas alfabeticamente.
- ◆ **Ciudades:** Listado de empresas ordenadas por ciudad de ubicación.
- ◆ **Contactos:** Listado de contactos realizados a los empleados de la empresa en un rango de fecha.
- ◆ **Egresados:** Listado de empleados que han cursado algún programa académico de la universidad y que actualmente están laborando en la empresa.
- ◆ **Matriculados:** Listado de empleados de la empresa que actualmente están adelanto estudios en la universidad.

3. Programas Académicos

En este módulo se administra la información referente a los diversos programas académicos ofrecidos por la Universidad en su sede del Socorro. La importancia de esta información para labores de mercadeo, radica en la posibilidad de poder ofrecerle a nuestro cliente datos precisos y concretos del programa (valor, horario, duración, contacto, descripción general) que se está ofreciendo, en el momento de estar realizando un contacto.

Figura 5. Formulario Programas Académicos

Nombre	Facultad
Contaduría Pública	Contaduría Pública

Valor Curso	Horario	Duración	Contacto
2100000	Nocturno Lunes-Viernes	10 semestres	Johana Cardenas

Descripción General
Buenos Profesores, Excelente contenido

A partir de este módulo se pueden generar los siguientes listados:

- ◆ **Contactos por Fecha:** Permite generar un listado con los contactos realizados a los clientes, ofreciendo el programa académico en pantalla de acuerdo a un rango de fecha.

- ◆ **Egresados:** Listado de estudiantes que han terminado los estudios del actual programa académico.
- ◆ **Matriculados:** Listado actual de estudiantes que están cursando el actual programa académico.

4. Clientes

Figura 6. Formulario Módulo Información

Datos Personales	
Identificación	91475635
Apellidos	SUAREZ SUAREZ
Nombres	RONEY ARMANDO
Sexo	Masculino
Estado Civil	Casado(a)
Fecha Nmta	03/02/1975
Edad	35 Años
Correo Electrónico	roneysu@hotmail.com
Dirección	CASA 6
Telefonos	3168208827
Ciudad	SOCORRO

Datos Laborales	
Empresa Actual	UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL SOCORRO
Cargo	DOCENTE MEDIA JORNADA

Datos Académicos	
Colegio Bachillerato	CUS
Profesión Actual	INGENIERIA DE SISTEMAS
Escolaridad	Maestría

Egresado		
Programa Académico	Fecha Terminación	
Contaduría Pública	2010-12-10	*

En este módulo se administra la información, referente a las personas potencialmente clientes de los distintos programas académicos ofrecidos por la Universidad en su sede Socorro, ya sea desde su condición de

egresado ó sin ningún tipo de vinculo con ella pero con la perspectiva de de ingreso. Para cada cliente de la universidad se manejan los siguientes datos:

Datos Personales: Identificación, Apellidos, Nombres, Sexo, Estado Civil, Fecha de nacimiento, correo electrónico, Dirección, Telefonos, Ciudad de residencia.

Datos Laborales: Empresa (Módulo Empresas) y cargo actual en la empresa.

Datos Académicos: Colegio Bachillerato (Módulo Instituciones Educativas), Profesión actual y nivel de escolaridad (Básica, Técnica, Tecnológica, Universitaria, Especialización, Maestría y Doctorado); y un listado con los programas cursados en la universidad con su respectiva fecha de culminación.

A partir de esta formulario con los datos de un cliente se pueden acceder a los siguientes módulos relacionados con actividades de mercadeo y académicas.

A partir de este módulo se pueden generar los siguientes listados:

- ◆ **Alfabético:** Listado de clientes ordenados alfabeticamente.
- ◆ **Ciudades:** Listado de clientes agrupados por ciudad de residencia.
- ◆ **Profesión:** Listado de clientes agrupados por profesión.
- ◆ **Nivel Escolaridad:** Listado de clientes agrupados por su nivel de escolaridad.
- ◆ **Cumpleaños:** Listado de clientes que cumplen años en el mes actual.

También a partir de este módulo se tiene acceso a otros relacionados con las actividades de mercadeo y académicas, del estudiante cuyos datos actualmente se visualizan en la pantalla, los cuales se relacionan a continuación:

4.1. Contactos

Figura 7. Formulario Registro de Contactos realizados por Cliente

Número	Fecha	Programa Académico	Nivel Aceptación	Responsable
7	2010/08/28	Administración de Empresas	Bueno	RONEY SUAREZ
*				

En esta ventana se obtiene una relación de todos los contactos de mercadeo realizados al actual cliente, en donde se puede apreciar información referente a la fecha, programa académico ofrecido, nivel de aceptación y el responsable del contacto. El objetivo de esta información es poder optimizar la realización de

contactos hacia los clientes, buscando evitar incomodidades y tener un mejor seguimiento de las actividades realizadas en el.

Figura 8. Formulario Información de Referidos por Cliente

Software Mercadeo Unilibre Usuario actual: RONEY SUAREZ

4.2. Referidos

En este módulo se puede consultar la información relacionada a quien fue la persona que refirió a nuestro cliente actual (Referido por:), y cuales han sido

las personas referidas por nuestro cliente actual, pasando de un estado de referido temporal (estado inicial cuando simplemente conocemos sus datos básicos y no ha sido creado en el software), a un estado de Referido Creado (ya esta creado en el software). Esta información de referidos es importante debido a las políticas de la universidad de entregar una bonificación en dinero a aquellas personas que traen clientes nuevos y estos se matriculan en programas académicos.

A partir de este módulo se pueden generar los siguientes listados:

- ◆ **Referidos Temporales:** Datos de personas que han sido referidos por nuestros clientes pero aún no han sido creados en el software.
- ◆ **Liquidación Período:** Liquidación en el período actual, de la bonificación a que tiene derecho nuestro cliente, cuando uno de sus referidos se matricula en un programa de la universidad.

5. Registro de Contactos

Figura 9. Formulario Registro de Contactos

En este módulo se registra la información referente a los contactos de mercadeo realizados a los clientes de la universidad, en los cuales se les ofrece un programa académico y se registra la actividad realizada además del grado de aceptación mostrado por el cliente.

A partir de este módulo se pueden generar los siguientes listados:

- ◆ **Programa:** Datos de personas que han sido contactadas en un rango de fecha ofreciendo un Programa Académico seleccionado.
- ◆ **Responsable:** Listado de contactos realizados en un rango de fecha por un usuario del software.
- ◆ **Tipo de Contacto:** Listado de contactos realizados en un rango de fecha agrupados por el tipo de contacto.
- ◆ **Grado de Aceptación:** Listado de contactos realizados en un rango de fecha agrupados por el grado de aceptación.
- ◆ **Total:** Listado total de contactos realizados en un rango de fecha.

6. Generación de Candidatos

Figura 10. Formulario Generación de Candidatos

The screenshot shows a software window titled 'candidatos' with a menu bar containing 'Nueva', 'Imprimir', 'Generación', 'Excel', 'Destinatarios', and 'Cerrar'. The main area is divided into three sections: 'Datos Personales', 'Datos Académicos', and 'Datos Laborales'. Below these sections is a table with the following data:

Identificación	Nombres	Nro Telefónico	Correo Electrónico	Ciudad
▶ 91475635	RONEY ARMANDO SUAREZ SUAREZ	3168208827	roneysu@hotmail.com	SOCORRO
* [Empty]	[Empty]	[Empty]	[Empty]	[Empty]

En este módulo es donde se genera el listado de los posibles candidatos a cursar un programa académico de la universidad. Estos grupos son generados de acuerdo a un perfil seleccionado por el usuario, mediante la combinación de las siguientes variables:

Datos Personales: Sexo, Estado Civil, Ciudad, Edad.

♦ **Datos Académicos:** Colegio, Modalidad,

Escolaridad, Egresado, Programa.
♦ **Datos Laborales:** Profesión, Empresa, Cargo.

Se pueden obtener cerca 110 perfiles diferentes, lo que permite crear grupos de candidatos con las mejores opciones para ofrecer un programa determinado de la universidad, de esta manera las acciones de mercadeo están mejor enfocadas y abarcando grupos de clientes más completos.

CONCLUSIONES

Los procesos de gestión comercial, requieren poder desarrollar presupuestos claros ajustados a la realidad, con información confiable, eficiente y realista. Tareas que para las organizaciones resulta compleja por la variable tiempo, donde el ser humano tiene que hacer niveles de esfuerzo superior para el logro de los objetivos y rendir informes en el día a día sobre los avances en la gestión comercial.

Son los software de gestión comercial, el desarrollo de elementos en función de optimizar el mercadeo. La información suministrada será inmediata a disposición de todas las áreas de la universidad en función de cada uno de los requisitos de entrada de datos, permitiendo generar informes de cumplimiento y gestión comercial, identificando segmentos potenciales y áreas donde se debe intensificar las estrategias comerciales; todo parametrizado sobre mediciones diarias, semanales, mensuales, entre otras.

Son estas mediciones las que permiten poder dar el gran salto de ser reactivos a una proactividad armónica comercial, identificando variables fuera de foco y adoptando con total celeridad medidas correctivas.

Hoy día resulta difícil aceptar la búsqueda y desarrollo de estrategias comerciales competitivas sin la existencia de una excelente herramienta (Software) de gestión comercial partiendo del análisis que los cliente deben ser el activo más valioso y representativo de las organizaciones, donde la premisa fundamental gire entorno a tener los mejores clientes y efectividad en la interacción con cada uno de ellos.

Son nuestros clientes una clara oportunidad única para fortalecer la oferta de programas educativos, promulgar la lealtad y mejorar los niveles de aceptación de nuestra oferta. Y es en este punto de no regreso donde el software de gestión comercial, permite integrar toda la información de nuestros clientes, logrando hacer un mejor seguimiento de estos, ayudando a la gestión comercial de forma dinámica optimizando la gestión de marketing.

Lograr el desarrollo del Software de Gestión Comercial, permite poder satisfacer las necesidades en función de la salud financiera, optimizar costos y generar decisiones efectivas, con estrategias competitivas diferenciadoras. Ofreciendo un servicio de calidad ajustado a las necesidades de cada cliente de forma personalizada, logrando satisfacer sus necesidades y deseos en función de mejorar los momentos de verdad en el primer acercamiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **El servicio en acción: la única forma de ganar todos**, Jorge Eliécer Prieto Herrera, 1ªed. 2005, 128 pp. (17x24 cm) ISBN 958-648-401-7
2. **EL Servicio Invisible. Fundamento de un buen servicio al cliente**, Humberto Domínguez Collins (Ecoe-U Sergio Arboleda), 1ªed. 2006, 176 pp (14x21 cm), ISBN 958-648-426-2
3. **Sistema de Información Gerencial**, OBRIEN, James, Ed. Mac Graw Hill
4. **Lógica de Programación**. Efraín M. Oviedo Regino. 2ªed. 2005, 326 pp (17x24 cm) ISBN 958-648-308-8
5. **Manual Avanzado de Visual Basic 2008**. SERRANO, Jorge Ed. Anaya Anaya Multimedia.