



Profundiza más

Recurso de Profundización

Clase 15

Caso práctico empresarial: La Bananita S.A. (productora y exportadora de banano orgánico)

Este recurso presenta un caso práctico empresarial acerca de cómo La Bananita implementó estrategias de digitalización, personalización, omnicanalidad y planificación estratégica.

Desarrollo del caso de estudio

Desarrollo del caso de estudio:

La Bananita enfrentaba alta competencia internacional. Para destacar, implementó estrategias de digitalización, personalización, omnicanalidad y planificación estratégica.

1. **Digitalización y transformación de procesos:** adoptó un CRM para registrar interacciones con compradores internacionales, estableció seguimiento automatizado y análisis de patrones de compra.
2. **Personalización:** desarrolló empaques personalizados según cliente, ajustando volúmenes y frecuencia de entrega según comportamiento anterior.
3. **Omnicanalidad:** integró canales (web, e-mail, WhatsApp y ferias virtuales), permitiendo que compradores interactúen fluidamente y accedan a información actualizada del inventario.
4. **Planificación estratégica:** aplicó un plan SMART semestral, con indicadores de crecimiento en venta, retención y expansión de clientes.

Resultados:

- Aumento del 20 % en ventas al segmento premium.
- Retención del 85 % de clientes clave.
- Mayor eficiencia en logística al sincronizar canales.

Preguntas para resolver del caso de estudio

1. ¿Cómo contribuyó la implementación del CRM a optimizar el proceso de ventas y mejorar la relación con los compradores de La Bananita S.A.?
2. ¿Qué impacto tuvo la personalización del empaque y frecuencia de entrega en la fidelización y satisfacción del cliente?
3. ¿De qué manera la omnicanalidad fortaleció la presencia internacional de la empresa y facilitó su adaptación a nuevos mercados?