Fábricas de Productividad

Plan de Trabajo CARLLANTAS Y SERVICIOS

Nombre de Plan de trabajo	Plan de Trabajo CARLLANTAS Y SERVICIOS	**Empresa**	CARLLANTAS Y SERVICIOS
Visita	A-0000114639	**Línea de Servicio**	Transformación Digital
Tipo documento	NIT	**Número Documento**	900.593.762
Rango de la empresa	Pequeña	**Nombre del consultor**	Alex Alberto Sierra Barbery
Fecha inicio intervención	22/10/2024	**Número de identificación Consultor**	10134516
Fecha fin intervención	20/01/2025	**Correo electrónico consultor**	asierra@redblackstudios.com
Nombre/Razón social Extensionista	SIERRA COMPANY S.A.S	**Teléfono del consultor**	3118826270
Número indicadores	6	**Valor total intervención**	$ 14.100.000
Visita parte 2		**Total horas intervención**	60
Gestor	Jhon Alejandro Arango Durán	**Total horas presenciales proyectadas**	
Líder de línea	Jhenifer Téllez Rondón	**Total horas virtuales proyectadas**	
Departamento	RISARALDA	**Teléfono Extensionista**	3183439766
Ubicación	Carrera 12BIS # 6- 55	**Líder del Proyecto**	Carlos Alberto Acevedo
Municipio Ubicación	PEREIRA	**Representante legal**	Carlos Alberto Acevedo
		Supervisor de FP	Kris Eliana Zapata Pérez

Hallazgos y Oportunidades de Mejora

Hallazgos	1. Falta de alineación tecnológica: Los canales digitales están desintegrados, dificultando una experiencia unificada para los clientes. 2. Ausencia de una cultura de datos: La empresa no utiliza métricas ni análisis para tomar decisiones estratégicas basadas en datos. 3. Interacción digital limitada: Las redes sociales y la página web son infrautilizadas, con una interacción baja y conversión incipiente. 4. Automatización insuficiente: No se implementan herramientas para automatizar campañas ni administrar pautas de forma integral. 5. Calidad del contenido digital: El contenido audiovisual carece de calidad y personalización, limitando el impacto y	**Oportunidades de mejora**	1. Integración tecnológica: Implementar un CRM funcional y personalizado que integre canales digitales (redes sociales, WhatsApp, y página web) para unificar la gestión de clientes y procesos internos. 2. Cultura de datos: Implementar herramientas de análisis como Google Analytics y tableros de control, para recopilar, interpretar y usar datos que orienten la toma de decisiones estratégicas. 3. Estrategia de interacción digital: Diseñar una estrategia de interacción digital que incluya atención en tiempo real, optimización de redes sociales y contenido adaptado a las necesidades de los clientes. 4. Automatización de procesos: Incorporar herramientas para

recordación de la marca.

6. Procesos dependientes de papel: Los procesos administrativos y comerciales siguen siendo manuales, lo que impacta negativamente en la sostenibilidad ambiental.

7. Bajo nivel de conocimiento tecnológico: El equipo encargado de la estrategia digital necesita mayor capacitación y familiaridad con herramientas tecnológicas.

automatizar campañas publicitarias, publicaciones en redes sociales y procesos de atención al cliente, reduciendo tiempos operativos y costos.

5. Optimización del contenido digital: Crear contenido audiovisual de alta calidad y personalizado que impulse la recordación de marca, aumente el alcance y facilite la conversión de clientes potenciales.

6. Digitalización de procesos: Digitalizar los procesos administrativos y comerciales para reducir el uso de papel, alineándose con prácticas sostenibles y aumentando la eficiencia.

7. Capacitación tecnológica: Capacitar al equipo de trabajo en el uso de herramientas digitales, asegurando su correcta implementación y sostenibilidad operativa.

Análisis de la Situación Actual

Situación actual

CARLLANTAS Y SERVICIOS SAS es una empresa Pereirana que lleva 11 años en el mercado, establecida en febrero del 2013, fundada por CARLOS ALBERTO ACEVEDO BOTERO, con capital privado; la cual se ha apoyado fundamentalmente en el respaldo familiar. Ofrece servicios para vehículos. el perfil de los clientes de la empresa es propietarios de vehículos, empresas con flota de transporte.
Para el año 2030 CARLLANTAS Y SERVICIOS S.A.S será reconocida en el mercado local y regional como una empresa comercializadora de llantas, aceites y autopartes que cumplen los más altos estándares de calidad, líder en la prestación de servicios a vehículos bajo los principios de eficiencia ambiental y laboral que además incorporan la más alta tecnología y el servicio efectivo para sus clientes.

Presta servicios para vehículos tales como: Alineación, Balanceo, Cambio de llantas, Mantenimiento sistema de aire acondicionado. Ventas de autopartes, lubricantes, aditivos, llantas y lujos para automotores.

Productos: Llantas, aceites, lubricantes, filtros, baterías, amortiguadores, rines de lujo.

Servicios: alineación, balanceo, montaje de llantas, inflado con nitrógeno, cambio de aceite, alineación de luces, mecánica rápida.

Su público objeto es hombres o mujeres entre los 18 y 70 años; que tengan vehículo o que trabajen en empresa con flota de transporte.

Problemática actual

Carllantas y Servicios SAS se encuentra en una etapa inicial de transformación digital, caracterizada por procesos desintegrados, falta de automatización y un uso limitado de herramientas de análisis de datos. Sin embargo, la empresa muestra disposición y motivación para adoptar cambios tecnológicos, comenzando con la implementación de un CRM funcional, automatización de procesos y optimización de canales digitales. Estas acciones son críticas para mejorar su productividad, competitividad y sostenibilidad, y posicionarse como líder en su sector regional.

Este diagnóstico está alineado con el enfoque del programa Fábricas de Productividad, priorizando intervenciones en tecnología y sostenibilidad para alcanzar resultados medibles y transformadores.

La empresa se encuentra ubicada en CALLE 33 N. 11 - 20 PEREIRA/ RISARALDA

Número de sedes o sucursales: 2
Número de empleados totales: 14
Número de empleados área administrativa: 4
Número de empleados área operativa: 6
Número de empleados área comercial y atención al cliente: 4

En la mayoría de los procesos administrativos y comerciales, la empresa hace uso del papel lo que implica un reto en el campo de la Sostenibilidad Ambiental de la empresa, como una oportunidad para intervenir en esta área.

Los canales tradicionales a través de los cuales se realizan ventas y se ofrece atención al cliente en los dos puntos de atención ya que se requiere de la presencia del vehículo para ofrecer sus servicios y productos, las llamadas telefónicas son el canal más utilizado para atender al cliente, se usan catálogos de servicios impresos y digitales para promocionar sus servicios y ocasionalmente participan de eventos, ferias, para promocionarse.

Los canales digitales usados por la empresa de manera habitual son el WhatsApp Business y el correo electrónico; cuentan con página web del cual se sienten parcialmente satisfechos con su manejo, entre tanto que el manejo de las redes sociales como Facebook e Instagram refieren insatisfacción debido a la escasa atención de cliente potenciales o actuales por este recurso.

El grado de satisfacción de las herramientas digitales según la calificación de la empresa es de 3 sobre 5, ya que la transformación de digital de la empresa no es suficiente para sus necesidades y expectativas de atención.

Cuentan con un CRM que no se ajusta a las necesidades de la empresa, las herramientas de automatización de campañas no son implementadas en la empresa por su desconocimiento y ausencia de canales de promoción y programación digital, al tiempo que las iniciativas digitales aún no representan un indicador a evaluar para identificar y trabajar en pro de las oportunidades de mejora de la empresa Carllantas.

La imagen y el material audiovisual de la emprea si bien está dirigido a la audiencia y representa una manera de llegar al cliente, la calidad y la automatización son un desafio para dar

mayor rendimiento y alcance El nivel de conocimiento de quienes lideran la parte digital de la empresa aún se encuentra en una etapa de formación, requiriendo un mayor nivel de conocimiento y uso de las herramientas tecnológicas para facilitar la atención al cliente y generar oportunidades de transformar la empresa a nivel digital, lo que repercute positivamente en aumentar la productividad de la empresa.

La empresa por primera vez accede a los beneficios que el Programa de Fábricas de Productividad le ofrece y desea proyectarse al siguiente ciclo de intervención.

Objetivo de la intervención

Implementar durante 60 horas de intervención un modelo operativo integral que transforme los canales digitales de Carllantas y Servicios SAS, mediante la implementación de un CRM ajustado a las necesidades de la empresa, automatización de procesos, y herramientas tecnológicas como Google Analytics. Se busca integrar y optimizar la funcionalidad de redes sociales y página web, fomentar una cultura de datos, y establecer tableros de control para la toma de decisiones basadas en evidencia. Este objetivo tiene como propósito incrementar la interacción con los clientes, mejorar la conversión, reducir costos operativos, y garantizar la sostenibilidad ambiental de la empresa.

Desglose del Objetivo
¿Qué?
Implementar un CRM funcional y ajustado a las necesidades de Carllantas.
Automatizar procesos internos y externos.
Integrar herramientas tecnológicas como Google Analytics.
Optimizar la funcionalidad de redes sociales y página web.
Fomentar una cultura de datos para mejorar la toma de decisiones.
Diseñar e implementar tableros de control para monitorear métricas clave.
Incrementar la interacción digital con los clientes.
Mejorar la conversión en los canales digitales.
Reducir costos operativos mediante automatización y digitalización.
Garantizar la sostenibilidad ambiental reduciendo el uso de papel.

¿Quién?
Equipo de transformación digital de Carllantas, con la colaboración de los departamentos de marketing, ventas y atención al cliente.
Extensionista y expertos en transformación digital para guiar la implementación.

Línea, producto y/o servicio

En el área de atención al cliente y venta de los productos y servicios de mantenimiento preventivo y correctivo a vehículos ofrecidos por la empresa, tales como autopartes, llantas, aceites, entre otros.

¿Dónde?
En los canales digitales de Carllantas:
Redes sociales: Facebook, Instagram.
Página web de la empresa.
Herramientas internas como el CRM y sistemas de análisis de datos.

¿Cuándo?
Durante un periodo de intervención de 60 horas distribuidas en:
Diagnóstico y levantamiento de necesidades.
Diseño e implementación del CRM y herramientas tecnológicas.
Optimización de canales digitales.
Capacitación y cierre de la intervención.

¿Cómo?
CRM: Diseñar, configurar e integrar un CRM que unifique y automatice la gestión de clientes.
Automatización: Implementar herramientas digitales para automatizar campañas publicitarias y otros procesos clave.
Análisis de datos: Configurar tableros de control en Google Analytics para monitorear métricas como tráfico web y engagement en redes sociales.
Capacitación: Realizar talleres prácticos para garantizar que el personal adopte las herramientas digitales implementadas.
Optimización de canales: Mejorar la usabilidad y diseño de la página web y redes sociales, asegurando una experiencia de cliente fluida y atractiva.

¿Por qué?
Para centralizar y optimizar los procesos digitales.
Para mejorar la experiencia del cliente y la interacción con la marca.
Para aumentar la tasa de conversión en los canales digitales.
Para tomar decisiones estratégicas basadas en datos confiables.
Para reducir costos operativos y adoptar prácticas sostenibles.
Para incrementar la competitividad de Carllantas en el mercado local y regional.

Metodología a utilizar	Otra	**Modalidad atención**	Mixto (presencial y virtual)
¿Cuál?	Comercio electrónico, canales de venta, Marketing Digital.		

Estado de Aprobación

Estado Aprobación Parte1	Pendiente	**Estado Aprobación Parte 2**	
Creado por	SIERRA COMPANY S.A.S, 9/12/2024, 3:50 p. m.	**Última modificación por**	Jhenifer Téllez Rondón, 30/12/2024, 4:29 p. m.

Historial de Plan de trabajo

30/12/2024, 4:29 p. m.

Usuario	**Jhenifer Téllez Rondón**
Acción	**Registro bloqueado.**

28/12/2024, 10:45 a. m.

Usuario	**Jhon Alejandro Arango Durán**
Acción	**Registro bloqueado.**

27/12/2024, 3:03 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Se ha cambiado Estado Aprobación Parte1 de Rechazado a Pendiente.**

27/12/2024, 3:03 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Registro bloqueado.**

26/12/2024, 2:44 p. m.

Usuario	**Usuario17123323053507920323**
Acción	**Se ha cambiado Estado Aprobación Parte1 de Pendiente a Rechazado. Registro desbloqueado.**

26/12/2024, 11:03 a. m.

Usuario	**Osman Benjamín Vargas Rozo**
Acción	**Registro bloqueado.**

23/12/2024, 12:00 a. m.

Usuario	**Jhon Alejandro Arango Durán**
Acción	**Registro bloqueado.**

21/12/2024, 3:13 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Se ha cambiado Estado Aprobación Parte1 de Rechazado a Pendiente.**

21/12/2024, 3:13 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Registro bloqueado.**

21/12/2024, 2:34 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Se ha cambiado Problemática actual. Se ha cambiado Oportunidades de mejora. Se ha cambiado Objetivo de la intervención. Se ha cambiado Hallazgos.**

21/12/2024, 2:06 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Se ha cambiado Situación actual. Se ha cambiado Problemática actual. Se ha cambiado Oportunidades de mejora. Se ha cambiado Objetivo de la intervención. Se ha cambiado Hallazgos.**

11/12/2024, 2:33 p. m.

Usuario	**Usuario17123323053507920323**
Acción	**Se ha cambiado Estado Aprobación Parte1 de Pendiente a Rechazado.**

11/12/2024, 2:33 p. m.

Usuario	**Usuario17123323053507920323**
Acción	**Registro desbloqueado.**

10/12/2024, 9:45 a. m.

Usuario	**Jhon Alejandro Arango Durán**
Acción	**Registro bloqueado.**

9/12/2024, 10:49 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Registro bloqueado.**

9/12/2024, 3:50 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Creado.**

Indicadores por plan de trabajo

IPT-34136

Diligenciado	
Indicador	**Reducción de costos de Talento Humano en procesos por Automatización (RTH)**
Línea base	
Unidad de medida	**$COP**
Cálculo de la medición	
Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

IPT-34137

Diligenciado	
Indicador	**Tiempo de recuperación de procesos críticos por digitalización (TMR)**
Línea base	
Unidad de medida	**Dias**
Cálculo de la medición	
Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

IPT-34138

Diligenciado	
Indicador	**Impacto Ambiental de Digitalización de procesos (IAD)**
Línea base	
Unidad de medida	**Papel**
Cálculo de la medición	
Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

IPT-34139

Diligenciado	
Indicador	**Formación del personal para digitalización (FTD)**
Línea base	
Unidad de medida	**Porcentaje**
Cálculo de la medición	
Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

IPT-34140

Diligenciado	
Indicador	**Inversión en tecnología (IT)**
Línea base	
Unidad de medida	**Pesos**
Cálculo de la medición	
Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

IPT-34141

Diligenciado	
Indicador	**Tasa de rebote (TR)**
Línea base	
Unidad de medida	**Porcentaje**
Cálculo de la medición	
Período de la medición	
Meta del indicador	
Variación porcentual esperada	

Detalle de Plan de Trabajo

Fase 1: Diagnóstico e Identificación de Necesidades

Duración estimada	**10**
Descripción de la actividad	**Evaluar la situación actual de los canales digitales y sistemas internos, identificando áreas críticas de mejora tecnológica.**

Fase 2: Diseño y Configuración del CRM y Herramientas de Análisis

Duración estimada	**18**
Descripción de la actividad	**Diseñar, configurar e implementar un CRM funcional, integrando canales digitales y configurando herramientas de análisis avanzadas.**

Fase 3: Optimización de Canales Digitales y Creación de Contenido

Duración estimada	**20**
Descripción de la actividad	**Mejorar la funcionalidad tecnológica de los canales digitales y desarrollar contenido estratégico que potencie la interacción y conversión.**

Fase 4: Capacitación y Cierre de la Intervención

Duración estimada	**12**
Descripción de la actividad	**Formar al equipo en el uso de herramientas implementadas y realizar el cierre de la intervención con la entrega de resultados finales.**

Historial de aprobaciones

30/12/2024, 4:29 p. m.

Estado	**Pendiente**
Asignado a	**Usuario171233230535079203 23**
Aprobador real	**Nestor Enrique Espitia Rueda**
Comentarios	

31/12/2024, 8:39 a. m.

Estado	**Reasignada**
Asignado a	**Usuario171233230535079203 23**
Aprobador real	**Nestor Enrique Espitia Rueda**
Comentarios	

30/12/2024, 4:29 p. m.

Estado	**Aprobado**

Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Jhenifer Téllez Rondón**
Comentarios	**Aprobado. Tenga en cuenta que según fechas de plan de trabajo las mayoría de actividades ya fueron realizadas, en ese sentido, será necesario que registre el Plan de trabajo 2 y seguimientos hasta le mes de diciembre para responder a los lineamientos del programa y tiempos para cada actividad.**

28/12/2024, 10:45 a. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Jhon Alejandro Arango Durán**
Aprobador real	**Jhon Alejandro Arango Durán**
Comentarios	

27/12/2024, 3:03 p. m.

Estado	**Enviado**
Asignado a	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Aprobador real	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Comentarios	**Submitting request for approval.**

26/12/2024, 2:44 p. m.

Estado	**Rechazado**
Asignado a	**Usuario171233230535079203 23**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**Rechazado** **Realizar los siguientes ajustes y aclaraciones para aprobar el plan de trabajo parte 1.** **Ajustar la actividad de la Fase 2 en la fecha: (11-12-2024)** **Para la fecha (3/01/2025) se tiene una actividad de capacitación de 8 horas, por favor confirmar con el empresario, ya que es una jornada laboral completa. (o aclarar en caso de que el empresario haya aceptado)**

26/12/2024, 11:03 a. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Osman Benjamín Vargas Rozo**
Comentarios	

23/12/2024, 12:21 p. m.

Estado	**Reasignada**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Osman Benjamín Vargas Rozo**
Comentarios	**Se reasigna para revisión.**

23/12/2024, 12:00 a. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Jhon Alejandro Arango Durán**
Aprobador real	**Jhon Alejandro Arango Durán**
Comentarios	

21/12/2024, 3:13 p. m.

Estado	**Enviado**
Asignado a	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Aprobador real	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Comentarios	**Submitting request for approval.**

11/12/2024, 2:33 p. m.

Estado	**Rechazado**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Usuario17123323053507920323**
Comentarios	**Rechazado.** **Por favor revisar los componentes de la línea de Transformación Digital para que el plan de acción esté alineado y corresponda con la línea seleccionada.** **Tener en cuenta los comentarios de la líder de línea:** **Detalle de plan de trabajo: Aunque la línea de transformación digital permite realizar actividades en marketing digital para esta línea lo que se espera es el uso de la tecnología para habilitación de canales, o desarrollos en este sentido, sin embargo, el plan de trabajo actualmente está enfocado en estrategias de mercadeo a través de herramientas, está disponiendo la mayoría de las horas para creación de contenidos, pautas, entre otros. Adicionalmente, Aunque la intervención tiene fecha de inicio del 22 de octubre la reunión de Kick off del proyecto la programaron para el 18 de noviembre, es decir, casi un mes después de fecha de inicio, y las actividades van hasta el 1 de enero, es decir que todo el plan se haría en 1 mes y medio que se considera un tiempo corto.**

11/12/2024, 11:42 a. m.

Estado	**Reasignada**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Usuario17123323053507920323**
Comentarios	**Detalle de plan de trabajo: Aunque la línea de transformación digital permite realizar actividades en marketing digital para esta línea lo que se espera es el uso de la tecnología para habilitación de canales, o desarrollos en este sentido, sin embargo, el plan de trabajo actualmente está enfocado en estrategias de mercadeo a través de herramientas, está disponiendo la mayoría de las horas para creación de contenidos, pautas, entre otros. Adicionalmente, Aunque la intervención tiene fecha de inicio del 22 de octubre la reunión de Kick off del proyecto la programaron para el 18 de noviembre, es decir, casi un mes después de fecha de inicio, y las actividades van hasta el 1 de enero, es decir que todo el plan se haría en 1 mes y medio que se considera un tiempo corto.**

10/12/2024, 9:45 a. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Jhon Alejandro Arango Durán**
Aprobador real	**Jhon Alejandro Arango Durán**
Comentarios	

9/12/2024, 10:49 p. m.

Estado	**Enviado**
Asignado a	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Aprobador real	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Comentarios	**Submitting request for approval.**