Fábricas de Productividad

Plan de Trabajo RAMON JARAMILLO E HIJOS CIA S.C.A

Nombre de Plan de trabajo	Plan de Trabajo RAMON JARAMILLO E HIJOS CIA S.C.A	**Empresa**	RAMON JARAMILLO E HIJOS CIA S.C.A
Visita	A-0000100616	**Línea de Servicio**	Transformación Digital
Tipo documento	NIT	**Número Documento**	900.090.664
Rango de la empresa	Pequeña	**Nombre del consultor**	LUISA FERNANDA GOMEZ ECHEVERRI
Fecha inicio intervención	29/07/2024	**Número de identificación Consultor**	42105290
Fecha fin intervención	28/11/2024	**Correo electrónico consultor**	luigoeche@gmail.com
Nombre/Razón social Extensionista	SIERRA COMPANY S.A.S	**Teléfono del consultor**	3183439766
Número indicadores	6	**Valor total intervención**	$ 14.100.000
Visita parte 2	A-0000110266	**Total horas intervención**	60
Gestor	Andrés La Rotta	**Total horas presenciales proyectadas**	
Líder de línea	Jhenifer Téllez Rondón	**Total horas virtuales proyectadas**	
Departamento	RISARALDA	**Teléfono Extensionista**	3183439766
Ubicación	Carrera 14# 12- 46	**Líder del Proyecto**	Sonia Jaramillo
Municipio Ubicación	PEREIRA	**Representante legal**	Maura del Socorro Jaramillo Cardona
		Supervisor de FP	Kris Eliana Zapata Pérez

Hallazgos y Oportunidades de Mejora

Hallazgos	A. La empresa no cuenta con un tablero de métricas para tomar decisiones digitales. B. La empresa no dispone de un archivo de base de datos de clientes de forma organizada. C. La empresa no analiza los datos ni genera reportes de forma automatizada. D. La empresa tiene múltiples canales de comunicación y no brinda una buena atención al cliente. E. La empresa no mide la tasa de conversión del equipo comercial. F. La empresa no cuenta con una presencia en redes sociales. G. La empresa maneja la base de datos	**Oportunidades de mejora**	A. Crear un tablero de métricas dentro del CRM que permita tomar decisiones informadas. B. Incorporar un CRM que permita almacenar y administrar las bases de datos de forma más organizada, eficiente e ilimitada. C. Crear tableros que permitan analizar y visualizar de manera automática los resultados de las campañas publicitarias. D. Crear un chat Center dentro del CRM para unificar todos los canales de comunicación y mejorar la atención al cliente. E. Crear un tablero que mida de manera automática la tasa de conversión de los vendedores.

de clientes en un Excel.

DESCRIPCIÓN DETALLADA:

1. La empresa no cuenta con un sistema de Transformación Digital, lo que se ve reflejado en deficiencia en la planeación estratégica del área administrativa y comercial, reflejada en un desempeño deficiente en su estrategia de medición del rendimiento digital.

2. Falta de un tablero de métricas: No existe una herramienta centralizada para visualizar y analizar datos relevantes para la toma de decisiones estratégicas en el ámbito digital. No se dispone de un archivo con las bases de datos de los clientes de la empresa.

3. Ausencia de un enfoque cuantitativo en las ventas: No se utilizan métricas precisas para medir y proyectar las ventas, lo que dificulta la optimización de los procesos comerciales. Las actividades comerciales se gestionan de manera manual, sin contar con un sistema integrado que facilite los procesos (no se dispone de un CRM).

4. Escasa visibilidad en la métrica del desempeño de los vendedores: No hay un sistema para evaluar de manera objetiva la efectividad de los vendedores y su contribución a los resultados de la empresa.

5. Falta de seguimiento y análisis de métricas en las campañas publicitarias: No se cuenta con herramientas para medir el impacto de las campañas publicitarias y optimizar la inversión en marketing digital.

6. Dispersión de los canales de comunicación: La comunicación con los clientes se realiza a través de múltiples canales, lo que dificulta la gestión unificada y la personalización de la experiencia del cliente. Además, no existe un control centralizado de la comunicación entre los asesores y los clientes.

7. Limitaciones en la gestión de la información del cliente: La falta de un CRM impide una gestión centralizada y eficiente de los datos de los clientes, lo que limita la posibilidad de ofrecer un servicio personalizado y mejorar la relación con ellos.

8. Enfoque tradicional en la generación de informes: Los informes de actividades y progresos no están alineados con los objetivos de la transformación digital, lo que dificulta la evaluación del progreso y la identificación de áreas de mejora.

9. Actualmente no cuentan con ningún

F. Implementar estrategias de marketing digital para mejorar la presencia en redes sociales.

G. Crear y desarrollar la estrategia de Marketing Digital.

DESCRIPCIÓN DETALLADA:

1. Implementar una estrategia de transformación digital integral. Esto implica:
* Diagnóstico: Realizar un análisis exhaustivo de los procesos actuales para identificar las áreas de mejora y las oportunidades de digitalización.
* Planificación: Definir una hoja de ruta clara con objetivos específicos, plazos y responsables.
* Gestión del cambio: Comunicar la estrategia a todos los empleados y brindar la capacitación necesaria para garantizar su adopción.

2. Implementar un sistema de Business Intelligence (BI).
* Tablero: Crear un tablero personalizado que visualice en tiempo real los KPIs más relevantes para el negocio, como ventas, márgenes, satisfacción del cliente, etc.
* Base de datos: Centralizar toda la información de los clientes en una base de datos única y accesible, utilizando un CRM.

3. Implementar un CRM.
* Gestión de oportunidades: Utilizar el CRM para gestionar el ciclo de vida completo de una venta, desde la prospección hasta el cierre.
* Automatización: Automatizar tareas repetitivas como el envío de correos electrónicos, el seguimiento de llamadas y la generación de informes.
* Análisis: Utilizar los datos del CRM para identificar tendencias, mejorar la eficiencia de los vendedores y tomar decisiones más informadas.

4. Utilizar el CRM para evaluar el desempeño de los vendedores.
* KPIs: Definir KPIs específicos para cada vendedor, como número de llamadas realizadas, valor de las ventas, tasa de conversión, etc.
* Informes: Generar informes personalizados para cada vendedor y para el equipo comercial en general.

5. Utilizar herramientas de analítica web y marketing digital.
* Google Analytics: Seguir el tráfico del sitio web, el comportamiento de los usuarios y el rendimiento de las campañas.
* Google Ads: Medir el rendimiento de las campañas de publicidad pagada.
* Redes sociales: Utilizar las

sistema administrativo en el área comercial por medio digital. (No cuentan con el manejo de procesos administrativos digitalizados), ya que hacen uso de manera exclusiva de operaciones manuales mediante el uso de papel.

10. Adicional a ello no dispone de una estrategia digital, no cuenta con:página web, catálogo de productos, correo corporativo de la empresa, tarjeta de Google para la empresa, presencia de redes sociales (si bien se encuentra una cuenta creada en Instagram, esta no está activa). No se cuenta con un manual de marca ni con lineamientos gráficos establecidos.

herramientas de análisis de cada red social para medir el alcance y el engagement de las publicaciones.

6. Centralizar la comunicación en un único canal.
* Helpdesk: Implementar un sistema de helpdesk para gestionar las consultas y quejas de los clientes.
* CRM: Utilizar el CRM para registrar todas las interacciones con los clientes, independientemente del canal.

7. Implementar un CRM (ya mencionado en el punto 3), con el fin de gestionar datos y establecer estrategias de mejora.

8. Utilizar el sistema de BI para generar informes más dinámicos y visuales.
* Dashboards: Crear dashboards personalizados para cada área de la empresa.
* Automatización: Automatizar la generación de informes recurrentes.

9. Digitalizar los procesos administrativos.
* Documentación: Escanear y digitalizar toda la documentación.
* Automatización: Utilizar herramientas de automatización de procesos para tareas repetitivas.
* Nube: Almacenar los documentos en la nube para facilitar el acceso y la colaboración.

10. Desarrollar una estrategia de marketing digital.
* Sitio web: Crear un sitio web responsive y optimizado para SEO.
* Redes sociales: Gestionar perfiles activos en las redes sociales relevantes.
* Email marketing: Crear una base de datos de contactos y enviar campañas de email marketing.
* SEO: Optimizar el sitio web para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda.

Análisis de la Situación Actual

Situación actual

Nombre: Velas y Velones La Santa Luz

Años en el mercado: Más de 50 años

Ubicación actual de la empresa: El Japón, Dosquebradas, Risaralda. Carrera 22 BIS #8 -10 Barrio el Japón

Perfil de la empresa: Velas y Velones La Santa Luz es una empresa familiar, fundada por Ramón Jaramillo hace más de 50 años. En 2006, la sociedad se constituye con los hijos de Ramón después de su fallecimiento.

Línea de intervención: Transformación digital.

Problemática actual

La empresa presenta un claro déficit en su transformación digital, lo que se traduce en una gestión ineficiente de sus procesos comerciales y una limitada capacidad para tomar decisiones basadas en datos. La falta de herramientas digitales y la dependencia de procesos manuales obstaculizan el crecimiento y la competitividad de la organización.

La carencia de un sistema CRM integrado y una plataforma en línea resulta en una gestión ineficiente de la comunicación con los clientes, afectando negativamente la capacidad para seguir y analizar las métricas, interacciones,

Se llevó a cabo un análisis basado en la situación actual de la empresa y se concluyó que, debido a la falta de presencia en el entorno digital, es necesario realizar un cambio estratégico. La empresa debe establecer una presencia en las plataformas digitales para lograr así un mayor alcance.

Sector económico: Velas y Velones

Perfil de clientes: Supermercados, tiendas y autoservicios.

Unidades de negocio y líneas de productos: Velas y Velones.

Portafolio de productos/servicios:
-20 referencias de velas entre 6 y 7 colores.
-20 referencias de velones entre 6 y 7 colores.

Número y ubicación de establecimientos / locales: 1

Año de constitución: 1955

Número de empleados totales: 30

Los procesos administrativos, operativos y comerciales se llevan a cabo de manera tradicional, sin el apoyo de herramientas digitales, lo que conlleva a tareas manuales que requieren uso de papel.

así como para optimizar las estrategias comerciales. Estas deficiencias han generado una barrera en la capacidad de la empresa para aprovechar las oportunidades de mejora en su desempeño integral de la empresa.

Objetivo de la intervención

"En un plazo de 3 meses, RAMON JARAMILLO E HIJOS CIA S.C. implementará un CRM para digitalizar sus procesos de gestión de clientes, con el objetivo de optimizar la eficiencia operativa. A través de la integración de datos y la automatización de tareas, se busca obtener una visión holística del negocio, identificar cuellos de botella y mejorar la toma de decisiones basadas en datos. Paralelamente, se establecerán métricas clave para medir el impacto de estas iniciativas en la productividad y la satisfacción del cliente, A través de la digitalización de los procesos, la empresa podrá adaptarse de manera más ágil a los cambios del mercado y tomar decisiones estratégicas basadas en datos."

Objetivo: Implementar un CRM en RAMON JARAMILLO E HIJOS CIA S.C. para optimizar la eficiencia operativa y mejorar la toma de decisiones.
Desglose 5W+1H

* ¿Qué? Implementar un sistema CRM (Customer Relationship Management) y digitalizar los procesos de gestión de clientes y campañas.

Línea, producto y/o servicio

Transformación digital del departamento administrativo (con quien se encarga de la división comercial y de mercadeo), con foco en la implementación de un sistema CRM para optimizar la gestión de clientes, automatizar procesos de ventas y marketing, y mejorar la toma de decisiones basadas en datos.

* ¿Por qué? Optimizar la eficiencia operativa, obtener una visión holística del negocio, identificar cuellos de botella, mejorar la toma de decisiones basadas en datos y adaptarse de manera más ágil a los cambios del mercado.
* ¿Cuándo? En un plazo de 3 meses.
* ¿Dónde? En RAMON JARAMILLO E HIJOS CIA S.C, específicamente en el área administrativa (ya que es quien maneja el campo comercial).
* ¿Quién? El equipo encargado del proyecto de implementación digital, en coordinación con el área administrativa.
* ¿Cómo? A través de la integración de datos, la automatización de tareas y el establecimiento de métricas clave.

Objetivo Central: Implementar un sistema CRM y digitalizar los procesos de gestión de clientes y campañas para optimizar la eficiencia operativa y mejorar la toma de decisiones basadas en datos.

Objetivo específicos:

* Digitalizar los procesos actuales de gestión de clientes y campañas utilizando un CRM, asegurando que todas las interacciones con clientes estén registradas y sean accesibles de manera centralizada.

* Mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones al disponer de información actualizada y precisa sobre los clientes, campañas y desempeño comercial, lo que permitirá identificar y resolver cuellos de botella rápidamente.

* Implementar el sistema CRM de manera completa en un plazo de 3 meses, estableciendo un cronograma con hitos clave (configuración del sistema, creación y migración de datos, capacitación del personal, pruebas y puesta en marcha).

* Asegurar que la implementación del CRM y la digitalización de procesos sean efectivas en el área administrativa de RAMON JARAMILLO E HIJOS CIA S.C, con un enfoque especial en el área comercial y sus necesidades operativas.

* Coordinar las tareas de implementación con el equipo encargado del proyecto de digitalización, incluyendo expertos en CRM, TI, y la participación activa del área administrativa para asegurar la correcta personalización del sistema.

* Crear y poner en marcha el sistema CRM con las bases de datos existentes (la cual es manual) y nueva (ya que es casi nula), automatizar las tareas recurrentes (seguimiento de clientes,

campañas, informes), y establecer métricas clave de desempeño para evaluar la efectividad del nuevo sistema.

Estos objetivos específicos ayudan a abordar cada aspecto necesario para la implementación exitosa del CRM, asegurando una estructura clara y organizada del proceso.

Metodología a utilizar	Otra	**Modalidad atención**	Mixto (presencial y virtual)
¿Cuál?	CRM y Marketing Digital		

Estado de Aprobación

Estado Aprobación Parte1	Aprobado	**Estado Aprobación Parte 2**	Aprobado
Creado por	SIERRA COMPANY S.A.S, 21/08/2024, 7:51 p. m.	**Última modificación por**	Usuario17170251945775752031, 7/11/2024, 4:45 p. m.

Historial de Plan de trabajo

7/11/2024, 4:45 p. m.

Usuario **Usuario17170251945775752031**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte 2 de Pendiente a Aprobado.**

7/11/2024, 4:45 p. m.

Usuario **Usuario17170251945775752031**
Acción **Registro bloqueado.**

5/11/2024, 5:27 p. m.

Usuario **Usuario17123323053507920323**
Acción **Registro bloqueado.**

5/11/2024, 3:04 p. m.

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

2/11/2024, 8:00 a. m.

Usuario **Andrés La Rotta**
Acción **Registro bloqueado.**

1/11/2024, 9:27 a. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte 2 de Rechazado a Pendiente. Registro bloqueado.**

1/11/2024, 8:27 a. m.

Usuario **Usuario17123323053507920323**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte 2 de Pendiente a Rechazado. Registro desbloqueado.**

29/10/2024, 8:26 p. m.

Usuario **Andrés La Rotta**
Acción **Registro bloqueado.**

28/10/2024, 3:39 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte 2 de Rechazado a Pendiente.**

28/10/2024, 3:39 p. m.

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

15/10/2024, 12:48 p. m.

Usuario **Usuario171233230535079203 23**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte 2 de Pendiente a Rechazado. Registro desbloqueado.**

9/10/2024, 4:10 p. m.

Usuario **Andrés La Rotta**
Acción **Registro bloqueado.**

9/10/2024, 12:37 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte 2 de Nuevo a Pendiente.**

9/10/2024, 12:36 p. m.

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

7/10/2024, 11:30 a. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte 2 a Nuevo**

5/10/2024, 12:28 p. m.

Usuario **Usuario171233230535079203 23**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte1 de Pendiente a Aprobado.**

5/10/2024, 12:28 p. m.

Usuario **Usuario171233230535079203 23**
Acción **Registro desbloqueado.**

3/10/2024, 11:31 a. m.

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

1/10/2024, 3:08 p. m.

Usuario **Andrés La Rotta**
Acción **Registro bloqueado.**

1/10/2024, 12:30 p. m.

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

1/10/2024, 12:30 p. m.

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

30/09/2024, 3:10 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Oportunidades de mejora.**

30/09/2024, 3:02 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Hallazgos.**

30/09/2024, 11:49 a. m.

Usuario **Usuario171233230535079203 23**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte1 de Pendiente a Rechazado.**

30/09/2024, 11:49 a. m.

Usuario **Usuario171233230535079203 23**
Acción **Registro desbloqueado.**

23/09/2024, 8:13 a. m.

Usuario **Andrés La Rotta**
Acción **Registro bloqueado.**

21/09/2024, 2:53 p. m.

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

21/09/2024, 2:53 p. m.

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

21/09/2024, 9:59 a. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Hallazgos.**

19/09/2024, 5:58 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Oportunidades de mejora. Se ha cambiado Hallazgos.**

19/09/2024, 5:43 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Situación actual. Se ha cambiado Problemática actual.**

19/09/2024, 5:35 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Problemática actual. Se ha cambiado Hallazgos.**

19/09/2024, 4:23 p. m.

Usuario **SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción **Se ha cambiado Objetivo de la intervención.**

6/09/2024, 4:06 p. m.

Usuario **Usuario171233230535079203 23**
Acción **Se ha cambiado Estado Aprobación Parte1 de Pendiente a Rechazado.**

6/09/2024, 4:06 p. m.

Usuario **Usuario171233230535079203 23**
Acción **Registro desbloqueado.**

3/09/2024, 12:02 p. m.

Usuario	**fabricasrisaraldag8**
Acción	**Registro bloqueado.**

24/08/2024, 10:09 a. m.

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

23/08/2024, 11:43 a. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Se ha cambiado Objetivo de la intervención.**

22/08/2024, 4:35 p. m.

Usuario	**SIERRA COMPANY S.A.S**
Acción	**Se ha cambiado Problemática actual.**

22/08/2024, 4:23 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.**

21/08/2024, 8:06 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.**

21/08/2024, 7:51 p. m.

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

Indicadores por plan de trabajo

IPT-29044

Diligenciado	
Indicador	**Reducción de costos de Talento Humano en procesos por Automatización (RTH)**
Línea base	**375.000,00000**
Unidad de medida	**$COP**
Cálculo de la medición	**La empresa cuenta con un proceso de toma de decisiones, donde se aporta la información en formatos diversos (Excel, Word). Este proceso es ineficiente debido al tiempo que consume la recolección, digitalización, limpieza y presentación de datos.** **Tiempo estimado de 3 días en jornadas de 8 horas para recolectar, digitalizar, limpiar y analizar los datos.** **OPERACION MANUAL ACTUAL:** **Salario base: $1.300.000 + 50% de aportes sociales y parafiscales, esto dividido 30 días calendario y el resultado es 8 horas jornada laboral diaria.** **El costo por hora promedio por la responsable es de $8.125 x hora.** **La reducción de costo de talento humano equivale al costo hora por tiempo.** **RTH= $8..125 x 24 = $195.000 MANUAL** **RTH= $8.125 X 4= $32.500 AUTOMATIZADO** **Reducción manual - Reducción automatizado =** **$195.000 - $32.500 = $162..500 (RTH)**
Período de la medición	**Julio 2024**
Meta del indicador	**62.500,00000**
Variación porcentual esperada	**-83,33**

IPT-29045

Diligenciado	
Indicador	**Tiempo de recuperación de procesos críticos por digitalización (TMR)**
Línea base	**60,00000**
Unidad de medida	**Dias**
Cálculo de la medición	**El tiempo máximo de recuperación de procesos críticos por digitalización lo obtenemos de los escenarios de Incendio, Falta de sistema de data y ciberataque, en donde promediamos el TRM final menos el TRM inicial.** **Situación después de la Transformación Digital:** **Implementación de un CRM: Mejora la gestión de clientes y facilita la recuperación de datos.** **Tablero de métricas: Permite una detección temprana de problemas y una respuesta más rápida.** **Automatización de procesos: Aumenta la eficiencia y reduce el tiempo de recuperación.** **Sistema de respaldo en la nube: Garantiza la disponibilidad de los datos.** **Incendio en la planta: Con un plan de recuperación detallado y un sistema de información más flexible, el TMR se reduce a 3 meses.** **Falla en el sistema de data: Con un CRM y un sistema de gestión de data integrado, el TMR se reduce a 1 semana.** **Ciberataque: Con un sistema de seguridad robusto y copias de seguridad regulares, el TMR se reduce a 3 días.**
Período de la medición	**Julio 2024**
Meta del indicador	**3,00000**
Variación porcentual esperada	**-95,00**

IPT-29046

Diligenciado	
Indicador	**Impacto Ambiental de Digitalización de procesos (IAD)**
Línea base	**100,00000**
Unidad de medida	**Papel**
Cálculo de la medición	**El cálculo determinado para la medición del consumo de papel durante un mes es equivalente al número de hojas utilizadas por los días del mes.** **IAD = 5 hojas x 20 días del mes** **IAD= 100 hojas al mes promedio.** **Este indicador varía según la temporada del año, aumenta en semana santa, días de alumbrados en fin de año.**
Período de la medición	**Julio 2024**
Meta del indicador	**0,00000**
Variación porcentual esperada	**-100,00**

IPT-29047

Diligenciado	
Indicador	**Tasa de rebote (TR)**
Línea base	**50,00000**
Unidad de medida	**Porcentaje**
Cálculo de la medición	**La tasa de rebote (TR) al ingresar por medio del Link Tree refleja unos abandonos del 50% antes de la intervención, representado por problema de diseño y contenido.** **TR = (AP/VP)*100** **TR =(50 / 100) * 100** **TR= 50%**
Período de la medición	**Julio 2024**
Meta del indicador	**20,00000**
Variación porcentual esperada	**-60,00**

IPT-29048

Diligenciado	

Indicador	**Número de tableros de control para la toma de decisión (TC)**
Línea base	**1,00000**
Unidad de medida	**Unidad**
Cálculo de la medición	**La empresa cuenta con 1 solo tablero de métrica que mide la cantidad de clic.**
Período de la medición	**Julio 2024**
Meta del indicador	**6,00000**
Variación porcentual esperada	**500,00**

IPT-29049

Diligenciado	
Indicador	**Formación del personal para digitalización (FTD)**
Línea base	**0,00000**
Unidad de medida	**Porcentaje**
Cálculo de la medición	**La empresa en la actualidad no cuenta con horas dedicadas a la formación del talento humano en transformación digital, las horas trabajadas por jornada son de 8 horas, para un total al mes de 180 horas aproximadamente.**
Período de la medición	**Julio 2024**
Meta del indicador	**2,00000**
Variación porcentual esperada	**2**

Detalle de Plan de Trabajo

1. Kick-off Meeting

Duración estimada	**2**
Descripción de la actividad	**Presentación formal del proyecto, asignación de roles y responsabilidades específicas a cada miembro del equipo, y establecimiento claro de las expectativas en cuanto a objetivos, plazos y métricas de éxito.**

2. Desarrollo de pipeline ventas

Duración estimada	**2**
Descripción de la actividad	**Crear el pipeline de ventas, el cual se caracteriza por crear un embudo visual que muestra el recorrido de un cliente potencial desde que se interesa por tu producto o servicio hasta que realiza una compra.**

3. Creación de tableros de métricas.

Duración estimada	**36**
Descripción de la actividad	**Desarrollo e implementación de tablero de recolección de datos.** **1. Tablero de oportunidades: Este tablero mostrará la cantidad de oportunidades de venta generadas durante un período de tiempo determinado. Permitirá visualizar cuántas personas están interesadas en los productos de la empresa y cuántas han dejado sus datos para una posible venta.** **2. Tablero de valor de oportunidad: En este tablero se mostrará el valor monetario de las oportunidades de venta. Permitirá tener una proyección de cuánto dinero se puede generar a partir de las oportunidades de venta.** **3. Tablero de estatus de oportunidades: Este tablero mostrará el estado de las oportunidades de venta, es decir, en qué etapa del proceso de ventas se encuentran. Permitirá tener una visión clara de cuántas oportunidades están en proceso y cuántas se han cerrado.** **4. Tablero de métricas de conversión: En este tablero se medirá la tasa de conversión del equipo comercial. Se podrá ver cuántas personas se contactan y cuántas se convierten en ventas. Esto permitirá evaluar el desempeño de los vendedores y tomar decisiones informadas.** **5. Tablero de análisis de campañas publicitarias: Este tablero mostrará los resultados de las campañas publicitarias realizadas por la empresa. Se podrán analizar datos como el alcance, la interacción y el retorno de inversión de cada campaña. Esto permitirá optimizar las estrategias de marketing y tomar decisiones basadas en datos.** **6. Tablero de atención al cliente: Este tablero unificará todos los canales de comunicación de la empresa, como redes sociales, correo electrónico y chat, en un solo lugar. Permitirá brindar una atención al cliente más eficiente y mejorar la experiencia del cliente.**

4. Elaboración de automatizaciones de correo electrónico.

Duración estimada	**2**
Descripción de la actividad	**Crear una automatización con hasta 4 correos electrónicos, para que todas las personas que ingresen a la base de datos reciban dicha información de manera automática.**

5. Creación de Chat Center

Duración estimada	**2**
Descripción de la actividad	**El Chat center se encarga de unificar los canales de comunicación en una sola plataforma multiagente. Ayuda en la gestión de prospectos y leads.** **Permite integrar la siguientes plataformas: Instagram, Facebook, Whatsapp, Email, SMS, Google chat, Google, Reviews.**

6. Construcción de embudo de ventas.

Duración estimada	**2**
Descripción de la actividad	**Desde esta plataforma haremos la construcción de todo el proceso y embudo de ventas.** **Subtareas:** **1. Landing page de captura.** **2. Página de Agendamiento de citas con calendario incluido.**

7. Generador de informes automático.

Duración estimada	**2**
Descripción de la actividad	**Crearemos una sección dentro del Software que estará conectada a las plataformas de anuncios y extraerá y reflejará la información relevante, la cual ayudará a la toma de decisiones informadas. (Meta y Google).**

8. Producción de Contenido

Duración estimada	**3**
Descripción de la actividad	**Grabar videos, diseñar imágenes, toma y selección de fotografías y contenido. Desarrollo de Lead magnet: guía especializada con conocimiento del cliente o variables similares.**

9. Postproducción de Contenido

Duración estimada	**3**
Descripción de la actividad	**Editar y ajustar arreglos de todo el material audio-visual: fotos, videos, piezas gráficas y contenidos. Preparar el contenido para su publicación.**

10. Administración de Pauta

Duración estimada	**2**
Descripción de la actividad	**Crear, revisar campañas publicitarias, monitorear el rendimiento y ajustar las estrategias. Pauta en Meta: Instagram y Facebook.**

11. Capacitación personal

Duración estimada	**3**
Descripción de la actividad	**Durante el transcurso de todo el proceso se realiza capacitación en la implementación de todo el proceso de transformación digital.**

12. Informe de resultados

Duración estimada	**1**
Descripción de la actividad	**Entrega de informes finales de resultados de pauta, RRSS (redes sociales) y data tableros.**

Historial de aprobaciones

7/11/2024, 4:45 p. m.

Estado	
Asignado a	**Usuario171871425405967041962**
Aprobador real	
Comentarios	

7/11/2024, 4:45 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Usuario171702519457757520 31**
Aprobador real	**Usuario171702519457757520 31**
Comentarios	

5/11/2024, 5:27 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Usuario171233230535079203 23**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**Aprobado.**

5/11/2024, 3:04 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Jhenifer Téllez Rondón**
Comentarios	**¡Aprobado! Tenga en cuenta la tendencia del indicador y registre las mediciones intermedias con el fin de evidenciar el comportamiento de las métricas establecidas y el avance de cumplimiento frente a la meta en cada indicador.**

2/11/2024, 8:00 a. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Andrés La Rotta**
Aprobador real	**Andrés La Rotta**
Comentarios	**Se Aprueba de Plan Trabajo # 2**

1/11/2024, 9:27 a. m.

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

1/11/2024, 8:27 a. m.

Estado	**Rechazado**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**Rechazado.** **Por favor hacer las correcciones ya solicitadas en revisiones anteriores.** **Se reitera comentario de revisión anterior y que no fue atendido.** **Para todos los indicadores debe ajustar el "Periodo de la medición" este ítem debe señalar el mes y año en que se realizó la medición de línea base, según lo estipulado en la metodología se debe realizar el mes inmediatamente anterior al inicio de intervención o en algunos casos podrá ser el mismo mes de inicio si no se han realizado actividades que pudieron cambiar la medición inicial.**

31/10/2024, 3:01 p. m.

Estado	**Reasignada**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**Se reitera comentario de revisión anterior y que no fue atendido.** **Para todos los indicadores debe ajustar el "Periodo de la medición" este ítem debe señalar el mes y año en que se realizó la medición de línea base, según lo estipulado en la metodología se debe realizar el mes inmediatamente anterior al inicio de intervención o en algunos casos podrá ser el mismo mes de inicio si no se han realizado actividades que pudieron cambiar la medición inicial.**

29/10/2024, 8:26 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Andrés La Rotta**
Aprobador real	**Andrés La Rotta**
Comentarios	**Se Aprueba Plan de Trabajo # 2 - Cumple con los Indicadores para el Desarrollo de la Consultoría**

28/10/2024, 3:39 p. m.

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

15/10/2024, 12:48 p. m.

Estado	**Rechazado**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**Rechazado.** **En el periodo de medición del indicador debe incluir siempre MES y AÑO.** **Adjuntar los soportes y demás ajustes requeridos por la líder de línea:** **-Reducción de costos de Talento Humano en procesos por Automatización (RTH): este indicador tiene entregable obligatorio un diagrama de flujo, un levantamiento de cargas de trabajo o un estudio de tiempos y movimientos en el que se evidencie las actividades a intervenir, personal que realiza la actividad y costo de cada una.** **Tiempo de recuperación de procesos críticos por digitalización (TMR): Será obligatorio adjuntar tanto para plan de trabajo 2 como para acta de cierre la matriz de riesgos de la compañía en donde se identifique claramente el proceso, causa, evento, consecuencia y plan de contingencia y tiempo de recuperación o reactivación de la empresa en caso de materializarse el evento.** **Para todos los indicadores debe ajustar el "Periodo de la medición" este ítem debe señalar el mes y año en que se realizó la medición de línea base, según lo estipulado en la metodología se debe realizar el mes inmediatamente anterior al inicio de intervención o en algunos casos podrá ser el mismo mes de inicio si no se han realizado actividades que pudieron cambiar la medición inicial.**

11/10/2024, 4:34 p. m.

Estado	**Reasignada**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**-Reducción de costos de Talento Humano en procesos por Automatización (RTH): este indicador tiene entregable obligatorio un diagrama de flujo, un levantamiento de cargas de trabajo o un estudio de tiempos y movimientos en el que se evidencie las actividades a intervenir, personal que realiza la actividad y costo de cada una.** **Tiempo de recuperación de procesos críticos por digitalización (TMR): Será obligatorio adjuntar tanto para plan de trabajo 2 como para acta de cierre la matriz de riesgos de la compañía en donde se identifique claramente el proceso, causa, evento, consecuencia y plan de contingencia y tiempo de recuperación o reactivación de la empresa en caso de materializarse el evento.** **Para todos los indicadores debe ajustar el "Periodo de la medición" este ítem debe señalar el mes y año en que se realizó la medición de línea base, según lo estipulado en la metodología se debe realizar el mes inmediatamente anterior al inicio de intervención o en algunos casos podrá ser el mismo mes de inicio si no se han realizado actividades que pudieron cambiar la medición inicial.**

9/10/2024, 4:10 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Andrés La Rotta**
Aprobador real	**Andrés La Rotta**
Comentarios	**Es Aprobado el Plan de Trabajo Parte # 2**

9/10/2024, 12:36 p. m.

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

5/10/2024, 12:28 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Usuario171233230535079203 23**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**Aprobado.** **Se evidencia que no tiene planeadas actividades para el último mes de intervención, sin embargo, tenga en cuenta que esto no lo exime de realizar reporte de seguimiento sin horas durante ese mes.**

3/10/2024, 11:31 a. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Jhenifer Téllez Rondón**
Comentarios	**Aprobar. Se evidencia ajustes en plan de trabajo. Se deja nota que no tiene planeadas actividades para el último mes de intervención, sin embargo, tenga en cuenta que esto no lo exime de realizar reporte de seguimiento sin horas durante ese mes.**

1/10/2024, 3:08 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Andrés La Rotta**
Aprobador real	**Andrés La Rotta**
Comentarios	**Se Aprueba Plan de Trabajo Parte # 1, según ajustes y requerimientos con la Líder Nacional**

1/10/2024, 12:30 p. m.

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

30/09/2024, 11:49 a. m.

Estado	**Rechazado**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**Rechazado.** **Ajustar el plan de trabajo P1 según las recomendaciones realizadas en la reunión del 30 de septiembre.**

24/09/2024, 5:14 p. m.

Estado	**Reasignada**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**Se solicita reunión con extensionista para aclaración de plan de trabajo, en el cronograma tiene 24 horas de creación de contenido.**

23/09/2024, 8:13 a. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**Andrés La Rotta**
Aprobador real	**Andrés La Rotta**
Comentarios	**El Plan de Trabajo cumple con las Especificaciones en la Lista de Chequeo**

21/09/2024, 2:53 p. m.

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

6/09/2024, 4:06 p. m.

Estado	**Rechazado**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**Rechazado.** **Revisar la coherencia de las actividades y hallazgos con la línea de transformación digital, tener en cuenta las observaciones de la Líder de Línea.**

5/09/2024, 8:22 a. m.

Estado	**Reasignada**
Asignado a	**Jhenifer Téllez Rondón**
Aprobador real	**Usuario171233230535079203 23**
Comentarios	**El plan de trabajo presenta problemática y objetivo asociados a la línea de transformación digital, sin embargo, muchos de los hallazgos y oportunidades de mejora están relacionado con estrategia de mercado, por lo cual no son del resorte de la línea, es así, que el plan de trabajo propuesto tiene muchas horas para creación de contenido, posicionamiento de marca, entre otros, por lo cual la mitad de las horas del cronograma no hacen parte del alcance de la línea de transformación digital.**

3/09/2024, 12:02 p. m.

Estado	**Aprobado**
Asignado a	**fabricasrisaraldag8**
Aprobador real	**fabricasrisaraldag8**
Comentarios	

24/08/2024, 10:09 a. m.

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