

**LOTUS: CONSULTORÍA A OSORIO REPUESTOS PARA EL DESARROLLO DE
UNA PLATAFORMA DE CONTROL OPERACIONAL DE SERVICIO AL CLIENTE**

Autores:

Adriana Varela Montenegro
Mattheuv Osorio Cardona
Daniel Sánchez Gómez
Nicolás Acevedo Suárez

Directora:

Iris Leticia Fernández Marín

Maestría en Gestión Estratégica de la Información e Innovación Digital

**Escuela de Ingeniería, Ciencia y Tecnología (EICT)
Departamento de Ciencia Humanas
Maestría en Gestión Estratégica de la Información e Innovación Digital
Universidad del Rosario**

Bogotá – Colombia

2024

Contenido

Introducción	2
Marco conceptual: contexto actual de las pymes	3
Organización	4
Metodología	5
Desarrollo	6
1. Implementación metodológica	6
1.1 Lienzo del problema.....	6
1.2 Mapa de Empatía y Buyer persona	7
1.3 Entrevista semiestructurada.....	7
1.4 DOFA y matrices de evaluación de factores internos y externos - Instrumentos de planificación estratégica.....	8
1.5 Lienzo de Valor	9
1.6 SCRUM.....	11
2. Necesidad y diagnóstico de intervención.....	12
3. Transformación esperada.....	13
4. OKR	14
O1KR1. Mejorar la satisfacción del cliente en un 30%	15
O1KR2: Estandarizar el 60% de los procesos de servicio al cliente mediante una estructura de macroprocesos	25
O1KR3: Establecer un sistema centralizado de visualización de información que incluya ventas, inventario, nivel de competencia del personal y servicio al cliente	30
O1KR4: Mejorar las competencias del personal en los procesos de servicio al cliente y fomentar la autonomía.	34
Conclusiones	38
Recomendaciones	39
Anexos.....	41

Introducción

Este trabajo de grado, titulado "*Lotus: Consultoría a Osorio Repuestos para el desarrollo de la plataforma control operacional de servicio al cliente*", se desarrolla en el marco de la Maestría en Gestión Estratégica de la Información e Innovación Digital de la Universidad del Rosario; desarrollado entre los meses de febrero a noviembre de 2024.

Lotus es una consultoría personalizada, con potencial de escalabilidad, que se centra en las problemáticas comunes a las que se enfrentan las pymes y empresas familiares; y, que ofrece soluciones enfocadas en las necesidades de los clientes, a partir de la transformación digital y la estandarización de procesos.

En esta oportunidad nos centramos en el diagnóstico y mejora de la gestión de Osorio Repuestos, una empresa del sector automotriz del Valle del Cauca que enfrenta retos en su operación y servicio al cliente debido a prácticas obsoletas y una dependencia excesiva en el rol de la gerencia y su intervención directa, constante, presencial y análoga.

La propuesta se centra en el diagnóstico y mejora de la gestión de Osorio Repuestos, una empresa del sector automotriz del Valle del Cauca que enfrenta retos en su operación y servicio al cliente debido a prácticas obsoletas y una dependencia excesiva en el rol de la gerencia y su intervención directa, constante, presencial y análoga.

El objetivo principal del proyecto es reducir en un 40% la dependencia del gerente en los procesos operativos de la compañía, apoyándose en tres pilares estratégicos: 1. La creación de un dashboard para facilitar la toma de decisiones; 2. Estandarización de los procesos de servicio al cliente y gestión de inventarios; y, 3. Transferencia de conocimientos y capacitación del personal para fomentar la autonomía operativa.

La consultoría se organizó en los procesos de diagnóstico, desarrollo y evaluación. Estos procesos se presentan, a continuación, en cuatro apartados: el primero, se dedica al marco conceptual; el segundo, expone la metodología empleada; el tercero, presenta los OKRs (Objectives and Key Results) en relación con la transformación esperada y los resultados obtenidos; y, finalmente, el cuarto apartado releva las conclusiones del desarrollo de la consultoría, incluyendo las recomendaciones a Osorio Repuestos.

Marco conceptual: contexto actual de las pymes

Para entender la relevancia de esta consultoría y estructurar la naturaleza de la intervención en Osorio Repuestos, fue necesario además de entender las particularidades de la empresa, comprender los retos y desafíos a los que se enfrentan la mayoría de pymes y empresas familiares actualmente.

Entre las problemáticas más comunes que enfrentan las pymes se encuentra el retiro del fundador. Según el *Diario para la Empresa del Siglo XXI* (“70% De Las Empresas Familiares Y Pymes Fracasan Al Dejarlas Su Fundador” Ignacio Campoy CEO De Formación Universitaria, 2023), aproximadamente el 70 % de las empresas familiares y pymes fracasan tras la salida de su fundador. Esto se debe, como se evidencia en el caso de nuestro cliente piloto, a que el rol del gerente es transversal a todas las áreas de gestión de la empresa, y la continuidad de su funcionamiento depende en gran medida de su presencia y gestión constante.

Por su parte, la revista *Portafolio* (Portafolio, 2020) destacó la mala gestión como una de las principales causas de fracaso de las pymes, subrayando la necesidad de una solución integral que optimice la gestión, facilite la toma de decisiones informadas y estratégicas, simplifique las operaciones diarias y mejore la calidad de las tareas asociadas. Esto no solo beneficia a la empresa, sino que también impacta positivamente en la calidad de vida de los gerentes.

En un artículo posterior (*Los Riesgos Que Tienen Las Pymes En Un Mercado Cada Vez Más Digital*, n.d.), *Portafolio* señaló que las pymes enfrentan retos aún mayores en un contexto cada vez más digital, lo que refuerza la relevancia de brindar apoyo y consultoría para la adopción tecnológica y la estandarización de procesos, factores esenciales para garantizar su competitividad y sostenibilidad.

Esto no solo las rezaga frente a sus competidores, sino que también restringe su capacidad de innovación. En este sentido, un informe de la Universidad Nacional de Colombia señala que “el principal atraso que ha tenido el país está directamente relacionado con los factores de innovación y sofisticación de negocios” (Montoya et al., 2010, p. 107).

Además, los escenarios cambiantes obligan a las pymes a redefinir constantemente sus estrategias, aunque su limitada capacidad de adaptación, en muchos casos, dificulta su evolución. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), “la orientación emprendedora implica la voluntad de innovar, 'rejuvenecer' lo que se ofrece al mercado, asumir riesgos para probar productos, servicios y acceder a mercados nuevos e inciertos,

y también ser más proactivos que los competidores frente a las nuevas oportunidades de mercado". (Organización Internacional del Trabajo, 2021).

En resumen, varios medios, fuentes económicas y analistas del sector empresarial, concuerdan en que los retos asociados a la gestión de las pymes son los más retadores en su ciclo de vida. En otras palabras, lo anterior se traduce en factores como la dependencia entre el gerente y la empresa, la necesidad de estandarización de procesos y la necesidad de contar con herramientas para el caso particular.

Organización

Osorio Repuestos es una pyme familiar con 30 años de experiencia en el sector automotriz, ubicada en Jamundí, Valle del Cauca, se especializa en la venta y asesoría de repuestos para automotores y maquinaria agrícola, además de ofrecer servicios de instalación, mecánica rápida y asistencia a domicilio; su misión es:

Trabajamos para ofrecer a nuestros clientes la satisfacción total de sus necesidades mediante la calidad de nuestros productos y servicios, la excelente atención y el respaldo de más de 30 años de experiencia. Nos centramos en la comercialización de repuestos para automotores, actualizando permanentemente nuestro stock para cumplir con los requerimientos de nuestros clientes tanto a nivel municipal como departamental" (Repuestos Osorio, 2024)

A largo plazo, Osorio Repuestos busca consolidarse como una empresa líder en el suroccidente colombiano, siendo reconocidos como comercializadores y proveedores de alta confiabilidad en el sector automotriz y sectores complementarios.

La empresa cuenta con una sólida trayectoria en la importación de productos provenientes de países como Taiwán, Corea y Japón; garantizado una oferta diversa y de alta calidad para sus clientes.

Osorio repuestos cuenta con 8 empleados; quienes asumen las funciones de representante legal, representante legal suplente, administradora, contadora, líder de ventas, asesor de ventas senior, asesor de ventas junior y asesora de ventas medio. La estructura organizacional cuenta con la definición de las siguientes áreas: ventas, compras y administración. Adicionalmente, cuenta con un sistema Enterprise Resource Planning (ERP) para la gestión de inventarios.

Metodología

Las pymes y medianas empresas requieren asesorías rápidas y prácticas; esto ha llevado a Lotus a desarrollar sus procesos desde el uso de metodologías ágiles, las cuales permiten comprender las necesidades del cliente y ofrecer una solución efectiva. Para esta consultoría, se eligió trabajar desde Design Thinking, Lean Startup y Scrum.

Las herramientas metodológicas empleadas para el acompañamiento a Osorio Repuestos encuentran su fundamento en las necesidades particulares del gerente y su impacto en el liderazgo de la empresa.

HERRAMIENTAS:



Imagen 2. Herramientas metodológicas

Fuente: elaboración propia

Desarrollo

Este apartado se divide en tres momentos; el primero, se enfoca en el desarrollo de la metodología; el segundo, en el diagnóstico y la necesidad de Osorio Repuestos; y, el tercero, remite al planteamiento de los OKR y el proceso adelantado para el logro de la transformación esperada.

1. Implementación metodológica

1.1 Lienzo del problema

Esta herramienta se seleccionó por su capacidad para identificar el momento en que ocurre el problema, sus causas, las alternativas disponibles; así como, la caracterización detallada del cliente y los impactos emocionales y cuantitativos que afronta por causa del problema. A continuación, se presenta el lienzo del problema:

LIENZO DEL PROBLEMA

<div style="background-color: white; color: #2c3e50; padding: 5px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> <p style="margin: 0;">PROBLEMA ¿Cuál es la causa Raíz?</p> </div> <p style="font-size: 0.9em; margin-top: 5px;">Disminución en la rentabilidad y calidad de vida del gerente (Yesid Osorio) debido a la baja sistematización y estandarización, además de un alto grado de dependencia del gerente en los procesos de servicio al cliente personalizado y conversión de ventas.</p>	<div style="background-color: white; color: #f1c40f; padding: 5px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> <p style="margin: 0;">CLIENTE ¿Quién tiene el problema más a menudo?</p> </div> <p style="font-size: 0.8em; margin-top: 5px;">Edad: 60 años Rol: Gerente y figura central del negocio Experiencia: Especializado en atención al cliente, siendo un componente crucial de la operación diaria. Horario de Trabajo: Todos los días, aproximadamente 12 horas diarias. Responsabilidades Personales: Padre de familia. Desafíos Actuales: Limitaciones físicas y de salud que afectan su capacidad de gestionar el negocio de manera presencial.</p>	<div style="background-color: white; color: #2c3e50; padding: 5px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> <p style="margin: 0;">IMPACTO EMOCIONAL ¿Cómo se siente el cliente?</p> </div> <p style="font-size: 0.8em; margin-top: 5px;">Frustración, cansancio y estrés ocasionados por el ritmo de trabajo además de límites borrosos entre la vida personal y laboral. Afecciones de salud y vitalidad.</p>
<div style="background-color: white; color: #f1c40f; padding: 5px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> <p style="margin: 0;">ALTERNATIVAS ¿Que hace el usuario/cliente actualmente para aliviar el problema?</p> </div> <p style="font-size: 0.9em; margin-top: 5px;">Nuestro cliente actualmente descansa un día a la semana (los jueves) y durante su ausencia por descanso o salud, delega sus funciones a su esposa, además el negocio cuenta con un sistema ERP para la facturación electrónica y el manejo de inventario.</p>	<div style="background-color: white; color: #2c3e50; padding: 5px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> <p style="margin: 0;">DESVENTAJAS DE LA ALTERNATIVA ¿Que no logra solucionar?</p> </div> <p style="font-size: 0.8em; margin-top: 5px;">Descanso y Salud: Las jornadas de descanso son insuficientes, causan estrés y problemas de salud. Delegación de Funciones: Al delegar tareas a empleados o su esposa, se observa una disminución significativa en ventas y atención al cliente. Sistema Actual: El sistema no se adapta a las necesidades del negocio, presentando funcionalidades genéricas que no satisfacen el servicio, inventario y la toma de decisiones. Resistencia al Cambio: Existe resistencia del personal para adoptar el sistema actual, prefiriendo una solución personalizada aunque obsoleta.</p>	<div style="background-color: white; color: #f1c40f; padding: 5px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> <p style="margin: 0;">IMPACTO CUANTIFICABLE ¿Cuál es el impacto medible y en qué unidad de medida?</p> </div> <p style="font-size: 0.8em; margin-top: 5px;">Ingreso de ventas (Rentabilidad). Costo del inventario sin rotación u obsoleto. Tiempo (Jornada laboral extensa)</p>

Imagen 1. Lienzo de valor 1. Fuente: Elaboración propia



Imagen 2. Lienzo de valor 2. Fuente: Elaboración propia

1.2 Mapa de Empatía y Buyer persona

Estas herramientas metodológicas permiten explorar detalladamente las particularidades del cliente, sus necesidades, preocupaciones, los desafíos diarios que afronta en sus diferentes áreas de ajuste y las aspiraciones que tiene para su empresa; a partir del reconocimiento de sus lecturas, pensamientos, expectativas y motivaciones vitales. La riqueza de la información resultante de la implementación del Mapa de empatía y el Buyer persona debe leerse de manera integral, razón por la que es preciso remitirse a los anexos. 1 y 2.

1.3 Entrevista semiestructurada

El objetivo de la entrevista es obtener una comprensión integral del negocio y sus operaciones. Las entrevistas permiten forjar una visión clara del contexto, identificar las dificultades y desafíos que enfrenta la empresa consultora. Además, ayudan a identificar las áreas que requieren mayor atención para fortalecer la propuesta de valor.

Las cinco entrevistas realizadas permitieron profundizar y entender, desde la perspectiva del gerente y los empleados, que hay factores externos e internos que impactan negativamente a Osorio Repuestos. Dentro de estos, se encuentran la recesión económica, el incremento de precios, el manejo actual del sistema ERP y la mutua dependencia entre los procesos de la empresa y el gerente. (Para mayor información, consultar anexo 3).

1.4 DOFA y matrices de evaluación de factores internos y externos - Instrumentos de planificación estratégica

El diagnóstico de los problemas que afrontan las pymes y empresas familiares requiere una identificación y comprensión de los factores internos y externos que las afectan, comprendiendo su importancia en el problema; razón por la que la DOFA y las matrices de evaluación son fundamentales. (Ver anexo 4). A continuación se presentan los resultados de los instrumentos de planificación:



Imagen 3. DOFA. Fuente: Elaboración propia

Una vez identificados los factores internos y externos, aplicamos las Matrices de Evaluación de Factores Internos (MEFI) y Evaluación de Factores Externos (MEFE), la priorización de las calificaciones y el grado relativo de importancia permitieron obtener los siguientes resultados:

Tabla 1. Priorización de factores internos y externos

Calificación MEFI	Grado Relativo de importancia	Calificación MEFE	Grado Relativo de importancia
D4D5	Dependencia del Gerente + Falta de Estandarización y Documentación	O2	Adopción de tecnologías de venta digital
D1D3	Sistema ERP Inconsistente + Problemas de inventario	A1	Precios competitivos de competidores
D2	Limitaciones de canales de venta	A4	Limitaciones en la capacidad de servicio e inventario

Fuente. Elaboración propia (2024)

Es preciso referir que la matriz MEFI permitió identificar las tres debilidades que impactan en mayor medida a Osorio Repuestos; encontrando que la de mayor grado relativo de importancia, con un 31,24%, es la dependencia del Gerente y la falta de estandarización y documentación. La Matriz MEFE identificó como factores externos más relevantes la adopción de tecnologías de venta digital y los precios competitivos con un grado relativo de importancia del 20.32%, fueron los elementos de mayor impacto. Convirtiéndose en oportunidades para mejorar la competitividad de la empresa.

1.5 Lienzo de Valor

Herramienta clave para consolidar, visualizar y exponer ante el cliente las tareas a las que se enfrenta diariamente; sus dolores y ganancias de las labores referidas; así como la proyección de los creadores de beneficios y los aliviadores de dolor; para, finalmente, graficar la propuesta de valor.

Para empatizar con el cliente, utilizamos las herramientas de trabajos por hacer y canvas de valor. La primera herramienta, centrada en identificar y resolver las necesidades reales del usuario, permitió definir catorce trabajos por hacer, distribuidos en tres áreas claves como son: servicio al cliente, administración, gestión de inventarios y compras.

La selección de los principales trabajos se realizó mediante una evaluación cuantitativa realizada con los involucrados en el proyecto, aplicando la ponderación de factores para determinar su importancia relativa. Los resultados destacan tres trabajos prioritarios:

- Generar confianza en el cliente en la atención en el mostrador, que se considera el más crítico con un 36% de importancia;
- Mantener y organizar el mostrador, con un 8%, enfocándose en la organización y el manejo periódico del inventario físico para facilitar su acceso;
- Identificar qué productos no están rotando cuando se hace inventario, con un 6%.

Una vez priorizadas las tareas, se identificaron las ganancias y dolores del cliente, seguido de creadores de beneficios, entendidos como acciones deseables, y aliviadores de dolor, que son elementos que ayudan a mitigar o eliminar los dolores que enfrenta la empresa. Todo esto se resume en productos y servicios.

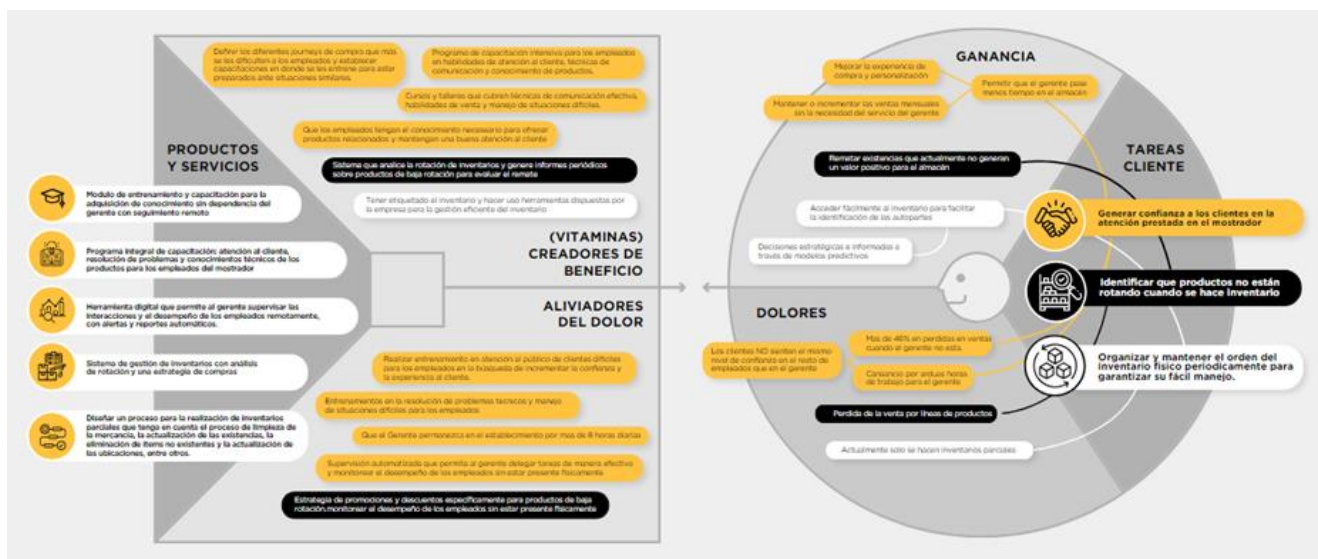


Imagen 4. Lienzo de valor. Fuente: Elaboración propia

Lo anterior permitió generar una propuesta de valor centrada en las necesidades del cliente a través de productos y servicios tangibles, como son:

- **Módulo de entrenamiento y capacitación** para la adquisición de conocimiento sin dependencia del gerente con seguimiento remoto.
- **Programa integral de capacitación:** atención al cliente, resolución de problemas y conocimientos técnicos de los productos para los empleados del mostrador.
- **Herramienta digital que permite al gerente supervisar las interacciones y el desempeño de los empleados remotamente**, con alertas y reportes automáticos.
- **Diseñar un proceso para la realización de inventarios parciales** que tenga en cuenta el proceso de limpieza de la mercancía, la eliminación de ítems no existentes, la actualización de las existencias y ubicaciones, entre otros.

1.6 SCRUM

El desarrollo de una asesoría requiere tanto del planteamiento metodológico para el acompañamiento al cliente como de una metodología interna que le permita al asesor gestionar eficazmente el desarrollo del proyecto, asegurando una ejecución ágil y efectiva de las iniciativas estratégicas.

Así, Lotus incorporó Scrum al proceso de la consultoría a Osorio Repuestos para definir los siguientes roles: el Product Owner, el Scrum Master y el equipo de desarrollo, compuesto por Auditora QA y Data Engineer.

Es preciso resaltar, que Scrum es una metodología continua en el desarrollo del proceso; así que cuando se contó con un diagnóstico y el reconocimiento de la necesidad de Osorio Repuestos; esta metodología le permitió al equipo consultor definir tres hitos de trabajo; los cuales se presentan a continuación:

- Revolución digital en el taller.
- Precisión de piezas.
- Academia mecánica

El logro de los tres hitos proyectados derivó en la consolidación de una plataforma de control operacional de servicio al cliente; la cual cuenta con un diseño enfocado en satisfacer de manera específica las necesidades de Osorio Repuestos.

La imagen que se presenta, a continuación, es el Roadmap, un plan detallado que visualiza cómo se desarrolló el proyecto y nuestros objetivos a través de siete épicas

principales. Cada épica está alineada con los hitos establecidos, lo que aseguró una ejecución eficiente y coordinada del proyecto.

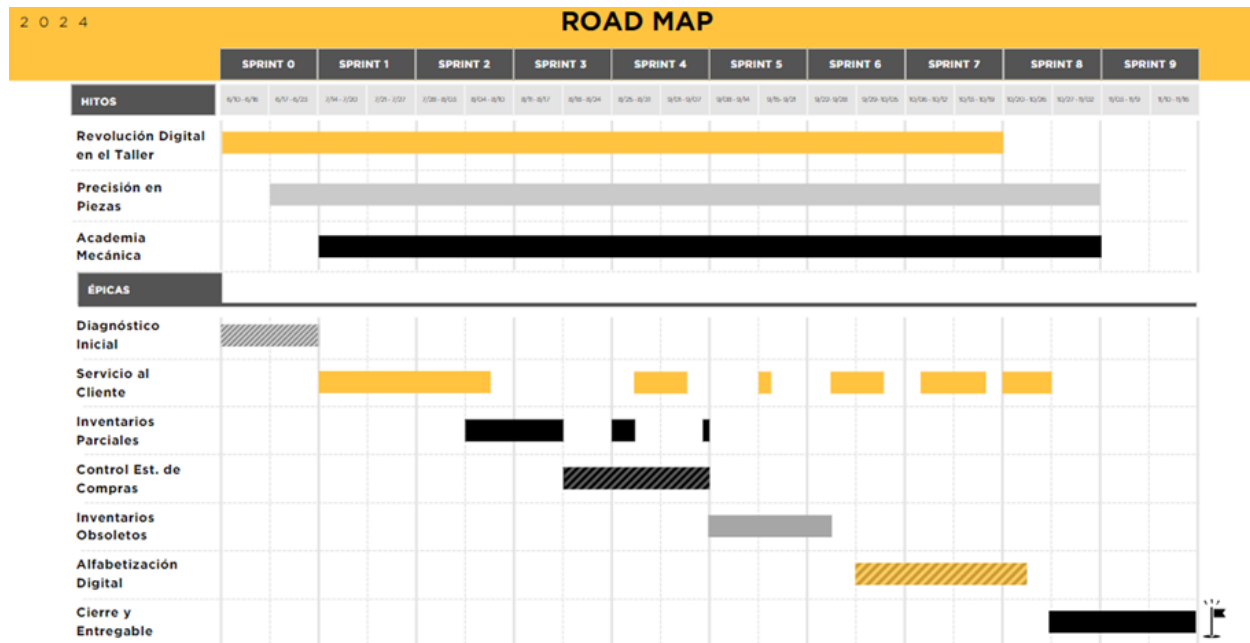


Imagen 5. Diagrama de Gantt por hitos. Lotus.

Para la gestión y seguimiento del proyecto, se optó por utilizar ClickUp, una plataforma de gestión de proyectos que funciona como Software as a Service (SaaS). Esta elección se debe a la naturaleza multidisciplinaria de nuestro equipo del equipo de Lotus; así como a su ubicación geográfica, el cual está distribuido en varias regiones del país, la cual incluye territorios como incluyendo Bogotá, Jamundí y Medellín.

2. Necesidad y diagnóstico de intervención

El análisis de los resultados obtenidos en la implementación de la metodología permitió establecer que Osorio Repuestos afronta una serie de desafíos que pasan por una alta carga operativa del gerente; lo que conlleva a una dificultad y estrés asociada a la toma de decisiones, la cual, a su vez, se ve reforzada por la falta de organización en los procesos de inventario y compras; factores que afectan negativamente el bienestar financiero de la empresa. Adicionalmente, también se encuentra el reto de no contar con procesos estandarizados, lo que ocasiona la necesidad de una constante presencia del gerente en la empresa, que permitan capacitación, la posibilidad de delegar al equipo y su empoderamiento.

Entendiendo la naturaleza de los desafíos que afronta Osorio repuestos, Lotus encuentra que la empresa requiere una intervención integral que le apunte a la reducción de la dependencia del gerente en los procesos operativos de la compañía; a partir del incremento de la satisfacción del cliente; la estandarización de procesos; el logro de un control en tiempo real de las métricas importantes para la gestión de la empresa y el fortalecimiento de las competencias del personal de la organización.

3. Transformación esperada

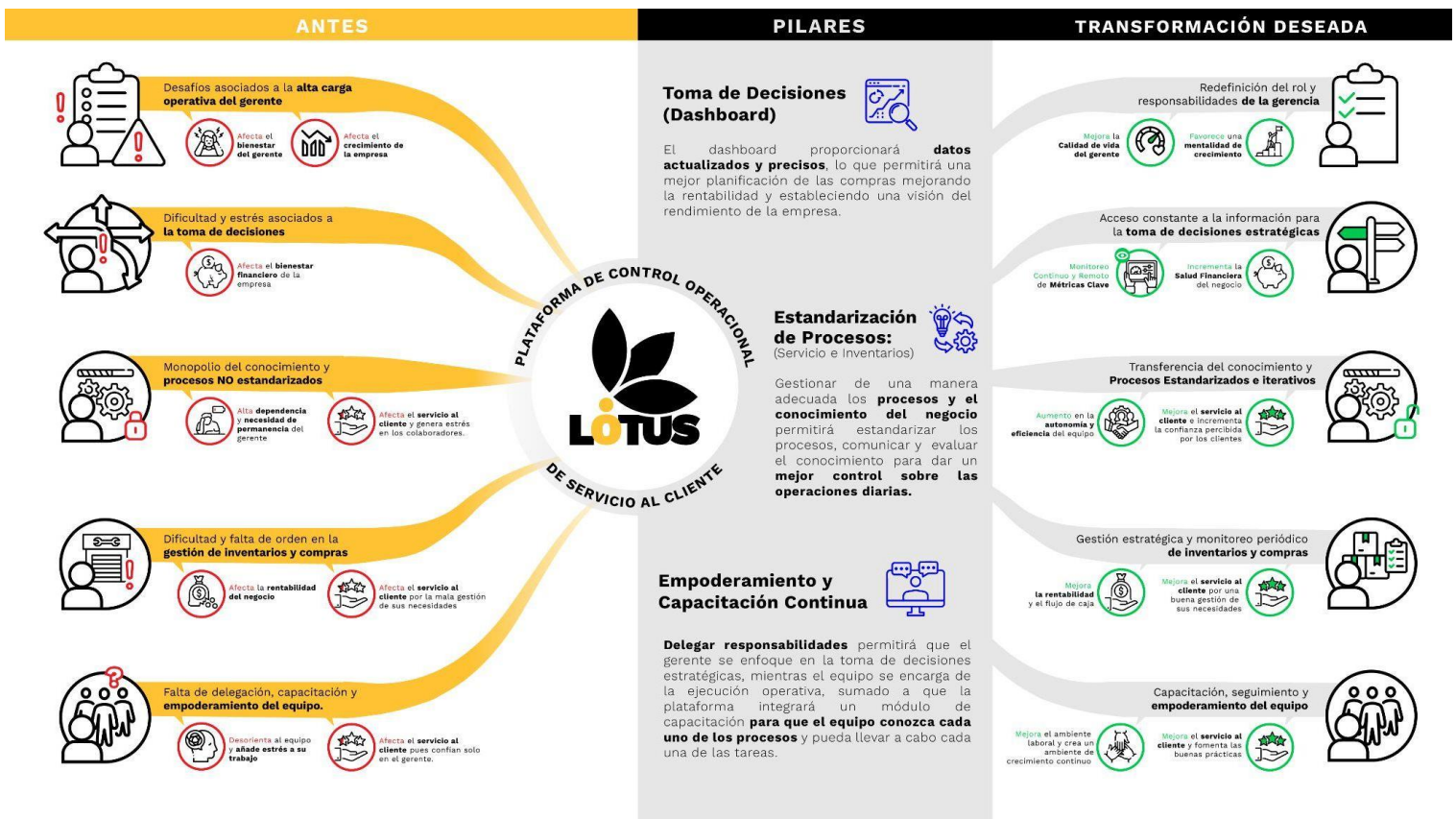


Imagen.6 Transformación esperada

Fuente. Elaboración propia

Uno de los elementos claves para asegurar el éxito de una consultoría sobrepasa la habilidad de hallar diagnósticos apropiados y transformaciones esperadas, en tanto los resultados dependen de la fundamentación para el diseño de la intervención. Para el caso puntual de Osorio Repuestos, dicha fundamentación es el establecimiento de los tres pilares, expuestos en la gráfica No 6, que permitieron el logro de la Plataforma de

Control Operacional; entendiéndose como una intervención y resultado integral para el diagnóstico y las necesidades de la empresa.

4. OKR

Los OKR son los objetivos y resultados clave que se establecen de manera clara, desglosada y jerárquica para el logro de los pilares que darán paso a la transformación esperada de una consultoría; lo que para el caso puntual de Osorio Repuestos se visualiza en la reducción de la dependencia del gerente en los procesos operativos de la empresa en un 40%. A continuación, se presentan los OKR planteados para, posteriormente, exponer su desarrollo:

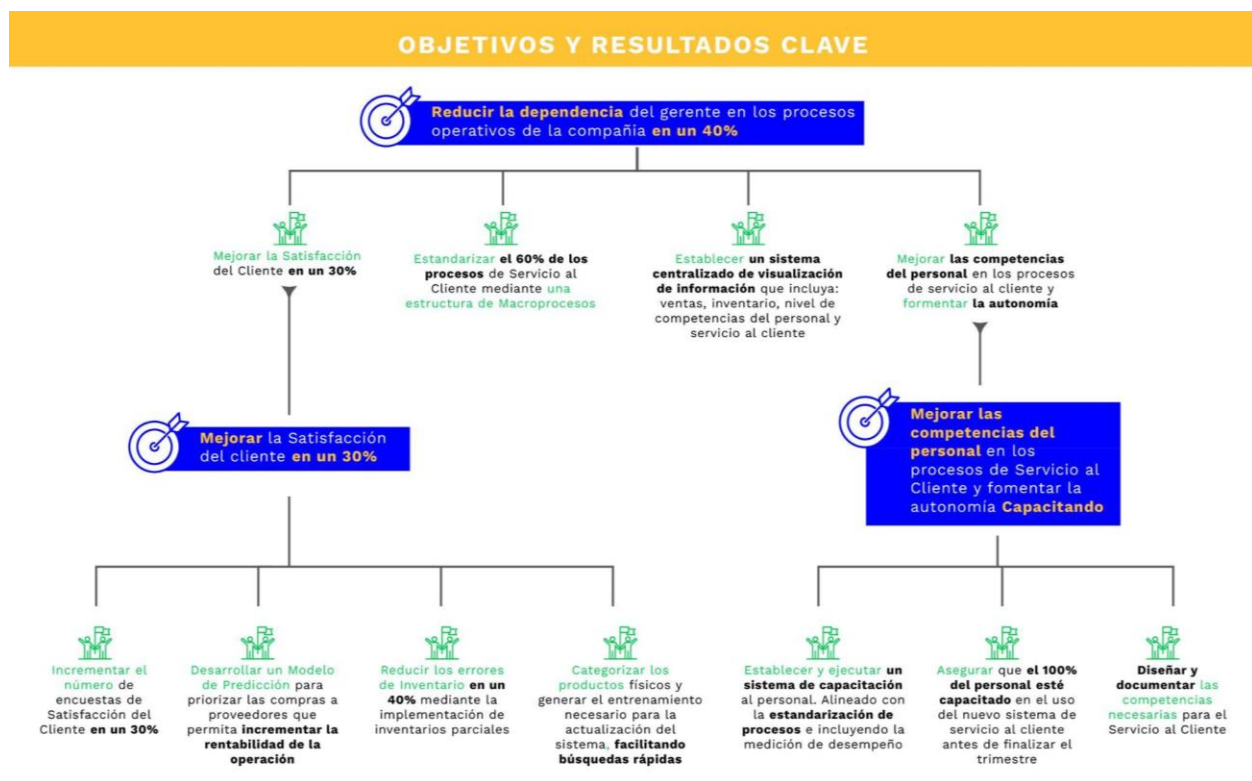


Imagen 7. OKR - Proyecto Aplicado. Fuente: Elaboración propia

O1KR1. Mejorar la satisfacción del cliente en un 30%

A través de las mejoras implementadas en la automatización de las encuestas de satisfacción, el desarrollo del modelo predictivo, la implementación del proceso de inventarios y la categorización de los productos, se ha alcanzado un avance del 17% en el cumplimiento del objetivo. Aunque el proceso de implementación y adopción de estos cambios aún está en desarrollo, los datos recopilados brindan una visión general que facilita la toma de decisiones en diferentes áreas. A continuación, se detalla el proceso de construcción e implementación de cada una de las mejoras señaladas:

1. Incrementar el número de encuestas de satisfacción al cliente en un 30%

Las encuestas son un método efectivo para medir la satisfacción del cliente; identificando los factores asociados a su experiencia, tales como: vendedor que le atendió, el tipo de producto o servicio adquirido y su nivel de satisfacción; lo que permite medir la calidad del servicio prestado, identificar las áreas que pueden requerir atención y evaluar el desempeño de los vendedores.

Ejercicio piloto:

Inicialmente, entre el 6 de agosto y el 18 de septiembre de 2024, se adelantó un ejercicio piloto para la incorporación de las encuestas de satisfacción al cliente en Osorio Repuestos; el cual se caracterizó por el diligenciamiento en cabeza de los vendedores.

Este ejercicio piloto permitió establecer que las encuestas de satisfacción deben ser diligenciadas por el cliente para: evitar un sesgo de la información relativa al éxito de la interacción, identificar claramente los servicios prestados, acceder en tiempo real a los resultados de la encuesta e incrementar la tasa de respuesta, bajo un proceso definido.

Creación módulo encuesta

Tras identificar la situación antes mencionada, se desarrolló un módulo de encuestas que hace parte de la plataforma de control operacional. Este módulo utiliza un cron job, que ejecuta tareas en horarios específicos: 8:00 a. m., 10:00 a. m., 2:00 p. m., 4:00 p. m., 6:00 p. m. y 7:00 p. m. En cada ejecución, el cron job revisa las ventas realizadas, a partir de la consulta en la base de datos que realiza un controlador en el backend, y, automáticamente, genera encuestas para ser enviadas a los clientes y recibir su retroalimentación.

Es preciso señalar que, a la encuesta empleada para la atención al servicio de mecánica

se le incluyó no sólo la calificación al vendedor sino también al mecánico, además del campo para el registro del kilometraje, como información predictiva.

Automatización envío de encuestas

Lograr la automatización de envío de encuestas fue un proceso que requirió adelantar pruebas pilotos y ajustes constantes; a continuación, se presentan los tres elementos retadores que exigieron atención:

Inicialmente, se configuró el envío de la encuesta mediante correo electrónico, pero se observó una baja tasa de respuesta. Entendiendo que el diseño del correo electrónico tenía imágenes con texto, se concluyó que las aplicaciones de correo en su gran mayoría por defecto inhabilitan la visualización de imágenes impidiendo la lectura del mensaje como también evitando hacer clic en el botón que redirige al cliente directamente a la encuesta para su diligenciamiento. Por esta razón, se diseñó un correo más sencillo con fondo blanco y texto negro, lo que mejoró los resultados, de este modo, incluso las imágenes que no se cargaban, ahora no eran un impedimento para acceder a la encuesta.

Además, el asunto del correo incluía el nombre para facilitar su identificación. Sin embargo, muchas empresas que usan correo exclusivo para facturación no revisaban estos mensajes sino solamente las facturas. Por esta razón, se aprovechó la conexión vía API, un mecanismo que permite la comunicación entre AsisteClick y el WhatsApp, para enviar de forma automática los enlaces de las encuestas.

El proceso de envío automático de encuestas requirió de pruebas iniciales; las cuales consistieron en el envío de un mensaje de demostración; lo cual permitió identificar los requerimientos de WhatsApp para la aprobación del envío. Así, el ejercicio requirió de la identificación del tipo de mensajes y plantillas a emplear, logrando la definición del uso de mensajes transaccionales; el cual permite tanto el envío de encuestas como las notificaciones internas del sistema.

Para llevar a cabo este proceso, fue necesario inspeccionar los llamados API del módulo de envíos masivos de Asisteclick para poder identificar como el mismo relacionaba cada plantilla aprobada por WhatsApp con su respectivo nombre. El identificador era necesario para poder realizar la configuración posteriormente en el controlador del backend que se activaría cada vez que se requiriera el envío de alguna encuesta. Otra situación asociada a esta implementación fue la identificación de teléfonos móviles registrados en la base de datos de clientes. Para ello tuvimos que revisar los 3 campos de teléfono disponible

en Cuenti, luego filtrar por los números que empiezan por el #3 y que tuvieran en total 10 caracteres, entendiendo el formato de los números en Colombia que siempre empiezan por 3. Finalmente, los números fueron formateados de manera automática concatenando el valor 57 indicativo del país a cada uno de los números. En caso de que el cliente no tuviera ningún número registrado, pero si un correo electrónico, el sistema procedería con el envío mediante ese canal también de forma automática.

La información de las encuestas respondidas permite alimentar tres campos de la tabla encuestas respondidas: 1. Waa_Recibidos: Verdadero 1 o falso 0 que nos indica si la encuesta fue recibida por el usuario mediante WhatsApp, gracias a una respuesta emitida desde Asisteclick mediante un callback que dispara una respuesta a la interfaz de la plataforma operacional que actualiza el campo en la base de datos; 2. Encuesta_respondida: Verdadero 1 o falso 0 que permite tipificar cuales encuestas fueron respondidas y cuáles están pendientes por responder. 3. Las categorías asociadas a los productos facturados para su posterior análisis. Y finalmente, la información relacionada a las calificaciones.

Gracias a la integración con la interfaz de Asisteclick, logramos implementar un sistema de notificaciones de información relevante para el gerente. En primera instancia se implementó el envío de una notificación de los despachos agrupados pendientes por facturar que le permite al mismo verificar cuales son los servicios de mecánica pendientes por facturar sin la necesidad de acceder al ERP en tiempo real.

También se implementó una notificación de productos que se facturan a través de la funcionalidad “infinito” que permite facturar productos que no se les lleva control de inventario como los tornillos, arandelas, tuercas; este desarrollo identifica cuando un empleado utiliza la funcionalidad “infinito” de forma inadecuada, es decir registrando productos que no corresponden a los permitidos, mejorando la fidelidad de la información y previniendo el descuadre del inventario de productos que si se les lleva el control de inventario de manera precisa.

Fase final

Los resultados relacionados con la satisfacción al cliente que se presentan a continuación son parciales, dado que la implementación de las acciones acordadas con Osorio Repuestos está en fase de implementación e iteración.

Los cambios implementados han logrado un incremento del 17% en la satisfacción del cliente. Cabe destacar que, aunque el número de encuestas respondidas se mantiene similar al registrado inicialmente, las respuestas actuales provienen directamente de los

clientes, lo que garantiza mayor objetividad en los resultados. Se espera que esta mejora continúe en ascenso a medida que se consolide la implementación de las acciones propuestas con el equipo de Osorio Repuestos.

2. Desarrollo de modelo predictivo para priorizar compras

Análisis de la información

Para desarrollar el modelo predictivo de priorización de compras, se analizaron variables clave como las entradas y salidas de inventario, categorizadas según los conceptos de venta y compra de productos. Estos datos, que excluyen transacciones anuladas, fueron extraídos del sistema ERP Cuenti. La información utilizada abarca un periodo comprendido entre junio de 2023 y junio de 2024, garantizando una base sólida y representativa para la construcción del modelo.

Dicho análisis se adelantó a partir de los siguientes procesos:

1. **Conexión de la base de datos del ERP:** Realizamos una conexión a la base de datos relacional del sistema ERP, mediante la instalación de un cliente de MariaDB, alojado en la infraestructura Amazon AWS del proveedor, quien utiliza Amazon Aurora, servicio que permite la gestión de bases de datos de manera escalable. Adicionalmente, hicimos la descarga de la misma para la realización de pruebas de manera local.
2. **Análisis de la estructura de datos (Estructura):** Debido a que el proveedor Cuenti no contaba con un esquema de su base de datos actualizado, fue necesario realizar varias sesiones con el líder de tecnología, las cuales permitieron identificar las tablas que contenían la información relevante para empezar a realizar los análisis descriptivos iniciales. Las tablas utilizadas fueron las siguientes:
 - **transacion_detalle** - Listado de productos por cada transacción
 - **inv_movimiento_inventario** - Entradas y salidas (Compras y Ventas)
 - **inv_producto** - Listado de productos
 - **inv_producto_adicional** - Información adicional de cada producto
 - **inv_categoria** - Categoría de productos
 - **taller_vehiculos** - Listado de vehículos
 - **taller_marca** - Marcas de vehículos (Chevrolet, Mazda, BMW, etc.)

- **taller_vehiculos_producto** - Relaciona cada producto con el vehículo que le corresponde.
- **adm_cliente** - Listado de clientes y proveedores
- **adm_empleados** - Empleados

3. **Análisis descriptivo:** Una vez se identificaron las tablas de interés, se realizó un análisis descriptivo de las diferentes columnas de cada tabla de interés, posteriormente, se llevó a cabo un análisis de las medidas de tendencia central como la media, la mediana y la moda, además, se generaron diferentes gráficos para empezar a extraer conclusiones visuales.

Modelo predictivo

El modelo predictivo hace parte de la plataforma de control operacional de servicio al cliente y se alimenta a partir de las entradas y salidas del inventario, en un rango de un año. El objetivo principal de este modelo es fomentar compras estratégicas basadas en datos, a partir de anticipar cuántas unidades se venderán en los próximos días, semanas o meses.

El análisis descriptivo reveló que los procesos de compra no consideraban los datos históricos, lo que generó un desequilibrio significativo: las entradas de inventario superaron las salidas en más del 57%. Esta situación ha derivado en un sobreabastecimiento que afecta negativamente la rentabilidad de la compañía, evidenciando la necesidad de optimizar la gestión de inventarios mediante un enfoque más estratégico y basado en datos.

Para llevar a cabo las predicciones, se utilizaron varios modelos estadísticos en Python. Primero, se probaron tres enfoques:

- **Regresión de Gradiente:** Este modelo ajusta una función mediante la optimización iterativa, ideal para manejar relaciones complejas entre variables.
- **Regresión Lineal:** Un modelo simple que busca establecer una relación lineal entre una variable dependiente y una o más variables independientes. Es fácil de interpretar, pero puede ser limitado en su capacidad para capturar patrones no lineales.
- **Random Forest:** Este modelo de aprendizaje automático utiliza múltiples árboles de decisión para mejorar la precisión de las predicciones y reducir el riesgo de sobreajuste.

- El modelo Prophet es ampliamente recomendado en contextos con alta estacionalidad, especialmente cuando se trabaja con datos de calidad limitada. Sin embargo, en el caso de Osorio Repuestos, se determinó que este modelo no era adecuado. El análisis mostró que el error cuadrático medio (ECM) de Prophet no superaba 0,07, lo que indica una baja precisión para las necesidades específicas del negocio. Además, se identificó que los productos con mayor rotación en el almacén no eran priorizados de manera adecuada, lo que comprometía la efectividad del modelo en la gestión de inventarios y compras.

A partir de los resultados de la implementación, se concluyó que se requería un modelo con la capacidad de predecir series temporales; razón por la que se implementó ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average), el cual

“se basa en la descomposición de una serie temporal en tres componentes: tendencia, estacionalidad y error. La tendencia representa la evolución a largo plazo de la serie, la estacionalidad describe patrones que se repiten a lo largo del tiempo y el error es la variación aleatoria no explicada por la tendencia y la estacionalidad” (Tomás et al., 2023, 402).

El modelo predictivo se aplicó inicialmente a un solo producto. Posteriormente, se ajustó para correrlo con la totalidad de los productos; sin embargo, el volumen de referencias (más de 18.000) requirieron un gran consumo de CPU. Adicionalmente, se tuvo en cuenta el Informe de Inventario muerto en las ventas, generado por el software ERP Cuenti. Al finalizar, fue posible determinar que existen casi 11.000 productos que no han rotado en el periodo de un año.

Lo anterior, conllevó a que el modelo filtrará la base de datos, teniendo en cuenta únicamente los productos que tienen movimiento en un periodo de tiempo determinado.

El modelo incluyó dos campos, Prioridad y Estado:

1. Prioridad. Este campo se clasifica en tres niveles: alta, media y baja. La configuración de prioridad se determinó en la plataforma con base en los datos analizados, que incluye la frecuencia de ventas, así como los valores mínimos, máximos y las medidas de tendencia central.

Además, la priorización también está determinada por el promedio de unidades a vender en los próximos 30 días; lo que permite la proyección de las ventas esperadas durante un periodo igual. Es importante mencionar que, para cada identificador de producto, el modelo genera 30 registros en la tabla valores_futuros, donde se almacenan las predicciones de ventas mensuales.

La consulta SQL que soporta este análisis utiliza la función AVG para calcular el promedio de un campo llamado yhat, que representa la predicción diaria del modelo de ventas. Actualmente, la tabla contiene solo dos columnas (ID de producto y yhat), esto tras una modificación del modelo anterior.

El mapeo de los datos se realiza para cada ID de producto, permitiendo que la información consolidada sea visualizada en la tabla a través de una consulta en el backend.

2. Estado. Este campo describe el estado actual del inventario, dividido en 5 categorías:

- Agotado: Productos cuyo inventario está en cero (0) indicando con color rojo la necesidad de reabastecimiento.
- En camino: Productos que ya fueron solicitados al proveedor, con registro en el sistema para informar al empleado que el pedido ya fue realizado. El módulo de agotados realiza una revisión continua de las existencias, utilizando una tabla llamada **productos_en_camino**. En esta tabla, se registran los productos solicitados y se les marca como "en camino". Si el estado del producto cambia, el sistema lo interpreta como una señal de que el producto ha llegado y se actualiza automáticamente su estado en el inventario.

También puede ser que, al realizar el conteo físico del inventario, el modelo identifica productos que estaban en stock pero que no están registrados de manera correcta en el sistema. En este caso, se actualiza la existencia y la cantidad en el inventario, restableciendo el estado del producto.

- Por agotarse: Productos con un inventario cercano a un nivel mínimo y que deben ser reabastecidos si las existencias caen por debajo de este umbral. Actualmente, este límite se parametriza con los datos registrados en la base de datos, pero se planea automatizarlo en el futuro para ajustar el stock mínimo, en función de las predicciones de rotación generadas por el modelo.
- No despachado: Estado de productos que fueron marcados como "en camino", pero que después de 15 días no han sido despachados por el proveedor. Esta categoría incluye una funcionalidad de alerta que notifica al empleado sobre aquellos productos que el proveedor no ha despachado dentro del plazo esperado. Esta alerta permite realizar seguimiento con el proveedor o ajustar los pedidos cuando sea requerido.

- Standby: Indica productos que no se tendrán en cuenta para ser pedidos por su baja rotación. Estos mismos se pueden marcar directamente desde el módulo de agotados.

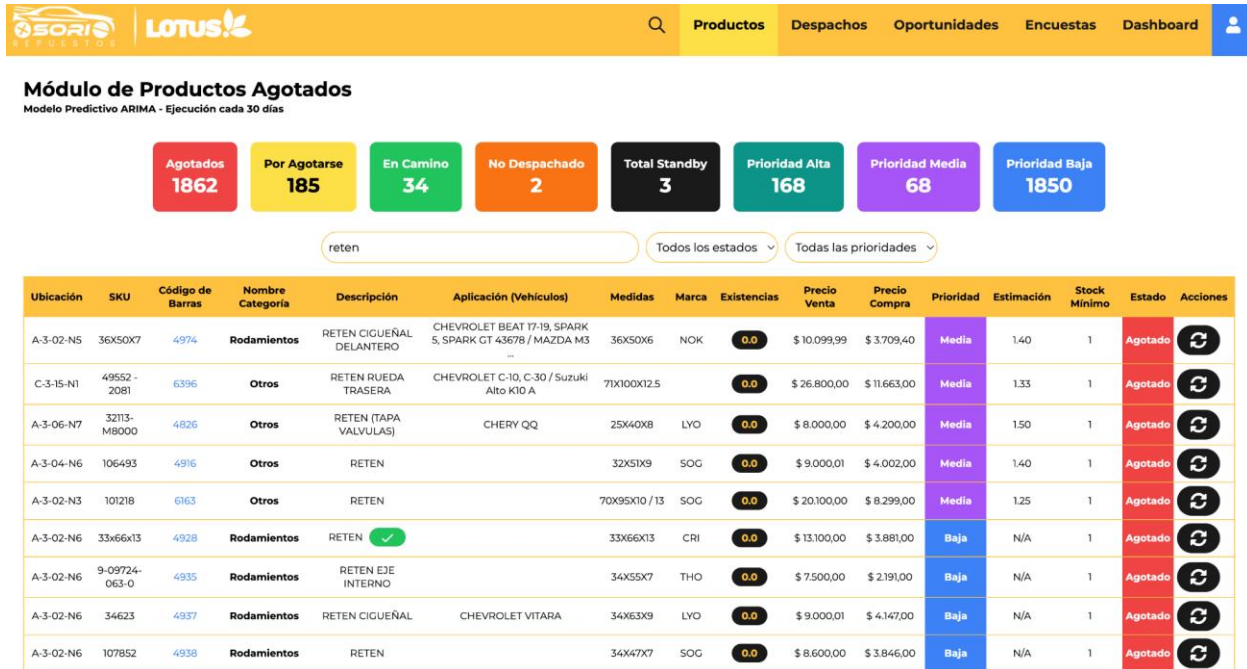


Imagen 8. Gestión de agotados. Modelo predictivo

Especificaciones técnicas Arquitectura en la nube de Amazon AWS:

Como parte del desarrollo del modelo predictivo, se creó un script en Python que realiza un filtrado inicial de los productos registrados en la base de datos. Este script descarta aquellos productos que no presentaron movimientos durante el año, optimizando así el enfoque del análisis. Además, el script está diseñado para alimentar una tabla con los resultados generados por el modelo predictivo, la cual se almacena directamente en la base de datos del sistema ERP.

Se utilizó la infraestructura en la nube de Amazon AWS, aprovechando que la empresa ya contaba con una máquina virtual y un sitio web alojados en esta plataforma. Aunque se evaluó la posibilidad de conectar directamente a la base de datos del proveedor, esta opción fue descartada debido a las medidas de seguridad implementadas por Cuenti, como el uso de claves PEM y restricciones de acceso por rangos de IP, las cuales resultaron incompatibles con Power BI, la herramienta seleccionada para la visualización de los datos.

Inicialmente, se adelantaron pruebas con bases de datos desactualizadas del software ERP; y se creó una base de datos en el servicio de Amazon RDS, servicio eficiente para la gestión de bases de datos relacionales como MariaDB. Dichas pruebas permitieron entender cómo se comportan los datos almacenados, como también someter la base de datos a pruebas de rendimiento, teniendo en cuenta la gran cantidad de conexiones entre las tablas de interés.

Para la ejecución de las consultas SQL y las descargas de datos se empleó una máquina virtual en Amazon, que no incluye una interfaz gráfica. Esta última característica conllevó a que se use ChatGPT para generar consultas SQL y obtener conocimiento en otros lenguajes. Adicionalmente, se configuraron reglas de seguridad para garantizar el acceso seguro a la base de datos, utilizando variables de entorno para evitar la inclusión de claves en el código.

Se implementó un contenedor Docker configurado para iniciar automáticamente el modelo predictivo al arrancar la instancia, eliminando la necesidad de permisos adicionales para su ejecución. Además, se desarrolló un servicio programado que ejecuta el contenedor cada 30 días, apagándose automáticamente al finalizar el tiempo establecido, lo que optimiza el uso de recursos. Por último, se configuró el servicio de Amazon Simple Notification Service (SNS) para notificar automáticamente a la persona encargada vía correo electrónico cada vez que se inicie la instancia del modelo predictivo para su monitoreo.

Actualmente, las predicciones generadas por el modelo se integran en la misma tabla utilizada por el módulo de productos agotados, proporcionando estimaciones de ventas por unidad para los próximos 30 días. Esto permite a la persona encargada de compras obtener una vista detallada de los productos agotados y por agotarse, aprovechando la priorización generada por el modelo predictivo y considerando el stock mínimo establecido sumado con su experiencia en la industria automotriz. De esta manera, se optimiza el proceso de abastecimiento al reducir las compras excesivas y asegurar decisiones más precisas y estratégicas.

3. Reducir los errores de inventario en un 40% mediante la implementación de inventarios parciales

En el marco de la actividad de reducir los errores de inventario en un 40%, se desarrolló e implementó un proceso de inventarios parciales acompañado de un checklist detallado que permite realizar ajustes precisos en esta área.

Para garantizar la implementación del proceso y el diligenciamiento del checklist, se designó a una persona responsable de la revisión y ajuste del inventario. Esta persona recibió una socialización del proceso, así como una inducción detallada para ejecutar el paso a paso del checklist. Sin embargo, a medida que se implementa el proceso de revisión de inventario se cometieron errores significativos en una línea de producto. Esto generó esfuerzos adicionales para realizar ajustes.

Dentro de los ajustes implementados se subraya la categorización manual de 5000 productos aproximadamente. Dicha categorización ha permitido mayor precisión en la gestión del inventario, en tanto cuenta con datos más precisos. Adicionalmente, es un insumo para análisis futuros.

Considerando el alto volumen de referencias, que superan las 18.000, y la frecuencia con la que se realizan el conteo y las medidas implementadas; a la fecha se ha logrado un avance del 20% en la reducción de los errores del inventario, lo que evidencia la importancia de continuar con la implementación del proceso de inventarios parciales, la capacitación y la supervisión del personal involucrado.

4. Categorizar los productos físicos y generar el entrenamiento necesario para la actualización del sistema, facilitando búsquedas rápidas

Se creó un mapa de ubicación del almacén de Osorio Repuestos; el cual facilita la localización de los productos en el almacén. Esta herramienta se organiza por secciones y pasillos, según las categorías de las existencias. El mapa ha logrado agilizar las búsquedas de productos tanto físicamente como en el sistema de inventario; adicionalmente, ha incidido positivamente en el desarrollo de conteos de existencias físicas, mejorando la categorización de los productos.

Los procesos de inventario que involucran el logro del objetivo de categorizar los productos físicos y generar el entrenamiento necesario para la actualización del sistema, facilitando búsquedas rápidas exigió la creación e implementación de un módulo del proceso de capacitación, en el que se exponen los conocimientos necesarios para la concreción de inventarios parciales. Más adelante se profundizará en el proceso de capacitación.

En suma, el diseño y la implementación del mapa, el proceso y la capacitación sobre inventarios ha permitido reducir significativamente el tiempo de búsqueda de los productos y optimizar el uso en el sistema del inventario; lo que contribuye a la mejora de la operación de Osorio Repuestos.

O1KR2: Estandarizar el 60% de los procesos de servicio al cliente mediante una estructura de macroprocesos

Journey de Ventas

El desarrollo de esta herramienta permitió mapear y comprender el recorrido que podría realizar un cliente al contactarse con Osorio Repuestos para acceder a un producto o servicio; el cual puede ser a través del teléfono, el mostrador o el mecánico. Este análisis se llevó a cabo mediante la observación directa de la atención al cliente y, complementado con, grabaciones que documentaron las interacciones.

El análisis señalado, permitió obtener una visión detallada de cómo los clientes interactúan con la empresa; a través de cada punto de contacto. Dicha información relevó las áreas específicas que requerían una mejora, a partir de la optimización de los procesos internos de la empresa.

Estandarización de los procesos

Osorio Repuestos no contaba con la documentación de sus procesos; razón por la que Lotus; en atención a las necesidades de la empresa, y los resultados del Journey de Ventas; estableció y documentó cuatro procesos encaminados a la optimización de la gestión y el fortalecimiento de la estructura operativa de la empresa, como base para el crecimiento de la organización a largo plazo. A continuación, se detallan los procesos mencionados.

1. **Mecánica Ágil:** Proceso diseñado para gestionar las solicitudes de servicio mecánico de manera eficiente y oportuna; mapea los casos en los que el cliente busca un diagnóstico o una reparación específica. Al desglosar el proceso, se identifican las necesidades del cliente y se ofrecen las alternativas necesarias o asesorías pertinentes.

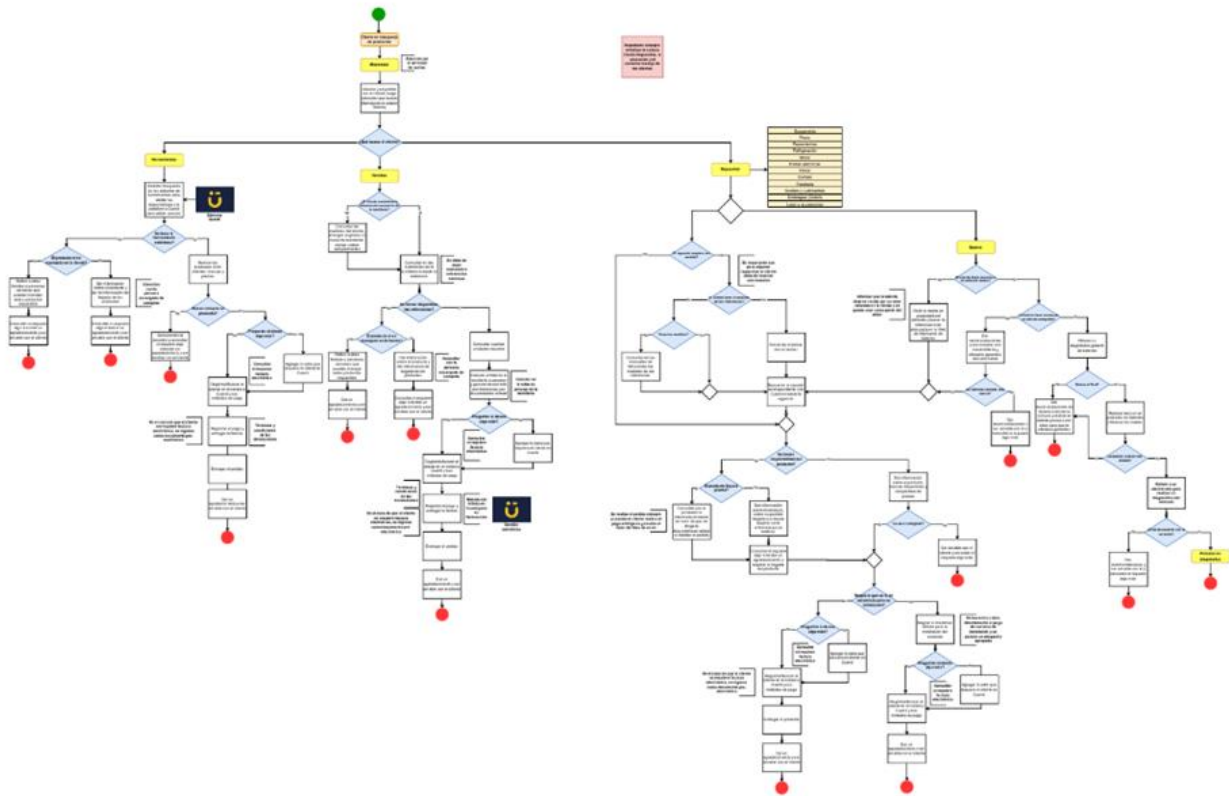


Imagen 10. Diagrama de flujo - Proceso Compras de productos

3. **Servicio Telefónico y de Mensajes:** Proceso diseñado para establecer cómo se debe dar solución a las solicitudes recibidas, garantizando una respuesta efectiva y oportuna por estos medios; establece los pasos para la identificación del producto o servicio requerido, así como el cómo se debe brindar solución a las solicitudes recibidas.

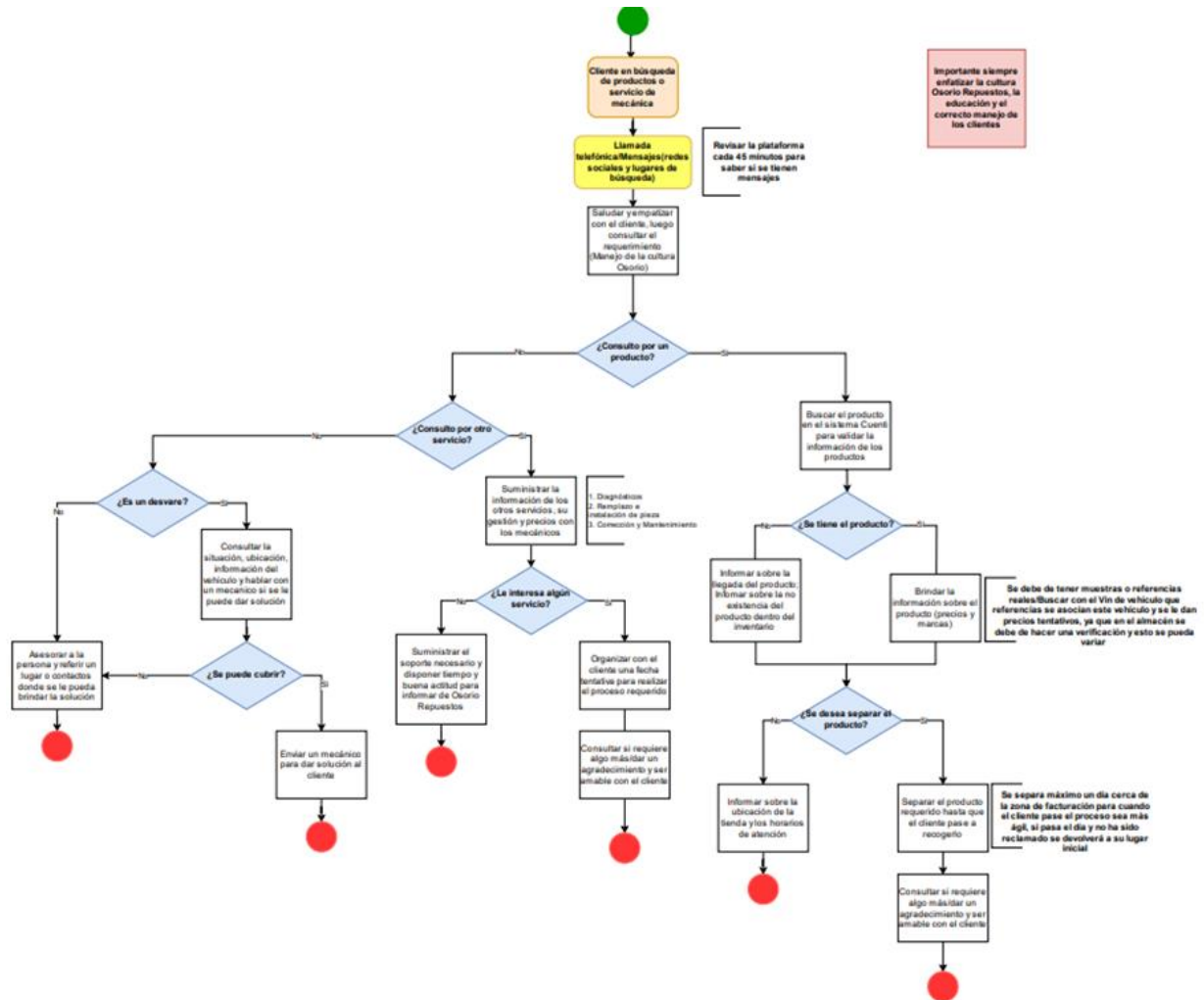


Imagen 11. Diagrama de flujo - Proceso Servicio Telefónico y de Mensajes. Fuente: Elaboración propia

4. Inventarios Parciales: Proceso que permite la identificación y corrección de discrepancias en productos de baja rotación; y, que, a su vez, actualiza el inventario para mantener su precisión. Este proceso se estructura en dos momentos: la entrada y salida de productos. Incluye un anexo para el monitoreo continuo, que se presenta como una excepción a los procesos regulares.

Dada la importancia de este proceso, su implementación requirió de un trabajo conjunto y cercano con el equipo de Osorio Repuestos que permitió evaluar, identificar y ajustar los aspectos que requerían mejora.

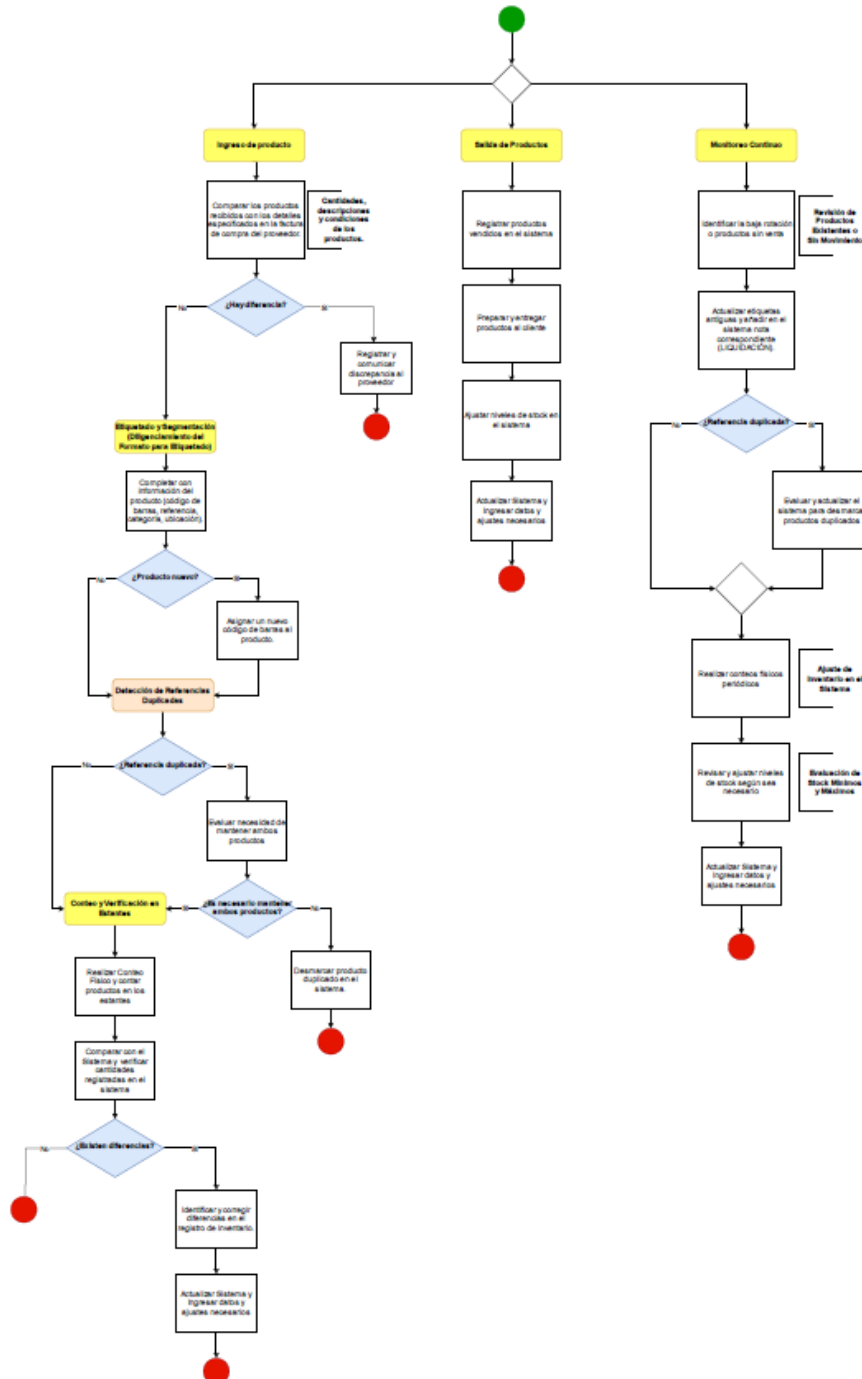


Imagen 12. Diagrama de flujo - Inventarios parciales

O1KR3: Establecer un sistema centralizado de visualización de información que incluya ventas, inventario, nivel de competencia del personal y servicio al cliente

El establecimiento de un sistema centralizado que permita la visualización de información sobre ventas, inventario, la competencia del personal y servicio al cliente implica dos componentes; el primero, se dedica a la definición de métricas que permiten evaluar el estado de los aspectos operativos y financieros de la empresa; las cuales se agrupan en satisfacción del cliente, inventarios y ventas. El segundo componente hace referencia a la materialización de la visualización de dichas métricas, lo que supone el logro de una lectura actualizada y accesible en tiempo real de las áreas que permiten la transformación esperada.

Establecimiento de métricas para la visualización de datos de Osorio Repuestos

Como se refirió anteriormente, las métricas son esenciales a la hora de evaluar el impacto del progreso de Osorio Repuestos, a partir de la consultoría, inicialmente; y, posteriormente, hacer seguimiento a los procesos de la empresa y tomar decisiones para su bienestar.

El proceso de identificación de las métricas resultó del análisis de la base de datos; asegurando su medición. A continuación, se presentan las métricas seleccionadas:

Satisfacción del cliente

- Métrica Customer Satisfaction Score (CSAT. Visualiza la satisfacción del cliente frente al producto o servicio adquirido. Esta métrica resulta de las encuestas diligenciadas por los clientes, luego de la interacción con la empresa. El sistema de visualización permite revisar el análisis de las respuestas de los clientes en clave de identificación de tendencias.

Inventarios y ventas

Las métricas que se exponen a continuación permiten visualizar la medición del estado de los procesos de la gestión de inventarios, área clave de intervención de esta consultoría, en relación con la eficiencia y rentabilidad de Osorio Repuestos.

- Rotación de Inventario. Frecuencia con la que se vende y repone el inventario, en un periodo determinado. Este indicador es crucial para entender la eficiencia de la gestión de inventarios.

- Tiempo de Reabastecimiento. Promedio de tiempo necesario para reponer el inventario. Un tiempo de reabastecimiento reducido indica un proceso ágil y efectivo.
- Volumen de Ventas. Cantidad total de ventas realizadas en un periodo de tiempo. Este dato ayuda a medir el desempeño comercial de la empresa.
- Tasa de Crecimiento de Ventas. Incremento porcentual en las ventas en un periodo específico. Esta métrica refleja la salud del negocio y su capacidad para expandirse.
- Valor Medio del pedido. Valor promedio de las transacciones de venta; información que permite evaluar el comportamiento de compra de los clientes.
- Tasa de Devolución. Porcentaje de productos que son devueltos por los clientes.
- Margen de Beneficio Bruto. Diferencia entre los ingresos por ventas y el coste de bienes vendidos. Esta métrica es esencial para evaluar la rentabilidad del negocio.
- Ingresos por cliente. Ingresos generados por cada cliente en un periodo de tiempo. Ayuda a entender el valor económico que cada cliente aporta a la empresa.

Creación del dashboard

Teniendo en cuenta el modelo predictivo y las métricas establecidas, se desarrolló un Dashboard, un tablero de visualización, en Power BI. El objetivo del Dashboard es proporcionar al gerente una herramienta intuitiva, en su manejo, para la visualización de datos; tales como el crecimiento de las ventas, la rotación del inventario, los ingresos y egresos, entre otras métricas que en resumen permitirán evaluar el rendimiento de la empresa; así, como identificar las áreas de mejora.

El Dashboard de Osorio Repuestos está compuesto por 8 pestañas, que presentan la información acopiada en cada una de las métricas expuestas. A continuación, se describe el contenido de cada pestaña:

1. General. Ofrece un resumen de todas las métricas del proyecto.
2. Caja. Muestra las transacciones realizadas y los medios de pago utilizados.
3. Ventas. Se dedica al análisis del volumen de ventas, flujo por vendedor, tipo de vehículo, tasa de crecimiento, entre otros.
4. Clientes. Permite identificar los clientes más frecuentes.
5. Inventarios. Visualiza el estado del inventario, incluyendo la cantidad disponible por producto.
6. Compras. Visualiza las principales adquisiciones.
7. Control de agotados. Refleja el estado de los productos por prioridad.

- Servicio al cliente. Refleja la calidad del servicio, el impacto y la satisfacción del cliente. Presenta los análisis resultantes de las encuestas de satisfacción diligenciadas por los clientes

A continuación, se presentan algunas imágenes del dashboard:

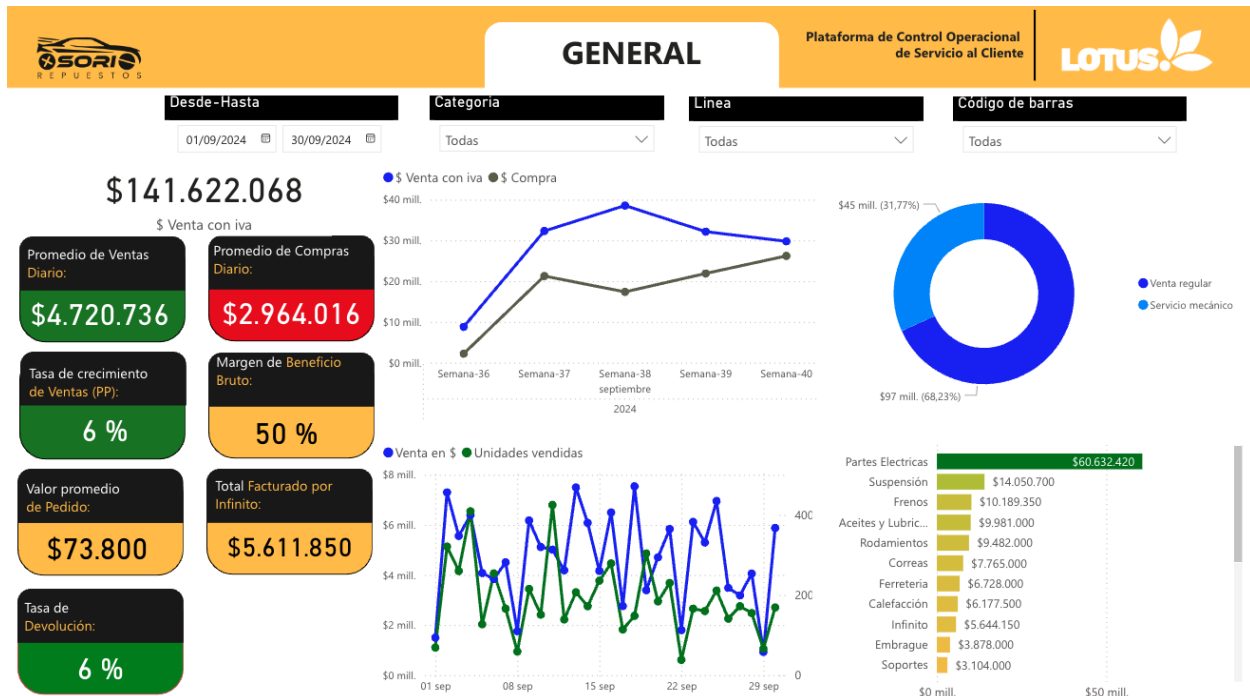


Imagen 13. Dashboard Vista General - Fuente Propia

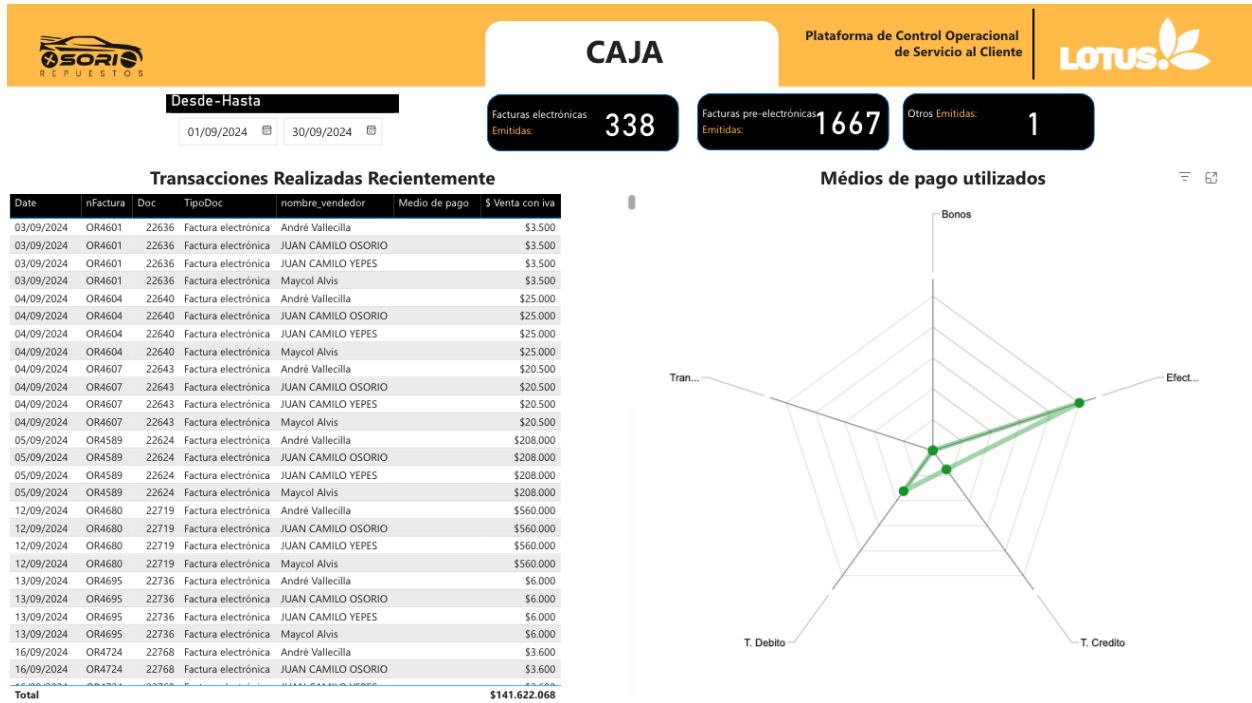


Imagen 14. Dashboard Vista Caja - Fuente Propia

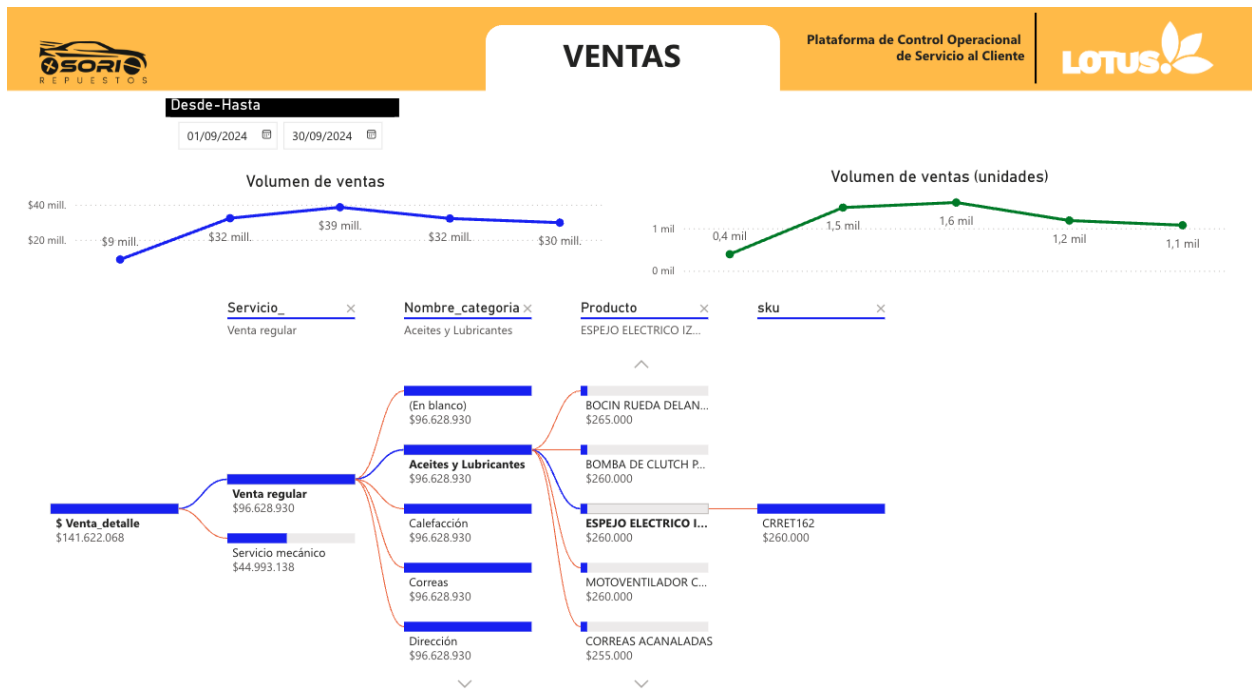


Imagen 15. Dashboard Vista Ventas - Fuente Propia



Imagen 16. *Dashboard Vista Inventarios - Fuente Propia*

El diseño del Dashboard de Osorio Repuestos, en atención a sus necesidades, se caracteriza por ser intuitivo, facilitar la comprensión de los datos, contar con una actualización en tiempo real y ser accesible desde diferentes dispositivos y lugares. Lo anterior le permite a la empresa contar con información clara, actualizada, comprensible y de fácil acceso; necesaria para la toma de decisiones tanto del gerente como de sus empleados.

Las características definidas para el Dashboard resultaron en las siguientes decisiones: la información se organizó en pestañas, cada una con su nombre clave; la disposición de los datos está acompañada por títulos, se resalta información con colores facilitando la asociación y los filtros presentes; adicionalmente, se desarrollaron alternativas que permiten la adaptación tanto en computadoras como en dispositivos móviles. De esta manera, la información será accesible en cualquier momento y lugar, asegurando que pueda ser consultada de manera eficiente. Claramente, dentro de este proceso se resalta la creación de los mockups.

O1KR4: Mejorar las competencias del personal en los procesos de servicio al cliente y fomentar la autonomía.

A través del sistema de capacitación integrado a la plataforma de control operacional de servicio al cliente, se diseñaron, documentaron y generaron módulos de entrenamiento

técnico y procesos operativos.

Estas capacitaciones han fortalecido las competencias técnicas, tanto en habilidades ya conocidas por algunos empleados, como en áreas que necesitan refuerzo o aprendizaje. Esto mejoró la confianza del equipo al poder brindar información más precisa y responder con mayor seguridad impactando positivamente en la calidad del servicio.

Además, la comunicación fluida con la gerencia facilitó un diálogo constructivo, asegurando que el equipo estuviera alineado y comprometido con la implementación de las mejoras propuestas por la consultoría, creando un ambiente de trabajo colaborativo.

Para lograr estas mejoras en las competencias del personal, nos propusimos:

1. Establecer y ejecutar un sistema de capacitación para el personal alineado con la estandarización de procesos e incluyendo la medición de desempeño

El sistema de capacitación se compone de dos cursos. El primero, Mecánica automotriz, está diseñado para enseñar desde conocimientos básicos hasta técnicas avanzadas, combinando la teoría y la práctica para formar profesionales en el mantenimiento y reparación de vehículos.

El segundo curso, se centra en el servicio al cliente, el cual ofrece una inmersión en la cultura de Osorio Repuestos, destacando los servicios ofrecidos y mejores prácticas para brindar una experiencia positiva en la interacción con los clientes. Este enfoque aseguró que tanto el gerente como el equipo adquirieran habilidades técnicas necesarias para desempeñar sus labores.

La creación de los cursos comenzó con la elaboración por módulos de guiones detallados, que fueron desarrollados para cada proceso, incluyendo mecánica ágil, compra de productos, servicio telefónico e inventarios. A partir de estos guiones, se utilizaron herramientas de inteligencia artificial para generar contenidos de alta calidad en formato de video, facilitando así la comprensión y retención de los temas abordados. Para mayor información ver anexo.5

Los videos resultantes de los módulos de entrenamiento fueron cargados en el sitio web interno de la empresa y alojado en SharePoint, para garantizar un fácil acceso a todo el personal. Esto asegura que los empleados cuenten con formación constante para repasar o reforzar lo aprendido.

El contenido de los módulos de capacitación incluye lecciones específicas en cada tema, desglosadas de la siguiente manera:

1. Conocimiento técnico en Mecánica:

Este módulo tiene por objetivo capacitar a los vendedores de repuestos de vehículos en conocimientos esenciales de mecánica rápida para mejorar la atención al cliente, identificar necesidades y recomendar soluciones adecuadas de manera efectiva. Los temas incluyen:

- Fundamentos de Mecánica Automotriz.
- Diagnóstico Básico y Soluciones Rápidas.
- Catálogo de Repuestos.
- Herramientas Digitales y Soporte Técnico.
- Tendencias en la Industria Automotriz.
- Prácticas.

Este curso está dividido en 4 secciones para un total de 1 hora y 47 minutos de formación.

2. Capacitación de servicio al cliente:

- **Módulo 1. Mecánica ágil:** Este módulo incluye una introducción y secciones sobre diagnóstico, reemplazo e instalación de piezas, corrección y mantenimiento, y qué hacer cuando no hay una solución. La duración total es de 13:48 minutos.
- **Módulo 2. Compra de Productos:** Incluye una introducción y lecciones sobre herramientas, tornillería y repuestos, con una duración de 15:07 minutos.
- **Módulo 3. Servicio telefónico:** Este módulo incluye introducción y las secciones de consulta por producto, consulta por servicios y consulta por desvare, tiene una duración de 11:45 minutos.
- **Módulo 4. Inventarios Parciales:** Aborda temas como la introducción al proceso, ingreso de productos, salida de productos y monitoreo continuo. Con una duración de 7:23 minutos.

Al finalizar cada módulo, se incluye una evaluación que permitirá medir la efectividad del aprendizaje. Las evaluaciones se califican en una escala de 0% a 100% y se requiere un puntaje mínimo de 75% para aprobar cada curso; Si un empleado no alcanza esta calificación, deberá repetir el examen, hasta lograr el nivel esperado.

Es importante señalar que la evaluación no sólo permite valorar el progreso del empleado, sino también identificar las áreas donde se tiene mayores falencias, de modo que se pueda reforzar el conocimiento.

2. Asegurar que el 100% del personal esté capacitado en el uso del nuevo sistema de servicio al cliente antes de finalizar el trimestre

Asegurar que el personal estuviera capacitado en el uso del sistema de servicio al cliente implicó que el equipo se organizara y llevara a cabo las capacitaciones, a pesar de las limitaciones de tiempo propias de la operación diaria. Con el compromiso de todos, se logró completar los dos cursos programados. Los resultados obtenidos son los siguientes:

Servicio al Cliente:

- Módulo de Servicio al Cliente: Todos los empleados aprobaron con una calificación del 100%.
- Módulo de Compra de Productos: Los empleados obtuvieron una calificación promedio del 85%.
- Módulo de Servicio Telefónico: Todos los empleados aprobaron con una calificación del 100%.
- Módulo de Inventarios: Los empleados obtuvieron una calificación promedio del 85%.

Mecánica Automotriz:

- Módulo 1: Calificación promedio de 95.83%.
- Módulo 2: Calificación promedio de 88.89%.
- Módulo 3: Calificación promedio de 95%.
- Módulo 4: Calificación promedio de 97.62%.

Estos resultados reflejan que los empleados ahora cuentan con las herramientas y conocimientos necesarios para mejorar la eficiencia operativa, lo que también impactará positivamente en la experiencia del cliente en Osorio Repuestos. Sin embargo, se recomienda reforzar los conocimientos en los módulos de Compra de Productos e Inventarios para garantizar un desempeño óptimo en estas áreas clave.

3. Diseñar y documentar las competencias necesarias para el servicio al cliente

La capacitación a los empleados de Osorio Repuestos se cimentó en el fortalecimiento de las competencias necesarias para lograr una atención integral, lo que supone conocimiento técnico, saber, habilidades de comunicación y acompañamiento asertivo orientado al cliente, actitud, en destrezas operativas que permitan una ejecución eficiente y exitosa.

Estas competencias buscan no solo mejorar el rendimiento individual, sino también fortalecer la ventaja competitiva de la empresa mediante la alineación de cada tarea con los objetivos estratégicos de Osorio Repuestos.

Dado que los procesos de capacitación y evaluación deben ser una constante en la organización, por ende, se aporta a Osorio Repuestos un listado detallado de las competencias a evaluar; facilitando así la identificación de las áreas que requieren fortalecimiento. Ver anexo 10.

Conclusiones

La consultoría realizada permitió abordar las principales problemáticas de Osorio Repuestos. Las acciones implementadas, como la automatización de encuestas de satisfacción, el funcionamiento en tiempo real del modelo predictivo para priorizar compras, la reducción de errores en inventarios y la centralización de toda esta información en un dashboard, han mejorado significativamente la operación de la empresa.

Esto no solo ha beneficiado al gerente y al equipo operativo, sino que también ha facilitado la toma de decisiones basadas en datos. Aunque el proceso de implementación sigue en marcha, es necesario consolidar estas acciones para alcanzar plenamente las metas planteadas.

La estandarización de los procesos, lograda mediante la documentación y creación de macroprocesos, ha mejorado la organización y eficiencia de las operaciones, estableciendo además las bases para una estructura operativa sólida y escalable.

El sistema de capacitación diseñado e implementado fortaleció las competencias técnicas y operativas del equipo, alcanzando calificaciones promedio superiores al 85% en todas las áreas evaluadas. Esto refleja el compromiso y la creciente autonomía del equipo.

Aunque estas mejoras han contribuido a reducir la dependencia operativa del gerente, la actual contingencia derivada de la falta de dos colaboradores impide que Yesid Osorio pueda delegar completamente sus responsabilidades y dedicar más tiempo a su vida personal. Sin embargo, el apoyo del equipo, junto con la definición clara de roles y tareas, ha permitido organizar el desarrollo operacional de la empresa mientras se supera esta situación temporal.

Recomendaciones

- Es fundamental seguir implementando y monitoreando los procesos para asegurar la mejora continua de la operación. Aunque los cambios son paulatinos, esta es la única manera efectiva de transformar y fortalecer la cultura organizacional.
- Crear guías visuales o diagramas de flujo accesibles para todos los empleados, reforzando su comprensión y aplicación diaria de los procesos.
- Realizar revisiones periódicas del modelo predictivo para ajustar parámetros para terminar de incluir datos sobre oportunidades de venta relacionadas con servicios como cambio de pastillas por tiempo, cambio de baterías, correa de distribución y aceite. También se recomienda desarrollar notificaciones automáticas para estos servicios.
- Establecer un cronograma de revisiones periódicas del inventario para verificar la coherencia entre los productos físicos y el sistema, reduciendo discrepancias y mejorando la precisión de la gestión.
- Fomentar entre los empleados la importancia de diligenciar las encuestas y animar a los clientes a responderlas. Con lo que se espera incrementar la tasa de respuesta y la satisfacción de los clientes.
- Reforzar los conocimientos del equipo en los módulos de Compra de Productos e Inventarios.
- Involucrar a todo el equipo en el proceso de mejora continua, promoviendo una cultura de colaboración y aprendizaje.

Referencias

“70% de las empresas familiares y pymes fracasan al dejarlas su fundador”

Ignacio Campoy CEO de Formación Universitaria. (2023, April 11). Diario de Empresa. Retrieved November 24, 2024, from <https://www.diario-empresa.com/texto-diario/mostrar/4246854/70-empresas-familiares-pymes-fracasan-dejarlas-fundador-ignacio-campoy-ceo-formacion-universitaria>

Boletín Vehículos Nuevos Jul 21. (2023, December 1). ANDI. Retrieved September 17, 2024, from

https://www.andi.com.co/Uploads/12.%20INFORME%20MENSUAL%20VEH%203%8DCULOS%20DICIEMBRE%202023-PRENSA_SA.pdf

Los riesgos que tienen las pymes en un mercado cada vez más digital. (n.d.).

Portafolio. Retrieved November 24, 2024, from

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/riesgos-para-las-pymes-en-un-mercado-cada-vez-mas-digital-556965>

Mercado. (2024). Retrieved 05 13, 2024, from

<https://www.dane.gov.co/index.php/indicadores-relevantes>

Montoya, A., Montoya, I., & Castellanos, O. (2010). Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: elementos actuales y retos. *Revistas unal*, 28(1), 107-117. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/17600>

Organización Internacional del Trabajo. (2021, noviembre). Organización Internacional del Trabajo. <http://www.ilo.org>

Portafolio. (2020, 10 17). *La mala gestión, entre las causas de cierre de las Pymes.* Revista portafolio. <https://www.portafolio.co/economia/la-mala-gestion-entre-las-causas-de-cierre-de-las-pymes-545746>

Tomas, S., Saavedra, O., & Espinoza, I. (2023). Predicción del ciclo solar 25 mediante modelos ARIMA y redes neuronales LSTM. *Revista de la Academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales*, 47(183), 400-411.

<file:///C:/Users/natal/Downloads/EBSCO-FullText-2024-11-09.pdf>

Anexos

Anexo 1. Mapa de empatía.



Anexo 2. Buyer Persona.

Yesid Osorio

EDAD: 60 años
OCUPACIÓN: Gerente de un Negocio Familiar
ESTADO CIVIL: Casado
UBICACIÓN: Jamundí, Valle del Cauca
ARQUETIPO: "El Emprendedor"

Autoridad	Determinado	Intransigente
Emprendedor	Workaholic	Relacionista



"Me rompo la espalda trabajando 12 horas diarias para garantizarle a mi familia el bienestar y mantener el negocio andando"

MOTIVACIONES:



METAS:

- Alcanzar una vejez digna, comfortable y tranquila
- Tener un negocio estable, rentable y próspero (para sostener o vender)
- Tener más tiempo libre de ocupaciones y estrés
- Mantener un estilo de vida cómodo

FRUSTRACIONES:

- Mala atención al cliente / Trato impersonal
- Falta de compromiso de los empleados
- Bajas utilidades en el negocio / Pérdida de ventas
- No poder desconectarse del todo de su trabajo cuando lo necesita

BIO:

Don Yesid es un hombre de 60 años que desde su juventud decidió emprender, lleva atendiendo el mismo negocio por la mitad de su vida, sus clientes confían en él y en su criterio. Es un padre de familia además de ser gerente, sus hijos ya son adultos, y él se encuentra en la etapa de la vida en donde quiere empezar a planear su vejez, sin embargo le cuesta mucho soltar el trabajo para descansar y darse un espacio, maneja cargas muy altas de estrés y jornadas largas de trabajo que han empezado a afectar su salud física y emocional.

PERSONALIDAD:



AFINIDAD:



OTRAS MARCAS:



Anexo 3. Entrevista.

ENTREVISTA NÚMERO: 196

ENTREVISTADOR(ES):

Mattheuv Osorio
Adriana Varela

FECHA, DURACIÓN Y MEDIO DE LA ENTREVISTA: Videollamada / mayo 11 del 2024 / 8:00pm. | 1 hora

NOMBRE Y DATOS RELEVANTES DEL ENTREVISTADO: (Por qué responde al segmento de personas que se consideran posibles clientes).

Yesid Osorio Trujillo,
Propietario y Gerente del negocio (Cliente) Repuestos Osorio

Es la persona con mayor autoridad y contexto frente al negocio, está altamente involucrado con el día a día del mismo, no solamente desde los ámbitos administrativos sino también desde la operación en un rol de supervisión participante. Tiene contacto directo con sus clientes, competidores, proveedores, entre otros.

PREGUNTAS REALIZADAS DURANTE LA ENTREVISTA Y EL FIN CON EL QUE REALIZAN CADA UNA (¿Qué tipo de información quieren capturar al hacer cada pregunta?).

1. PREGUNTAS INTRODUCTORIAS

- ¿Cómo describiría usted su negocio? ¿Cuál es la actividad que considera más importante para su negocio?
- ¿Qué roles existen dentro de su negocio y que nivel de responsabilidad tienen? ¿Cuántas personas desempeñan cada rol?
- ¿Qué percepción tiene de la industria de autopartes y repuestos en este momento?

2. PREGUNTAS PARA MEDIR ESFUERZOS DE INNOVACIÓN

- ¿Que tanto ha cambiado su manera de trabajar desde que empezó hasta ahora?
- ¿Cuáles han sido los motivadores de cambio más relevantes para su negocio hasta ahora?
- ¿Cómo le afectó la pandemia del Covid19? ¿Cambió algo durante y después de ella?
- ¿Qué otras coyunturas le han llevado a implementar cambios?
- ¿Cuál ha sido el cambio que considera más disruptivo en su negocio?

3. PREGUNTAS PARA IDENTIFICAR DOLORES

- ¿Cuál o cuáles son las tareas más tediosas o difíciles en su trabajo?
- ¿Cuáles son las tareas que delega en otros empleados o personas?
- ¿Cuál es una tarea que no está dispuesto o no puede delegar?
- ¿Ha identificado algún proceso en donde haya errores frecuentes u ocasionales?
- ¿Tiene documentación de sus procesos internos?

4. PREGUNTAS PARA IDENTIFICAR OPORTUNIDADES

- ¿Si pudiera cambiar por completo algo de su negocio, que sería?
- ¿Que le gustaría que pasara en su día a día que no sucede actualmente?
- ¿Siente que le hace falta ayuda con alguna labor?
- ¿Hay alguna tarea en particular que quisiera que fuera más fácil?

RESUMEN DE LA ENTREVISTA (Describe los aspectos generales de cómo transcurrió la entrevista y la información ofrecida por el entrevistado).

El cliente inicia la entrevista describiendo que la empresa ha sido caracterizada por esfuerzos de innovación orientados a buscar optimización de procesos y mejoras técnicas.

Destaca que la atención ofrecida en el negocio está marcada por la agilidad como punto principal, atendiendo a las necesidades del cliente y buscando ofrecerles el producto específico que el cliente busca. El cliente menciona un factor emocional atado al negocio por su parte.

El cliente menciona el uso de una herramienta tecnológica creada por ellos mismos, llamada TYPO (Tornillos y Partes Osorio) y menciona retos que enfrentaron al no poder actualizarlo y al tener que migrar a una herramienta externa que no suplía sus necesidades y con la que no estaban familiarizados. Actualmente esta herramienta es muy necesaria para ellos a pesar de que no funciona como ellos quisieran y les generan grandes retos en cuanto al manejo de inventario. A lo largo de la entrevista el tema de manejo de inventario se muestra como uno de los dolores fuertes del cliente en este momento.

Continúa el cliente mencionando retos y problemas recientes que han tenido en el área financiera asociados a situaciones de compras y manejo de presupuesto. Menciona que una necesidad actual es el sostenimiento de la empresa. Aquí el cliente hace mención a un dolor puntual y es que se siente incapaz de delegar y considera que su presencia personal es vital para la correcta operación de la empresa (impacto en ventas) Don Yesid manifiesta la importancia de la atención en el mostrador y la posventa (algo que siente que solo él lo hace de la forma adecuada).

El cliente considera que las relaciones públicas y estar en el mostrador son su función más importante. El canal presencial es el más utilizado y relevante actualmente para el negocio.

El cliente habla de los diferentes roles del negocio, y menciona que hay una filosofía de horizontalidad a pesar de los diferentes cargos de cada uno. Tienen cosas en las que cada uno se concentra, pero en general saben que todos deben cooperar con las mismas funciones, siendo la atención al cliente la prioritaria.

Continuando en la entrevista, el cliente habla de su percepción de la industria después del COVID, y menciona otros factores externos que han impactado la industria, como el precio del dólar y la aparición de vehículos chinos y vehículos eléctricos, que han

encarecido los repuestos. También menciona que algunas existencias de su inventario carecen de rotación o se van volviendo obsoletas. Menciona que las baterías hacen parte de los productos mejor vendidos.

El cliente hace énfasis en que el cambio ha sido una constante en su negocio y en la industria desde que empezó a trabajar. Menciona que los factores que más han impulsado el cambio para él han sido la necesidad de tener inventario más variado (y tecnológico) para cada vez más tipos de autos (marcas y modelos) también por el incremento de población y aparición de nuevos competidores. El cliente manifiesta preocupación por la obsolescencia de algunas existencias en su inventario. Menciona que los cambios en las marcas y adopción del público también impactan el negocio. La competencia es en palabras del cliente uno de los motivadores del cambio más grande.

La pandemia mostró la relevancia de tener buena penetración digital y sistemas que permitieran un trabajo semi remoto.

Una coyuntura que inspiró la implementación de un sistema actualizado, rotulado y sistematizado, fue la necesidad de tener más control de inventario y la necesidad de expandir inventario. El sistema actual no supe las necesidades. La dificultad de mantener el sistema personalizado fue relacionado a costos. **El cliente considera que la incorporación de un sistema personalizado para el manejo de inventario y la facturación electrónica fue el cambio más relevante que han tenido.**

La capacidad de atención al cliente fue un tema que recurrentemente el cliente mencionó como muy relevante y difícil de delegar. Las tareas delegadas a los otros empleados están asociadas al orden, manejo de inventario, la agilidad; las compras y pagos a proveedores y la liquidación de mercancía, la contabilidad, nómina y parafiscales. etc. La administración y la atención al cliente son los momentos que Don Yesid considera difícil de delegar.

El cliente menciona que no existe una documentación de los procesos. Manifiesta que este es un dolor actual, a la que no se le ha prestado la atención necesaria, manifiesta que les gustaría tener una documentación estandarizada y un reglamento más claro para el negocio, incluyendo la filosofía, las reglas, protocolos, etc.

CONCLUSIONES DE LA ENTREVISTA (Describe la información más relevante recogida. Identifique aspectos clave que surgieron durante la charla y que pueden aportar valor extra a lo que ya conocía sobre el proyecto o el problema).

Identificamos puntos importantes que son dolores actuales y que están relacionados entre ellos:

1. Recesión económica que afecta a empleados, clientes y al negocio mismo. Mezclado a la subida de precios.
2. El manejo de inventario continúa siendo un reto debido a lo extenso que es y lo cambiante que es
3. El sistema actualmente es el dolor más fuerte del cliente porque impacta actividades administrativas y decisiones de negocio, como compras, manejos de presupuesto y actividades contables. (necesidad de una solución a medida)
4. El canal de ventas continúa siendo limitado y muy dependiente de la atención al cliente, personal y que el cliente considera difícil de delegar.
5. Hay factores tanto internos como externos que están teniendo un impacto actual en el negocio y que se combinan en una problemática alrededor de la administración y el manejo de datos.

Anexo 4. Factores Externos - Osorio Repuestos

ID	Factores	Nomenclatura	Descripción
Oportunidades			
O1	Alianzas estratégicas con talleres y servitecas	AETS	Aprovechando la estrategia de su competencia, OSORIO REPUESTOS podría formar alianzas con talleres y servitecas locales para mejorar el acceso a su inventario y servicios, aumentando su base de clientes y lealtad de marca.
O2	Adopción de tecnologías de venta digital	ATVD	La creación de plataformas de comercio electrónico robustas y la adopción de mejores prácticas en ventas online, como lo hace MercadoLibre, puede capturar una mayor cuota de mercado digital.
O3	Incorporación de estándares de catalogación	INEC	Adoptar estándares de catalogación de autopartes como ACES & PIES para mejorar la precisión y eficiencia en la identificación y venta de repuestos.
O4	Expansión a nuevos mercados regionales	ENMR	Dada su ubicación estratégica en Jamundí y la proximidad a grandes centros urbanos como Cali, OSORIO REPUESTOS podría expandir su alcance geográfico a nuevas áreas. Esto podría incluir la apertura de nuevas sucursales o la creación de alianzas con tiendas existentes en otras ciudades para distribuir sus productos, aumentando así su cobertura de mercado y base de clientes potenciales.
Amenazas			
A1	Precios competitivos de competidores	PCC	Competidores como TORNIFRENOS Y REPUESTOS OSORIO y otros almacenes grandes de Cali ofrecen precios más bajos, lo que puede atraer a clientes que buscan opciones más económicas.
A2	Desventajas logísticas por ubicación	DLUB	La distancia hasta Cali y otros centros de distribución grandes puede ser una desventaja si los competidores ofrecen tiempos de entrega más rápidos y servicio directo a domicilio.
A3	Servicios especializados de	SEC	Diferenciarse de competidores locales ofreciendo servicios especializados

<i>ID</i>	<i>Factores</i>	<i>Nomenclatura</i>	<i>Descripción</i>
	la competencia		directamente en el establecimiento, como instalaciones y reparaciones que actualmente no están disponibles en OSORIO REPUESTOS.
A4	Limitaciones en la capacidad de servicio y inventario	LCSI	Algunos competidores tienen la capacidad de atender a más clientes simultáneamente y gestionar mayores inventarios, lo cual podría representar una amenaza si OSORIO REPUESTOS no mejora su capacidad operativa.
A5	Impactos macroeconómicos	IMA	Cambios en la economía como el aumento del dólar y la disminución general de ventas en el sector automotriz podrían impactar negativamente en OSORIO REPUESTOS si no se adaptan adecuadamente a estas condiciones.

Anexo 5. Factores Internos - Osorio Repuestos

ID	Factores	Nomenclatura	Descripción
Fortalezas			
F1	Experiencia en el Mercado	EXME	Con más de 30 años en el mercado, OSORIO REPUESTOS ha acumulado un vasto conocimiento y experiencia en la industria automotriz, lo que le permite entender y satisfacer mejor las necesidades de sus clientes.
F2	Amplio Inventario	AMIN	La empresa cuenta con más de 15,000 referencias, lo que le permite ofrecer una gran variedad de opciones a sus clientes, asegurando que puedan encontrar lo que necesitan.
F3	Calidad de los Productos	CAPR	El 70% de los repuestos son importados de países como Taiwán, Corea y Japón, garantizando productos de alta calidad
F4	Vocación de Servicio	VOCS	La empresa se destaca por los valores compartidos por el gerente, relacionados a la excelencia en atención al cliente y su compromiso con su satisfacción.
F5	Diversificación de Mercado	DIME	Atienden tanto a clientes B2C como B2B, lo que les permite diversificar sus ingresos y reducir el riesgo de dependencia de un solo segmento de mercado.
F6	Ubicación Estratégica	UBES	Situada en Jamundí, Valle del Cauca, la empresa está bien posicionada para atender tanto a clientes locales como a los de las regiones cercanas.
Debilidades			
D1	Problemas de inventario	PRIN	La empresa enfrenta problemas de sobrestock y manejo de inventarios, lo que puede llevar a costos innecesarios y espacio de almacenamiento limitado.
D2	Limitaciones de canales de venta	LICV	La empresa depende principalmente de las ventas en el sitio físico y ha tenido intentos fallidos previos en la adopción de canales digitales efectivos.
D3	Sistema ERP	SERPI	La migración a un nuevo sistema ERP ha

ID	Factores	Nomenclatura	Descripción
	Inconsistente		presentado inconsistencias y limitaciones afectando la eficiencia operativa
D4	Dependencia del Gerente	DEGE	La ausencia del gerente afecta significativamente las ventas y las operaciones diarias, evidenciando una dependencia excesiva en su liderazgo.
D5	Falta de Estandarización y Documentación	FED	No existe una documentación clara de los procesos ni una estructura organizacional definida, lo que puede dificultar la eficiencia y la gestión interna de los procesos
D6	Experiencia del Usuario en canales digitales	EXUD	Los clientes han enfrentado fricciones en la experiencia de compra, especialmente en plataformas digitales, debido a problemas en la validación de repuestos y manejo de devoluciones.
D7	Comisiones a empleados	COEM	No se cuentan con incentivos para los empleados en caso de cumplimiento de ventas o servicio al cliente.

Anexo 6. Matriz de Factores Internos - Osorio Repuestos

Calificación MEFI (Matriz de Factores Internos)								
		analista 1 (Danny)	analista 2 (Adri)	analista 3 (Matt)	analista 4 (Nico)	Total	Grado de importancia con relación al total	Grado Relativo de importancia
D4	Dependencia del Gerente	2	2	1	2	7	0.520	23.43 %
D2	Limitaciones de canales de venta	1	3	7	4	15	0.243	10.93 %
D1	Problemas de inventario	6	1	8	1	16	0.228	10.25 %
D3	Sistema ERP Inconsistente	3	4	4	7	18	0.202	9.11%
D5	Falta de Estandarización y Documentación	4	8	6	3	21	0.173	7.81%
D7	Incentivos de venta a empleados	12	5	2	6	25	0.146	6.56%
D6	Experiencia del Usuario en canales digitales	11	7	5	5	28	0.130	5.86%
F1	Experiencia en el Mercado	5	6	9	9	29	0.126	5.66%
F4	Vocación de Servicio	9	11	3	10	33	0.110	4.97%
F2	Amplio Inventario	7	12	10	8	37	0.098	4.43%
F5	Diversificación de Mercado	10	9	11	11	41	0.089	4.00%
F3	Calidad de los Productos	8	13	13	13	47	0.077	3.49%
F6	Ubicación Estratégica	13	10	12	12	47	0.077	3.49%

Anexo 7. Matriz de Factores Externos - Osorio Repuestos

Calificación MEFE (Matriz de Factores Externos)								
		analista 1 (Danny)	analista 2 (Adri)	analista 3 (Matt)	analista 4 (Nico)	Total	Grado de importancia con relación al total	Grado Relativo de importancia
O2	Adopción de tecnologías de venta digital	1	3	2	3	9	0.200	20.32 %
A1	Precios competitivos de competidores	3	2	3	1	9	0.200	20.32 %
A4	Limitaciones en la capacidad de servicio y inventario	4	1	4	6	15	0.120	12.19 %
A3	Servicios especializados de la competencia	5	5	6	2	18	0.100	10.16 %
O3	Incorporación de estándares de catalogación	2	4	7	7	20	0.090	9.14%
O1	Alianzas estratégicas con talleres y servitecas	7	6	1	8	22	0.082	8.31%
A5	Impactos macroeconómicos	6	7	5	4	22	0.082	8.31%
A2	Desventajas logísticas por ubicación	9	9	9	5	32	0.056	5.71%
O4	Expansión a nuevos mercados regionales	8	8	8	9	33	0.055	5.54%

Anexo 8. Lienzo de valor - Trabajos - Osorio Repuestos

Trabajos	Dolores	Ganancias (Beneficio)	Vitaminas (asociado a ganancias)	Analgésicos (asociado a dolores)	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
Generar confianza en cliente en la atención en el mostrador		Permitir que el gerente pase menos tiempo en el almacén	Definir los diferentes journeys de compra que más se les dificulten a los empleados y establecer capacitaciones en donde se les entrena para estar preparados ante situaciones similares.	Realizar entrenamiento en atención al público de clientes difíciles para los empleados en la búsqueda de incrementar la confianza y la experiencia al cliente.	Módulo de entrenamiento y capacitación para la adquisición de conocimiento sin dependencia del gerente con seguimiento remoto
	Los clientes no sienten el mismo nivel de confianza en el resto de empleados que en el gerente	Mejorar la experiencia de compra y personalización	Programa de capacitación intensiva para los empleados en habilidades de atención al cliente, técnicas de comunicación y conocimiento de productos. Cursos y talleres que cubren técnicas de comunicación efectiva, habilidades de venta y manejo de situaciones difíciles.	Entrenamientos en la resolución de problemas técnicos y manejo de situaciones difíciles para los empleados	Programa integral que combina capacitación en atención al cliente, resolución de problemas y conocimientos técnicos de los productos para los empleados del mostrador
	Más de 46% en pérdidas en ventas cuando el gerente no está. Cansancio de arduas horas	Mantener o incrementar las ventas mensuales sin la necesidad del servicio del gerente	Que los empleados tengan el conocimiento necesario para ofrecer productos relacionados y mantengan una	Que el Gerente permanezca en el establecimiento por más de 8 horas diarias Supervisión	Herramienta digital que permite al gerente supervisar las interacciones y el desempeño de los

Trabajos	Dolores	Ganancias (Beneficio)	Vitaminas (asociado a ganancias)	Analgésicos (asociado a dolores)	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
	de trabajo para el gerente		buena atención al cliente	automatizada que permita al gerente delegar tareas de manera efectiva y monitorear el desempeño de los empleados sin estar presente físicamente	empleados remotamente, con alertas y reportes automáticos.
Supervisar el desempeño de los asesores de venta y atención al cliente durante el acompañamiento al cliente y la posventa	<p>Imposibilidad de ausentarse por largos periodos de tiempo del almacén</p> <p>Poco conocimiento por parte de los asesores a nivel técnico de información</p> <p>Baja alfabetización digital por parte de empleados de los sistemas de la empresa</p>	Asegurar ventas en el negocio y mantener los niveles de venta estables	Mantener las ventas y tener monitoreo en tiempo real para el gerente	<p>Capacitación continua para los asesores de venta que cubra aspectos técnicos de los productos y habilidades de atención al cliente</p> <p>Sistema de delegación de responsabilidades que permita al gerente ausentarse sin que se afecte la operación.</p> <p>Herramientas digitales (como una base de datos de productos y un sistema de gestión de relaciones con clientes) que los asesores puedan utilizar para acceder a</p>	Plataforma digital que combina capacitación continua, evaluación de desempeño y herramientas de soporte para asesores de venta que cuente con un sistema de visualización de información de ventas en tiempo real y módulo de alfabetización digital

Trabajos	Dolores	Ganancias (Beneficio)	Vitaminas (asociado a ganancias)	Analgésicos (asociado a dolores)	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
				información técnica rápidamente durante la atención al cliente.	
Asignar de forma adecuada el mecánico responsable de cada servicio según sus capacidades, especialidades o tipo de vehículo		Mayor efectividad y rapidez en los servicios gracias a las competencias técnicas de los mecánicos y personalización del servicio	Capacitar continuamente a los empleados en las especificidades de los vehículos Sistema que asigna automáticamente los servicios a los mecánicos basándose en sus habilidades y especialidades.		Plataforma digital que automatiza la asignación de tareas a los mecánicos según sus competencias, especialidades y tipo de vehículo.
Ser percibidos como líderes en la industria en el valle	Las estrategias de guerra de precios y diversificación de la competencia resultan en resultados más agresivos	Atraer a nuevos clientes y garantizar lealtad de los clientes existentes	Ofrecer descuentos y crear campañas exclusivas de marketing	Programa de descuentos y ofertas exclusivas para clientes leales y nuevos, diferenciándose de la competencia no solo en precio, sino en valor añadido.	Servicio que combina campañas de marketing innovadoras y un programa de descuentos y ofertas exclusivas para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

Trabajos	Dolores	Ganancias (Beneficio)	Vitaminas (asociado a ganancias)	Analgésicos (asociado a dolores)	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
Identificar que productos no están rotando cuando se hace inventario	Pérdida de la venta por líneas de productos	Rematar existencias que actualmente no generan un valor positivo para el almacén	Sistema que analice la rotación de inventarios y genere informes periódicos sobre productos de baja rotación para evaluar el remate	Estrategia de promociones y descuentos específicamente para productos de baja rotación.	Sistema de gestión de inventarios con análisis de rotación y una estrategia de promociones y descuentos para productos obsoletos.
	Espacio físico ocupado sin rotación y bajo retorno de la inversión	Gestionar de manera adecuada el inventario	Realizar inventarios periódicos etiquetando los productos (Código, fecha de ingreso y ubicación) teniendo así un mayor control del mismo	Control interactivo que muestra el estado del inventario, destacando productos de baja rotación y sugiriendo acciones correctivas.	Sistema de gestión de inventarios con funcionalidades de etiquetado y control. Diseño del programa de auditorías periódicas de inventarios con roles y responsabilidades
Comprar mercancía para suplir el inventario según las necesidades de los clientes	Imposibilidad de delegar el trabajo representa 4h de trabajo adicional	Hacer compras estratégicas buscando una mayor rentabilidad Delegar el trabajo de compras	Establecer responsabilidades del trabajo de compra	Capacitar al personal para que aprendan a pedir productos específicos de forma estratégica que actualmente no están pidiendo.	Sistema de funcionalidades para la delegación automatizada que apoye a optimizar el proceso de compras.
Hacer compras de forma proactiva adelantándose a las necesidades del mercado y supliendo productos fuera de		Ofrecer productos que el mercado necesita, mejorando así la imagen	Análisis de mercado y predicciones de tendencias para identificar las necesidades futuras del		Servicio integral que combina análisis de mercado y predicción de tendencias

Trabajos	Dolores	Ganancias (Beneficio)	Vitaminas (asociado a ganancias)	Analgésicos (asociado a dolores)	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
existencia		de la empresa y satisfaciendo las necesidades de los clientes	mercado y asegurar que los productos estén disponibles antes de que la demanda aumente		para optimizar las compras y asegurarse de que la empresa ofrezca los productos que el mercado necesita.
Ejercer un control sobre el inventario para mantener un sano equilibrio evitando escasez o exceso de existencias al momento de surtir	Monitoreo del exceso no existe	Reducir los costos de almacenamiento y de obsolescencia de la productos	Optimizar la distribución física de los productos para maximizar el espacio del almacén y facilitar una mayor rotación del inventario	Realizar un reporte de los productos con baja rotación de forma manual identificando etiquetas de producto antiguas para poder hacer listas de precios para clientes B2B	Diseño de estrategia de venta de productos con más de 5 años en Bodega a clientes B2B (talleres, almacenes de repuestos, otros.)
Realizar cierre de caja para tener un control diario de operaciones	Margen de error de 40% en los cierres de caja	Tener control de los ingresos y egresos diarios	Implementar procedimientos contables que permitan tener una mayor precisión de los registros financieros	Realizar un cierre diario en el sistema corroborando y solucionando cualquier inconsistencia o pago / gasto no reportado en el sistema.	Diseño de proceso para el cierre de caja diario que incluya actualización de medios de pago, actualización de pago de facturas a crédito (cartera) y auditoría del proceso E2E.
Planificar y ajustar horarios de trabajo para garantizar que todas las tareas necesarias se realicen de manera eficiente.	Incomodidad por no contar con el suficiente personal para realizar las tareas	Mejorar la operación del almacén	Establecer procedimientos que reduzcan los tiempos de realización de las tareas		Definir un sistema de control de permisos para los empleados que garantice la mayor disponibilidad

Trabajos	Dolores	Ganancias (Beneficio)	Vitaminas (asociado a ganancias)	Analgésicos (asociado a dolores)	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
					posible de los recursos en el almacén en las horas de mayor afluencia de clientes.
Proporcionar incentivos al personal relacionados a su desempeño	Requieren generalmente un presupuesto adicional	Incrementar su motivación / asegurar una mejor experiencia a los clientes	Respetar la meritocracia. Si un empleado lleva muchos años y se le ha designado una función especial asegurar de que la siga cumpliendo.	Entregar bonificaciones por superar las metas establecidas en ventas que ellos realicen por su cuenta. Osorio debe darles mayor autonomía.	Diseñar un proceso que permita bonificar a los empleados de forma justa tomando como referencia el valor que factura cada empleado, como también contar con la trazabilidad del cumplimiento de otras actividades, como también un plan de incentivos.
Motivar e instruir a los empleados y mecánicos para mantener los estándares de servicio al cliente		Promover un ambiente laboral colaborativo, donde se mejore la calidad del trabajo	Elaborar un plan de incentivos que recompense el buen desempeño de los empleados		
	El gremio de los mecánicos suele ser en su mayoría ventajosos, aprovechándose del desconocimiento que puede representar la reparación de un vehículo para el cliente, lo cual puede generar inconformidad	Mejorar las competencias de los empleados y/o mecánicos haciendo más eficiente la operación	Fomentar el desarrollo personal de los empleados a través de capacitación en servicio al cliente		Diseñar y socializar un reglamento de trabajo interno tanto para empleados como para mecánicos que trabajan en la parte exterior del establecimiento Promover un espacio de capacitación

Trabajos	Dolores	Ganancias (Beneficio)	Vitaminas (asociado a ganancias)	Analgésicos (asociado a dolores)	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
	y mala reputación para la empresa.				por parte de los mecánicos para compartir nuevos conocimientos a sus otros compañeros.
Gestionar la seguridad social y los parafiscales de los empleados mes a mes o durante eventualidades y emergencias que lo requieran	Pérdida de tiempo debido a la gestión manual y reactiva en lugar de ser proactivo, organizado y planeado	Ser eficientes en el cumplimiento de la normatividad, evitando problemas administrativos	Realizar auditoría contable anualmente con el fin de identificar irregularidades y realizar acciones de mejora una vez identificadas		Diseñar procesos básicos de recursos humanos que permitan gestionar incapacidades ante las EPS, documentación de las situaciones en un sistema de información como también coordinar una capacitación al personal necesario en el módulo de nómina.
Organizar y mantener el orden del inventario físico periódicamente para garantizar el fácil manejo del mismo	Actualmente se hacen inventarios parciales	Acceder fácilmente al inventario para facilitar la identificación de las autopartes	Tener etiquetado el inventario y hacer uso de herramientas dispuestas por la empresa para la gestión eficiente del inventario		Diseñar un proceso para la realización de inventarios parciales que tenga en cuenta el proceso de limpieza de la mercancía, la actualización de las existencias, la eliminación de ítems no

Trabajos	Dolores	Ganancias (Beneficio)	Vitaminas (asociado a ganancias)	Analgésicos (asociado a dolores)	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
					existentes y la actualización de las ubicaciones, entre otros.

Anexo 9. Guiones

Modulo 1: Servicio de Mecánica Ágil

Introducción

¡Hola!

En este módulo, repasaremos el proceso de Servicio de Mecánica Ágil desde el momento en que el cliente se presenta en el mostrador con una necesidad, hasta que el servicio es finalizado.

Para este módulo es importante tener en cuenta algunos aspectos:

1. Recuerda que el cliente no siempre sabe lo que necesita, y vienen a nosotros buscando orientación, nuestra responsabilidad es ayudarlo a encontrar la respuesta que necesita y generar confianza.
2. habrán situaciones en dónde no tengamos la solución que nuestros clientes buscan, sin embargo, esta también es una oportunidad de cultivar la confianza para el futuro. Los clientes confían en nuestras recomendaciones y referencias.
3. No siempre que demos una asesoría el cliente decidirá adquirir un producto o servicio. Nuestro compromiso sigue siendo darle las mejores recomendaciones para cultivar una buena relación duradera con nuestros clientes.
4. Entendamos que cada cliente es diferente, con diferentes niveles de conocimiento respecto al funcionamiento de sus vehículos, y con diferente nivel de involucramiento durante el proceso. Es importante ser paciente y empático con todos los tipos de usuario.
5. Incluso en los escenarios en los que el usuario conoce la solución que busca, es importante que nuestra asesoría sea completa, confirmar su necesidad y buscar soluciones adicionales que puedan ser relevantes.

Diagnóstico:

En esta primera situación, revisaremos el paso a paso para ofrecer un diagnóstico a nuestro cliente, que cree que su vehículo puede tener una falla o necesitar mantenimiento.

- Conozcamos a Daniel.



Daniel es un joven de 28 años, tiene su vehículo hace 5 años, y está preocupado porque no está seguro si su vehículo está al día con mantenimientos, además en las últimas semanas ha identificado un ruido que no reconoce y cree que puede haber algo de su automóvil que necesita atención, pero no está seguro.

Daniel se dirige al local de Osorio Repuestos por recomendación de un amigo para obtener asesoría.

1. En el mostrador, Daniel es recibido con amabilidad por el personal
2. La primera pregunta que debemos realizarle a Daniel es “¿Cuál es el motivo de tu visita?”

3. Daniel procederá a explicar el estado actual de su vehículo, es importante escuchar con atención pues podremos comprender que:
 - Es probable que necesite un chequeo general de niveles de agua y aceite que podemos ofrecerle
 - Su preocupación principal es descubrir la causa de un sonido que le molesta y no reconoce, por lo que es necesario un diagnóstico.
 - Es importante atender lo que cuenta para identificar, dónde se produce el sonido, si se produce en momentos o situaciones específicas mientras conduce.
4. Una vez identificada que la necesidad de Daniel es un diagnóstico, le asignaremos uno de nuestros mecánicos expertos para que realice el proceso.
5. Ya que Daniel es un cliente que no es experto en el cuidado de su vehículo, es importante guiarlo en el proceso, explicando que se está revisando y por qué. Esto generará confianza en él al hacerlo partícipe del proceso y mantenerlo informado.
6. El diagnóstico ha arrojado un resultado: En este caso, el ruido que preocupa al cliente proviene de la correa de distribución que ha empezado a generar un chirrido síntoma del desgaste.
7. Si bien ese es el problema principal por el que nuestro cliente ha venido a nosotros, puede que notemos cosas adicionales que requieren atención, como por ejemplo plumillas desgastadas por el sol que necesitan reemplazo, o un cambio pendiente de aceite por el kilometraje.
8. Es importante informar a Daniel de todo lo anterior, explicándole la causa del sonido que le inquieta y la importancia de hacer el cambio de la pieza, además, es importante que los hallazgos adicionales se le comuniquen la manera de valor agregado dentro de la consultoría.
9. Dentro de la información que le brindamos a Daniel, es importante darle una cotización detallada de cada uno de los ítems, para que el usuario pueda tomar las decisiones correspondientes según su presupuesto,
 - No olvides, Cuenti es tu mejor aliado, y tiene disponible la funcionalidad para crear la cotización que necesites.
10. Es muy importante responder de forma respetuosa las preguntas que Daniel pueda tener respecto a la calidad de los repuestos y sobre el proceso en general
11. Responderle con transparencia y empatía es una gran herramienta para construir confianza y una relación duradera con este nuevo cliente.
12. Una vez informado, Daniel se siente aliviado de haber encontrado el problema y decide seguir adelante con el proceso, está muy satisfecho con su atención y se siente listo para atender su vehículo con nuestra ayuda.

Reemplazo E Instalación de Piezas:

1. Con la confirmación por parte del cliente y su conformidad con los precios cotizados, damos inicio al proceso.
2. Es importante que le asignemos esta tarea a un mecánico especializado en esta gestión. Así mismo, es valioso informarle a Daniel que la persona que atenderá su necesidad, tiene una gran experiencia en esta área, ya que eso permitirá seguir creando ese vínculo de confianza con él.
3. Al iniciar este procedimiento, es importante informarle a Daniel el tiempo que tardará el procedimiento, para que él pueda decidir si esperar o volver por su vehículo en el momento indicado.
4. Ahora si procedemos a realizar el servicio y reemplazar la correa de Distribución por una nueva.
5. Ya que Daniel también encontró valiosa la sugerencia de reemplazar las plumillas, podemos cambiar por unas nuevas de nuestra recomendación.
6. No olvides, tan pronto se inicia la intervención del vehículo es necesario crear el 'despacho agrupado' donde se incluirán los detalles del cliente y el vehículo, así como el desglose de los insumos utilizados para su posterior facturación.
 - Recuerda identificar al cliente con Nombre y Apellido.
 - Identifica el vehículo, detallando su modelo, color y placa.
 - A medida que se vaya utilizando un nuevo insumo, es necesario relacionarlo en este despacho agrupado, en este caso iniciando por la correa de distribución y las plumillas.
 - Por ejemplo, supongamos que durante el cambio de la correa se identifican también unos tornillos que necesitan cambio, se le deben suministrar al mecánico y añadirse también al despacho.
7. Una vez terminado el servicio, es necesario probar que el vehículo funcione correctamente y se encuentre en óptimas condiciones de entrega
8. Una vez hayamos confirmado que todo está correcto, procedemos a verificar el despacho agrupado en conjunto con el mecánico y con Daniel, para explicarle el desglose de cada cosa y los ítems adicionales, como los tornillos en este caso.
9. El mecánico realizará el cobro de la mano de obra directamente con Daniel.
10. Procedemos a convertir el despacho agrupado en un documento pre-electrónico para facturación.
 - ¡Recuerda! estamos 100% actualizados con el proceso de facturación electrónica
 - Si el cliente requiere una factura electrónica personalizada le debemos solicitar todos los datos correspondientes
 - Nombre Completo
 - Tipo y Número de Identificación

■ Correo Electrónico

11. Ya en este punto, solo es necesario acompañar a Daniel mientras realiza el desembolso
12. Por último, con la amabilidad que nos caracteriza, debemos terminar la asesoría para Daniel dándole todas las recomendaciones correspondientes, como realizar chequeos y mantenimientos periódicos, y en este caso, recordarle el cambio de aceite pendiente, poniéndonos a su disposición para su pronto regreso.

Corrección y Mantenimiento:

En este segundo escenario, conozcamos a Don Gustavo.



Don Gustavo es un hombre mayor, que siempre ha sentido afinidad por los carros, particularmente por los carros antiguos. No solo le gustan, sino que los conoce bien, conoce su funcionamiento y le gusta hacerles mantenimiento periódico.

Don Gustavo es un cliente fiel de Osorio Repuestos, y esta vez regresa por un mantenimiento habitual para uno de sus vehículos.

1. En el Mostrador, Don Gustavo es recibido con amabilidad, como ya es un cliente conocido, es recibido con la familiaridad característica.

2. Igualmente, la primera pregunta para Don Gustavo es preguntarle ¿cuál es el motivo de su regreso al almacén?
3. Don Gustavo confirma que viene para realizarle mantenimiento a su carro.
4. Aunque él sea un cliente frecuente y conoce todo, la práctica correcta es informarle siempre a cada cliente del proceso a realizar.
5. Asimismo, debemos presentarle una cotización detallada del mantenimiento, para que él nos dé su aprobación. Incluso si no es la primera vez que lo realiza, siempre es necesario tener el consentimiento del cliente.
6. Cuando Don Gustavo nos dé su aprobación, podemos asignar un mecánico experto para el procedimiento
 - Es probable que nuestros clientes frecuentes tengan afinidad con alguno de los mecánicos, por lo que es importante siempre verificar con ellos, y en caso de que el cliente nos solicite un mecánico específico, debemos verificar su disponibilidad.
7. Una vez asignado el profesional, puede realizar el respectivo mantenimiento.
8. En caso de que el mantenimiento requiera el cambio de alguna pieza como tornillos o el uso de algún insumo, es necesario crear un Despacho Agrupado asociado al proceso, donde se incluirán los detalles del cliente y el vehículo, así como el desglose de los insumos utilizados para su posterior facturación.
 - Recuerda identificar al cliente con Nombre y Apellido
 - Identifica el vehículo, detallando su modelo, color y placa
 - En este caso, por ejemplo, para el vehículo de Don Gustavo, se requirió actualizar la tornillería y bisagras de las puertas, por lo que deben incluirse estos insumos en el documento.
9. Igual que en el caso anterior, el mecánico realiza el cobro de mano de obra directamente a Don Gustavo según el valor convenido.
10. Procedemos a convertir el despacho agrupado en un documento pre-electrónico para facturación.
 - ¡Recuerda! estamos 100% actualizados con el proceso de facturación electrónica
 - Si el cliente requiere una factura electrónica personalizada le debemos solicitar todos los datos correspondientes
 - Nombre Completo
 - Tipo y Número de Identificación
 - Correo Electrónico
11. Ya en este punto, solo es necesario acompañar a Don Gustavo mientras realiza el pago del servicio recibido.
12. Por último, con la amabilidad que nos caracteriza, debemos terminar la asesoría con Don Gustavo, dándole todas las recomendaciones correspondientes como

realizar chequeos y mantenimientos periódicos, y en este caso, preguntarle por su siguiente visita y recordarle que siempre estamos a su disposición.

¿Y cuando no tenemos la solución?:

Imaginemos por un momento, que en los casos anteriores nos encontramos con que el taller no está en capacidad de cubrir las fallas identificadas y que al hacer el debido diagnóstico nos encontramos con que carecemos de piezas o repuestos claves, o por el contrario que dentro del equipo no hay un profesional especializado para proveer la solución que el cliente necesita.

¿Qué hacemos en ese caso?

1. Lo primero, es informar al cliente con honestidad y amabilidad la situación, y explicarle la razón por la cual no podemos atender su solicitud.
2. Esto no tiene que significar que dejaremos que el cliente se vaya satisfecho, es parte de la filosofía de Osorio Repuestos, que incluso si no tenemos la solución, sigue existiendo una oportunidad para crear una relación de confianza con el cliente.
3. Algo que nos caracteriza y que debemos hacer siempre en estos casos es ayudar al cliente a encontrar la respuesta. Por eso lo que podemos hacer, es referirlo con otros centros de servicio que realicen el procedimiento que el cliente necesita, o ayudarle a buscar un proveedor con el que podamos recomendarle para encontrar la pieza que no teníamos en existencia.
4. Además de la recomendación, debemos recordarle al cliente que estamos a su disposición y que siempre que tenga una duda, incluso si no tenemos la respuesta podemos asesorarle y ayudarle a encontrarla
5. Siempre debemos terminar la interacción buscando entregarle valor adicional al cliente, si la persona ya se encuentra con su vehículo en las instalaciones, podemos buscar otras formas de ayudarle para que su tiempo no se pierda, por ejemplo, otros repuestos, mantenimiento u otro tipo de asesoría.
6. Finalmente, despedirnos con amabilidad y recordándole al cliente que le esperamos de vuelta.

Módulo 2: Compra de Productos

Introducción

¡Hola!

En este módulo, repasaremos el proceso de acompañamiento a nuestros clientes en la compra de diferentes productos (herramientas, tornillería, repuestos y baterías) desde el momento en que el cliente se presenta en el mostrador con una necesidad, hasta que el servicio ha finalizado.

Para este módulo es importante tener en cuenta algunos aspectos:

1. Así como en el módulo anterior, recuerda que el cliente no siempre sabe lo que necesita, y viene a nosotros buscando orientación, nuestra responsabilidad es ayudarlo a encontrar la respuesta que necesita y generar confianza.
2. Habrá productos para los cuales no tengamos disponibilidad, o no manejemos el tipo de pieza que nuestros clientes buscan, sin embargo esta también es una oportunidad de cultivar la confianza para el futuro. Los clientes confían en nuestras recomendaciones y referencias.
3. Si no tenemos existencia de algún producto, asegurémonos de verificar tiempos de reabastecimiento, es probable que podamos encargarlo y darle al cliente una fecha en la que estará disponible o incluso puede que el sistema nos informe que esta pieza o producto ya ha sido pedido y estará disponible de nuevo pronto.
4. No siempre que demos una asesoría el cliente decidirá adquirir un producto o servicio. Nuestro compromiso sigue siendo darle las mejores recomendaciones para cultivar una buena relación duradera con nuestros clientes.
5. Entendamos que cada cliente es diferente, con diferentes niveles de conocimiento respecto al funcionamiento de sus vehículos, y con diferente nivel de involucramiento durante el proceso. Es importante ser paciente y empático con todos los tipos de usuario.

Incluso en los escenarios en los que el usuario conoce exactamente el producto que busca o tiene una referencia precisa, es importante que nuestra asesoría sea completa, confirmar su necesidad y buscar soluciones o productos adicionales que puedan ser relevantes, como la instalación de los repuestos que está adquiriendo o mantenimiento, entre otros, siempre con la amabilidad y proactividad que nos caracteriza.

Herramientas:

En esta primera situación, revisaremos el paso a paso para acompañar al cliente en la compra de herramientas que puede necesitar.



Por ejemplo, nuestros amigos de la estación de bomberos pueden acercarse al mostrador buscando ciertas herramientas que necesitan tener disponibles en la estación o para llevar cuando necesitan atender alguna emergencia.

En esta ocasión Luzmila Lancheros se dirige al local, pues nos conoce y requiere nuestra atención:

1. En el mostrador, Luzmila es recibida con amabilidad por el personal
2. La primera pregunta que debemos realizarle a Luzmila es “¿Cuál es el motivo de tu visita?”
3. Luzmila nos contará la herramienta que busca, es probable que tenga en mente alguna referencia, marca o especificaciones para compartir con nosotros. Es importante que la escuchemos atentamente
4. Procederemos a validar la disponibilidad. ¡No olvides que la plataforma Cuenti es tu mejor aliada para validar los precios!
5. Si el producto que Luzmila busca está disponible en nuestra tienda, es nuestro deber enseñarle las diferentes opciones disponibles de marcas y precios (empezando por la opción que ella traía en mente)

6. Si la referencia o marca específicas que Luzmila pidió no está en existencia, de todos modos, le prestaremos asesoría mostrándole alternativas.
7. Una vez Luzmila decida adquirir el producto, lo dejaremos listo para su facturación, no sin antes preguntarle si desea algo más. En caso de que Luzmila desee llevar algún otro artículo en su compra, debemos incluirlo en Cuenti.
8. Con la selección de productos completa para Luzmila, pasaremos a hacer la facturación electrónica.
9. Para ellos buscaremos a Luzmila en el sistema (ya que es una clienta frecuente y ya está registrada). En caso de que necesitemos registrar a un cliente nuevo, debemos solicitarle los datos correspondientes.
 - Nombre Completo
 - Tipo y Número de Identificación
 - Correo Electrónico
10. Una vez completado el pago, procedemos a entregarle la factura a Luzmila
11. Por supuesto, como es costumbre en la cultura de Repuestos Osorio, nos despediremos amablemente, agradeciéndole por su visita y recordándole que puede volver cuando lo requiera.

Si el producto que Luzmila quiere lo manejamos en la tienda, pero no está disponible, ni tenemos alternativas que se le ajusten, aún tenemos la oportunidad de prestarle un buen servicio:

12. Procedemos a verificar la información del producto, y revisamos el sistema para analizar cuando lo tendremos de nuevo en el inventario.
13. Procedemos a despedirnos con cordialidad, recordándole que la esperamos de vuelta una vez la herramienta que nos pidió esté en existencia

¿Qué pasa si el producto no lo manejamos?

14. Como siempre, algo que nos caracteriza es la asesoría completa, por eso, siempre podemos entregarle a Luzmila valor a través de una recomendación, refiriendo un lugar donde si pueda solucionar su necesidad.
15. Procedemos a terminar la interacción con amabilidad, despidiéndonos de Luzmila con una sonrisa.

Tornillería:



Jorge es un influencer de motociclismo, su moto es una de sus posesiones más preciadas, con ella viaja por todas las carreteras de la región. Cuida su moto muchísimo y él mismo le hace mantenimiento con frecuencia, incluso le cambia algunas piezas y le pone aditamentos y accesorios. En este caso viene al almacén buscando tornillería específica para instalar unos nuevos retrovisores que compró por internet.

1. Jorge llega al almacén y se presenta en el mostrador, es primera vez que viene, pero es recibido con toda la amabilidad, como si fuera un conocido de siempre.
2. Saludamos a Jorge y escuchamos con atención sus necesidades.
3. Consultamos las medidas del tornillo, su longitud, el grosor, si necesita arandelas y otros complementos.

4. Una vez tengamos toda la información que necesitamos, buscamos en la estantería de tornillería la referencia necesaria.
5. Verificamos con Jorge si tiene muestras o referencias precisas, es probable que el cliente traiga consigo una unidad de muestra y necesite más. O como en el caso de Jorge, trae el manual de instalación de sus retrovisores donde se describen los tornillos que debe usar.
6. Una vez identificada la referencia exacta, consultamos con Jorge cuantas unidades necesita, siempre es bueno recomendarles a los clientes llevar un par de más a manera de repuesto.
7. Usando la tabla de precios de tornillería, calcularemos el precio que nuestro motociclista debe pagar.
8. Procedemos a generar el documento pre-electrónico con todos los productos que llevará. (Es probable que Jorge decida llevar algo más, siempre debemos aprovechar las oportunidades que tenemos para ofrecerle a nuestro cliente algo más para el cuidado de su vehículo, en este caso su querida moto).
9. En caso de que el cliente quiera algo más, se debe agregar a Cuenti.
10. Procedemos al proceso de facturación electrónica. Cuando Jorge regrese, podemos buscarlo en el sistema usando sus datos, en esta ocasión debemos pedirlos para su registro por primera vez.
 - Nombre Completo
 - Tipo y Número de Identificación
 - Correo Electrónico
11. Jorge está listo para pagar con su método de pago de preferencia.
12. Una vez completado el pago, hacemos la entrega del pedido.
13. Le damos las gracias a Jorge por visitarnos con la amabilidad que nos caracteriza y le recordamos que nos puede incluir como una de sus paradas frecuentes después de sus rodadas.

Y si el tornillo que Jorge quiere ¿no está disponible o no lo manejamos?

14. Siempre podremos ofrecer valor para Jorge, bien sea a través de una referencia hacia el lugar donde podrá conseguir lo que necesita, o consultando si el producto llegará pronto para darle una fecha en la que podrá volver al almacén por él.

Repuestos:

En el almacén contamos con una gran variedad de repuestos: Suspensión, Frenos, Rodamientos, Refrigeración, de Motor, Partes Eléctricas, Filtros, Correas, Ferretería, Aceites y Lubricantes, Embrague, entre otros accesorios y lujos.

1. Cuando un cliente tiene el requisito de un repuesto en particular, lo primero que debemos hacer es asegurarnos si el repuesto requiere ser medido.
 - OJO: Es importante que para algunos repuestos el cliente provea alguna muestra (pieza anterior o similar) o la especificación dada en el manual.
2. Si la pieza requiere ser medida, procedemos a tomar estas dimensiones con el vernier.
3. En caso de que las medidas no estén disponibles, la práctica correcta es consultar en los manuales de los fabricantes las medidas de las referencias.
4. Una vez tengamos la información necesaria, el siguiente paso es dirigirnos a la sección correspondiente para buscar.
 - ¡No lo olvides! Usa Cuenti para comprobar la existencia de la referencia.
5. Con toda la información a nuestro alcance, nuestra responsabilidad es compartir con nuestro cliente todo lo que necesita para tomar una decisión:
 - Marcas disponibles
 - Y crear una comparativa de precios para que el cliente escoja la que más le convenga.
6. Siempre es importante entregar valor a nuestros clientes a través de nuestra recomendación y nuestra experiencia.
7. Una vez el cliente esté listo para adquirir el repuesto, debemos preguntarle si requiere asistencia para la instalación.
8. Si el cliente pide este servicio procedemos a asignar el mecánico idóneo para realizar el procedimiento según la experiencia y el tipo de pieza.
 - Para más información al respecto no olvides consultar el módulo de Mecánica Ágil
9. Procedemos a agregar los productos que el cliente quiera llegar a Cuenti y continuamos con el proceso de facturación electrónica como hemos visto en los pasos anteriores.
10. Si el cliente es nuevo procedemos a hacer el debido registro.
11. Incluso si nuestros clientes deciden que no requieren asistencia o servicio de instalación, de todos modos, debemos aprovechar la oportunidad para generar valor, bien sea ofreciendo productos relacionados, adicionales u otros servicios.
12. Procedemos a entregar el producto una vez sea cancelado (en caso de que este no se vaya a instalar)

13. Finalizamos la interacción siempre con agradecimiento, recomendaciones e invitando a regresar.
14. Cuando un cliente compra un repuesto, es una oportunidad muy grande para generar una relación duradera, ofreciendo chequeos periódicos para garantizar la vida útil de su vehículo y de las piezas que está adquiriendo, o generando recordatorios de cambios periódicos (como aceite, líquido de frenos, entre otros.)

¿Qué pasa si el repuesto que busca nuestro cliente es una batería?

1. Lo primero es verificar si el cliente trae consigo una muestra de la batería que requiere
2. Mejor si el cliente ha traído consigo el vehículo, así podemos verificar las necesidades específicas para el modelo y el tipo de automóvil. Además de tener en cuenta las preferencias del cliente.
 - Importante hay que recordar que no todos nuestros clientes son iguales, algunos tienen una preferencia o idea en la cabeza de lo que su vehículo necesita, mientras otros esperan nuestra asesoría por completo. Ambas situaciones son una oportunidad para generar valor.
3. En caso de que el cliente no tenga el vehículo o una muestra de la batería, es importante preguntarle si trae consigo la tarjeta de propiedad del automóvil (o una foto) o si sabe alguna información extra, para así buscar en la web la referencia más adecuada según el fabricante.
4. Si la batería tiene menos de un año de comprada, le entregamos valor a nuestro cliente ofreciéndole un diagnóstico gratuito de su batería para conocer el estado de la misma.
5. El cliente puede aceptar o rechazar el test, en caso de que decida no tomarlo de todos modos podemos mencionarle procedimiento adecuado y recomendarle llevar la batería al lugar donde la adquirió para realizar el proceso de garantías con el expendio.
6. Si este acepta realizar el test, usaremos el probador y revisaremos los niveles.
7. Si encontramos que la batería está en buen estado, amablemente le explicaremos al cliente que existe la posibilidad de una falla eléctrica y le recomendaremos un electricista de confianza para que realice el diagnóstico. (revisa el módulo de mecánica ágil para ver los pasos siguientes).
8. Si el cliente decide adquirir una batería nueva con nosotros, procederemos a buscar la referencia adecuada en el sistema.
9. Una vez encontremos su disponibilidad, procederemos con la facturación.
10. Añadiremos a Cuenti cualquier artículo adicional que nuestros clientes quieran incluir en su compra.

11. Le recomendaremos al cliente el mecánico idóneo dentro del taller para realizar la instalación
12. Una vez concluida, el cliente realizará el pago
13. Finalizaremos la interacción con la amabilidad que nos caracteriza, recordándole que puede volver al taller para cualquiera de sus necesidades y le daremos las recomendaciones para la buena salud de su batería nueva.
14. Si el cliente decide no hacer la instalación, le entregaremos la batería con la misma amabilidad y recomendaciones, despidiéndonos con un recordatorio de todos los demás productos y servicios para los que puede contar con nosotros

¿Qué pasa si la batería que nuestro cliente necesita no está disponible?

15. En ese caso debemos verificar si este producto está próximo a llegar.
16. En caso de que sí, debemos ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de contactarlos cuando el artículo llegue y que puedan acercarse al taller para adquirirlo e incluso instalarlo.
17. Si el sistema nos muestra que el producto no llegará pronto, podemos consultar con el proveedor e informar al cliente en caso de que exista la posibilidad de poner un pedido en su nombre.
18. Es importante informarle con amabilidad al cliente que para poder hacer el pedido es necesario que primero:
 - Realice el pago anticipado del valor de la batería
 - El valor del flete debe ser cubierto por ellos también.

Módulo 3: Servicio Telefónico y Mensajería

Introducción

¡Hola!

En este módulo, haremos un repaso al servicio de atención al cliente que brindamos en canales digitales y telefónicos, diferentes al mostrador y la atención presencial en tienda.

Para este módulo es importante tener en cuenta algunos aspectos:

1. Estos canales también son un punto de contacto con nuestros clientes, tanto previos a una visita (incluso de primera vez) como durante el sostenimiento de nuestra relación entre visitas, es por eso, que la cultura que caracteriza a Repuestos Osorio también debe estar presente aquí.
2. Si un cliente nos está llamando o escribiendo, es porque tiene una duda o una consulta, la prioridad de la interacción debe ser siempre resolver su inquietud.
3. Las interacciones por medios telefónicos y digitales son muy diferentes a las interacciones en persona, y debemos prestar muchísima más atención al lenguaje

que usamos y la forma en la que nos expresamos para garantizar una buena comunicación.

4. En canales digitales o telefónicos los usuarios suelen buscar respuestas más inmediatas e interacciones rápidas, prioricemos siempre entregarles una respuesta sin perder la oportunidad para conectar con ellos, darles recomendaciones o mencionarles la oferta de nuestros servicios y productos para su consideración.
5. Incluso por estos medios, nuestros clientes son muy distintos, algunos serán más diligentes en sus interacciones mientras que otros probablemente darán más rodeos, o tendrán diferentes niveles de conocimiento sobre sus vehículos y necesidades, es importante que para todos tengamos un trato con respeto, paciencia y que les expliquemos con transparencia, asegurando que nos entienden.
6. Es importante siempre incentivar la presencialidad e invitarlos con amabilidad a visitarnos.

Igual que en la presencialidad, es importante que nuestra asesoría sea completa, confirmar su necesidad y buscar soluciones o productos adicionales que puedan ser relevantes, siempre con la amabilidad y proactividad que nos caracteriza.

Consulta por Producto:

En esta primera situación, revisaremos el paso a paso para acompañar a un cliente que está haciendo una consulta virtual o telefónica por un producto en el que está interesado.



Conozcamos a Juancho, él utiliza su vehículo para ofrecer el servicio de transporte a través de apps de movilidad, él vive en Jamundí, pero en este momento se encuentra a punto de empezar su servicio en el norte de Cali. Juancho sale al medio día, cuando más calor hace, va a encender el aire acondicionado, pero recuerda que necesita un filtro.

Juancho ya sabe exactamente la referencia que necesita para su modelo de vehículo y como está lejos decide llamarnos para que se lo tengamos listo mientras regresa al pueblo:

1. Toda interacción, tanto telefónica como por mensajes o redes sociales, debe empezar con un saludo amable. La llamada de Juancho debe ser contestada con amabilidad, dejándole saber que estamos dispuestos a ayudarlo. “Gracias por llamar a Osorio Repuestos, ¿cómo te podemos ayudar hoy?”
2. Debemos escuchar con atención lo que Juan necesita y permitirle que nos explique su necesidad.

3. En las interacciones a distancia, es muy importante que hagamos las preguntas necesarias para asegurarnos que entendemos al completo la necesidad de nuestro cliente.
4. Una vez tengamos claro cuál es el producto que Juancho está buscando, procedemos a utilizar nuestro mejor amigo Cuenti para validar la información del producto.
5. Si estamos usando redes sociales, o incluso si durante la llamada el usuario puede hacer uso de whatsapp para enviar fotografías, enlaces o referencias del producto que necesita, es un gran recurso que debemos pedirle a nuestros clientes en la medida de lo posible, para asegurar y verificar que les estamos ofreciendo el producto que ellos esperan.
6. Una vez identificamos el producto, en este caso el filtro que Juancho está buscando, procedemos a brindarle la información de la forma más detallada posible. Incluyendo los precios y las marcas que tenemos disponibles.
 - A través de mensajería instantánea es importante que incluyamos fotos.
 - Revisemos siempre antes de enviar un mensaje que las marcas y los precios están escritos correctamente.
 - si es posible, usar mensajería instantánea como whatsapp a manera de soporte adicional durante una llamada, para enviar esta información y facilitar a nuestro cliente la toma de una decisión.
7. Así como Juancho, el cliente desea separar el producto requerido hasta que pase a recogerlo, debemos hacerlo. En este caso sabemos que Juancho podrá pasar unas horas más tarde a recoger el producto.
 - Es importante informarle al usuario que el producto se separará por máximo 24 horas.
 - Debemos dejar el producto cerca de la zona de facturación, para que cuando el cliente pase el proceso sea lo más ágil posible.
 - Una buena práctica es dejar el producto marcado con una cinta y el nombre del cliente que lo separó, luego informar a los compañeros para que sepan de esta novedad.
 - Si pasan las 24 horas y el producto no ha sido reclamado, debemos regresarlo a su lugar en el inventario.
8. Incluso si nuestro cliente es como Juancho que ya nos conoce, es importante recordarle la ubicación y horarios de la tienda. Especialmente si es la primera vez que nos llama o no nos ha visitado nunca. Este paso debemos hacerlo incluso si nuestro cliente decidiera no separar el producto, pues puede que al cabo de unos días decida pasar de forma presencial para finalizar la compra.
9. Recuerda que parte de la cultura de Osorio Repuestos es que incluso si no tenemos disponible el producto buscaremos ofrecer una solución y brindar valor y establecer confianza con nuestros clientes.

- Si conocemos que el producto llegará pronto, podemos informarle a Juancho cuando puede pasar o comunicarse nuevamente para adquirir el filtro.
 - En el caso de que no manejemos esa referencia, de todos modos, podemos darle valor al cliente recomendando otro lugar o proveedor donde la pueda encontrar.
10. Recuerda siempre finalizar la interacción con amabilidad, incentivando a que nos visiten de forma presencial y conozcan nuestro portafolio entero de servicios.
11. ojo: Cuando estamos interactuando con personas a través de llamada, mensajería instantánea o redes sociales, tendremos acceso a información personal de ellos, como sus números de contacto, correo electrónico, nombres de usuario, nombres y apellidos. Ninguno de estos datos debe ser compartido ni utilizado para fines diferentes a los comerciales.
- Adicionalmente, está estrictamente prohibido por ley utilizar cualquiera de esos datos para contactar de forma personal a los usuarios, mediante canales diferentes a los del negocio y para propósitos ajenos a los comerciales.

Consulta por Servicios:



Conozcamos a Nataly, ella ha escuchado hablar a su primo sobre Osorio Repuestos, y decide escribirnos pues está interesada en averiguar sobre servicios de mantenimiento

pues quiere traer al taller el carro de su novia para hacerle mantenimiento sorpresa mientras ella está de viaje.

1. Toda interacción tanto telefónica como por mensajes o redes sociales debe empezar con un saludo amable. El mensaje de Nataly debe ser respondido con amabilidad, dejándole saber que estamos dispuestos a ayudarlo. “Gracias por escribir a Osorio Repuestos, ¿cómo te podemos ayudar hoy?”
 - En las interacciones escritas es importante cuidar nuestra ortografía.
 - Habrá usuarios que decidan simplemente escribir “Hola” por lo que responder con un mensaje como el sugerido anteriormente es apropiado. Sin embargo, habrá usuarios que dentro de su saludo incluyan una explicación de su necesidad por lo que debemos adaptar nuestra respuesta para que no parezca genérica.
2. En este caso, Nataly nos dice que quiere conocer todos nuestros servicios, por lo que debemos proporcionarle la información y comentarle que disponemos de:
 - Servicio Diagnóstico.
 - Reemplazo e instalación de piezas y repuestos.
 - Corrección y Mantenimiento.
3. Cuando Nataly nos explica el motivo de su consulta, es importante que le recomendemos que nos visite presencialmente y le ofrezcamos siempre iniciar con un servicio diagnóstico, para poder identificar cuáles de nuestros servicios puede necesitar.
4. Cuando Nataly manifieste que sí está interesada en adquirir alguno de nuestros servicios, es importante acordar con ella una fecha tentativa para realizar el proceso requerido y decirle que la estaremos esperando con los brazos abiertos.
5. Siempre debemos consultar si requiere algo más, recordarle que también tenemos productos que le pueden interesar.
6. Finalizar la interacción con un mensaje de agradecimiento y siendo amables.
7. En caso de que nos menciona que por el momento no está interesada en ningún servicio, de todos modos, es nuestra responsabilidad, con amabilidad, dejar las puertas abiertas y ofrecerle el soporte necesario con buena actitud, informándole de los servicios y productos que ofrecemos en caso de que en el futuro quiera adquirirlos.

Consulta por Desvare:

1. Toda interacción, tanto telefónica como por mensajes o redes sociales, debe empezar con un saludo amable. El mensaje del cliente debe ser respondido con amabilidad, dejándole saber que estamos dispuestos a ayudarlo. “Gracias por escribir a Osorio Repuestos, ¿cómo te podemos ayudar hoy?”

- En las interacciones escritas es importante cuidar nuestra ortografía.
 - Habrá usuarios que decidan simplemente escribir “Hola” por lo que responder con un mensaje como el sugerido anteriormente es apropiado. Sin embargo, habrá usuarios que dentro de su saludo incluyan una explicación de su necesidad por lo que debemos adaptar nuestra respuesta para que no parezca genérica.
2. En este caso, un usuario nos contactó porque tiene la necesidad de un desvare.
 - Es importante entender que, en situaciones de urgencia o estrés como esta, el usuario esperará una interacción más certera, esto no significa dejar de ser amables.
 3. Debemos informar al usuario que le haremos una serie de preguntas que necesitamos para poder prestarle el servicio de forma adecuada:
 - Debemos consultar la situación en la que se encuentra.
 - La ubicación, lo más detallada que se pueda.
 - Información específica del vehículo (modelo, año, marca, etc).
 4. Una vez tengamos todos los datos, debemos informarle al cliente que usaremos la información para verificar con el equipo de mecánicos por una solución y volveremos a atenderlos en breve.
 5. Es importante ser ágiles con nuestra consulta y tener empatía con el cliente que está esperando una solución rápida a una situación estresante.
 6. En caso de que podamos cubrir el servicio, procedemos a despachar al mecánico para darle solución. Para ello es importante pedir la autorización del cliente de este despacho y darle un tiempo estimado de arribo.
 7. En caso de que no estemos en capacidad de cubrir la situación o no sea un desvare sino otro tipo de falla, de todos modos, debemos prestar una asesoría y referir al cliente con lugares o contactos que puedan ofrecerle una solución alternativa.

Módulo 4: Inventarios

Introducción

¡Hola! En este módulo final revisaremos los procesos asociados a la adecuada gestión del inventario, desde el ingreso de productos (compras) hasta la salida de los mismos por rotación. Asimismo, enfatizaremos en la importancia de un monitoreo continuo para tener un inventario saludable.

Para este módulo es importante tener en cuenta algunos aspectos:

1. Manejamos un inventario bastante extenso debido a la cantidad de piezas y repuestos que tenemos, y las diversas referencias para cada uno de ellos, sin contar la tornillería.
2. En el manejo del inventario el orden y el seguimiento constante son muy importantes.
3. Para tomar decisiones de inventario es importante hacerlo de forma informada y basados en las tendencias de comportamiento del negocio. Por ejemplo, un periodo de ventas elevadas no necesariamente representa la necesidad de hacer compras en cantidad.
4. El manejo y orden de un inventario organizado es vital para la adecuada atención al cliente, pues nos permite saber qué productos tenemos disponibles para nuestros clientes, o darles información real y confiable respecto a la llegada de insumos que pueden necesitar.

Un inventario organizado y bien manejado a través de decisiones estratégicas no solo facilita el trabajo dentro del almacén, sino que tiene un impacto directo en la rentabilidad del negocio pues nos permite mantener una rentabilidad saludable a través de un adecuado manejo del presupuesto para compras.

Ingreso de Productos:

En esta primera sección veremos el proceso a seguir cuando debemos ingresar los productos después de adquirirlos.

1. El primer paso que debemos hacer cuando adquirimos productos, para robustecer nuestro inventario o para abastecernos de existencias, es comparar los productos recibidos con los detalles especificados en la factura del proveedor. Es importante verificar:
 - Cantidades.
 - Descripciones.
 - Condición en la que se encuentran los productos al ser recibidos.
2. Si notamos alguna diferencia o inconsistencia, inmediatamente debemos dejar registro de la misma, soportarlo con evidencia fotográfica y proceder a comunicar la discrepancia al proveedor.
3. Si encontramos que todo está en orden procedemos con el Etiquetado y Segmentación, es decir el diligenciamiento del Formato para Etiquetado.
4. Para ello debemos completar con la información del producto:
 - Código de Barras.
 - Referencia.

- Categoría.
 - Ubicación.
5. En caso de que el producto sea nuevo, debemos asignarle un nuevo código de barras para identificar esa nueva referencia.
 6. Si el producto no es nuevo, es una buena práctica verificar que no haya referencias duplicadas.
 - En caso de que las haya es necesario evaluar la necesidad de mantener ambos productos, y en caso de que no sea necesario, debemos desmarcar el producto duplicado en el sistema.
 7. Si la referencia no está duplicada o si debemos mantener ambos productos, debemos proceder con el conteo y verificación en estantes.
 8. Para ello procederemos a realizar un conteo físico, y contaremos los productos en los estantes.
 9. Una vez tengamos este dato, compararemos con el sistema para verificar las cantidades ahí registradas.
 10. Idealmente no deberíamos encontrar diferencias, pero en caso de que las haya debemos seguir estos pasos:
 - Identificar y corregir las inconsistencias en el registro de inventario.
 - Actualizar el sistema e ingresar datos y ajustes necesarios.
 11. Es probable que nos encontremos con inconsistencias frecuentemente, sin embargo, entre más se implementen estos pasos con mayor cuidado y práctica, se irán reduciendo las inconsistencias.

Salida de Productos:

En este segundo momento, revisaremos los pasos lineales asociados con la salida de productos del inventario:

1. En primer lugar, debemos registrar en el sistema los productos que fueron vendidos.
2. Como parte del proceso de venta, debemos preparar y entregar los productos al cliente (Ver módulo 1 y módulo 2 para más información)
3. Dependiendo de la cantidad de productos comprados por nuestros clientes o utilizados en los servicios adquiridos, ajustamos los niveles de stock o cantidades en el sistema.
4. Una buena práctica es asegurarnos de actualizar el sistema y verificar que estamos ingresando correctamente los datos, haciendo los ajustes necesarios para mantener la salud de nuestro inventario.

Monitoreo Continuo:

El monitoreo continuo del inventario, particularmente de los productos existentes, los que tienen mayor o menor demanda, es muy necesario. No solo nos permite conocer que tenemos en existencia y brindar una atención rápida y certera a nuestros clientes, sino también tomar decisiones importantes de compra, venta y reabastecimiento que impactan directamente la cartera y rentabilidad del negocio.

1. El monitoreo continuo debe empezar por la identificación de productos con baja rotación o sin venta.
 - Es importante revisar y registrar aquellos productos sin movimiento.
2. Una vez identificado estos productos, procedemos a actualizar sus respectivas etiquetas y añadir en el sistema la nota correspondiente marcándolos como productos en LIQUIDACIÓN.
3. En caso de existir referencias duplicadas, es importante evaluar y actualizar el sistema para desmarcar estos productos duplicados.
4. Es una buena práctica realizar conteos físicos parciales y periódicos de manera constante y hacer los ajustes correspondientes de inventario en el sistema.
5. Es importante revisar y ajustar los niveles de stock según sea necesario y ejecutar una evaluación de stocks mínimos y máximos para las diferentes referencias.
6. Finalmente, parte del monitoreo constante es la actualización del sistema y hacer los ajustes que sean necesarios.

Es importante tener en cuenta que no estaremos exentos de encontrar novedades constantemente en estas revisiones, esencialmente debido a lo extenso y variado de nuestro inventario. Sin embargo, adoptando estos tres procesos de forma juiciosa y constante, garantizamos un inventario saludable, fácil de manejar y con cada vez menos inconsistencias.

¡Felicitaciones! Has llegado al final de la capacitación de servicios al cliente de Osorio Repuestos, en el cual se hizo un repaso por los módulos de: Mecánica ágil, compra de productos, servicio telefónico o por redes sociales y finalmente el manejo de inventarios.

Gracias por tu disposición y compromiso.

Anexo 10. Competencias

Módulo	Pregunta	Competencia	Descripción desde el Test
Mecánica Ágil	¿Cuál es el principal compromiso de la empresa al brindar asesoría a sus clientes?	Diagnóstico Técnico	Evaluación de la habilidad para orientar al cliente, escuchando sus necesidades y proporcionando un diagnóstico adecuado.
	¿Cuál es una parte clave del proceso de comunicación con el cliente en el diagnóstico mecánico?	Transparencia y Empatía	Verifica la capacidad de comunicarse con claridad y empatía, explicando el diagnóstico para generar confianza en el cliente.
	¿Qué debe hacerse una vez finalizado el reemplazo o instalación de una pieza en un vehículo?	Coordinación de Servicio	Evalúa la competencia de coordinar y completar el servicio, manteniendo al cliente informado del proceso.
	¿Qué acción es necesaria cuando el mantenimiento de un vehículo implica el uso de insumos o el cambio de piezas?	Diagnóstico Técnico	Verifica el seguimiento adecuado al identificar y registrar los insumos y piezas necesarias para el mantenimiento.
	¿Qué debe hacerse cuando no se puede atender la solicitud de un cliente?	Asesoría Integral	Comprueba la habilidad de ofrecer recomendaciones alternativas y mantener una relación positiva con el cliente.
Compra de productos	¿Qué tipos de productos se gestionan en Osorio Repuestos para atender las necesidades de los clientes?	Conocimiento del Producto	Evalúa el conocimiento técnico y familiaridad con los productos disponibles para asesorar adecuadamente a los clientes.
	¿Cuál es la importancia de verificar si el cliente tiene la muestra del tornillo o repuesto solicitado?		Verifica la precisión en la asesoría, asegurando que el cliente reciba el producto adecuado según sus especificaciones.
	¿Qué acción debe tomarse si un cliente necesita ayuda para instalar un producto?	Ventas con Valor Agregado	Evalúa la capacidad para ofrecer servicios complementarios, agregando valor al servicio.
	¿Qué sistema se utiliza para registrar los datos del cliente y sus métodos de pago en la tienda?	Gestión de Stock y Reabastecimiento	Verifica la competencia en el uso adecuado del sistema de inventario y registro para gestión de datos del cliente.

Módulo	Pregunta	Competencia	Descripción desde el Test
	¿Qué debe hacerse si un cliente consulta sobre un producto que no se maneja en la tienda?		Evalúa la habilidad de responder de manera informada sobre productos no disponibles y gestionar opciones para el cliente.
Servicio Telefónico y Mensajería	¿Por qué es importante saludar y empatizar con el cliente al inicio de una llamada?	Empatía y Paciencia	Verifica la habilidad de establecer una conexión positiva y comprensiva con el cliente desde el inicio de la interacción.
	¿Cuál es la función del sistema Cuenti en el proceso de atención al cliente?	Uso de Herramientas Digitales	Evalúa la habilidad para emplear herramientas digitales que facilitan el proceso de consulta y la satisfacción del cliente.
	¿Qué información se debe brindar al cliente si se confirma la disponibilidad del producto solicitado?		Verifica la capacidad de proporcionar una respuesta rápida y precisa sobre la disponibilidad de productos.
	¿Cuál es el protocolo si el cliente desea separar un producto para recogerlo más tarde?	Resolución Rápida de Consultas	Evalúa la habilidad de gestionar reservas de productos de manera eficiente para cumplir con las expectativas del cliente.
	¿Qué se debe hacer si un cliente consulta por un servicio de desvare?		Verifica la habilidad para atender consultas de urgencia y coordinar una solución rápida al cliente.
Inventarios	¿Cuál es el propósito de identificar productos sin movimiento en el inventario?	Organización de Inventario	Evalúa la capacidad para monitorear el inventario, identificando productos con baja rotación para optimizar la gestión.
	¿Qué debe realizarse antes de hacer un ajuste de inventario en el sistema?	Monitoreo y Optimización	Verifica la competencia en realizar revisiones antes de ajustes, asegurando precisión en los datos del inventario.
	¿Cuál es el objetivo de los conteos físicos periódicos?		Evalúa la habilidad de mantener un control continuo sobre el inventario, asegurando su precisión y disponibilidad.
	¿Qué debe hacerse si se detecta una referencia duplicada en el inventario?	Organización de Inventario	Verifica la habilidad para gestionar y corregir referencias duplicadas, asegurando un inventario limpio y ordenado.

Módulo	Pregunta	Competencia	Descripción desde el Test
	¿Por qué no se debe aplicar el ajuste de inventario parcial si el inventario fue bien realizado durante la entrada o salida de productos?	Toma de Decisiones Estratégica	Evalúa la capacidad para tomar decisiones estratégicas sobre el inventario, asegurando que los ajustes sean necesarios y bien fundamentados.