



## **Estructura del Trabajo**

### **FASE 1: Relevamiento y análisis del proceso a mejorar**

Esta fase se desarrolla en tres pasos:

#### **1. Relevamiento de procesos e identificación de Puntos de Dolor:**

En mi rol como coordinadora del canal de venta interna, presentaré los procesos correspondientes a este sector, encargado de gestionar la comercialización de vehículos 0 km para empleados de una empresa automotriz que actualmente se encuentra en proceso de fusión.

Como área de ventas, dependemos de la Dirección Comercial y trabajamos para alcanzar objetivos clave relacionados con la facturación, el patentamiento, la entrega de unidades y la satisfacción del cliente.

**PROCESO 1:** Descarga de archivos adjuntos provenientes de correos electrónicos de clientes

En todos los casos los clientes generan una reserva por un vehículo de la marca que es de su interés en una plataforma de venta (B2E). Una vez el vendedor identifica la unidad que cubre esa necesidad y esta disponible para facturar contacta al cliente para que confirme si desea avanzar con la compra brindándole información respecto a precio, condiciones de venta y documentación requerida. En caso de que el cliente decida continuar responde al vendedor enviando por mail los archivos solicitados para conformar el legajo.

Problema central: Los clientes suelen enviar la documentación de forma parcial, distribuyéndola en diferentes correos electrónicos. Esto implica gestionar un volumen diario inicial de 15 a 20 mails, que se incrementa aún más.

Consecuencias: demoras y problemas para identificar faltantes de documentación

Punto de dolor: alto volumen y tiempo involucrado en la descarga y completamiento del legajo. Métricas involucradas: tiempo, calidad, volumen.

Es posible automatización no code: es repetitivo, escalable, posee reglas claras, conocemos los inputs y outputs. Ofrecen una oportunidad de mejora respecto a un ahorro evidente de tiempo, el volumen es alto y la participación del vendedor no aporta valor por lo que es una tarea tediosa para él.

**PROCESO 2:** Envío del instructivo de pago acompañado del archivo PDF de la factura, remitido a los clientes por correo electrónico

Tal como se mencionó al inicio, la empresa se encuentra actualmente en proceso de fusión, lo que implica la utilización de diferentes sistemas de trabajo según la marca que se esté gestionando. Aunque el procedimiento paso a paso es el mismo para ambas marcas, su ejecución se realiza en plataformas distintas por el vendedor asignado.

“En todos los casos los clientes generan una reserva por un vehículo de la marca que es de su interés en una plataforma de venta (B2E). Una vez el vendedor identifica la unidad que cubre esa necesidad y está disponible para facturar contacta al cliente para que confirme si desea avanzar con la compra brindándole información respecto a precio, condiciones de venta y documentación requerida. En caso de que el cliente decida continuar responde al vendedor enviando por mail los archivos solicitados para conformar el legajo”

Posteriormente asigna la unidad al cliente en el sistema de marca A o de marca B y carga la solicitud de facturación mediante Google form para el equipo de control comercial. Una vez facturada el vendedor descarga los archivos PDF del sistema que corresponda a una carpeta específica. Abre la casilla de mail y crea un nuevo mensaje usando la plantilla del instructivo de pago pero con datos específicos de cada operación como Marca / Modelo / Plazo de pago, adjunta el PDF de la factura y envía el correo electrónico al cliente con el instructivo de pago.

Problema central: El principal inconveniente radica en el tiempo que demanda redactar cada correo electrónico y adjuntar manualmente, uno por uno, las facturas correspondientes. Actualmente se gestionan aproximadamente 300 envíos mensuales, con un tiempo promedio de 3 minutos por cada envío, lo que representa una carga operativa significativa. En algunas ocasiones, este proceso genera demoras de hasta 72 horas en el envío, debido a que el flujo de facturación depende de factores adicionales relacionados con la disponibilidad comercial de las unidades (vehículos).



Consecuencia: Reducción en el flujo de caja del mes y demoras en el cumplimiento de objetivos patentamiento, la entrega de la unidad y afectando la satisfacción del cliente.

Punto de dolor: El retraso en el envío de la factura impacta directamente en el resto del proceso comercial. Métricas: volumen / frecuencia / tiempo / calidad: valor estratégico/ dinero / satisfacción

Igual que el proceso anterior es posible automatización no code: es repetitivo, escalable, posee reglas claras, conocemos los inputs y outputs. Ofrecen una oportunidad de mejora con impacto económico y valor estratégico para la compañía.

**PROCESO 3:** Envío de correos electrónicos a los clientes según el avance del estado comercial

“En todos los casos los clientes generan una reserva por un vehículo de la marca que es de su interés en una plataforma de venta (B2E). Una vez el vendedor identifica la unidad que cubre esa necesidad y está disponible para facturar contacta al cliente para que confirme si desea avanzar con la compra brindándole información respecto a precio, condiciones de venta y documentación requerida. En caso de que el cliente decida continuar responde al vendedor enviando por mail los archivos solicitados para conformar el legajo

Posteriormente asigna la unidad al cliente en el sistema de marca A o de marca B y carga la solicitud de facturación mediante Google form para el equipo de control comercial. Una vez facturada el vendedor descarga los archivos PDF del sistema que corresponda a una carpeta específica. Abre la casilla de mail y crea un nuevo mensaje usando la plantilla del instructivo de pago pero con datos específicos de cada operación como Marca / Modelo / Plazo de pago, adjunta el PDF de la factura y envía el correo electrónico al cliente con el instructivo de pago.” El proceso continúa con el pago del cliente dentro del plazo establecido, seguido del envío de los comprobantes al vendedor. Este los registra en la plataforma correspondiente y, junto con el ID del pago, los remite al área de imputación y compensaciones, que libera los certificados de fabricación/importación y el vehículo para su patentamiento y despacho.

Posteriormente, el vendedor realiza el seguimiento en los sistemas de las marcas A y B, informando a las gestorías para que emitan los formularios y contacten al cliente con el fin de informar el presupuesto y coordinar la firma de documentación y el patentamiento.

Una vez completado este paso, se presenta el trámite en la DNRPA, donde se obtiene la chapa patente en un plazo aproximado de 48 horas. Esta información se registra en Google Forms y, junto con las chapas, se entrega al equipo de calidad del taller para la preentrega del vehículo.

Finalmente, se coordina con el cliente el envío del certificado de no rodamiento (para la gestión del seguro) y el turno para la entrega final de la unidad, asegurando la correcta culminación del proceso comercial.

**Estados del proceso:** Lista de espera / Confirmar / Facturar / Pendiente de pago (en plazo) / Pendiente de pago (vencido) / Patentar / Entregar / Encuestar / Cancelado.

Problema Central: El cliente percibe una falta de información oportuna y completa sobre el flujo de la operación.

Punto de dolor: Insatisfacción del cliente debido a la falta de visibilidad y control sobre el proceso.

Métrica: Volumen, frecuencia, tiempo y calidad, en un flujo con múltiples estados que avanzan de forma dinámica.

Es posible implementar la automatización; sin embargo, en este caso implica un esfuerzo elevado debido a la inversión económica requerida y a la dependencia del equipo de ICT para habilitar la integración entre la plataforma B2E/Salesforce —donde se reflejan los cambios de estado— y el ERP con capacidades de IA.

**PROCESO 4:** Reportes de indicadores clave del área comercial:

Incluye el seguimiento y análisis de los principales indicadores de desempeño, tales como:

Facturación: Control del volumen y cumplimiento de objetivos.

Patentamiento: Avance en la gestión administrativa para la entrega de unidades.

Remitido: Coordinación y tiempos de despacho.

Satisfacción del cliente: Evaluación de la experiencia y calidad del servicio.

Consecuencia: Falta de claridad en la detección temprana de desvíos, lo que dificulta su corrección. Además, se limita la capacidad para aprovechar oportunidades y para contener o reducir riesgos y amenazas.

Punto de dolor: Al gestionarse la información en sistemas diferentes, pero considerarse de forma unificada, se generan demoras en la preparación, presentación y análisis de los datos.

Métricas: Frecuencia, impacto económico y calidad.

Si bien la automatización es técnicamente viable, en este caso no se considera prioritaria por las siguientes razones:



Alto esfuerzo e inversión requerida: La implementación implica una compleja integración entre los sistemas que actualmente gestionan las marcas A y B, lo que demanda recursos significativos y dependencia del equipo de ICT.

Contexto de fusión empresarial: La compañía se encuentra en proceso de fusión, y uno de los sistemas actualmente en uso será desactivado en breve. Esto significa que no se realizará inversión sobre un sistema que quedará obsoleto.

Falta de continuidad tecnológica: Dado que no se desarrollarán integraciones con el sistema que será desactivado ni con el que quedará implementado de forma definitiva en esta etapa, el retorno de la inversión sería nulo.

## 2. Priorización y selección del "Quick Win"

Elige UN punto de dolor para mejorar a través de una solución no code. Justifica tu elección aplicando la matriz de priorización.

Proceso	Impacto	Esfuerzo	Clasificación
Descarga de archivos adjuntos de clientes	Medio	Bajo	Quick Win
Envío de instructivo de pago + factura PDF	Alto	Bajo	Quick Win
Comunicación según avance de estado comercial	Alto	Alto	Proyecto Estratégico
Reportística de indicadores comerciales	Alto	Medio	Proyecto Prioritario

- ✓ Quick wins: Procesos 1 y 2 : Mejoras simples con alto impacto inmediato
- ✓ Proyecto Estratégico: Proceso 3: Alta complejidad por la necesidad de sincronización entre sistemas y comunicación dinámica
- ✓ Proyectos Prioritario: Proceso 4: Requiere integración de datos, pero aporta gran valor en control y toma de decisiones.

La automatización del **Proceso 2 - envío del instructivo de pago junto con la factura en PDF a los clientes**, mediante correo electrónico, constituye una mejora de tipo **Quick Win** por las siguientes razones:

- **Implementación sencilla y rápida:** Se trata de una solución de automatización NO CODE, enfocada en un MVP, que puede ser puesta en marcha sin la intervención de equipos de ICT ni desarrollos complejos. Esto permite una adopción ágil, con bajo esfuerzo de recursos humanos, tiempo y coste económico.
- **Alto impacto estratégico:** El envío automatizado de la factura activa el flujo comercial, impactando directamente en el flujo de caja y reduciendo el tiempo de permanencia de las unidades en play. Esto genera una disminución de los costes de mantenimiento y acelera los tiempos de entrega.
- **Mejora en la satisfacción del cliente:** Al reducir los tiempos críticos de la operación, el cliente recibe su documentación más rápido, lo que incrementa la calidad percibida y la satisfacción general.
- **Alivio operativo para el equipo:** El proceso automatizado gestiona un volumen aproximado de 300 facturaciones mensuales, con una frecuencia diaria de 15 a 20 envíos, lo que reduce significativamente la carga administrativa y el riesgo de errores.
- **Escalabilidad y control:** La solución es escalable y permite la validación del envío, asegurando la trazabilidad y el control sobre el proceso.
- **Resultados tangibles y medibles:** La mejora genera beneficios inmediatos y visibles en la gestión comercial, optimizando recursos y aportando valor estratégico al negocio.

En resumen, esta iniciativa representa un Quick Win porque es una acción estratégica de fácil implementación, con bajo coste y esfuerzo, que genera un impacto positivo directo en la operación y en la experiencia del cliente.

### 3. Diseño del flujo de la solución:

Define el flujo de la automatización seleccionada. Utiliza la técnica de "Requerimientos en Lenguaje Natural"

Elementos del flujo a considerar:

**Objetivo principal:** La solución automatiza el **envío por correo electrónico del instructivo de pago junto con la factura en PDF a los clientes**, asegurándonos mediante una validación final que la información y el archivo se haya enviado correctamente.

**Contexto y acción principal:** la aplicación será utilizada por el equipo de ventas del canal de venta interna para enviar por correo electrónico de instrucciones de pago y archivo de la factura a los clientes por correo electrónico de forma masiva.

**Datos de entrada (inputs):** consolidar los reportes de facturación de los Sistemas A y B en una planilla única y recuperar la fila correcta por ID de Factura para alimentar los pasos siguientes. - Google Sheets

**Proceso (Process):**

- i. Buscar la factura en Google Drive
- ii. Componer y enviar el correo en Gmail

**Salida esperada (outputs):** Audita que el proceso se haya realizado correctamente actualizando una fila

**Criterios de calidad:** validación que el envío se haya realizado correctamente, es una solución escalable que debe realizarse en un tiempo determinado

**Herramientas involucradas:**



## FASE 2: Diseño e implementación de la solución No Code

La fase 2 cuenta con dos pasos:

### 1. Diseño Técnico

#### Paso 1- Módulo: Google Sheets – Search Rows

Disparador: Las filas que cumplan con la condición de que la columna de Status se encuentre vacía iniciará el proceso de automatización todos los días a las 20:05.

Configuración: indicar el archivo donde se encuentran los criterios necesarios para cargar la información que utilizaremos como base para los siguientes pasos:

ID operación	CLIENTE	MAIL	MONTO a pagar	ID FACTURA	Marca	MODELO	FECHA MÁX DE PAGO	STATUS
--------------	---------	------	---------------	------------	-------	--------	-------------------	--------

#### Paso 2 - Módulo: Google Drive – Search for Files/Folders

Configuración: indicar la carpeta donde se almacenan los PDF de las facturas.

Filtro (Query): utilizar el ID de la factura proveniente del paso anterior para localizar el archivo correcto.

#### Paso 3 - Módulo: Gmail – Send an Email

Para: dirección de correo electrónico del cliente (campo "To").

Asunto: Instructivo de pago y envío de factura.

Cuerpo del correo: texto con instrucciones de pago personalizadas, completando los campos con datos obtenidos del Módulo 1 (por ejemplo, número de factura, importe, vencimiento).

Adjuntos (Add Attachments): referenciar el ID del archivo encontrado en la Query del Paso 1; Make adjuntará automáticamente el PDF de la factura al correo.

#### Paso 4 – Módulo Google sheets – Update a rows

Configuración: Utiliza el ID de fila del 1er módulo y le carga la condición a Procesado en la columna de status.

### 2. Implementación técnica:

Construye el escenario en Make basándote en el diseño técnico previo.

