



GESTIÓN GERENCIAL

Código: GE-FOR-04

MATRIZ DOFA

Versión: 01

Vigencia: 01/02/2023

INFORMACIÓN GENERAL

FECHA DE ACTUALIZACIÓN: 21/02/2023

[Ver Plan Estrategias Contexto](#)

MATRIZ DOFA

INTERNO		EXTERNO	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)	OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
1. Mejora de las competencias del personal, acorde a los diferentes requerimientos de las marcas a nivel de posventa y comercial en 78 trabajadores.	1. No hay suficiente articulación entre Posventa y Gestión de la calidad frente al tratamiento efectivo de acciones correctiva para evitar la reincidencia	1. Asesoría y proveedores de servicios profesionales a bajo costo en el mercado actual	1. Poca disponibilidad de referencias ajustadas al cliente.
2. Implementación y puesta en marcha del sistema de gestión de la calidad	2. Bajo nivel de formación del personal acorde al ciclo de capacitación acorde a requerimientos de marcas	2. Fortalecer alianzas y negociaciones con entidades financieras para generar mayor accesibilidad a créditos con tasas de interés acorde a las necesidades de los clientes.	2. Aumento en la oferta de vehículos y motos de otras marcas, en el mercado donde se encuentra Carrazos
3. Fortalecimiento de dotación de posventa de equipos para medición y diagnóstico (elevadores, herramienta especializada)	3. Falta articulación entre procesos que generan vacíos de comunicación y aumentan los tiempos de respuesta efectiva a las solicitudes de los clientes	3. Apoyo en programas empresariales brindadas por Caja de Compensación, ARL, Cámara de comercio de Tunja, entre otras.	3. Aumento en las tasas de interés
4. Mejoramiento en instalaciones físicas e infraestructura acorde con requerimientos de marca y crecimiento institucional para mejorar la prestación del servicio	4. Falencias en el sistema de Salud y Seguridad en el Trabajo	4. Certificación de estándares retail	4. Aumento en los precios de los vehículos
5. Apertura de nuevos mercados para fortalecimiento visibilización de marcas de vehículos y motos	5. No hay políticas claras que permitan gestionar las garantías según tiempos y lineamientos del importador.	5. Desarrollo de un centro de experiencia Motos certificado a nivel nacional	5. Reformas Tributarias
6. Implementación de herramientas tecnológicas como One Drive, codificación QR para inventarios de Alacenes de repuestos con , Software 3CX para Contac Center	6. No se cuenta con la totalidad de la herramienta requerida para la realización de trabajos en taller	6. Implementación de estrategias que contribuya a la mejora en la comunicación, productividad y servicio al cliente	6. Gran cobertura y oferta de repuestos y servicios de talleres todo tipo a menor costo.
7. Carrazos cuenta con marcas exclusivas en la región	7. No se tienen establecidos los tiempos de respuesta y trámite entre solicitudes de compra, aprobación y entrega de la requisición.	7. Experiencia diferenciadora de compra de productos y servicios	7. Percepción de altos costos de nuestro servicio y repuestos por parte de los clientes.
8. Alto impacto en la difusión digital de la oferta de nuestros productos y servicios	8. Falta de articulación y comunicación entre los actores de posventa frente a roles y responsabilidades claras para el cumplimiento de requisitos acorde a requerimientos de marca	8. Innovación en oferta vehicular pensada en las necesidades actuales de mercado.	8. Variación del dólar y flujo en tasa de cambio
9. Apertura de nuevas líneas de negocio como accesorios, oficinas virtuales, contac center	9. Falta de seguimiento y control frente a la política de gestión de inventarios (>a90 días)	9. Se aumenta la compra y venta de vehículos usados	9. Proyecciones económicas mundiales desfavorables para el mercado automotor
10. Estudios de productividad y capacidad instalada en el área de posventa, acorde con los presupuestos e indicadores de las marcas	10. No se cuenta con personal que tenga la competencia y responsabilidad para llevar a cabo el seguimiento al mantenimiento de herramienta y calibración de equipos.	10. Realizar alianzas estratégicas que permitan expandir la oferta de productos y servicios	10. Variación de precios en el mercado según marca, tipos de repuestos
11. Se cuenta con una sólida cadena de suministros	11. Alta rotación de personal y bajo nivel de inducción a puestos de trabajo.	11. Consolidar operaciones en otras regiones del país	11. Cambios en requisiciones del gobierno nacional (Leyes, decretos, resoluciones, circulares, otros)

12. Carrazos cuenta con la capacidad de innovación y mejora continua	12. No se cuenta con un programa de gestión documental que permita la planeación manejo y organización del archivo de la empresa desde su origen hasta su disposición final.	12. Auge de redes sociales para ser aprovechada en estrategias de marketing	12. Innovación tecnológica en los servicios ofrecidos por la competencia
13. Aumento del interés por las diferentes marcas que respresenta Carrazos	13. Falta de seguimiento a los controles establecidos dentro del flujo del proceso de posventa	13. Implementación de programas de gestión documental y seguridad de la información	13. Nuevos proveedores de productos y servicios automotor a bajo costo
14. Identificación y seguimiento a PQRS o comentarios de clientes	14. Debilidades en los perfiles de cargo de la empresa debido a el cambio continuo de personal en el último año y barechas de comunicación	14. Expansión de oferta comercial a mercados nacionales	14. Ataques de seguridad y privacidad digital (abusos financieros, robos de identidad, pérdida de la información)
15. Contamos con una Gerencia General que tiene visión amplia de negociación y posicionamiento de las marcas representadas.	15. Falta cultura de servicio y conocimiento previo de intereses del cliente	15. Innovación de herramientas tecnológicas como aplicaciones, desarrollo de software, plataformas y otros	15. Aumento de la implementación de plataformas digitales y software aplicados que dan ventaja a los proesos de la competencia.

ESTRATEGIAS

ESTRATEGIAS FO			ESTRATEGIAS DO			ESTRATEGIAS FA			ESTRATEGIAS DA		
ENLACE	FORTALEZA	OPORTUNIDAD	ENLACE	DEBILIDAD	OPORTUNIDAD	ENLACE	FORTALEZA	AMENAZA	ENLACE	DEBILIDAD	AMENAZA
F5	O5	Impulsar el crecimiento del centro de experiencia motos, generando con la Gerencia Comercial, acuerdos de reinversión por metas alcanzadas.	D2	O4	Diseñar un plan productivo y económico que motive e inste a los colaboradores a cumplir con efectividad sus ciclos de caacitación	F3	A7	Generar un proyecto de marketing digital que visibilise la oferta de valor de Carrazos (Garantía, herramienta especializada y equipos de medición certificados, insumos de calidad, cumplimiento de estándares)	D6	A6	Codificar mediante QR el inventario de herramienta y equipos, garantizando la trazabilidad en su vida útil, en retornos y valor agregado al cliente en la entrega de los servicios técnicos realizados a su vehículo.
F11	O10	Ampliar el catálogo de productos y servicios, generando nuevas alianzas comerciales que impulsen el reconocimiento y posicionamiento de Carrazos en el mercado Nacional	D8	O4	Fortalecer la marca Volkswagen logrando la certificación estandares retail	F6	A12	Implementar registros con firma digital logrando disminución de tiempos de respuesta en trámites y aumento de la satisfacción en requisitos de clientes y plataforma marcas.	D3	A15	Fortalecer las capacidades tecnológicas de los procesos haciendo uso eficiente de las herramientas implementadas, para impulsar el cumplimiento de los requisitos de las partes interesadas
F2	O11	Fortalecer la implementación del sistema de gestión de la calidad ISO 9001 :2015	D12	O13	Implementar proyecto de gestión documental que garantice la seguridad y disposición adecuada de los documentos de la empresa	F7	A4	Implementar herramientas de seguimiento a objetivos comerciales con el fin de garantizar el los beneficios proporcionales al desempeño en la productividad.	D4	A11	Implemetar el sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo, cuempliendo con las directrices legales aplicables vigentes.
F13	O9	Implusar la linea de negocio de vehículos usados desde los canales de comunicación y visibilización con el cliente	D10	O1	Implementar controles externos que garanticen el cumplimiento del cronograma de mantenimiento de herramienta y calibración de equipos.	F12	A9	Diseñar un nuevo modelo organizacional que fortalezca el área de posventa y permita escalar nuestro nivel dentro del ranking nacional de cada marca representada	D9	A10	Promover la política de gestión de inventarios, capacitando al personal en atención y valor agregado al cliente
F1	O13	Designar al personal capacitado de Posventa para realzar seguimiento y control al servicio ofrecido al cliente	D15	O6	Fortalecer el aprendizaje organizacional que impulse la satisfacción del cliente y las experiencias positivas en la prestación de nuestros servicios	F9	A8	Impulsar las nuevas lineas de negocio como accesorios, oficinas virtuales, contac center aprovechando la variación del dólar.	D11	A14	Realizar jornadas de capacitación en SAGRILAFY y políticas de seguridad
F15	O14	Realizar negocios y alianzas estratégicas con marcas que puedan ampliar nuestra oferta en el mercado no solo departamental sino a nivel nacional.	D14	O12	Generar espacios digitales de bienestar laboral que motiven y fortalezcan la comunicación, el trabajo en equipo y la excelencia en las labores.	F13	A6	Brindar al clinete productos y servicios de valor que generen experiencia satisfactoria y fidelidad a la marca Carrazos	D5	A2	Desarrollar por medio del software de Carrazos, un capo de verificación que sea obligariorio para garantías.