

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE
NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

Informe Final de Practica Profesional

Laura Daniela Mocetón Ferro

Trabajo de grado para optar para el título de Negocios Internacionales

Dirigido por

Julio Victor Pinedo Lara

Universidad Santo Tomas

Facultad de Negocios Internacionales

Prácticas Profesionales

Bogotá D.C

2021

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE
NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

Informe Final de Práctica Profesional

Laura Daniela Mocetón Ferro

Trabajo de grado para el título de Negocios Internacionales

Dirigido por:

Julio Victor Pinedo Lara

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Prácticas Profesionales

Bogotá D.C

2021

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

Parte I

Resumen

Durante el desarrollo de la práctica en el área de Nuevos Negocios se desarrollaron actividades referentes a las ventas, descuentos, devoluciones, presupuestos, liquidaciones, entre otras, las cuales se veían interrumpidas por la constante solicitud de información por parte de los ejecutivos del área lo que retrasaba los informes presentados por ambas partes al no tener un acceso inmediato a la información.

En aras de mejorar la efectiva circulación de la información, volviéndola más dinámica visualmente y fácil de analizar y entender para la posterior toma de decisiones, se consolidará en una carpeta compartida en el OneDrive de la empresa las bases de ventas que se manejan en el canal. En esta carpeta se encontrarán archivos en Excel de las bases descargadas para que los ejecutivos del canal puedan acceder a la información de manera rápida en cualquier momento, adicionalmente en estos archivos de Excel se creará un Dashboard por base que permita visualizar la información de manera más dinámica para un análisis mucho más rápido, lo que genera que la información se adapte a las necesidades de cada ejecutivo. Todo esto para que a través de esta carpeta se disminuyan los errores en la información descargada y presentada en comités.

En esta área se manejan diferentes sub-canales, las tiendas físicas, la tienda electrónica y las exportaciones que hace actualmente Ramo a diferentes países. Por esto esta es una de las áreas que más información mueve diariamente referente a ventas, descuentos, devoluciones, etc. Esta información es muy importante para la planeación, toma de decisiones y ejecución de estas por parte de todo el equipo.

Palabras clave: Excel, bases de datos, Dashboard, análisis de datos.

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

Agradecimientos

Agradezco a las personas que estuvieron a mi lado durante este proyecto, a mi familia por su apoyo incondicional, a Productos Ramo S.A por la oportunidad brindada y a la Universidad por todo su apoyo en mi proceso.

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

Introducción

En el canal Nuevos Negocios se viene presentando una seria falla en la información, la plataforma por la cual se descarga esta se llama QlikView la cual es un software analítico que guarda la información de datos históricos y permite descargarlos en bases para su posterior análisis. Esta plataforma tiene sus complejidades a la hora de aplicar los filtros para la descarga ya que si no se aplican los filtros específicos para la información del canal las cifras variarían, por lo que para usarla se necesita una extensa capacitación a los ejecutivos la cual hoy en día no se hace.

Es por esto que los ejecutivos no tienen la información disponible en todo momento y generan solicitudes para obtenerla. Así que, en aras de solucionar este problema, se explicará detalladamente en este documento por medio de un análisis DOFA las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. A raíz de esto se planteará el problema, la solución propuesta y presentada a la empresa; la cual consistió en crear una carpeta compartida en el OneDrive de la empresa que consolide las diferentes bases de datos descargadas para así tener un histórico de ventas único y que pueda estar disponible las veinticuatro horas del día evitando así retrasos en la presentación de informes o errores en las diferentes proyecciones presentadas en el canal ante la junta.

Paralelo a esto surgió la idea de presentar esta información de una manera mucho más dinámica, fácil y rápida de entender para quienes necesiten verla. Por lo que se creó un Dashboard en cada una de las bases con el fin de que si el ejecutivo necesita una información específica pueda verla en este tablero sin necesidad de crear nuevas tablas dinámicas.

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

Índice

RESUMEN	3
AGRADECIMIENTOS	4
INTRODUCCIÓN.....	5
ÍNDICE	6
1. LA EMPRESA	8
<i>1.1 Aspectos generales Productos Ramo S.A.S</i>	<i>8</i>
1.1.1 Misión, Visión y Valores.	8
1.1.2 Ubicación geográfica	8
1.1.3 Estructura Organizativa	8
Para ver la estructura de Productos Ramo S.A.S véase	8
1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica	9
1.1.4.1 Análisis DOFA	9
1.1.4.1.1 Fortalezas	9
1.1.4.1.2 Oportunidades.....	9
1.1.4.1.3 Debilidades	9
1.1.4.1.4 Amenazas.....	10
PARTE III	10
2. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA DE CREACIÓN.....	10
2.1 Planteamiento central del Problema.....	10
2.2 Importancia, Limitaciones y Alcances	10
2.2.1 Importancia	10
2.2.2 Limitaciones.....	10
2.2.3 Alcances.....	11
2.3 Objetivo general.....	11
2.3.1 Objetivos Específicos.....	11
PARTE IV	12

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA A DISEÑAR	12
3.1 <i>Propuesta de Mejora</i>	12
3.2 <i>Conclusiones</i>	13
3.3 <i>Bibliografía</i>	14
3.4 <i>Anexos</i>	15
3.4.1 <i>Anexo 1</i>	15
3.4.2 <i>Anexo 2</i>	15
3.4.3 <i>Anexo 3</i>	15
3.4.4 <i>Anexo 4</i>	16
PARTE V	17
4. SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL	17
4.1 <i>Programación de actividades realizadas en la organización</i>	17
4.1.1 <i>Cumplimiento de objetivos trazados</i>	17
4.1.1.1 <i>Ciclo 1 Fecha: 3/08/2020 a 30/09/2020</i>	17
4.1.1.2 <i>Ciclo 2 Fecha: 1/10/2020 a 31/10/2020</i>	17
4.1.1.3. <i>Ciclo 3 Fecha: 1/11/2020 a 19/11/2020</i>	18
4.1.1.3. <i>Ciclo 4 Fecha: 20/11/2020 a 03/12/2020</i>	18

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

Parte II

1. La Empresa

1.1 Aspectos generales Productos Ramo S.A.S

“Somos una compañía 100% colombiana que entrega a todos sus clientes productos de alta calidad, sabor y frescura, que gozan de gran reconocimiento y se han ganado el corazón de nuestros consumidores.” (S.A, Productos Ramo, 2020)

- *Productos Ramo S.A.S*

1.1.1 Misión, Visión y Valores.

Misión

Ofrecemos productos alimenticios para todos hechos con amor y la más alta Calidad, Sabor y Frescura.

Visión

Ser la organización familiar líder en innovación alimenticia, que lleva momentos de alegría al mayor número de personas y hogares en el mundo

Valores

Son la guía que enmarca nuestros comportamientos

- Integridad
- Responsabilidad
- Respeto
- Vocación de servir

1.1.2 Ubicación geográfica

La empresa actualmente exporta a 5 países, cuenta con 4 plantas, 35 agencias y 1 centro administrativo en Colombia. La sede de trabajo de la estudiante es: Cra. 27a ## 68 - 50, Bogotá D.C

1.1.3 Estructura Organizativa

Para ver la estructura de Productos Ramo S.A.S véase [Anexo 1](#)

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

La práctica se desarrolla en el canal Alternativo o Nuevos Negocios encargado de las ventas, descuentos, devoluciones, etc. De las Tiendas Ramo físicas, TiendaRamo.com, los diferentes sub-canales del canal y las exportaciones que hace Ramo hoy en día.

1.1.4.1 Análisis DOFA

1.1.4.1.1 Fortalezas

- Es una empresa con trayectoria en el mercado, esto hace que conozca lo hábitos de consumo de sus clientes y cumplan sus necesidades. Además, la variedad en sus productos es grande, no se centran solamente en un segmento de mercado.
- Ramo se suple con sus propios recursos al tener su propio molino y su propia avícola, esto hace que no dependa de los precios de estos productos para la elaboración de estos.

1.1.4.1.2 Oportunidades

- La trayectoria de siete décadas estando presente en los hogares colombianos con productos frescos y artesanales le concede a Ramo una gran ventaja sobre la competencia que, si bien maneja productos similares a el Chocoramo, gansito, ponqué ramo, las colaciones, entre otros, el consumidor tiene una clara preferencia por estos y no por la competencia.
- Ramo cuenta con canales que le permiten llegar mas rápido al cliente como por ejemplo las tiendas en los barrios, Tienda Ramo.com en la cual se puede pedir los productos sin necesidad de salir de casa.

1.1.4.1.3 Debilidades

- La Información en total control puede variar según se carguen devoluciones y descuentos. Al variar la información todos tienen cifras de ventas diferentes en las cuales se basan para los informes.
- La plataforma no es fácil de manejar para personas que no hayan tenido una inducción adecuada a esta.

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

1.1.4.1.4 Amenazas

- La competencia ha ido analizando el comportamiento de los consumidores y ha creado estrategias similares que le han quitado participación en el mercado a la empresa.
- Las emergencias que se presenten como la pandemia del COVID-19, afectan directamente las ventas de la empresa, sobre todo en las tiendas físicas que se manejan ya que por la cuarentena las personas ya no acuden a ellas.

Parte III

2. Planteamiento de la propuesta de Creación

2.1 Planteamiento central del Problema

De acuerdo con las debilidades mencionadas anteriormente en el análisis DOFA se puede entrever que la empresa necesita urgentemente una consolidación de las bases de datos existentes, que este disponible las veinticuatro horas del día para las personas involucradas en el canal. Por ende, la mejor manera es creando una carpeta compartida en el OneDrive de la empresa donde se encuentren las diferentes bases de datos de ventas que maneja el canal. Esto evitará la descarga errónea de información y agilizará procesos que existen hoy en día.

2.2 Importancia, Limitaciones y Alcances

2.2.1 Importancia

A través de esta carpeta lo que se busca es agilizar los procesos internos de la empresa, debido a que esta información estará disponible en cualquier momento y el ejecutivo no tendrá que esperar a que le suministren la información.

2.2.2 Limitaciones

Entre las dificultades de crear esta carpeta compartida se encuentra la actualización de datos desde la plataforma QlikView pues al descargar una base hoy en día de los primeros meses del año o del año pasado, aparecen sub-canales que hoy llevan otro nombre o que dejaron de existir.

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

2.2.3 Alcances

La versatilidad y facilidad de la carpeta permite que cualquier persona sea capaz de descargar la información de manera rápida y adecuarla a la información que se requiera para el informe, siendo así una herramienta con incalculables alcances debido a la información contenida que facilitará la generación de reportes, toma de decisiones y reducción de tiempos y errores presentados.

2.3 Objetivo general

Disminución de tiempo y errores que se generan cada vez que alguien baja una base de QlikView de manera inadecuada o los tiempos de espera a los que se ven sometidos los ejecutivos y que generan retrasos en los procesos.

2.3.1 Objetivos Específicos

1. Recopilar la información de la plataforma QlikView y consolidarla en una base única de datos para cada uno de los negocios del canal (Alternativo, Tiendas e Internacional)
2. Plasmar la información recopilada en un Dashboard en Excel que permita ver la información de manera dinámica
3. Organizar la información en carpetas y subirlas al OneDrive donde posteriormente se compartirá a los ejecutivos.

Parte IV

3. Contenido de la Propuesta a Diseñar

3.1 Propuesta de Mejora

La propuesta consiste en crear una carpeta compartida en el OneDrive de la empresa con las bases de información consolidadas por negocio las cuales estén disponibles las veinticuatro horas del día para que los ejecutivos tengan la información que necesiten siempre a la mano.

Mediante un Dashboard de cada base lo que se busca es que se pueda visualizar la información de manera clara y fácil. Todo esto en aras de que los ejecutivos tengan una mejor visualización y que la información no pase por todos los filtros de descarga ya que QlikView es una plataforma que contiene un gran volumen de información por lo tanto maneja filtros que sin una capacitación no se entenderían de la manera adecuada, véase [anexo 2](#)

La creación del Dashboard surge como una necesidad ya que por si sola la base no dice nada, sino que para solicitar la información se debe pasar por pasos como creación de tablas dinámicas, gráficos, filtros, etc. Que hacen que el proceso de toma de decisiones se vea afectado.

Esta idea surge de diferentes situaciones como:

- a. La constante solicitud de información por parte de los ejecutivos en horarios tanto laborales como no laborales al no tener el acceso y capacitación.
- b. Las diferencias en la información que maneja cada ejecutivo según el día en que se descargue la información y que ha llegado a presentarse en comités directivos erróneamente por no tener una base que confirme la información descargada.

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

La manera como se verá la información en la carpeta del OneDrive es véase [anexo 3](#). Y los Dashboard se verán en el [anexo 4](#).

3.2 Conclusiones

Después de implementar la carpeta compartida en OneDrive se logró acortar tiempos de espera a los ejecutivos y acelerar el proceso de presentación de informes, proyecciones de cierres y permitió que todos los ejecutivos tengan disponible la información de ventas que necesiten. Adicional a esto se tiene una sola base de información por lo que se disminuyó los errores en cifras que se venían presentando en el canal.

Todo esto se pudo lograr presentando la información de una manera mucho mas dinámica que hoy en día le permite a cualquier persona tener una vista macro del canal, para los ejecutivos en especial ha sido fundamental para la toma rápida y eficaz de decisiones aboliendo procesos como las solicitudes de información y retrasos en los procesos internos de la organización.

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

3.3 Bibliografía

(S.A, Productos Ramo, 2020)

Laura Daniela Mocetón Ferro. (2020). DOFA Productos Ramo S.A.S

QlikView. (2020). Qué es QlikView? – Retrieved 19 November 2020,
https://help.qlik.com/es-ES/qlikview/April2020/Content/QV_HelpSites/what-is.htm

Google Maps. (2020). Ubicación de Productos Ramo S.A.S Cra. 27a #68-50. (2020). Retrieved 16 November 2020, <https://www.google.com/maps/place/Cra.+27a+%2368-50,+Barrios+Unidos,+Bogot%C3%A1/@4.6607706,-74.0732558,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9a5158934453:0xc0ba7f5d8e38f8e2!8m2!3d4.6607706!4d-74.0710671>

Productos Ramo S.A.S. (2020). Mision, Vision y Valores. Cultura e Historia

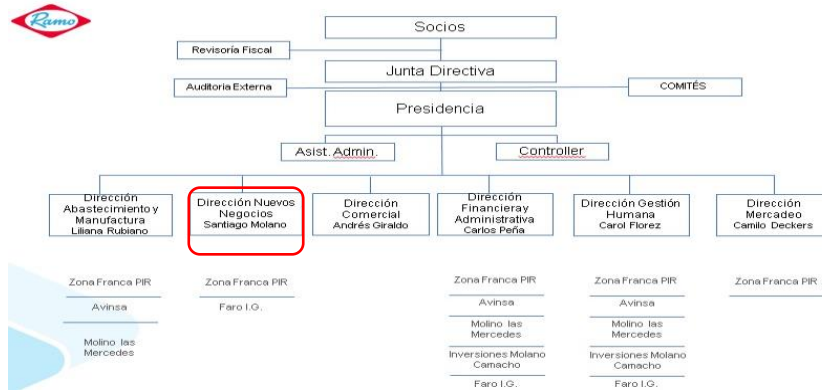
https://creciendoconramo.com/aula/pluginfile.php/3297/mod_resource/content/1/1.%20Cultura%20e%20historia.pdf

Gomez, D. (2020). Organigrama Ramo Final, dispositiva 2. Enviado Recursos humanos Productos Ramo S.A.S

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

3.4 Anexos

3.4.1 Anexo 1



3.4.2 Anexo 2

Resultados En Valores de Venta							
Regional	Presupuesto Mes	Venta Bruta	Devoluciones	Descuentos	Venta Neta \$	Venta Año Ant	% Crecim
ANTIOQUIA	6.268.869.873	3.785.853.958	110.144.073	71.185.178	3.604.524.707	3.145.451.761	20,4%
CENTRO	3.137.675.345	1.840.327.129	56.791.437	51.704.329	1.731.831.363	1.728.270.803	6,5%
COSTA	2.328.423.551	1.277.300.137	103.863.634	47.115.149	1.126.321.354	1.739.243.832	-35,3%
QUINDINAMARCA	24.610.327.671	14.860.323.229	336.300.695	326.335.481	14.197.687.053	16.138.849.636	-12,6%
ORIENTE	5.953.047.757	3.625.700.729	47.345	570.556.142	3.055.097.342	3.277.367.113	-10,8%
PACIFICO	2.863.902.843	1.886.291.616	67.950.446	148.294.896	1.670.046.274	1.861.477.612	-1,3%
Total	45.162.247.040	27.275.796.798	675.097.530	1.215.191.175	25.395.608.093	27.890.660.759	-8,2%

Resultados En Kilos								
Regional	Cuota Kg	Venta Kg	Venta Año Ant	% Crecim	Cuota a Hoy Kg	% Cump	Venta Neta	Nect
ANTIOQUIA	440.687	270.783	227.676	12,0%	275.429	96,3%	270.783	Nect
CENTRO	222.348	133.740	127.368	5,0%	138.967	96,2%	133.740	
COSTA	168.332	91.673	128.532	-28,3%	105.208	80,1%	91.673	
QUINDINAMARCA	1.729.096	1.048.120	1.146.966	-9,0%	1.080.685	97,0%	1.048.120	
ORIENTE	443.073	272.956	240.534	13,3%	276.926	100,0%	272.956	
PACIFICO	204.026	133.397	132.025	1,0%	126.080	104,8%	133.397	
Total	3.208.464	1.960.669	2.003.122	-4,6%	2.005.290	97,3%	1.960.669	

3.4.3 Anexo 3

Nombre	Modificado	Modificado por	Tamaño de arch...	Compartir
BASE ALTERNATIVO 2020.xlsx	Hace una hora	MOCETON FERRO LAURA	72,7 MB	Compartido
VENTA KILOS Y UNIDADES POR EJECUTIVO...	Hace una hora	MOCETON FERRO LAURA	11,1 MB	Compartido
VENTA KILOS Y UNIDADES POR MARCA.xlsx	Hace una hora	MOCETON FERRO LAURA	11,0 MB	Compartido
VENTA KILOS Y UNIDADES POR REGION.xlsx	Hace una hora	MOCETON FERRO LAURA	11,0 MB	Compartido
VENTA KILOS Y UNIDADES POR SUB-CANA...	Hace una hora	MOCETON FERRO LAURA	11,0 MB	Compartido
VENTA POR CLIENTE Y SUB-CANAL.xlsx	Hace una hora	MOCETON FERRO LAURA	11,2 MB	Compartido

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

3.4.4 Anexo 4



CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

Parte V

4. Seguimiento Práctica Profesional

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización

Las actividades realizadas en el desarrollo de la práctica fueron: controlar y manejar la plataforma QlikView, Informes de ventas, y devoluciones del canal Nuevos Negocios, apoyo en el manejo de pedidos e inventarios de los diferentes canales, creación del archivo para el presupuesto S&OP mensual de todo el canal, liquidaciones de las comisiones de los ejecutivos.

4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados

4.1.1.1 Ciclo 1 Fecha: 3/08/2020 a 30/09/2020

Actividades Desarrolladas: Durante este periodo se realizó el proceso de empalme con el anterior practicante, este proceso consistió en aprender a manejar la plataforma QlikView y a preparar los diferentes informes y tareas asignadas como las mencionadas en el punto 4.1.

Logros: Haber aprendido a llevar la plataforma QlikView y los diferentes informes de ventas del canal. También se identificó el problema de información que se estaba presentando al momento de descargar las cifras de ventas del canal.

Dificultades Enfrentadas: El nivel de detalle que se requiere para cada informe es bastante alto debido a que son informes presentados en la alta dirección y evalúan el nivel del cumplimiento que lleva el canal por lo que cada cifra debe mirarse al menos dos veces para revisar que este coincidiendo con las cifras de la plataforma.

4.1.1.2 Ciclo 2 Fecha: 1/10/2020 a 31/10/2020

Actividades Desarrolladas: Se implementó un nuevo formato que ayuda a proyectar el presupuesto S&OP no solo para 1 mes sino para los dos siguientes meses. Paralelo a esto se fueron creando macros dentro de los informes de ventas diarios que aceleraran el proceso de consolidación de información dentro de estos reportes.

CONSOLIDACIÓN DE BASES DE DATOS EN ONEDRIVE PARA EL ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS EN PRODUCTOS RAMO S.A.S

Logros: Se agilizo el proceso de los informes diarios de ventas, y se tiene ya una base solida de históricos que poco a poco se ha ido probando según solicitud de los ejecutivos.

Dificultades Enfrentadas: La plataforma aún descarga información de sub-canales que hoy en día ya no existen.

4.1.1.3. Ciclo 3 Fecha: 1/11/2020 a 19/11/2020

Actividades realizadas: Durante este periodo hubo un cambio de jefe inmediato y se asignaron nuevas tareas e informes, para hacer seguimiento de ventas, descuentos y devoluciones de una manera más detallada y así poder emitir alertas tempranas sobre inconvenientes presentados.

Logros: Se implementó la carpeta compartida en OneDrive y se compartió el link de esta a los ejecutivos que la requerían en el momento, así se comprobó que la carpeta funcionaba y era útil ya que se enviaba el enlace de inmediato y no se requerían tiempos largos de espera.

Dificultades enfrentadas: Se reportaron unas ventas que se estaban duplicando debido a una categoría de la base que se denominaba "Líder". Por lo cual se tuvo que hacer actualizaciones a la carpeta.

4.1.1.3. Ciclo 4 Fecha: 20/11/2020 a 03/12/2020

Actividades realizadas: Se cargaron las bases de datos a la carpeta compartida en OneDrive y se comenzó a hacer pruebas de esta. Cuando un ejecutivo solicitaba históricos de ventas se le enviaba el enlace de la carpeta.

Logros: Se agilizo el proceso de solicitud de información en el canal y los tiempos de entrega de los informes.

Dificultades enfrentadas: Se necesitaba una vinculación directa con la carpeta por lo que el link solo no funcionaba al principio.