

**USO DE LA HERRAMIENTA DE ANÁLISIS POWER BI PARA LA
ELABORACIÓN DEL INFORME DEL ESTATUS DE RESULTADOS EN
NATURA COSMÉTICOS**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PLAN DE MEJORA REALIZACIÓN DEL ESTATUS DE RESULTADOS EN
NATURA COSMETICOS SA**

**AUTOR:
JEAN CAMILO ARIZA ESPITIA**

BOGOTÁ, COLOMBIA

JUNIO 2020



UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
NEGOCIOS INTERNACIONALES

PLAN DE MEJORA REALIZACIÓN DEL INFORME DEL ESTATUS DE
RESULTADOS EN NATURA COSMETICOS SA.

AUTOR:

JEAN CAMILO ARIZA ESPITIA

TUTOR:

DIEGO FERNANDO ARIAS SANABRIA

BOGOTÁ, COLOMBIA

MAYO 2020

Resumen.

La empresa Natura cosméticos es una compañía brasileña, encargada de la producción y venta de artículos de belleza y cuidados personales en más de diez países alrededor del mundo.

Hoy en día los productos de Natura llegan a millones de consumidores a través de diversos canales, tales como la venta online o la venta a través de consultoras, llegando a conformar equipos de trabajo de alrededor de 1,7 millones de Consultoras en Brasil, Argentina, Chile, Colombia, México y Perú, (Natura, 2020) lo que le ha permitido ser una de las empresas pioneras en este nicho de mercado.

Natura en Colombia se encuentra dividida por medio de áreas como marketing, finanzas, recursos humanos entre otras. Este plan de mejora se enfoca en el área de Planeamiento Comercial, cuya principal función es mantener a la empresa conectada con las Gerentes de Ventas (GV's), y Gerentes de desarrollo del negocio (GDN's) y Líderes de Consultoras (LN) que ayudan a que las consultoras puedan realizar la venta directa durante ciclos de venta, los cuales corresponden a un periodo de 21 días calendario.

Cada GDN, de acuerdo con su lugar de residencia, se le es asignado un Gerente de ventas el cual debe mantener a las GDN's informadas de los acontecimientos dentro de la empresa como cambios en las políticas de seguridad, productos nuevos o campañas de descuento y así que ellas se puedan contactar con sus líderes de negocio. Para mantener a las GDN's y las líderes enfocadas e informadas, es necesario entregar un estatus de los resultados obtenidos durante el ciclo de ventas, el cual contiene toda la información obtenida de cada LN durante el ciclo de venta, tal como la productividad obtenida, el tiempo de inactividad,

facturación, entre otros indicadores, los cuales ayudan a la compañía a los GDS's y los Líderes de consultoras a entender que sucedió durante el ciclo de venta.

De acuerdo con lo anteriormente mencionado, el estatus es una herramienta que permite mantener a la compañía conectada con las Gv's, GDN's y LN. Toda la información recopilada en el estatus contiene una gran cantidad de datos a manejar, la cual se maneja por medio de la herramienta Microsoft Excel y a su vez se analiza dentro de la misma. El volumen de datos hace que su elaboración tome bastante tiempo y sea complejo a la hora de visualizar cada uno de los resultados, por lo que se recomienda el uso de una herramienta más eficiente para crear un informe, el cual contenga los datos más relevantes y a su vez donde se logre optimizar el tiempo de entrega y que las GDN's puedan hacer uso de esta información en el cierre del ciclo.

Por medio del presente trabajo, se quiere dar uso a la herramienta de análisis Power Bi para la elaboración de un informe con los datos que son recopilados en el estatus. Lo anterior permitiría que las líderes obtuvieran un mejor resumen de los resultados obtenidos, así como identificar con mayor efectividad los resultados más relevantes que se obtuvieron durante el ciclo de venta.

Agradecimientos

Agradezco a mi familia que siempre me acompaño durante mi proceso de formación y me dio su motivación para intentar ser mejor día a día.

Agradezco a la institución académica que me ayudo a fortalecer mis conocimientos.

Agradezco a Natura Cosméticos por permitirme pertenecer a esta organización y permitirme desenvolverme en el mundo laboral y cada día enriquecerme personal y profesionalmente.

Introducción

Natura Cosméticos S/A se encarga de la venta de productos de belleza y del cuidado personal a través de la venta directa y por consultoras.

Siempre innovando para reducir el impacto de cada producto en el medioambiente, buscando usar cada vez más ingredientes vegetales y materiales reciclados.

Natura pertenece al holding empresarial Natura&co (Anexo 1) que se compone de cuatro empresas (Avon, The Body Shop, Aesop y Natura) las cuales tienen presencia en más de cien países alrededor del mundo. (Natura &Co, 2020)

Siendo Natura una de las empresas más grandes de cosméticos en el mundo, con una expansión exponencial en términos de ventas y presencia, en Colombia no cuenta con un manejo organizado de sus bases de datos en algunas áreas, tal como la de planeamiento comercial (PL). Estas bases de datos son importantes dado a que es el canal entre Natura, y GV's, GDN's , LN que ayudan a las consultoras a realizar la venta directa, por lo que sería adecuado manejar diferentes mecanismos para que en el área de PL tenga una mejor interacción con todas las Gerentes de Desarrollo de Negocio (GDN's) y Líderes para así ellas conectarse con todas sus consultoras, las cuales son el fundamento de la empresa.

A lo largo de este plan de mejora se hablará del uso de la herramienta Power Bi en el área de Planeamiento Comercial, una herramienta que la compañía ya posee y se analizarán los resultados obtenidos en cuanto tiempo de entrega y formas de analizar los datos dentro del estatus de resultados del ciclo.

Índice

La Empresa	1
1.1 Aspectos Generales	1
1.2 Misión, Visión y Creencias	1
1.3 Ubicación Geográfica:	2
1.4 Estructura Organizativa:	2
1.5 Unidad o Departamento en el que la práctica se llevó a cabo:	3
1.6 Análisis DOFA	4
PLAN DE MEJORA	5
2.1 Planteamiento central del plan de mejora	5
2.2 Importancia, Limitaciones y Alcance	6
2.3 Objetivo General	7
2.3.1 Objetivos Específicos	7
CONTENIDO PLAN DE MEJORA	7
3.1 Propuesta de mejora	7
3.2 Conclusiones	10
3.3 Bibliografía	10
3.4 Anexos	10
SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL	14
4.1 Programación de Actividades.	14
4.2 Cumplimiento de Objetivos Trazados	14

Lista de Tablas

Lista de Figuras

Figura 1. Ubicación Geográfica	2
Figura 2. Estructura Organizacional	3
Figura 3. Dofa Planeamiento Comercial	4
Figura 4. Grafico Comparativo Herramientas de Análisis Power Bi, Google Data Studio y Microsoft Excel	8
Figura 5. Días por Formas de Creación	9

La Empresa

1.1 Aspectos Generales

Natura Cosméticos es una empresa del holding Natura&Co el cual se dedica a la producción y venta de productos cosméticos a nivel mundial. Hoy por hoy en Latinoamérica se encuentra en Brasil, Perú, Colombia, Argentina y México (Natura Cosméticos, 2018).

1.2 Misión, Visión y Creencias

Misión:

Nuestra razón de ser es crear y comercializar productos y servicios que promuevan el “bienestar y estar bien”. (Natura Cosméticos, 2018).

Visión:

Por nuestra conducta empresarial, por la calidad de las relaciones que establecemos y por nuestros productos y servicios, seremos un conjunto de marcas con fuerte expresión, local y mundial, identificadas con la comunidad de personas que se comprometen con la construcción de un mundo mejor, a través de una mejor relación consigo mismas, con el otro, con la naturaleza de la que forman parte, con el todo. (Natura Cosméticos, 2018).

Creencias:

La vida es un encadenamiento de relaciones. Nada en el universo existe por sí solo. Todo es interdependiente.

Creemos que la percepción de la importancia de las relaciones es el fundamento de la gran revolución humana en la valorización de la paz, de solidaridad y de la vida en todas sus manifestaciones. (Natura Cosméticos, 2018).

1.3 Ubicación Geográfica:

La sede principal de la empresa Natura Cosméticos se encuentra en São Paulo, Brasil, en donde se llevan cabo la mayoría de sus decisiones más importantes como el cambio de productos la creación de otras formas de comercialización entre otras más y donde se manejan los procesos de contratación, sin embargo, la empresa también cuenta con sedes de toma de decisiones en cada uno de los países que se encuentra. (Natura Cosméticos, 2017).

En Colombia, Natura Cosméticos S/A se ubica en la zona norte de Bogotá, al interior de las oficinas WeWork (Carrera19#100-45; 110121, Bogotá, Cundinamarca), donde se lideran todos los eventos, procesos de venta que tengan que ver directamente con el país.

Figura 1. Ubicación Geográfica

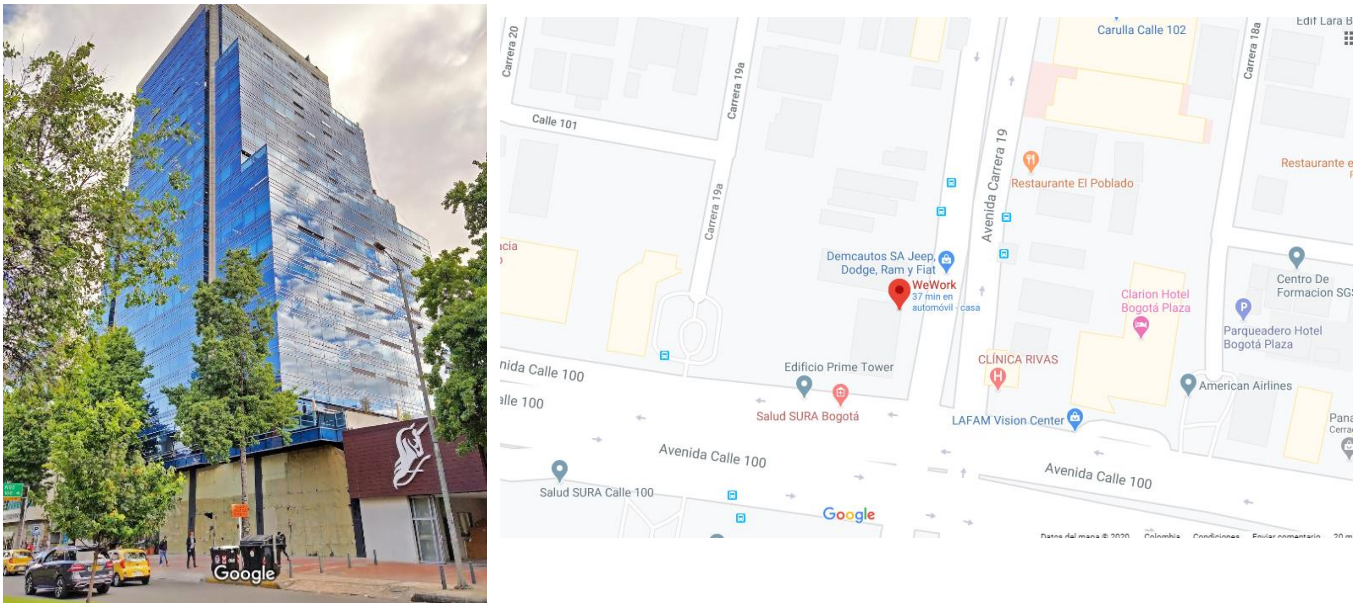


Figura 1. Google Maps. (2020). Ubicación Geográfica Natura Cosméticos. Google Maps. <https://www.google.com/maps/place/WeWork/@4.6903432,-74.0554775,14z/data=!4m8!1m2!2m1!1swework!3m4!1s0x8e3f9b9f2314647d:0x2eaab5e228d856d8!8m2!3d4.6864711!4d-74.0521908>

1.4 Estructura Organizativa:

Natura Cosméticos cuenta con una estructura organizacional vertical en cada una de sus áreas. El área de PL está compuesta por el gerente del área, dos coordinadores y los analistas.

Organigrama área Planeamiento Comercial, Lideres.

Figura 2. Estructura Organizacional

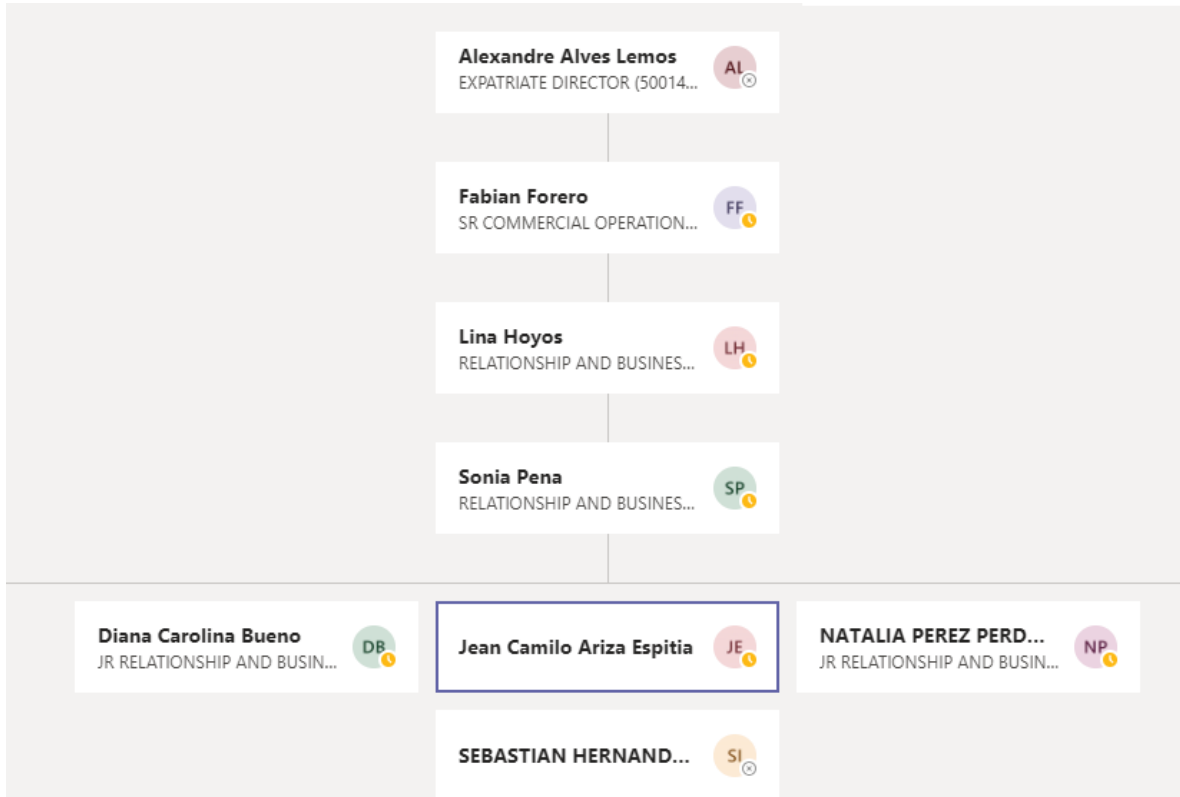


Figura 2. Elaborado en Microsoft Teams. Natura Cosméticos. (2020). *Naturas Cosméticos*. Natura Cosméticos. <https://natura.co>

1.5 Unidad o Departamento en el que la práctica se llevó a cabo:

El área donde se lleva a cabo las prácticas profesionales se llama Planeamiento Comercial (PL), la cual se encarga del seguimiento de los ciclos de venta, el monitoreo de los productos foco en el ciclo y en la generación de planes de acción para el incremento de las ventas.

Durante cada ciclo de venta, el área de planeamiento contribuye directamente a las ventas de la compañía y en la ejecución de los pagos obtenidos por las líderes y por las CNE (Consultora Natura Indicante). Planeamiento es pionero en el envío de resultados, en donde

la gran mayoría de áreas de la compañía se basan para poder ejecutar acciones de acuerdo con sus necesidades.

El practicante en el área de Planeamiento Comercial apoya diversas actividades tales como entrega de resultados a cada una de las gerencias al final los ciclos de ventas, apoyo en el manejo del modelo CNE respondiendo dudas y solicitudes, y actualizando bases de datos de pagos realizados en el modelo CNE y modelo Líderes.

1.6 Análisis DOFA

Ya que este plan de mejora estará enfocado en la implementación de una nueva herramienta de análisis de datos en el área de Planeamiento Comercial para la elaboración de un informe que resuma el estatus de resultados de cada ciclo, la mayoría de las variables de la matriz estarán enfocadas en las actividades que se desarrollan en el área de PL.

Figura 3. Dofa Planeamiento Comercial



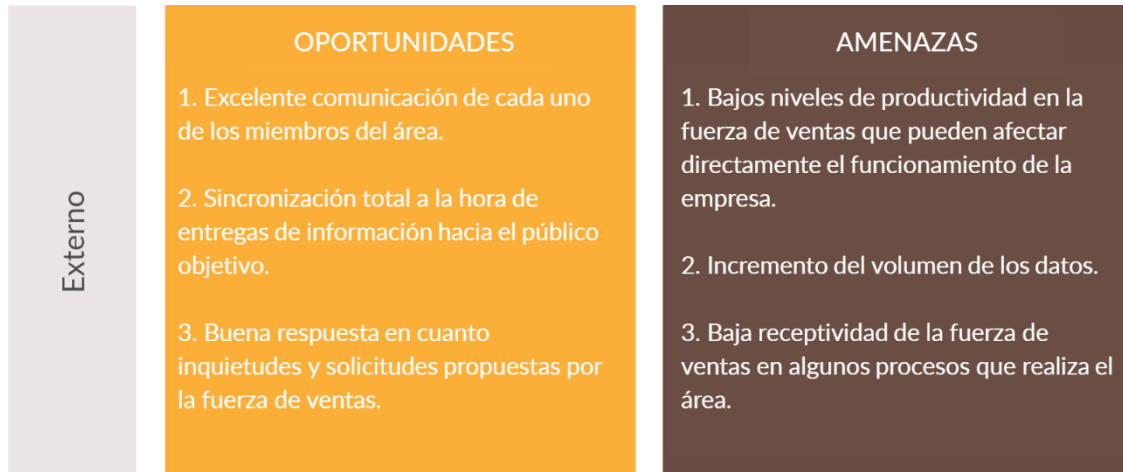


Figura 3. Elaboración Propia, Natura Cosméticos. (2020). *Naturas Cosméticos*. Natura Cosméticos. <https://natura.co>

PLAN DE MEJORA

2.1 Planteamiento central del plan de mejora

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, el área de Planeamiento Comercial de la empresa Natura Cosméticos tiene algunas deficiencias en cuánto a la entrega del estatus de resultados de fin de ciclo como la relevancia de la información enviada y el tiempo de entrega que no se realiza al momento del cierre, por lo que para que el estatus se convierta en un elemento que brinde soluciones a la empresa, en términos de ventas, sería aprovechable el manejo de la herramienta de análisis Power Bi, licencia que Natura ya posee (Ver Anexo 2). Por medio de esta herramienta, se puede recopilar todos los datos dentro del estatus de cierre del ciclo y dar un informe resumido con los acontecimientos más relevantes y mejores herramientas donde las gerentes de desarrollo de negocio (GDN's) puedan pronosticar mejor a sus líderes y así lograr que el estatus se convierta en una guía más afondo.

Así mismo con la implementación de Power Bi se disminuirán los tiempos de entrega con el fin de que el estatus lleve a cabo sus funciones desde el inicio del ciclo. A su vez, Power Bi permitirá hacer un mejor uso de todos los servicios que nos ofrece el área de TD donde la compañía realiza una gran inversión.

La implementación de Power Bi ayudará a dar múltiples formas de resumen de los resultados, es decir gráficos, análisis, dashboards, entre otras herramientas que contiene el programa (Ver anexo 3).

Hoy en día el estatus de resultados se entrega vía email con un corto mensaje y el estatus adjunto, lo que no es muy provechoso para las gerentes de desarrollo del negocio y las líderes puesto que el estatus contiene baste información y la única manera de que las líderes hagan unos de estos datos seria entrando afondo en el estatus. (Ver anexo 4).

Con Power Bi, estos datos podrían volverse más legibles y que las GDN's o LN's puedan ver sus datos de una manera más cómoda, así como se muestra en el siguiente diagrama (anexo 5).

2.2 Importancia, Limitaciones y Alcance

Sería de gran **importancia** tener claro el funcionamiento del programa Power Bi y que camino tomaría el estatus en cuanto a formas de entrega, análisis, así como la integración de indicadores nuevos y permanencia de indicadores antiguos.

El plan de mejora es bastante **limitado** en cuanto el manejo de la herramienta Power Bi debido a que se tendría que empezar a capacitar a los colaboradores del área, en términos de funcionamiento, creación de bases de datos y como hacer informes detallados y así tener una información más completa.

Hacer uso de la herramienta Power Bi en el área podría tener ciertos **alcances** tales como la implementación en el área de PL en otros países, permitiéndolos hacerse efectivos a la hora de manejar la elaboración del informe del estatus.

2.3 Objetivo General

Usar la herramienta de análisis Power Bi en el área de Planeamiento Comercial para la elaboración de informe con los resultados dentro del estatus de cierre de ciclo.

2.3.1 Objetivos Específicos

- ✓ Solicitar al área de TD capacitar a los colaboradores de PL para el uso adecuado de la herramienta Power Bi.
- ✓ Socializar de manera eficiente los resultados obtenidos durante el ciclo, resaltando la importancia que puede tener el estatus para pronosticar la apertura del ciclo.
- ✓ Consolidar los datos obtenidos en el estatus para dar un informe completo con datos sólidos.

3. CONTENIDO PLAN DE MEJORA

3.1 Propuesta de mejora

La propuesta de mejora es que junto con el estatus de resultados que se envía cada cierre de ciclo a la respectiva gerencia de ventas se le añada un informe el cual contenga un resumen detallado de los resultados obtenidos dentro del estatus elaborado mediante la plataforma Power Bi y permitir que las GV's y las LN puedan tener una herramienta que complemente el estatus de cierre de ciclo, puesto que muchas veces hay dudas por parte de las LN o

algunas no tienen conocimiento adecuado de cómo manejar estos datos y del cómo pronosticarse.

De acuerdo con lo mencionado, se desea que las GV's y LN puedan evidenciar sus resultados de una forma más dinámica.

Así mismo, la persona que realice el informe podrá hacerlo de una forma más ágil gracias a la facilidad de uso de la herramienta Power Bi que contiene múltiples funciones que ayudan a resumir, analizar y graficar los datos que comparado con la cantidad de opciones que nos ofrece Microsoft Excel son mucho más. (Figura 5)

Figura 5. Gráfico Comparativo Herramientas de Análisis Power Bi, Google Data Studio y Microsoft Excel

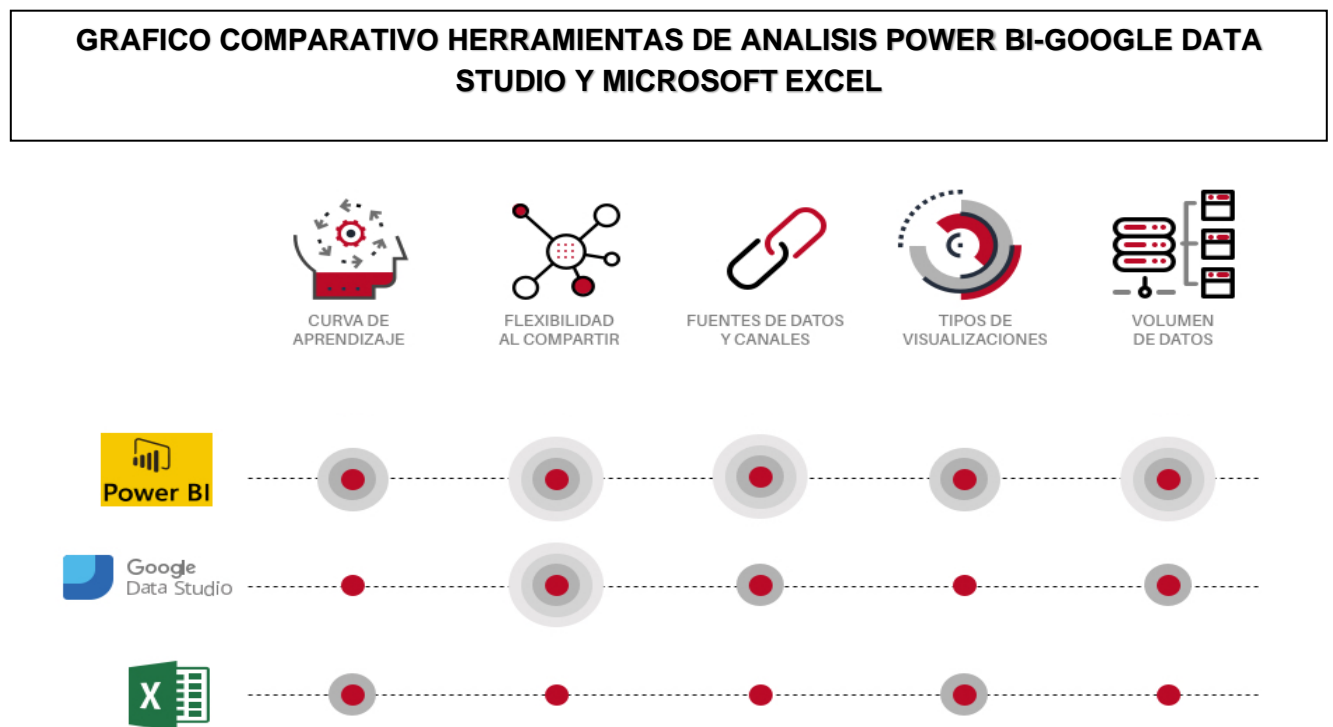


Figura 5. El Arte de Medir. (2018). Herramientas de visualización de cuadro de mandos. <https://elartedemedir.com/blog/herramientas-de-visualizacion-de-cuadro-de-mandos/>

Con base la figura 4. La herramienta Power Bi cuenta con mayor volumen a la hora de los tipos de gráficos que nos ofrece y es mucho más manejable con grandes volúmenes de datos lo que nos permitirá usarlo de una forma fácil.

Por otro lado con la creación de un informe del estatus de resultados se lograría ser más concisos a la hora de realizar el estatus, dado que en éste se incluirían datos relevantes para las LN permitiéndonos eliminar aquellos datos que las LN no manejen a diario, disminuyendo el tiempo de elaboración que normalmente llega a tardar entre un día a dos junto con su envío, permitiendo que la efectividad en elaboración se incremente. (Figura 5)

Figura 6. Días por Formas de Creación

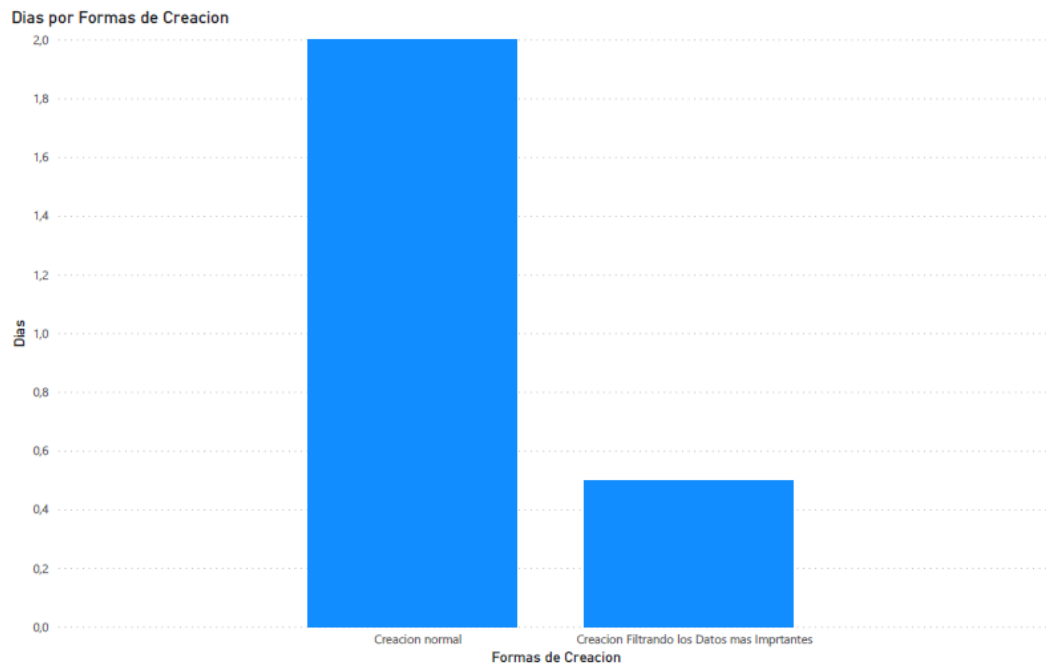


Figura 7, Días por formas de creación, elaboración propia con base en. Natura Cosméticos. (2020). *Naturas Cosméticos*. Natura Cosméticos. <https://natura.co>

3.2 Conclusiones

- ✓ La implementación de la herramienta de análisis Power Bi para la elaboración de un informe resumido del estatus, permitiría que el área de a conocer las diferentes aplicaciones tecnológicas con las que cuenta la empresa e intentar implementarlo en muchos de sus otros procesos que se realizan día a día.
- ✓ El plan de mejora anteriormente propuesto disminuiría la cantidad de tiempo que se destina a la elaboración del estatus de resultados debido a que con una correcta filtración de los datos más importantes y que el público objetivo valora más.
- ✓ Los colaboradores del área cuentan con el conocimiento necesario para empezar a usar la herramienta Power Bi, y a su vez podrían empezar a buscar nuevas formas de capacitarse.
- ✓ Se debería realizar una corta capacitación a las líderes por diferentes mecanismos como un manual o de forma online para que ellas cuenten con la información a la hora de manejar el informe.

3.3 Bibliografía

El Arte de Medir. (2018). Herramientas de visualización de cuadro de

mandos. <https://elartedemedir.com/blog/herramientas-de-visualizacion-de-cuadro-de-mandos/>

Google Maps. (2020). *Ubicación Geográfica Natura Cosméticos*. Google

Maps. <https://www.google.com/maps/place/WeWork/@4.6903432,-74.0554775,14z/data=!4m8!1m2!2m1!1swework!3m4!1s0x8e3f9b9f2314647d:0x2eaa b5e228d856d8!8m2!3d4.6864711!4d-74.0521908>

Natura &Co. (2020). *Natura &Co.* <https://naturaeco.com/>

Natura Cosméticos. (2017). *Informe Anual Natura 2017*. Bogotá: Natura

Cosméticos. <https://www.natura.com.mx/sites/all/modules/downloads/pdf/natura-informe-gri-2017.pdf>

Natura Cosméticos. (2020). *Naturas Cosméticos*. Natura Cosméticos. <https://natura.co>

Natura Cosméticos. (2018). *Informe Anual Natura 2018*. Bogotá: Natura

Cosméticos. https://js.rede.natura.net/html/home/2019/agosto/informe_anual_natura_2018.pdf

3.4 Anexos

Anexo 1

Logos de la empresa y holding empresarial Natura& Co

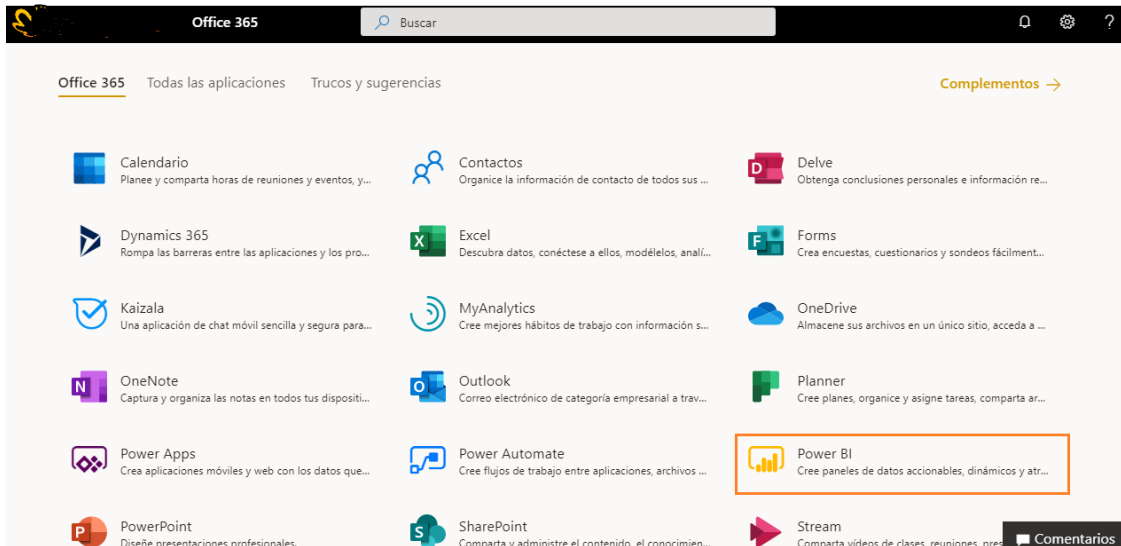


Logo empresa y Holding Natura&Co. Naturas Cosméticos (2020). Natura Cosméticos. <https://natura.co>

Anexo 2

Se muestran algunas de las aplicaciones con las que cuenta la compañía en las cuales cuenta con una suscripción pagada y entre ellas se encuentra la herramienta Poder Bi.

Anexo 2. Aplicativos

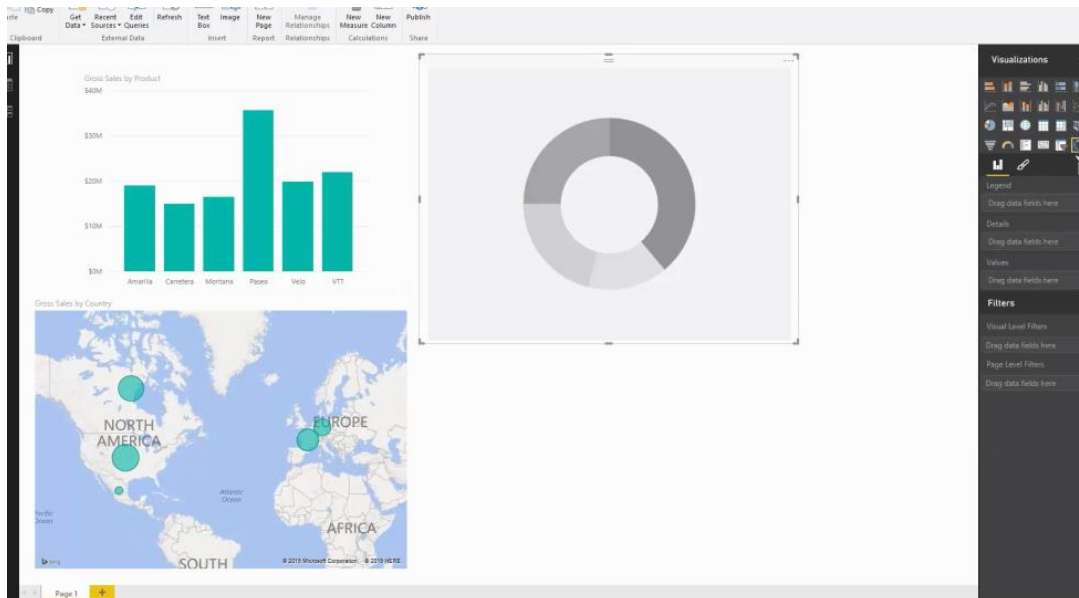


Anexo 1. Tomado de Office 365. Natura Cosméticos. (2020). *Naturas Cosméticos*. Natura Cosméticos. <https://natura.co>

Anexo 3

Algunos de los gráficos que contiene la herramienta Power Bi en su interior

Anexo 3. Gráficos Herramienta Power Bi



Anexo 3. Gráficos Power Bi. Natura Cosméticos. (2020). *Naturas Cosméticos*. Natura Cosméticos. <https://natura.co>

Anexo 4

SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

4.1 Programación de Actividades.

En mi permanencia en la empresa Natura Cosméticos, las principales actividades que debo llevar a cabo son la realización del estatus de cierre de ciclo de cada una de las gerencias de ventas. Así mismo realizar el seguimiento de pagos del modelo de CNE (consultora Natura Emprendedora) actualizando el estatus del dinero y enviando los reportes a cada una de las gerencias de ventas.

4.2 Cumplimiento de Objetivos Trazados

Ciclo	Semana	Actividad Desarrollada	Logro	Dificultad
1	1 a 2	Manejo e implementación de conceptos	Aprendizaje de los conceptos usados en la empresa	Cantidad de Conceptos
1	2 a 3	Descargar archivos para la elaboración del estatus	Avances en la elaboración del estatus	Tiempo de Descarga
1	2 a 3	Elaboración del estatus	Envío del Estatus Culminado	Tiempo Elaborándolo
1	3 a 4	Informe de Pagos Anulados	Actualización de datos	Manejo de la plataforma
1	4 a 5	Seguimiento de Pagos	Envío del seguimiento a cada gerencia de ventas	Elaboración de Informe
1	5 a 6	Actualización de puntos	Envío de los puntos actualizados	Descarga de los datos
2	1 a 3	Elaboración del estatus	Envío del Estatus Culminado	Tiempo Elaborándolo
2	2 a 3	Informe de Pagos Anulados	Actualización de datos	

				Manejo de la plataforma
2	3	Seguimiento de Pagos	Envío del seguimiento a cada gerencia de ventas	Elaboración de Informe
2	4	Actualización de puntos	Envío de los puntos actualizados	Descarga de los datos