

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

CENTRAL DE REPUESTOS HONDUREÑA, CENTRHO

SUSTENTADO POR:

JAVIER ALEJANDRO ANDINO SORIANO

11751122

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL E

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

TEGUCIGALPA, M.D.C.

HONDURAS, C.A

SEPTIEMBRE, 2022

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado:

A Dios, porque ha sido la principal razón de no rendirme en el camino y dar lo mejor de mi persona a pesar de los obstáculos, problemas y los malos momentos vividos en esta increíble experiencia universitaria.

A mis progenitores Carlos Andino y Blanca Soriano que, con su cariño interminable y apoyo incondicional, han sido el motor que me dio las fuerzas necesarias para cumplir esta importante meta en mi vida.

A mis hermanos, familiares y amigos, por sus muestras de apoyo, a través de consejos, oraciones y sabias palabras que han sido clave para hacer de mi un mejor estudiante y, sobre todo, una mejor persona.

Finalmente, también quiero dedicar este trabajo a todas esas personas que aportaron tanto positiva como negativamente a mi formación profesional, pues de alguna manera ayudaron a crear y formar esas cualidades y fortalezas que hoy en día me hacen una persona madura, capaz de superar cualquier reto que me proponga en la vida.

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero y profundo agradecimiento a una gran empresa con gran trayectoria como lo es Central de Repuestos Hondureña, CENTRHO, gracias por abrirme las puertas de su valiosa organización, no me alcanzan las palabras para decir lo agradecido que estoy con brindarme esa oportunidad única.

También agradecer al Licenciado Allan Valenzuela, MBA, por ser un gran jefe durante el tiempo que duró la práctica profesional, gracias por la amabilidad y hospitalidad que recibí todos los días dentro de las instalaciones de la empresa.

Javier Andino

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	VI
INTRODUCCIÓN	VIII
CAPÍTULO I: GENERALIDADES	1
1.1. Objetivo General	1
1.2. Objetivos específicos	1
1.3. Descripción de la empresa	1
1.4. Misión	2
1.5. Visión	2
1.6. Valores	3
1.7. Tipo de estructura de la empresa.....	3
1.8. Organigramas de la empresa	4
1.9. Descripción del departamento donde se realiza la práctica profesional.....	7
1.10. Productos y servicios	8
1.11. FODA Estratégico	12
1.12. Identificación de problemas	13
CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN	14
2.1. Inducción.....	14
2.2. Creación del manual de procesos y procedimientos	15
2.3. Levantamiento de proceso de departamento de créditos.....	16

2.4.	Levantamiento de proceso de venta de productos en mostrador.....	17
2.5.	Levantamiento de proceso de entrega y envío de productos/mercadería....	18
2.6.	Levantamiento de proceso de depósito de efectivo de caja	19
2.7.	Levantamiento de procesos del departamento de garantías	20
2.8.	Inducción al sistema SAP.....	21
2.9.	Análisis de ventas de productos	22
2.10.	Análisis de ventas de equipos.....	23
2.11.	Análisis de ventas de bandas	24
2.12.	Análisis de ventas de balineras.....	24
2.13.	Visita técnica a sucursal	25
2.14.	Análisis de ventas de productos para llantas	26
2.15.	Análisis de ventas de químicos.....	27
2.16.	Actualización de los reportes de ventas.....	28
2.17.	Mejora de las descripciones de datos maestros de bandas	29
2.18.	Mejora de las descripciones de datos maestros de mangueras	30
2.19.	Mejora de las descripciones de datos maestros de filtros.....	31
2.20.	Mejora de las descripciones de datos maestros de equipos	32
2.21.	Mejora de las descripciones de datos maestros de productos para llantas	
	32	
2.22.	Mejora de las descripciones de datos maestros de químicos.....	33

2.23. Mejora de las descripciones de datos maestros de balineras	34
CAPÍTULO III: IDENTIFICACIÓN DE PROPUESTAS E IMPACTO DESEABLE	36
3.1. Actividades de mejora implementadas.....	36
3.1.1. Manual de procesos y procedimientos	36
3.1.2. Reportes de ventas con herramientas de inteligencia de negocios.....	37
3.1.3. Mejora de descripciones de la base de datos de productos	37
3.2. Propuesta de mejora	38
3.2.1. Utilización de herramientas y recursos para la inteligencia de negocios	38
3.2.2. Uso de softwares de inteligencia de negocios	38
3.2.3. Creación de un SharePoint	39
3.2.4. Centro de reportes empresariales en línea.....	39
3.3. Impacto de la propuesta de mejora.....	41
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
4.1. CONCLUSIONES	49
4.2. RECOMENDACIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	52
GLOSARIO	53
ANEXOS	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Valores de la empresa	3
Tabla 2. Productos de la empresa	11
Tabla 3. Servicios de la empresa	12
Tabla 4. FODA Estratégico	13
Tabla 5. Total de presupuesto necesario	43
Tabla 6. Matriz de impacto de la propuesta de mejora	46
Tabla 7. Indicadores clave	47
Tabla 8. Matriz de indicadores	47
Tabla 9. Visión estratégica.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Estructura Jerárquica	4
Ilustración 2. Organigrama Sucursal Tegucigalpa.....	5
Ilustración 3. Organigrama Sucursal San Pedro Sula	5
Ilustración 4. Organigrama Sucursal Choluteca	6
Ilustración 5. Organigrama Sucursal La Ceiba	6
Ilustración 6. Organigrama Sucursal Santa Rosa de Copán	7

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo se muestran las actividades realizadas durante el tiempo de duración de la práctica profesional. Se han sumado esfuerzos con el departamento de ventas de la empresa Central de Repuestos Hondureña, CENTRHO ante la falta de un manual de procesos y procedimientos que contuviese todos aquellas actividades, tareas y responsables encargados de realizarlas y cumplirlas. Es de suma importancia contar con este documento, pues sirve de guía para todos aquellos colaboradores que necesiten saber de cómo se realizan ciertas actividades, qué pasos se deben seguir y todas aquellas personas que están involucradas. Es importante porque resulta ser el documento que respalda y sirve de apoyo a la hora de implementar mejoras, encontrar fallas y solucionar los problemas de manera eficaz y eficientes, haciendo un buen uso de los recursos disponibles en la organización.

Esto conlleva un trabajo profundo y la suma de esfuerzos entre jefes y encargados de todos los departamentos que conforman a la organización. Entre más colaboradores participen en una elaboración efectiva del manual de procesos y procedimientos, mayor será su exactitud en cuanto los detalles, actividades y funciones que se llevan a cabo.

También, se presenta la necesidad de apoyar al departamento de ventas de una manera innovadora para una mejor y más rápida toma de decisiones, involucrando nuevos métodos, procesos y herramientas que enriquecen los análisis necesarios para cumplir responsablemente con las operaciones dentro de la organización. El departamento de ventas es un área fundamental para las empresas debido a que es donde se crean las diversas estrategias y planes para lograr un objetivo, el cual es obtener ganancias con la venta de productos y servicios.

El uso de técnicas y herramientas asociadas a la inteligencia de negocios resulta en una gran oportunidad para innovar al departamento de ventas, y mejorar sus procesos para conseguir el máximo beneficio posible. La existencia de herramientas de inteligencia de negocios, como Microsoft Power BI, son de gran apoyo para el análisis de los datos empresariales, sin importar el tamaño de la organización, incentivando a salir del statu quo que puede llegar a ser poco beneficioso en un mercado tan incierto y que crece exponencialmente al cambio tecnológico.

El mayor resultado es involucrar a todas las áreas y departamentos a implementar métodos y herramientas mucho más innovadoras que las usadas en años anteriores, con tal de estar siempre a la vanguardia, y no ajenos al cambio producido por las nuevas, y mucho más exigentes, necesidades y demandas de los clientes.

También se logró crear una nueva forma de aprovechar y analizar los datos e información de la empresa, para convertirla en una valiosa virtud y que pueda representar una ventaja competitiva gracias a los esfuerzos que se hagan con el fin de siempre estar un paso adelante ante la gran competencia, más en un rubro muy demandado como al que pertenece CENTRHO.

INTRODUCCIÓN

Un mercado extremadamente cambiante, exige de respuestas mucho más rápidas y de igual manera, mucho más efectivas para no sucumbir en el intento. Las organizaciones en constante evolución se caracterizan por ser resilientes y adelantarse a problemas que surgen en el irregular camino empresarial. Las empresas innovadoras siempre serán las líderes en sus diferentes industrias o rubros, ya que cumplen con las necesidades y demandas de los clientes de una forma personalizada, rápida y efectiva.

La inteligencia de negocios representa la ventaja actual de la que muchas empresas puede aprovecharse para destacar entre la amplia y agresiva competencia. Con nuevos métodos, nuevas herramientas y tecnologías más innovadoras, las empresas hoy pueden generar ventaja competitiva con el uso inteligente de sus datos y de su información.

El presente informe contiene las actividades realizadas por su autor en el periodo de práctica profesional realizado en la empresa Central de Repuestos Hondureña, CENTRHO, en el cual se lleva a cabo tareas relacionadas a la administración tradicional y también al enfoque del business intelligence (inteligencia de negocios) para ayudar a la empresa a generar valor, utilizando los datos que tienen a la mano, creando estrategias innovadoras y generar una cultura basada en los datos, saliendo del status quo, que puede ser muy peligroso a la hora de afrontar los inesperados cambios del mercado.

Según exponía John M Keynes, la dificultad no reside en las nuevas ideas, sino en la huida de las antiguas.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES

El presente capítulo aborda los aspectos generales relacionados a la empresa Central de Repuestos Hondureña, CENTRHO; detallando como primer inciso los objetivos, general y específicos, de la práctica profesional. También incluye información general de la empresa, una breve descripción, la misión y visión, los valores de la empresa y su tipo de estructura.

Aspectos como los productos y servicios, y el análisis FODA sobre la empresa también son incluidos a lo largo de este primer capítulo del informe.

1.1. Objetivo General

Diseñar un sistema de recolección y análisis de datos para el departamento de ventas de la empresa CENTRHO, que se opere a través de la plataforma de Microsoft Power BI para una toma de decisiones más eficiente, diseño a finalizarse en el mes de septiembre del año 2022.

1.2. Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa, a fin de identificar áreas de mejora.

Crear un manual general de procesos y procedimientos claves actualizados de los departamentos de la empresa.

Identificar herramientas tecnológicas que se pueden implementar en el departamento de ventas mejorando la experiencia de compra del cliente.

1.3. Descripción de la empresa

Central de Repuestos Hondureña (CENTRHO) nace hace más de 40 años como una oportunidad de ofrecer productos innovadores para el creciente mercado hondureño de aquel momento. CENTRHO es una empresa dedicada al comercio de productos y soluciones en el

rubro de repuestos, con 42 años de experiencia brindando soluciones a sus clientes en el área de repuestos automotrices, industriales, agroindustriales, agrícolas, constructoras, maquilas, entre otros. CENTRHO es la empresa líder en el mercado automotriz, ofreciendo los más altos estándares de calidad en sus productos y servicios, de la mano del mejor servicio postventa en la actualidad, estableciendo un vínculo único y estrecho con el cliente, el cual ha sido una de sus mejores cualidades a lo largo del tiempo.

CENTRHO Repuestos ofrece al cliente la mejor solución para sus problemas, contando con servicios de entregas a domicilio a diferentes partes del país, cubriendo 17 de los 18 departamentos del territorio hondureño, y capacitaciones constantes a su personal, como parte de la mejora constante, y también a la clientela que lo demande. Tiene presencia de sucursales en 5 departamentos del país, donde la sucursal de Tegucigalpa actúa como cede principal, y sus sucursales en San Pedro Sula, Ceiba, Santa Rosa de Copán y Choluteca representan el gran éxito y perseverancia empresarial que ha tenido por más de 4 décadas de historia.

1.4. Misión

Somos una empresa dedicada al servicio y venta de repuestos y equipos automotrices e industriales, de primera calidad; con un compromiso por satisfacer las necesidades de nuestros clientes y brindando un servicio técnico que diferencie a CENTRHO de las demás empresas del rubro.

1.5. Visión

Ser siempre la empresa de venta de repuestos y equipos automotrices e industriales con el mayor crecimiento de ventas a nivel nacional, garantizando servicios y productos de la mejor calidad y satisfaciendo las necesidades nuestros clientes.

1.6. Valores

CENTRHO Repuestos tiene tres pilares fundamentales como valores impregnados en su razón de ser como empresa, que permiten dar la mejor atención a sus clientes creando relaciones únicas y sostenibles, esos tres valores son:

COMPROMISO	HONESTIDAD	TRABAJO
El compromiso de CENTRHO para con sus clientes es permanente, manteniendo una constante comunicación y retroalimentación de sus productos, creando fuertes vínculos comerciales.	CENTRHO garantiza la calidad de sus productos y servicios, y responde de inmediato por cualquier problema que se suscite con sus clientes.	El trabajo duro, responsable y bien hecho son frutos de cada día en CENTRHO, donde existe la exigencia de hacer el mejor trabajo posible y dejar al cliente plenamente satisfecho.

Tabla 1. Valores de la empresa

Fuente: Elaboración propia

1.7. Tipo de estructura de la empresa

Según Peter F. Drucker, una estructura organizativa pobre imposibilita el buen trabajo, sin importar cuan buenos sean sus colaboradores.

El modelo o estructura organizacional se define como la forma en la que se distribuyen los departamentos, actividades, grupos y profesionales en una empresa, donde cada área de una compañía debe estar altamente alineada a sus objetivos en común. (Robbins et al., 2009)

CENTRHO repuestos posee un tipo de estructura organizacional jerárquica, ya que la organización depende de las decisiones de una administración centralizada.



Ilustración 1. Estructura Jerárquica

Fuente: Internet (2.2 Estructura Organizacional - Gestión Empresarial BI, s. f.)

1.8. Organigramas de la empresa

Actualmente, CENTRHO Repuestos cuenta con presencia en cinco departamentos del territorio hondureño. Con sus oficinas principales en la sucursal de Tegucigalpa, ubicada en el departamento de Francisco Morazán, posee el organigrama más amplio debido a su tamaño. La sucursal de San Pedro Sula, ubicada en Cortes, es la segunda en tamaño. Las sucursales de La Ceiba, Choluteca y Santa Rosa de Copán, ubicadas en los departamentos de Atlántida, Choluteca y Copán respectivamente, son muy similares en tamaño organizacional.

A continuación, se presentan los organigramas empresariales de las cinco sucursales:

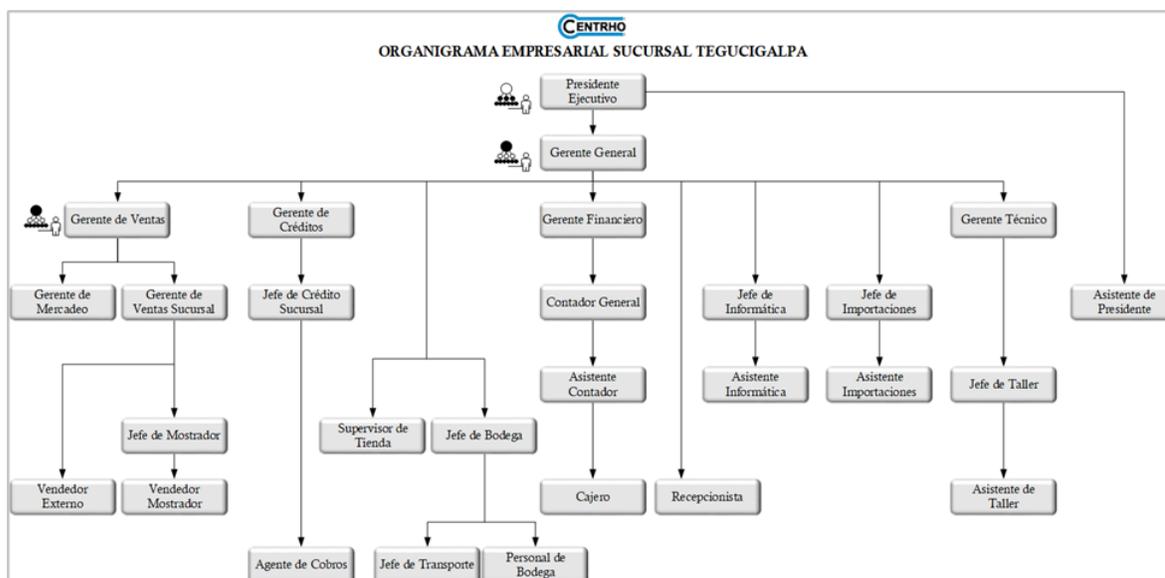


Ilustración 2. Organigrama Sucursal Tegucigalpa

Fuente: Elaboración propia

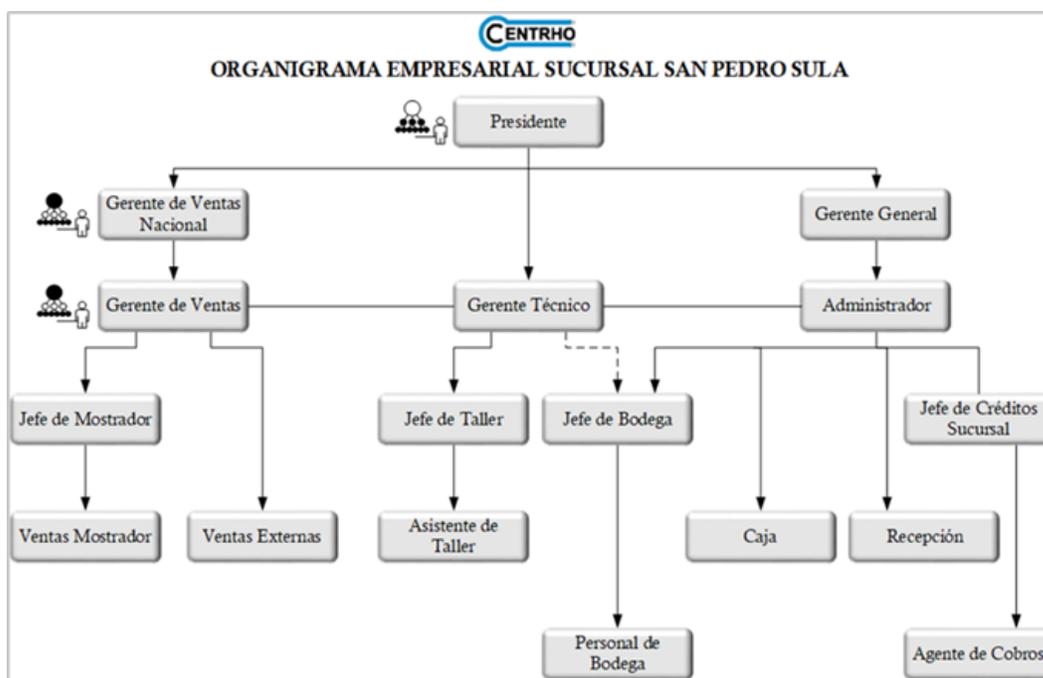


Ilustración 3. Organigrama Sucursal San Pedro Sula

Fuente: Elaboración propia

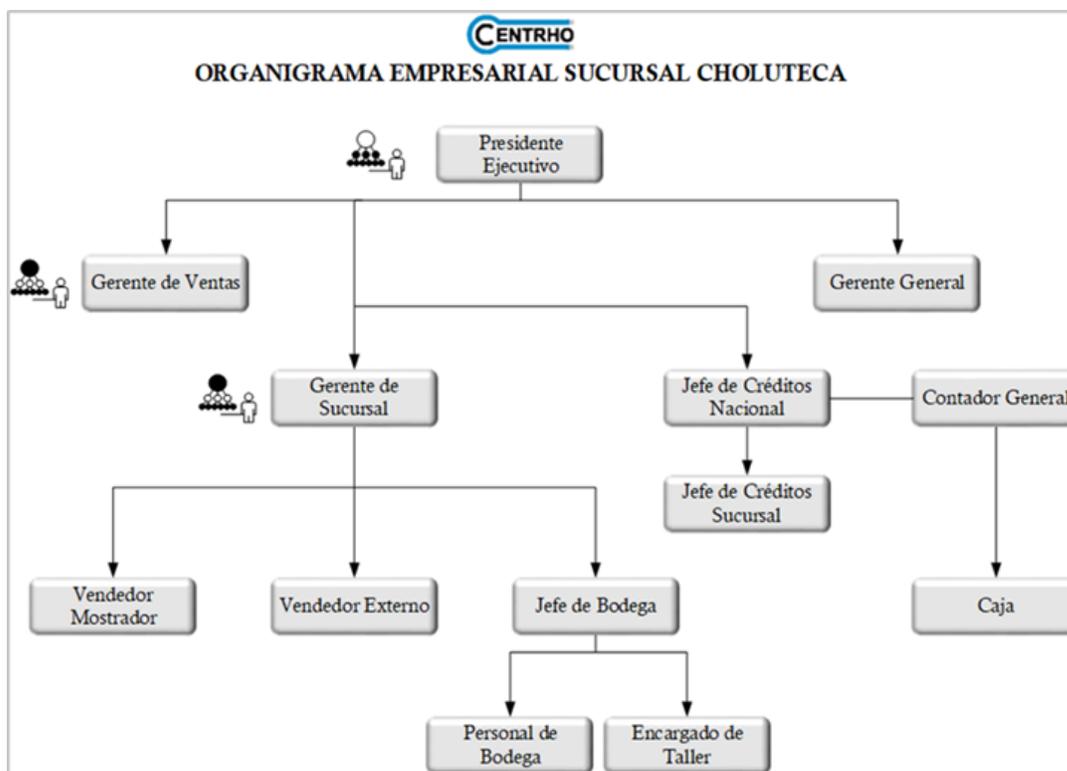


Ilustración 4. Organigrama Sucursal Cholteca

Fuente: Elaboración propia

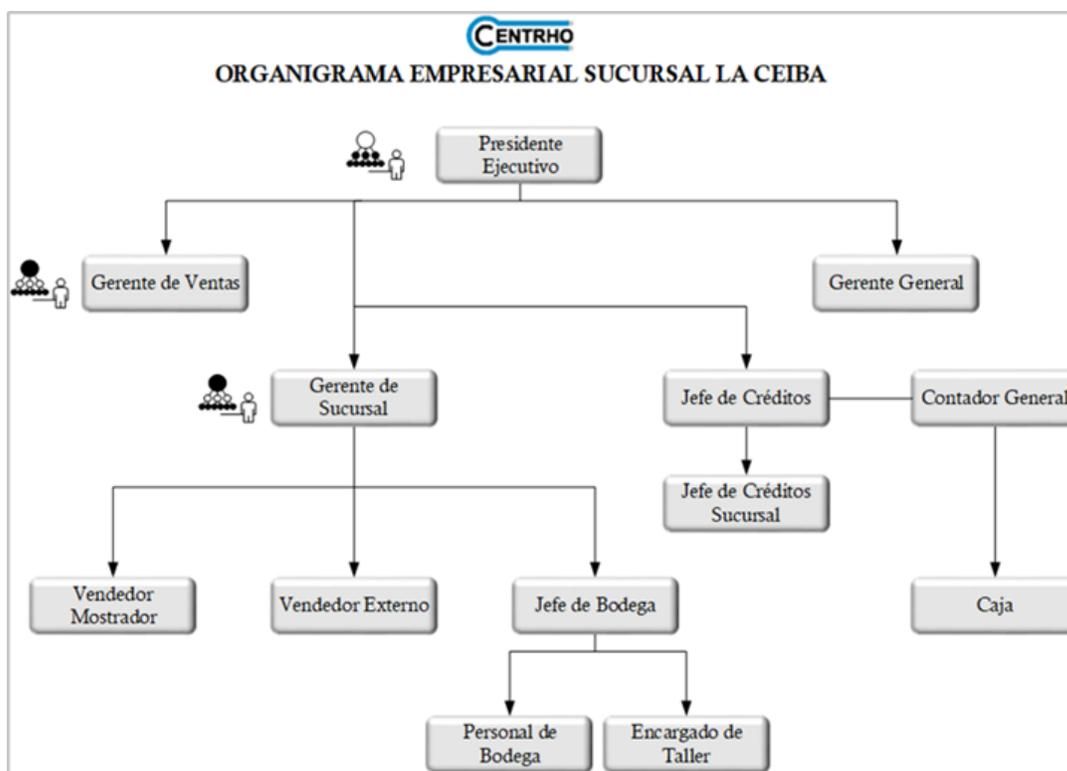


Ilustración 5. Organigrama Sucursal La Ceiba

Fuente: Elaboración propia

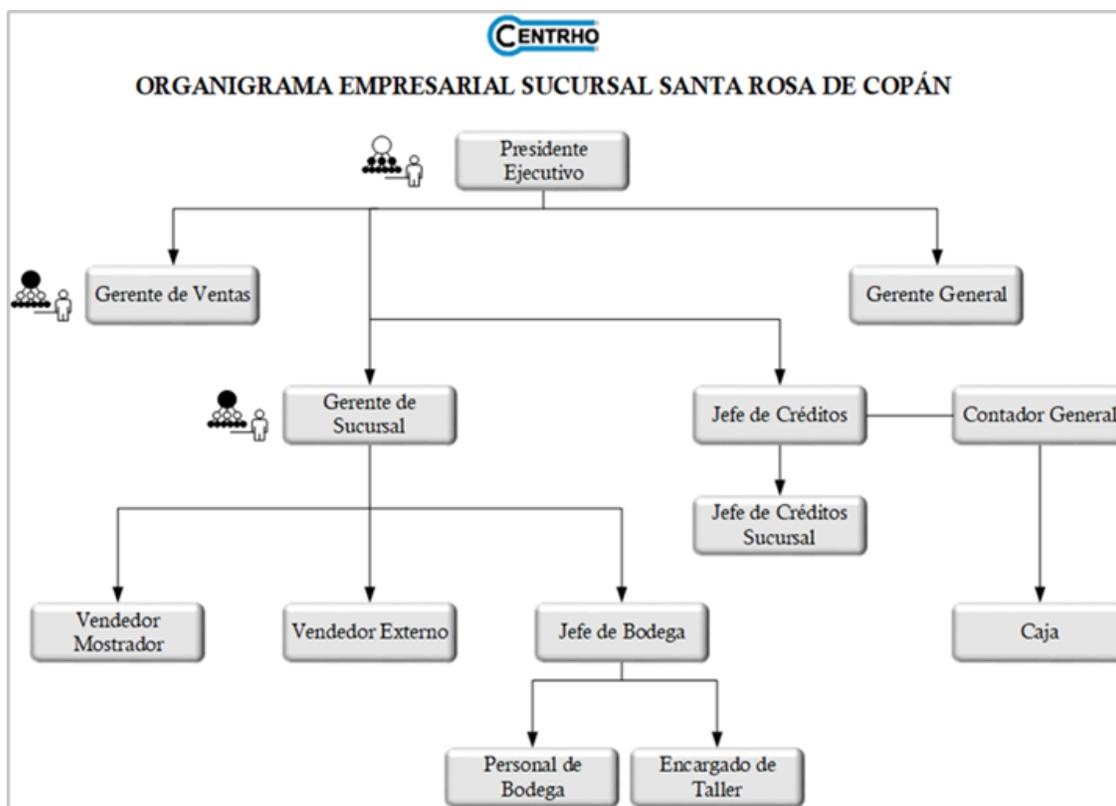


Ilustración 6. Organigrama Sucursal Santa Rosa de Copán

Fuente: Elaboración propia

1.9. Descripción del departamento donde se realiza la práctica profesional

El departamento de ventas de Central de Repuestos Hondureña se encarga de la distribución, planeación y organización de las ventas que se realizan día a día dentro de la empresa. Su relación con los clientes es muy importante, ya que es casi directa, por lo tanto, es un departamento que debe ser muy responsable, mantener una buena relación con los clientes, ofreciendo el mejor servicio y los mejores productos, así como las mejores soluciones a las necesidades de estos. También se encarga de revisar, preparar y organizar las entregas de pedidos de una manera efectiva, creando las mejores estrategias para su fuerza laboral, también las mejores prácticas para aumentar la satisfacción del cliente. El gerente de ventas es el principal encargado de cumplir de manera óptima con todas las responsabilidades de este departamento

1.10. Productos y servicios

CENTRHO Repuestos cuenta con un amplio catálogo de productos que son parte del vital crecimiento y éxito que la empresa ha logrado durante más de cuatro décadas de operación. Sus productos se dividen en tres grandes categorías. Los repuestos, los accesorios y los equipos industriales.

La tabla 2 muestra a detalle cada categoría de los productos y una breve especificación:

Marca	Producto	Especificación
REPUESTOS		
NTN	Rodamientos y Chumaceras	Con más de 2500 modelos en stock de rodamientos, somos la empresa con la mayor variedad de inventario.
WIX Filters	Filtros	Para aplicaciones automotrices, industriales, agrícolas, equipos de construcción, etc. También contamos con filtros de aire, combustible, cabinas para cajas de transmisión automática.
GATES, KURIYAMA, ALAFLEX Y FLEXUST	Mangueras	Para aplicaciones Hidráulicas, automotriz moldeada, aire, irrigación, alimenticia, derivados del petróleo, sustancias químicas, ácidos, succión, vacío, asfalto, mangueras termoplásticas, etc.
GATES	Bandas	Contamos con un stock de más de 3000 modelos de bandas. Nuestras bandas son de calidad y para todo tipo de aplicaciones: automotrices,

			industriales, equipos, maquinarias, maquilas y más.
NATIONAL SEALS y WLK	OIL	Sellos y retenedores	Disponemos de retenedores de alta precisión a la hora de sellado para aplicaciones automotrices, hidráulicas, bombas y todo tipo de motor.
STANT		Abrazaderas	Contamos con abrazaderas metálicas standard y de uso general para cableados, tuberías de energía, eléctricas, automóviles, industria naval, plantas petroquímicas, construcción, etc.
LOVEJOY		Transmisión y potencia	Contamos con transmisores de potencia tipo mordaza, mordaza y fricción, mordaza curva, S-Flex, control de movimiento, engranajes, rejillas, disco, torsionales y velocidad variables bloque de eje.
PT COUPLING JASON INDUSTRIAL.	y	Acoples	Maneje la conexión y desconexión rápida para manejar una amplia variedad de fluidos y gases, especialmente aire y aceite hidráulico.
		Fitinería	Ofrecemos una amplia gama de figuras de fitinería de bronce para todo tipo de conexiones de baja y alta presión.
		Tornillería	Contamos con todo tipo de tuercas, arandelas, birlos, herrajes, anclas y elementos de sujeción, con la mejor calidad, para todo tipo de aplicación, tanto para motores y maquinarias.

AMERICAN ROLLER	Rodillos para bandas transportadoras	Distribuimos rodillos para bandas transportadoras utilizadas en aplicaciones industriales, minería, agroindustria, personas y todo tipo de aplicaciones de carga y descarga.
CIVACON	Productos para carros cisterna	Contamos con todo tipo de válvulas, manholes, manifold, tapones, acoples, sensores electrónicos y muchos más.
ACCESORIOS		
CHEVRON	Lubricantes	Contamos con lubricantes en la marca CHEVRON, con sus líneas URSA, HAVOLINE y DELO, para aplicaciones automotrices, equipo pesado y maquinaria.
WILLIAMS CENTURY	Y Herramientas Químicos	Encuentre todo lo que necesita en herramientas para equipar su taller. Para todo tipo de aplicaciones automotrices e industriales. Contamos con silicones, pegamentos, fijadores, removedores, pasta esmeriladora, protectores, penetrantes, solventes, marcadores industriales, fluidos para corte y rectificado de metales, etc.
REMA TIP-TOP	Insumos para llanteras	Tenemos a su disposición un amplio stock en insumos para llanteras, tales como parches, pegamentos y herramientas.
EQUIPOS		
BENDPAK	Elevadores	Contamos con un amplio stock en elevadores de 2 y 4 postes para vehículos y motos.

SAMOA y PLEWS	Lubricación y engrase	Bombas recolectoras de aceite quemado, contadores de grasa y aceite, sistemas de gestión electrónico, pistolas, filtros, equipos de control, dispensadores, canaletas para enrolladores, recuperadores y enrolladores. Engrasadoras, agujas, aceiteras, llaves saca filtros, bombas rotatorias, etc.
	Gatos hidráulicos	Prensas y Gatas hasta de 100ton., Gatas Lagarto hasta de 15ton. Equipos para enderezar carrocerías, Spanders, porta barriles, pistones industriales, grúas, gatas de fosa, pullers y gatas carretilla.
RANGER, JOHN BEAN, MEGA. Y MOC	Desarmadora de llantas	Contamos con desarmadoras de llantas para vehículos livianos, pesados y motocicletas.
RANGER, JOHN BEAN, MEGA. Y MOC	Balanceadora de llantas	Contamos con balanceadora de llantas para vehículos livianos, pesados y motocicletas.
	Equipo para taller	Equipos para enderezar carrocerías, Spanders, porta barriles, pistones industriales. También tenemos cargadores de baterías, hidro lavadoras, motobombas de presión, pistolas de impacto, gatas especiales, aspiradoras, grúas, dobladoras de tubo, tecles y compresores, etc.

Tabla 2. Productos de la empresa

Fuente: Página web de la empresa. (*CENTRHO - Inicio*, s. f.)

La tabla 3 muestra a detalle cada servicio ofrecido por la empresa:

Servicio	Detalle
GARANTÍA	En todos nuestros equipos y servicios.
INSTALACIÓN GARANTIZADA	De los equipos que vendemos.
MANTENIMIENTO CORRECTIVO Y PREVENTIVO	De equipos adquiridos con nosotros
CAPACITACIONES Y TALLERES PRÁCTICOS	Sobre el manejo del equipo
SERVICIOS 24 HORAS	Siempre atentos a cualquier emergencia en su equipo

Tabla 3. Servicios de la empresa

Fuente: Página web de la empresa. (*CENTRHO - Inicio*, s. f.)

1.11. FODA Estratégico

	<p>Fortalezas-F</p> <p>F1. Experiencia en el mercado F2. Presencia en 5 grandes ciudades F3. Portafolio amplio de marcas F4. Solidez financiera F5. Presencia de la fuerza de ventas a nivel nacional F6. Relaciones duraderas con proveedores F7. Personal capacitado</p>	<p>Debilidades-D</p> <p>D1. Toma de decisiones centralizada D2. Alta rotación de la fuerza laboral D3. Falta de definición de procedimientos D4. Control de inventario limitado</p>
<p>Oportunidades-O</p> <p>O1. Líneas de producto más especializadas O2. Apertura de nuevas sucursales O3. Enfoque de crecimiento y profundización en líneas actuales</p>	<p>Estrategia FO</p> <p>Aprovechar la experiencia en el mercado para la integración inteligente de nuevas líneas de productos más especializadas evaluando las posibilidades de expandirse a mercados con características</p>	<p>Estrategia DO</p> <p>Incentivar la mejora en el control de inventarios para ampliar el conocimiento sobre las líneas de productos actuales y buscar la especialización técnica del personal de ventas. (D4, O3)</p>

O4. Diversificación de la empresa hacia nuevos mercados	favorables para la empresa. (F1 con O1 y O4)	
Amenazas-A A1. Inestabilidad política A2. Competencia extranjera creciente A3. Dependencia de divisas A4. Crisis económica nacional A5. Crisis en la cadena de suministros A6. Pandemias A7. Conflictos internacionales	Estrategia FA Promover la capacitación continua del personal para enfrentar problemas que puedan surgir en la cadena de suministros y ser capaces de trabajar de diferentes formas ante pandemias y crisis sanitarias. (F7 con A6 y A7)	Estrategia DA Promover la toma descentralizada para afrontar de manera rápida las crisis internacionales y la alta competencia local y extranjera. (D1 con A8 y A5)

Tabla 4. FODA Estratégico

Fuente: Elaboración propia

1.12. Identificación de problemas

Por medio de una reunión presencial con el gerente de ventas nacional se determinó que CENTRHO Repuestos no cuenta con un manual de procesos y procedimientos establecido, lo cual puede crear ciertos retrasos a la hora de auditorías que se deseen realizar, y también no existe tal documento para consultas que se puedan generar en posibles reestructuraciones o implementaciones de nuevos y mejores procesos con un enfoque innovador.

A pesar de que esto puede resultar más en una gran oportunidad de crecimiento ante la gran competencia en el rubro actual, la empresa no hace uso de herramientas de inteligencia de negocios, punto que podría generarles ventaja competitiva a favor y así tomar decisiones mucho más certeras y efectivas en todos los niveles de la organización.

CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN

En el presente capítulo del informe se presentan las actividades realizadas por el practicante en la empresa. Inicialmente el jefe inmediato de la empresa tenía una serie de actividades ya establecidas para que el alumno practicante pudiera realizar su práctica profesional en CENTRHO Repuestos, pero a petición de la jefatura académica de la facultad de ciencias administrativas, petición que consta de realizar también actividades altamente relacionadas con la rama de la licenciatura por la cual el estudiante estaba optando.

Se llegó a un acuerdo con la empresa para evaluar los temas involucrados en la inteligencia de negocios y así poder realizar actividades y proyectos ligados a una implementación de técnicas y herramientas propias de la inteligencia de negocios, una cultura más innovadora y encaminada al uso de tecnologías para el uso efectivo de sus datos e información.

2.1. Inducción

CENTRHO Repuestos siempre abre sus puertas para recibir practicantes y ayudar a la formación profesional de cada uno de los estudiantes que han pasado por sus instalaciones. Como primera actividad, el gerente de ventas nacional, jefe inmediato del alumno practicante, se encargó de mostrar las instalaciones de la sucursal de Tegucigalpa, donde el practicante realizó sus actividades, enseñando la ubicación de cada una de las áreas que conforman la estructura empresarial.

Descripción de la actividad

El gerente general presentó personalmente al practicante a cada uno de los colaboradores presentes, con tal de mantenerlos informados acerca de la presencia del practicante durante las diez semanas de duración de la práctica profesional, y así poder

ayudarle y atenderle en caso de necesitar información o ayuda con algunas de las actividades establecidas por el departamento de ventas. Luego de terminada la inducción, el jefe y el practicante mantuvieron una reunión para organizar las actividades con las que se empezaría a trabajar inmediatamente, logrando así ponerse de acuerdo y que el practicante pudiera elaborar una lista de tareas que tuvo que desempeñar para poder empezar a trabajar con lo solicitado. Todo esto se llevó a cabo el día 20 de abril de 2022, siendo el primer día de práctica profesional.

Observaciones

El practicante se sintió muy bien recibido el primer día del periodo oficial de la práctica profesional, conoció muy bien la distribución de todas las áreas de la empresa de la sucursal principal de la empresa, y se le otorgó un espacio digno y suficiente para realizar sus responsabilidades y tareas.

2.2. Creación del manual de procesos y procedimientos

Un manual de procesos es una de las herramientas más necesarias y fundamentales en la administración de cualquier empresa. Este documento puede servir de guía para establecer todas las actividades, tareas y procedimientos que se llevan a cabo dentro de la organización, por lo tanto, es importante contar con un manual establecido donde todas las áreas de la empresa puedan consultar algún punto o duda en específico y poder realizar mejoras continuas o detectar fallas, debilidades u oportunidades en cuanto a los procesos. (pyh, s. f.)

Descripción de la actividad

El practicante organizó una lista que contiene las áreas y departamentos con las que se empezó a documentar los procesos de cada una, logrando una guía de seguimiento acordada con su jefe inmediato, de esta manera, mantener un orden claro y que facilite las

entrevistas con los diferentes jefes de los departamentos para iniciar con el levantamiento respectivo de los procesos y actividades.

Observaciones

La organización para los levantamientos de los procesos fue realmente sencilla, pues se pudo notar las áreas donde se encontraban cada departamento dentro de las instalaciones.

2.3. Levantamiento de proceso de departamento de créditos

El departamento de créditos en la empresa se encarga de gestionar todos aquellos créditos vigentes, así como también, evaluar y aprobar nuevas solicitudes de créditos que los clientes hayan pedido, también, realizar los cobros y hacer los depósitos del efectivo de créditos. El levantamiento de proceso consiste en realizar una entrevista con los responsables de las actividades o tareas involucradas en el proceso, para obtener información que facilite la creación de una ficha y flujograma de proceso.

Descripción de la actividad

Se inició con el levantamiento del proceso involucrado en el departamento de créditos, empezando por entrevistar a la jefe de departamento de créditos para recabar y obtener la información necesaria de las tareas y actividades, así como los responsables de realizar las mismas. Con apuntes en libreta y grabando la entrevista para no entorpecer las operaciones del departamento, se logró obtener la información necesaria para empezar con la creación de los procesos de otorgar créditos a clientes y el cobro de créditos a clientes.

El practicante utilizó la herramienta y programa de Microsoft Visio, para la creación de los diagramas y flujogramas de los procesos de otorgamiento de créditos y gestión de cobros de créditos a clientes. Con la herramienta de Microsoft Word, se hizo el llenado de la ficha de levantamiento del proceso donde se describen las entradas, salidas, actividades y

responsables involucrados en los procesos. Esta actividad fue terminada en dos días y medio aproximadamente. (Ver anexo 1)

Observaciones

La jefe de departamento de crédito fue muy amable y colaboró de la mejor manera dando información detallada de las actividades que el departamento realizaba y de los principales procesos involucrados, así como los responsables de cada actividad, siempre estuvo disposición y con profesionalismo.

2.4. Levantamiento de proceso de venta de productos en mostrador

Las ventas de productos en mostrador es la principal área donde se realizan las ventas a clientes y cuenta con tres subáreas, las cuales son mostrador, caja y entrega de mercadería. El levantamiento de proceso consiste en realizar una entrevista con los responsables de las actividades o tareas involucradas en el proceso, para obtener información que facilite la creación de una ficha y flujograma de proceso.

Descripción de la actividad

En esta actividad se continuó con la creación del manual de procesos. El siguiente departamento o área fue las ventas en mostrador de la sucursal, el practicante se reunió con el jefe de mostrador para realizar la debida entrevista y así obtener información necesaria para la creación de la ficha de levantamiento del proceso y el flujograma de los procesos de ventas de productos cuando el cliente visita la sucursal y cuando el cliente realiza una llamada telefónica para adquirir productos. El practicante siempre utilizó los programas Microsoft Visio y Microsoft Word para la elaboración del material relacionado a los procesos de ventas de productos, cobro de productos en la caja y entrega de mercadería. (Ver anexo 2)

Observaciones

Este resultó ser un proceso que contiene otros subprocesos, por lo tanto, fue necesario también entrevistar a esas personas encargadas de cada subárea de lo que son las ventas de productos en la sucursal.

2.5. Levantamiento de proceso de entrega y envío de productos/mercadería

Para el área de entrega y envío de mercadería se lleva a cabo de diferentes maneras ya que hay tres procesos involucrados puesto que la empresa envía productos o mercadería por tres medios diferentes, el jefe de bodega se encarga de supervisar estas actividades. El levantamiento de proceso consiste en realizar una entrevista con los responsables de las actividades o tareas involucradas en el proceso, para obtener información que facilite la creación de una ficha y flujograma de proceso.

Descripción de la actividad

Continuando con el manual de procesos, el practicante procedió a realizar el levantamiento de procesos en el área de bodega, reuniéndose con el jefe de bodega en una entrevista para obtener información acerca de tres diferentes actividades que bodega realiza para el envío y entrega de mercadería a clientes y/u otras sucursales de la empresa. El alumno practicante reunió toda la información de las tareas y los responsables, así como otras áreas involucradas en estos procesos y los diferentes documentos necesarios para las actividades, logrando crear la ficha y flujograma de los procesos de entrega de productos por ultra entregas, productos enviados por camión de CENTRHO y productos en bodega del parqueo anexo, siempre utilizando los programas de Visión y Word. Esta actividad tomo aproximadamente tres días en completarse. (Ver anexo 3)

Observaciones

El jefe de bodega ayudó con información bastante clara y específica de las diferentes actividades involucradas lo cual facilitó la entrevista con el practicante.

2.6. Levantamiento de proceso de depósito de efectivo de caja

El área de caja se encarga de realizar los cierres diarios del efectivo y este es entregado en su totalidad al encargado de depositar el efectivo y cheques en las respectivas cuentas de la empresa. El levantamiento de proceso consiste en realizar una entrevista con los responsables de las actividades o tareas involucradas en el proceso, para obtener información que facilite la creación de una ficha y flujograma de proceso.

Descripción de la actividad

El siguiente proceso en el cual se trabajó, fue el de depósito del efectivo que se recibe por la venta de los productos, donde el practicante se reunió de nuevo con la cajera encargada del área de caja, explicándole en la entrevista todas las actividades involucradas para hacer el depósito de dinero y cheques a las cuentas de la empresa, y también los responsables involucrados como por ejemplo en este proceso, el departamento de contabilidad y créditos que se encarga de realizar la actividad de depósito del efectivo. Por su parte, el practicante plasmó en la ficha de levantamiento de procesos, toda esta información recibida y creó el flujograma del proceso utilizando siempre ambos programas. (Ver anexo 4)

Observaciones

La persona encargada de caja explicó muy detalladamente todas las tareas que están bajo su responsabilidad en cuanto al depósito de efectivo de caja, y los detalles que debe tener en cuenta para no cometer errores que podrían afectar las cuentas de la empresa y los registros contables.

2.7. Levantamiento de procesos del departamento de garantías

El departamento de garantías en la empresa es prácticamente nuevo y se encarga de gestionar todos aquellos productos que cuentan con garantía, y mantener las relaciones con los clientes que han adquirido un producto que cuenta con garantía, así mismo, revisar que los requisitos se cumplan y que ambas partes cumplan con sus responsabilidades respecto al mantenimiento adecuado de los productos para poder cumplir con las garantías. El levantamiento de proceso consiste en realizar una entrevista con los responsables de las actividades o tareas involucradas en el proceso, para obtener información que facilite la creación de una ficha y flujograma de proceso.

Descripción de la actividad

El levantamiento y creación de procesos del departamento de garantías fue el último realizado antes de detener estas actividades y empezar a realizar tareas y responsabilidades relacionadas a la rama de la carrera que cursó el practicante. En este caso se crearon las fichas y flujogramas de los procesos de garantías y aplicación de las mismas. El practicante entrevistó al jefe encargado de llevar a cabo estas actividades y ayudó brindando una sustanciosa explicación de lo que realmente consistía el proceso de garantías de productos. De igual manera, todo se creó apoyándose de los programas antes mencionados. (Ver anexo 5)

Observaciones

El practicante pudo comprender muy bien la función de este departamento y todos los procesos involucrados en el mismo. El jefe del departamento de garantías fue muy amable en explicar y dar información detallada para contribuir en la creación del flujograma del proceso, recalcando la importancia de este departamento y la necesidad por la cual fue creado con tal de ofrecer servicios y productos de calidad.

2.8. Inducción al sistema SAP

Los sistemas de gestión de la información son herramientas de gran utilidad para las organizaciones, ya que cuenta con capacidad de almacenar información de todas las áreas de la empresa, así como generar análisis automáticos que ayudan a tomar decisiones a los gerentes y llevar un control exhaustivo de los departamentos y las actividades realizadas en cada uno de estos. El sistema SAP, es el utilizado en CENTRHO, donde se lleva registro y control de finanzas, ventas, inventario y mercadeo de todas las sucursales, así como de productos y servicios. La inducción consistió en explicar al practicante cómo funciona esta herramienta y lo útil que es para manejar toda la información de la empresa.

Descripción de la actividad

Con la finalidad de empezar a evaluar los posibles proyectos y actividades que se podrían realizar relacionadas al business intelligence, el practicante recibió una inducción y breve explicación del funcionamiento del sistema de información que la empresa utiliza, en este caso el sistema de SAP, que controla todas las áreas de la empresa. Luego sostuvo una reunión con el gerente de ventas, jefe inmediato del practicante, para detallar las actividades que él estaría realizando luego de la inducción, el gerente de ventas también recomendó empezar a evaluar la información relacionada a ciertos productos para empezar con el análisis de los datos de ventas y otras características. (Ver anexo 6)

Observaciones

El practicante recibió una buena inducción al sistema SAP, y se le explicó de qué manera él podía obtener información de la base de datos, a través de filtros propios que el sistema proporciona en el apartado de análisis de ventas, actividad con la cual el practicante iniciaría el análisis de estos datos haciendo uso de Microsoft Power BI.

2.9. Análisis de ventas de productos

El practicante solicitó información y base de datos de las ventas realizadas en el año 2021 hasta el mes de mayo de 2022 para empezar con el análisis de la misma. Se obtuvo la información y récord de las ventas de un producto en específico con el cual se iniciaría a trabajar, ya que la empresa cuenta con una amplia gama de diferentes productos y una base de datos muy extensa. El grupo de productos con el cual se empezó fue el de filtros específicamente de la marca WIX, donde el practicante se encargó de analizar los datos y comenzar con el proceso de extracción, transformación y carga de los datos para una previa preparación antes de ser usados en la creación de informes y reportes de ventas de ese producto.

Descripción de la actividad

La empresa CENTRHO Repuestos, no se encontraba tan sumergida en cuanto a los temas relacionados a la inteligencia de negocios, pues solamente se hacían los análisis y predicciones funcionales y necesarios para sus operaciones, pero sin el uso de programas y herramientas propias de BI, por ejemplo, Microsoft Power BI, MicroStrategy o Tableau. El practicante informó a su jefe inmediato que utilizaría el programa de Microsoft Power BI para la creación de visualizaciones de los datos de ventas de filtros y así ponerlos a disposición del gerente de ventas. El practicante terminó la creación del informe y se lo presentó al gerente de ventas, quien dio luz verde al trabajo realizado y asignó realizar el informe de otro producto. (Ver anexo 7)

Observaciones

Una de las primeras experiencias trabajando con datos de empresas reales y la creación de informes totalmente personalizados para el apoyo en el análisis de ventas de los productos de la empresa.

2.10. Análisis de ventas de equipos

Los análisis de ventas ayudan a tener un mejor panorama de las condiciones actuales de ventas y que productos generan el mayor beneficio a la empresa, con ellos también se pueden detectar debilidades en algunas líneas de productos y cuales conviene retener o dejar de vender, y así no descuidar los márgenes de ganancias. Los equipos industriales son productos importantes con los que cuenta la empresa, ya que permite cubrir ciertos segmentos de mercados que generan ingresos muy atractivos para la organización. De igual forma, es necesario estar al tanto de las ventas de estos equipos y sus inventarios para realizar pedidos efectivos y no generar gastos innecesarios.

Descripción de la actividad

El practicante extrajo la información de ventas del año 2021 y 2022 al 31 de mayo, para poder realizar la limpieza y transformación de datos de ventas de equipos en todas sus líneas y marcas con las que cuenta la empresa. También realizó el reporte de ventas a través de la creación del dashboard respectivo con las visualizaciones necesarias para analizar las ventas y realizar comparaciones entre las ventas actuales y las del año 2021. Entregó este reporte en línea a su jefe inmediato y dio ciertas indicaciones de uso del panel a través de la herramienta Power BI. Se terminó de crear el informe y solamente se actualiza semanalmente con los nuevos datos de ventas que se generen en los meses nuevos. (Ver anexo 8)

Observaciones

El practicante pudo realizar un buen trabajo ya que tiene acceso total a la información y manejo adecuado del sistema SAP, donde obtiene la información de la base de datos sobre las ventas de los equipos, de esta forma se pudo trabajar sin interrumpir las actividades de algún otro departamento.

2.11. Análisis de ventas de bandas

Los productos de bandas es otra línea de productos vendidos en CENTRHO, y que generan una gran cantidad de datos, por lo tanto, un análisis de ventas preciso ayuda a tomar decisiones mucho más rápido y efectivas. El análisis de ventas con Power Bi ayuda a visualizar de diferentes maneras los datos obtenidos de las ventas, así como la cantidad total vendida en un lapso de tiempo, en este caso el año 2021 y 2022, el importe de ventas total, la ganancia bruta y otros aspectos importantes, incluso de las 5 sucursales.

Descripción de la actividad

El practicante sustrajo de la base de datos la información necesaria para comenzar con la limpieza y transformación de los datos para facilitar la creación de los reportes de ventas y crear un modelo que beneficie el análisis de los datos para que las visualizaciones sean legibles y fáciles de entender para el gerente de ventas y de esta forma poder ver de otra forma los datos para tomar decisiones más precisas. Se terminó con el reporte y se entregó al gerente de ventas. Estas actividades toman en realizarse de 2 a 4 días según el volumen de los datos disponibles. Los reportes se actualizan semanalmente en línea. (Ver anexo 9)

Observaciones

El practicante se sintió realmente cómodo ya que su espacio de trabajo ayuda a mantenerse cómodo y así poder realizar su trabajo de manera efectiva. El gerente de ventas se adaptó realmente bien al uso de la herramienta y de igual forma, al uso de los dashboards en línea.

2.12. Análisis de ventas de balineras

Los productos de balineras es otra línea de productos vendidos en CENTRHO, y que generan una gran cantidad de datos, por lo tanto, un análisis de ventas preciso ayuda a tomar decisiones mucho más rápido y efectivas. El análisis de ventas con Power Bi ayuda a

visualizar de diferentes maneras los datos obtenidos de las ventas, así como la cantidad total vendida en un lapso de tiempo, en este caso el año 2021 y 2022, el importe de ventas total, la ganancia bruta y otros aspectos importantes, incluso de las 5 sucursales.

Descripción de la actividad

El practicante sustrajo de la base de datos la información necesaria para comenzar con la limpieza y transformación de los datos para facilitar la creación de los reportes de ventas y crear un modelo que beneficie el análisis de los datos para que las visualizaciones sean legibles y fáciles de entender para el gerente de ventas y así poder ver de otra forma los datos para tomar decisiones más precisas. Se terminó con el reporte y se entregó al gerente de ventas. Estas actividades toman en realizarse de 2 a 4 días según el volumen de los datos disponibles. Los reportes se actualizan semanalmente en línea. (Ver anexo 10)

Observaciones

Debido a la culminación de la fase número uno de la práctica profesional, esta actividad ha sido la última que se logró realizar relacionada a la creación de reportes en línea con los datos de ventas de los productos de la empresa. Se continuará con este tipo de actividades en la siguiente fase de la práctica profesional, debido a que aún faltan más líneas de productos por analizar.

2.13. Visita técnica a sucursal

Como antes se mencionó, la empresa cuenta con cinco sucursales a nivel nacional. Recientemente, a principios de este año específicamente, CENTRHO apertura una nueva sucursal en Santa Rosa de Copán, ubicada en el departamento de Copán. El practicante conoció estas nuevas instalaciones y la finalidad del viaje era también crear los descriptores de puestos de esta sucursal.

Descripción de la actividad

El practicante entrevistó a las cinco personas que trabajan en la sucursal de Santa Rosa de Copán, con el objetivo de obtener y apuntar todas las responsabilidades y actividades que estas personas tenían que hacer por el cargo que desempeñan. Se crearon los descriptores de puestos, que son formatos que contienen la información sobre estas actividades y tareas, el nombre del puesto y las funciones que desempeña dentro de la empresa. El practicante creó los formatos y culminó esta actividad entregando los cinco descriptores del puesto a su jefe inmediato.

Observaciones

El gerente de ventas nacional de la empresa fue muy amable por invitar cordialmente al practicante a conocer las instalaciones de la nueva tienda de CENTRHO, abierta a principios del presente año 2022.

2.14. Análisis de ventas de productos para llantas

Los productos para llantas (de la marca TIP TOP), es otra línea de productos vendidos en CENTRHO, y de igual forma, generan una cantidad considerable de datos, por lo tanto, un análisis de ventas preciso ayuda a tomar decisiones mucho más rápido y efectivas. El análisis de ventas con Power Bi ayuda a visualizar de diferentes maneras los datos obtenidos de las ventas, así como la cantidad total vendida en un periodo de tiempo, en este caso el año 2021 y 2022, el importe de ventas total, la ganancia bruta y otros aspectos importantes, incluidas las ventas de las cinco sucursales.

Descripción de la actividad

El practicante sustrajo de la base de datos la información necesaria para comenzar con la limpieza y transformación de los datos para facilitar la creación de los reportes de ventas de los productos para llantas, y crear un modelo que beneficie el análisis de los datos

para que las visualizaciones sean legibles y fáciles de entender para el gerente de ventas y así poder ver de otra forma los datos para tomar decisiones más precisas. Se terminó con el reporte y se entregó al gerente de ventas. Estas actividades toman en realizarse dos días o más, según el volumen de los datos disponibles. Los reportes se actualizan semanalmente en línea. (Ver anexo 11)

Observaciones

El practicante se sintió realmente cómodo ya que su espacio de trabajo ayuda a mantenerse concentrado y así poder realizar su trabajo de manera efectiva.

2.15. Análisis de ventas de químicos

Los productos o químicos de la marca MOC, es otra línea de productos vendidos en CENTRHO, y de igual forma, generan una cantidad considerable de datos, por lo tanto, un análisis de ventas preciso ayuda a tomar decisiones mucho más rápido y efectivas. El análisis de ventas con Power Bi ayuda a visualizar de diferentes maneras los datos obtenidos de las ventas, así como la cantidad total vendida en un periodo de tiempo, en este caso el año 2021 y 2022, el importe de ventas total, la ganancia bruta y otros aspectos importantes, incluidas las ventas de las cinco sucursales.

Descripción de la actividad

El practicante sustrajo de la base de datos la información necesaria para comenzar con la limpieza y transformación de los datos para facilitar la creación de los reportes de ventas de productos MOC, y crear un modelo que beneficie el análisis de los datos para que las visualizaciones sean legibles y fáciles de entender para el gerente de ventas y así poder ver de otra forma los datos para tomar decisiones más precisas. Se terminó con el reporte y se entregó al gerente de ventas. Estas actividades toman en realizarse dos días o más, según

el volumen de los datos disponibles. Los reportes se actualizan semanalmente en línea. (Ver anexo 12)

Observaciones

El practicante realizó el reporte de ventas con un mejor detalle, la práctica de anteriores reportes ayudó a mejorar las visualizaciones, uso del espacio y de los datos disponibles para el análisis.

2.16. Actualización de los reportes de ventas

CENTRHO es una empresa que cuenta actualmente con cinco sucursales, cada una con una excelente ubicación. Cada día se generan cientos de datos generados por las ventas que se realizan en cada sucursal, y que automáticamente se registran y almacenan en la base de datos del sistema SAP. Para mantener actualizados los reportes de ventas que se han creado de algunas líneas de productos, se debe tomar en cuenta estos nuevos datos que se obtienen día con día y así seguir alimentando con información las visualizaciones y gráficos. Esto puede ayudar a la gerencia a monitorear como se va comportando las ventas de esos productos durante cada semana, y así poder analizar de manera más rápida a final de mes, aspectos como la cantidad de productos vendidos, las ganancias por sucursal y los productos que más se vendieron en ese periodo de tiempo.

Descripción de la actividad

La actividad consiste en descargar los nuevos datos que se hayan obtenido cada semana, que comprende desde el lunes hasta el sábado al mediodía, para mantener actualizados los reportes en línea de las ventas de las diferentes marcas de los productos que se comercializan en CENTRHO. También era importante realizar los mismos pasos y procedimientos de extracción, transformación y carga de los datos, debido que el practicante tiene que revisar estos aspectos para realizar los reportes más efectivos y amigables para el

usuario. Luego se informaba al gerente de ventas cuando las actualizaciones ya hayan sido realizadas.

Observaciones

Este proceso no resultó ser tan tedioso, puesto que ya se tenía más experiencia y agilidad usando el software Microsoft Power BI, y la cantidad de datos resultaba ser menor que al principio de la creación de los reportes con datos del año pasado.

2.17. Mejora de las descripciones de datos maestros de bandas

La importancia de las bases de datos para las empresas es vital. En ellas se contiene toda la información de todos los productos y servicios que ofrece la organización, así como información de recursos humanos, los colaboradores, información financiera, ventas, inventario, entre otros. Mientras la información y los datos estén mejor almacenados, tanto en su calidad y disponibilidad para ser usados en los respectivos análisis o presupuestos necesarios para mantener las operaciones de la empresa, es importante lograr una armonía en la información, de manera que en un futuro si la empresa decida planificar y ejecutar proyectos innovadores y de inteligencia de negocios, esto ayude a simplificar ciertos procesos y tratar de hacerlos completamente automatizados con la ayuda de softwares y herramientas complementarias.

Descripción de la actividad

Se inició el trabajo con los datos maestros de la línea de bandas, donde se descargó del sistema SAP, la información sobre estos datos maestros. Los datos maestros son aquellos que contienen el código único, la descripción, fabricante, unidades disponibles y el estado (activo o inactivo) de los productos que ofrece la empresa. Se revisó cada uno de estos datos para encontrar ciertos errores de ortografía y errores de dedo como ser: espacios de más, caracteres repetidos o redundantes, palabras incompletas, entre otros. De esta manera se

corrigieron todos estos detalles encontrados y se mejoró la estructura de las descripciones, haciendo una separación entre paréntesis que contienen información más específica como las medidas del producto, tamaño, diámetro u otras especificaciones que los vendedores necesitan para identificar los productos a la hora de ser vendidos. (Ver anexo 13)

Observaciones

Para el practicante fue una experiencia nueva, ya que se trabajó con información importante de la empresa y no se podía cometer ningún error en el proceso para no entorpecer otras actividades en otras áreas, también los cambios se validaron con el gerente de ventas y el jefe de mostrador.

2.18. Mejora de las descripciones de datos maestros de mangueras

El trabajo de mejora de la base de datos de productos continuó con la revisión de los datos maestros de los productos de la línea de mangueras. Estos datos maestros son más de 2,500 registros, una cantidad considerable pero que tenía la intención de mejorar la calidad de esta información.

Descripción de la actividad

El segundo paso de este proyecto de mejora siguió con los datos maestros de la línea de mangueras, donde se descargó del sistema SAP, la información sobre estos datos maestros. Se revisó cada uno de estos datos para encontrar ciertos errores de ortografía y errores de dedo como ser: espacios de más, caracteres repetidos o redundantes, palabras incompletas, entre otros. De esta manera se corrigieron todos estos detalles encontrados y se mejoró la estructura de las descripciones, haciendo una separación entre paréntesis que contienen información más específica como las medidas del producto, tamaño, diámetro u otras especificaciones que los vendedores necesitan para identificar los productos a la hora de ser vendidos. (Ver anexo 14)

Observaciones

Para el practicante fue una experiencia nueva, ya que se trabajó con información importante de la empresa y no se podía cometer ningún error en el proceso para no entorpecer otras actividades en otras áreas, también los cambios se validaron con el gerente de ventas y el jefe de mostrador. Este tipo de actividad llevó alrededor de dos semanas en realizarse debido al volumen de los datos.

2.19. Mejora de las descripciones de datos maestros de filtros

El practicante siguió realizando las tareas relacionadas a la mejora de las bases de datos, en este caso, trabajó en mejorar las descripciones de los filtros, otra línea de productos ofrecidos en la empresa.

Descripción de la actividad

El practicante descargó de la base de datos en el sistema, los datos maestros activos de los productos de filtros. De igual forma, se revisaron más de 2 mil registros para verificar que estos no tuvieran errores ortográficos, caracteres innecesarios o simplemente no estuvieran mal escritos. La revisión y creación de una descripción mejorada se realizó en una hoja de cálculo de Excel aparte donde posteriormente era revisada por el jefe de mostrador para corroborar que las descripciones de los productos estuvieran correctas y coincidieran con el código correspondiente. El siguiente paso consistió en ir cambiando uno a uno cada dato maestro que necesitase de corrección o mejora con la finalidad de mejorar la calidad de los datos y mantener una armonía en la información que puede ayudar a realizar el uso de estos datos de manera más efectiva.

Observaciones

A pesar de que el jefe de mostrador tenía que atender clientes y demás tareas, ayudaba al estudiante de una manera amable y revisaba las correcciones que se le pedían rápidamente.

2.20. Mejora de las descripciones de datos maestros de equipos

El practicante siguió realizando las tareas relacionadas a la mejora de las bases de datos, en este caso, trabajó en mejorar las descripciones de los equipos industriales, otra línea de productos ofrecidos en la empresa.

Descripción de la actividad

El practicante descargó de la base de datos en el sistema, los datos maestros activos de los productos de equipos. De igual forma, se revisaron más de 200 registros para verificar que estos no tuvieran errores ortográficos, caracteres innecesarios o simplemente no estuvieran mal escritos. La revisión y creación de una descripción mejorada se realizó en una hoja de cálculo de Excel aparte donde posteriormente era revisada por el jefe de mostrador para corroborar que las descripciones de los productos estuvieran correctas y coincidieran con el código correspondiente. El siguiente paso consistió en ir cambiando uno a uno cada dato maestro que necesitase de corrección o mejora con la finalidad de mejorar la calidad de los datos y mantener una armonía en la información que puede ayudar a realizar el uso de estos datos de manera más efectiva.

Observaciones

Las correcciones de estos productos eran revisadas por el gerente encargado, ya que esta persona tenía mayor conocimiento de nombres, especificaciones y medidas de dichos equipos.

2.21. Mejora de las descripciones de datos maestros de productos para llantas

El practicante siguió realizando las tareas relacionadas a la mejora de las bases de datos, en este caso, trabajó en mejorar las descripciones de los productos para llantas, otra línea de productos ofrecidos en la empresa.

Descripción de la actividad

El practicante descargó de la base de datos en el sistema, los datos maestros activos de los productos para llantas de la marca TIP TOP. De igual forma, se revisaron más de 300 registros para verificar que estos no tuvieran errores ortográficos, caracteres innecesarios o simplemente no estuvieran mal escritos. La revisión y creación de una descripción mejorada se realizó en una hoja de cálculo de Excel aparte donde posteriormente era revisada por el jefe de mostrador para corroborar que las descripciones de los productos estuvieran correctas y coincidieran con el código correspondiente. El siguiente paso consistió en ir cambiando uno a uno cada dato maestro que necesitase de corrección o mejora con la finalidad de mejorar la calidad de los datos y mantener una armonía en la información que puede ayudar a realizar el uso de estos datos de manera más efectiva.

Observaciones

A pesar de que el jefe de mostrador tenía que atender clientes y demás tareas, ayudaba al estudiante de una manera amable y revisaba las correcciones que se le pedían rápidamente.

2.22. Mejora de las descripciones de datos maestros de químicos

El practicante siguió realizando las tareas relacionadas a la mejora de las bases de datos, en este caso, trabajó en mejorar las descripciones de los productos de químicos, otra línea de productos ofrecidos en la empresa.

Descripción de la actividad

El practicante descargó de la base de datos en el sistema, los datos maestros activos de los productos químicos de la marca MOC. De igual forma, se revisaron más de 300 registros para verificar que estos no tuvieran errores ortográficos, caracteres innecesarios o simplemente no estuvieran mal escritos. La revisión y creación de una descripción mejorada se realizó en una hoja de cálculo de Excel aparte donde posteriormente era revisada por el

jefe de mostrador para corroborar que las descripciones de los productos estuvieran correctas y coincidieran con el código correspondiente. El siguiente paso consistió en ir cambiando uno a uno cada dato maestro que necesitase de corrección o mejora con la finalidad de mejorar la calidad de los datos y mantener una armonía en la información que puede ayudar a realizar el uso de estos datos de manera más efectiva.

Observaciones

Las correcciones de estos productos eran revisadas por el gerente encargado, ya que esta persona tenía mayor conocimiento de nombres, especificaciones y medidas de dichos productos químicos.

2.23. Mejora de las descripciones de datos maestros de balineras

El practicante siguió realizando las tareas relacionadas a la mejora de las bases de datos, en este caso, trabajó en mejorar las descripciones de balineras, otra línea de productos ofrecidos en la empresa.

Descripción de la actividad

El practicante descargó de la base de datos en el sistema, los datos maestros activos de los productos de balineras. De igual forma, se revisaron más de 6000 registros para verificar que estos no tuvieran errores ortográficos, caracteres innecesarios o simplemente no estuvieran mal escritos. La revisión y creación de una descripción mejorada se realizó en una hoja de cálculo de Excel aparte donde posteriormente era revisada por el jefe de mostrador para corroborar que las descripciones de los productos estuvieran correctas y coincidieran con el código correspondiente. El siguiente paso consistió en ir cambiando uno a uno cada dato maestro que necesitase de corrección o mejora con la finalidad de mejorar la calidad de los datos y mantener una armonía en la información que puede ayudar a realizar el uso de estos datos de manera más efectiva.

Observaciones

A pesar de que el jefe de mostrador tenía que atender clientes y demás tareas, ayudaba al estudiante de una manera amable y revisaba las correcciones que se le pedían rápidamente.

CAPÍTULO III: IDENTIFICACIÓN DE PROPUESTAS E IMPACTO DESEABLE

El presente capítulo abarca todas las propuestas de mejora realizadas y las que se esperan sean implementadas, estas son desarrolladas a lo largo del capítulo tres para que la empresa tome en consideración si le es factible implementarlas de la manera planteada en esta sección o poder modificarlas según sea conveniente para sus operaciones. CENTRHO posee puntos de mejora muy específicos que pueden ser solucionados con la unión de esfuerzos entre las gerencias de todas las sucursales con el objetivo de crear procesos más efectivos e innovadores, y aumentar la calidad en sus servicios.

3.1. Actividades de mejora implementadas

Las actividades de mejora implementadas están relacionadas con la creación de un manual general de procesos y procedimientos, y la creación de análisis de las ventas de las líneas de productos actuales, haciendo uso de herramientas y métodos propios de la inteligencia de negocios, herramientas que son interactivas y facilitan el manejo inteligente de la información y datos de la empresa. También un proyecto de mejora de las bases de datos de los productos.

3.1.1. Manual de procesos y procedimientos

La ausencia y necesidad de tener un manual de procesos que contenga cada uno de los procedimientos, actividades, tareas y responsables, de forma detallada y específica para cada uno de los departamentos que conforman a CENTRHO, fue muy importante crear este documento para identificar oportunidades de mejora en los procesos internos, así como la necesidad de los gerentes para evaluar la productividad de sus colaboradores en función a sus responsabilidades establecidas una vez contratados en su puesto actual.

3.1.2. Reportes de ventas con herramientas de inteligencia de negocios

La creación de reportes interactivos con visualizaciones agradables y con datos extraídos del sistema SAP, otorgan un panorama diferente a la forma tradicional de analizar las ventas, ya sea con reportes en Microsoft Excel o plantillas impresas que pueden llegar a ser muy limitadas. La posibilidad de analizar los datos en tiempo real resulta en una ventaja para la toma de decisiones efectiva y más rápida de lo convencional, a través de reportes en línea que pueden ser compartidos con cualquier departamento de la organización.

Los reportes de ventas pueden ser creados para todas las marcas y líneas de productos actuales con los que opera la empresa, contando con actualizaciones rápidas de la información.

3.1.3. Mejora de descripciones de la base de datos de productos

En el proceso de realización de la Práctica Profesional, y utilizando los datos e información de la empresa para hacer uso de herramientas de inteligencia de negocios, el practicante se percató de ciertos errores de escritura, ortografía, redundancia, entre otros, que hacía que los datos necesitaran de más trabajo previo para ser utilizados en reportes de ventas. De igual manera, la gerencia ordenó al practicante para hacer el trabajo de revisión y mejorar esta información con la finalidad de potenciar futuros proyectos de inteligencia de datos, donde la información será uno de los recursos más importantes a considerar. De esta manera, esta información fue mejorada sin ningún problema, para todas las líneas de productos con los que trabaja la empresa, revisando un aproximado de más de 10 mil datos maestros registrados en las bases de datos contenidas en el sistema y que son utilizados diariamente para las actividades empresariales.

Parte importante de esta actividad también fue la de separar dentro de un paréntesis aquella información en las descripciones que no fueran necesarias para análisis generales de los datos.

3.2. Propuesta de mejora

La propuesta de mejora consiste en una serie de pasos a seguir para poder alcanzar los objetivos establecidos en el presente informe, más la suma de esfuerzos entre departamentos y gerencias de las cinco diferentes sucursales ubicadas en las ciudades más importantes del país.

3.2.1. Utilización de herramientas y recursos para la inteligencia de negocios

El uso inteligente de los datos forma hoy en día, una parte fundamental para las organizaciones, ayudando a crear estrategias más precisas e innovadoras para confrontar o evitar problemas que pueden surgir inesperadamente.

La propuesta consiste en el uso de los datos a profundidad y un análisis de la información que se obtiene a través de sus actividades diarias, como ser: las ventas, compras, ingresos, gastos, recursos humanos y tecnologías de información.

3.2.2. Uso de softwares de inteligencia de negocios

El mercado actual relacionado a la inteligencia de negocios ofrece un sinnúmero de soluciones para el análisis de los datos que posee una organización, sin importar su tamaño, priorizando técnicas vanguardistas para la creación de proyectos basados en los datos y que pueden ser personalizados según los objetivos plasmados.

Microsoft Power BI es una de las herramientas líderes en cuanto a la visualización de los datos, teniendo una característica muy poderosa, el proceso de Extracción, Transformación y Carga, ETL por sus siglas en inglés, ofreciendo así, cientos de posibilidades en conexiones a diferentes fuentes de bases de datos para el uso de estos en

reportes interactivos, con alto grado de personalización y fácil entendimiento, ofreciendo una forma distinta a los análisis tradicionales realizados en la empresa, que si han sido efectivos en relación al éxito obtenido, pero que siempre tienen la característica de poder ser mejorados con el fin de agilizar los procesos, crear nuevas y mejores estrategias y que la toma de decisiones sea mucho más rápida al igual que efectiva con la ayuda de perspectivas más precisas y confiables.

3.2.3. Creación de un SharePoint

La creación de un SharePoint, utilizando la herramienta de Microsoft SharePoint, resulta en una gran ventaja y una buena solución ante otras formas más complejas para compartir la información que debe ser cargada para alimentar los datos una vez creados los reportes en la herramienta de Power BI, esto puede resultar beneficioso, ya que cualquier persona puede compartir una base de datos o información específica en esa nube, actualizándose de forma casi automática a los reportes e informes creados en Microsoft Power BI.

De esta manera, cualquier usuario puede contribuir y colaborar para la creación de un espacio armado inteligentemente donde se almacene con excelente organización esa información con los datos de ventas, datos financieros, datos de recursos humanos, datos del departamento de crédito, datos de las garantías de los productos y de los demás departamentos o áreas que no tengan sus datos registrados en el sistema utilizado por la empresa. Este apartado debe ser creado por el encargado del análisis de los datos y supervisado por la gerencia general.

3.2.4. Centro de reportes empresariales en línea

Con la creación y la utilización de un SharePoint en donde estarán almacenados los datos, es necesario la creación de los reportes empresariales en línea a través del programa

para análisis de datos escogido, en este caso, Microsoft Power BI. En este espacio se encontrarán los reportes de ventas de todos los productos que se hayan registrado como ventas en un periodo de tiempo determinado, también este espacio contendrá, un reporte en línea de los datos e información utilizada en el departamento de créditos, el cual se encarga de gestionar el cobro de créditos a aquellos clientes con un crédito activo en la empresa, de esta forma se podrá llevar un control más exhaustivo de aquellos clientes que si pagan a tiempo, aquellos que tienen un atraso en el pago, así como también analizar cuantas peticiones de crédito se reciben y cuantas son aprobadas a través del tiempo.

También poseerá un espacio que contenga un reporte en línea de las garantías activas de aquellos productos que la empresa otorga una garantía en caso de que este resulte estar dañado o necesite de una reparación. Aquí se encontrará la información detallada de aquellos clientes que compraron un producto con garantía, también aquellos productos con garantía que fueron comprados en diferentes sucursales, de igual manera, gestionar las garantías en cuanto a su tiempo de duración, aquellas que están vigentes y las que están vencidas, es decir, ya no aplican en caso de que el cliente la requiriera, entre otros factores.

Para el área de recursos humanos, se realizará un reporte de vendedores para tener un control y monitoreo más detallado a través de visualizaciones y graficas interactivas, de los datos de ventas. Las ventas totales por cada vendedor, la hora de llegada y de salida (horas laborales), las comisiones obtenidas por el detalle de ventas realizadas, analizar los días de ausentismo y otras variables que puede ser cuantificadas para ser analizadas y revisadas por parte del departamento de recursos humanos para supervisar el rendimiento de cada vendedor, a través de indicadores ligados a los objetivos que establezca la gerencia general.

Por último, la creación de un reporte en línea de gastos, que contendrá todos aquellos gastos que tenga la empresa, ya sean gastos fijos o variables, también los costos que se

generan en la empresa y así poder llevar un control riguroso de estos datos con la finalidad de encontrar, a través del análisis profundo, oportunidades de reducir esas cifras relacionadas a costos y gastos, así como crear estrategias para mantener estas cifras en límites convenientes para la operación óptima de la empresa. El encargado de esta actividad debe ser el especialista con conocimientos en el uso y análisis de datos, persona que deberá de crear las conexiones y estructura de los reportes supervisados por la gerencia general.

3.3. Impacto de la propuesta de mejora

La propuesta de mejora requiere de un esfuerzo importante por parte de la gerencia, para poder capacitar a las personas necesarias en el uso de herramientas para el análisis y visualización de los datos a través de reportes en línea.

La propuesta contempla el gasto en la compra de una licencia PRO de Microsoft Power BI, con un valor de 10.00 USD mensuales, ya que esta licencia permite compartir los reportes a través de un link, el cual puede ser otorgado a los jefes de los diferentes departamentos, y así, analizar y evaluar la información necesaria que sirva de apoyo para tomar sus decisiones.

Los posibles beneficios que puede dar esta propuesta recaen principalmente en el ahorro de tiempo, el uso de las tecnologías de información, minimización de la subjetividad, priorización en el análisis profundo de los datos de la empresa, creación de estrategias para productos o servicios específicos y una mayor facilidad de análisis, puesto que se reduce el uso de plantillas limitadas a solo números y letras, promoviendo el uso de gráficos y métodos interactivos. Un esfuerzo en conjunto y transversal entre las gerencias de las cinco sucursales para disminuir la toma de decisiones centralizada y actuar a problemas de una manera más efectiva y rápida.

3.3.1. Presupuesto de la propuesta de mejora

Para la implementación de esta propuesta, se debe contemplar la inversión inicial para la contratación de las licencias de Microsoft SharePoint y del software de Microsoft Power BI, programas que permitirán crear una conexión que alimente los reportes interactivos a través del uso y carga de los datos empresariales.

La tabla 5 muestra a detalle los precios y especificaciones de cada elemento involucrado en la propuesta de mejora:

Apartado	Microsoft Power BI
Información general	Es una herramienta prácticamente nueva, a comparación de otras opciones para el análisis de datos, que resulta ser muy poderosa, intuitiva, fácil de aprender y usar, es decir, no es necesario ser un experto en la materia para sacar beneficios de su uso.
Precios	<p>Microsoft cuenta con varias opciones según las necesidades del usuario:</p> <p>La versión gratuita, limitada para usos grandes o con volumen de datos altos. Solo por 90 días.</p> <p>La versión Power BI Pro, con un precio de USD 9,99 por usuario/mes.</p> <p>La versión Premium por usuario, con un precio de USD 20 por usuario/mes.</p>
Almacenamiento	<p>Versión gratuita: 1 GB por usuario</p> <p>Versión Pro: 10 GB por usuario</p> <p>Versión Premium por usuario: 100 TB</p> <p>De alcanzar el límite según la licencia, se deberá incurrir en costos adicionales para aumentar la capacidad.</p>
Ventajas	Fácil uso, herramienta muy intuitiva, económico en comparación con otras opciones, posibilidad de compartir informes y espacios de trabajo con otros

	usuarios y conectividad con otras plataformas como Teams, SharePoint, entre otras.
Inversión mensual para 2 usuarios	<p>Versión Pro: USD 9.99 mensual por usuario. En Lempiras: L 245.80 Monto mensual: L 491.6 (USD 19.98) Costo por tres meses: L 1,474.8 (USD 59.94) Costo por seis meses: L 2,949.6 (USD 119.88) Costo a un año: L 5,899.2 (USD 239.76) Costo estimado sujeto a variación en el cambio de divisa Tasa de cambio 1 dólar = L 24.60</p>
Inversión mensual SharePoint (2 usuarios opcional)	<p>Escenario un usuario: USD 10.00 (Plan 2) En lempiras: L 246.05 Costo por tres meses: L 738.15 (USD 30.00) Escenario dos usuarios: USD 20.00 (Dos Plan 2) En lempiras: L 492.10 Costo por tres meses: L 1,476.3 (USD 60.00) Costo estimado sujeto a variación en el cambio de divisa Tasa de cambio 1 dólar = L 24.60</p>
Presupuesto inicial para licencias de ambos programas	<p>Total, a un mes de prueba = L 983.7 (USD 39.98) Total, tres meses = L 2,951.1 (USD 119.94)</p>

Tabla 5. Total de presupuesto necesario
Fuente: Elaboración propia

La opción de Microsoft Power BI, como posible propuesta a implementar, puede ser beneficiosa para la empresa, ya que esta no está muy introducida a los temas relacionados con la inteligencia de negocios y hasta el momento no se había utilizado ninguna herramienta relacionada a esta área, para un mayor aprovechamiento y uso de sus datos, mejores perspectivas y estrategias más innovadoras.

Los precios accesibles que ofrece la plataforma de Power BI son una gran oportunidad para la empresa y así empezar a crear una cultura en los datos ya que es una herramienta muy

amigable con cualquier tipo de organización sin importar el tamaño de la misma, pero sin duda alguna, necesitará de un esfuerzo extra para capacitar inicialmente a sus colaboradores, y mantener una constante capacitación y así poder garantizar mejores resultados y su uso al máximo para obtener los mejores beneficios posibles.

3.3.2. Recursos tecnológicos necesarios

Para implementar la propuesta, claramente son necesarios ciertos recursos tecnológicos tanto como software y hardware, que se mencionan a continuación:

Hardware:

- Computadoras con requerimientos específicos (Procesador mínimo Intel Core i3 o su similar, Ryzen 3. Memoria RAM 8 GB como mínimo, almacenamiento opcional, SSD de preferencia)
- Impresora (opcional)

Software:

- Microsoft Windows 10 (de preferencia)
- Microsoft Power BI (version Pro)
- Microsoft SharePoint Online
- Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint, etc.)
- Acceso a una conexión estable de red

La empresa cuenta con equipos y herramientas tecnológicas realmente buenas para poder adaptarse al uso de estas nuevas herramientas y programas, ya que algunos exigen un poco más de capacidad que otros programas tradicionales, por eso es importante tener un equipo en estado óptimo para realizar los reportes de manera rápida y efectiva, así evitar los menores contratiempos posibles, debido a que una de las principales ideas de esta propuesta

es ahorrar más tiempo de lo que toma realizar ciertos análisis e informes de la manera tradicional, la cual puede ser mejorada aún más con el apoyo de nuevas herramientas tecnológicas y para el análisis de datos. La red de servicio de internet que posee la empresa también se caracteriza por tener una muy buena capacidad y velocidad a pesar de la gran cantidad de usuarios que hacen uso de la misma.

3.3.3. Cronograma de la propuesta

El cronograma de la propuesta de mejora reúne todas las actividades que se deben llevar a cabo para realizar la propuesta en el lapso establecido. Las actividades están relacionadas a los objetivos que se quieren cumplir y alcanzar con la propuesta de mejora, en este caso la propuesta puede realizarse en un corto plazo de dos meses, donde una vez iniciadas las primeras actividades bases, habrá actividades semiautomáticas que solo necesitarán de un control adecuado para que se realicen de la mejor manera posible y así obtener los mejores resultados.

Actividad	MES							
	OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Evaluación propuesta	■							
Primera capacitación		■						
Adquisición de licencias			■					
Extracción de información de la base de datos				■				
Primera carga de datos al SharePoint Online					■			
Ceación de la conexión y modelado de los datos						■		
Creación de reportes específicos							■	
Actualización y carga periodica de los datos nuevos generados								■

Ilustración 7. Cronograma de la propuesta de mejora

Fuente: Elaboración propia

3.3.4. Impacto medible

El impacto que se espera de la propuesta es el de mejorar la utilización de recursos como el tiempo, los materiales de oficina utilizados tradicionalmente, con el fin de empezar a utilizar solo reportes digitales, y solo de ser necesario realizar impresiones de reportes en

específico. El impacto económico dependerá de las nuevas estrategias que puedan surgir y crearse mediante análisis más profundos y en cooperación con departamentos como el de marketing, recursos humanos, ventas y el financiero.

Impacto Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Resultado
Ahorro de tiempo en elaboración de reportes								2
Disminución de gastos en recursos de oficina, como tinta, papel, entre otros.								1
Aumento de la proactividad								0
Cultura empresarial basada en los datos								1
Total				0	2	2		4

Tabla 6. Matriz de impacto de la propuesta de mejora

Fuente: Elaboración propia

3.3.5. Indicadores clave

Un indicador resulta ser un concepto realmente importante en la actualidad para la correcta gestión empresarial. Los indicadores son esas estadísticas, que pueden tener alto grado de sencillez o complejidad, pero que ayudan a las empresas a medir el éxito o fracaso de cualquier sistema en diferentes contextos.

Para esta propuesta de mejora, resulta ser muy útil, pues de esta manera, se puede gestionar y medir el éxito que lograría implementarla, supervisando constantemente el cumplimiento de los objetivos y de las metas establecidas según lo que se desea alcanzar. Así, los tomadores de decisiones en la empresa podrán modificar ciertas actividades, recursos y esfuerzos dirigidos a tal objetivo para que este no fracase y la empresa logre sacar el máximo beneficios de los proyectos que se realicen internamente.

Objetivo	Actividades	Indicadores	Verificación
Incentivar el uso de los datos a través de métodos y herramientas de inteligencia de negocios.	-Adquisición de licencias para el análisis de datos. -Capacitación del personal para la correcta utilización y comprensión de estas nuevas herramientas. -Promover el ahorro y máximo aprovechamiento de los recursos empresariales.	-Porcentaje de reducción en el gasto de materiales de oficina. -Reducción del porcentaje de tiempo promedio para entregar reportes. -Número de nuevas estrategias innovadoras para la mejora de procesos o nuevos proyectos.	-Informes periódicos. -Capacitaciones constantes. -Reportes creados utilizando el uso de los programas.

Tabla 7. Indicadores clave
Fuente: Elaboración propia

<i>Objetivo Estratégico</i>	<i>KPI</i>	<i>Peligro</i>	<i>Tolerable</i>	<i>Meta</i>	<i>Sobremeta</i>	<i>Resultado</i>
Adquirir las licencias de los programas propuestos para el análisis de datos.	Porcentaje de reducción en el gasto de materiales de oficina.	0% a 5%	5.1% a 10%	10.1% a 20%	> a 20%	15%
Capacitar al personal colaborador para la correcta utilización y comprensión de estas nuevas herramientas.	Reducción del porcentaje de tiempo promedio para entregar reportes.	0% a 5%	5.1% a 10%	10.1% a 20%	> a 20%	25%
Promover la mejora continua en la empresa	Número de nuevas estrategias innovadoras para la mejora de procesos o nuevos proyectos.	1 a 4	5 a 7	8 a 10	Más que 10	7

Tabla 8. Matriz de indicadores
Fuente: Elaboración propia

3.3.6. Cuadro de mando integral

El cuadro de mando integral o mejor conocido como Balanced Scorecard, es una herramienta de gran utilidad y que puede darle bastante sentido a la implementación de la propuesta sobre la inteligencia de negocios.

Esta herramienta puede ser implementada en cada una de las áreas de la empresa, pues de esta forma se establecerán esos objetivos específicos que se desean cumplir o alcanzar en cierto periodo de tiempo por cada departamento y que deberán estar ligados a los objetivos empresariales.

El implementar esta herramienta y crearla según las perspectivas que tenga la empresa, puede ser muy beneficioso para dar seguimiento a las decisiones estratégicas que sean establecidas por la empresa. Es necesario tomar en cuenta esta herramienta, pues puede ser de mucha utilidad para monitorear si la propuesta, una vez implementada, está dando frutos, caso contrario, se pueden volver a evaluar los indicadores que la gerencia establezca para ser modificados con el fin de evitar el fracaso de un proyecto, encontrar soluciones rápidas a los problemas y garantizar la mejora continua en cada rincón de la organización, y ya no solamente en el tema financiero.

La creación y el uso de esta herramienta será realizado por las gerencias de cada sucursal y los jefes de las áreas y departamento, con el apoyo del encargado en el análisis de datos.

BALANCED SCORECARD, CUADRO DE MANDO INTEGRAL

FINANZAS	PERSPECTIVA CLIENTES
PROCESOS INTERNOS	FORMACIÓN Y CRECIMIENTO

Tabla 9. Visión estratégica
Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente y último capítulo del informe, reúne y presenta las conclusiones y recomendaciones. Ambos apartados tienen una gran importancia, ya que muestran, de manera resumida, si se logró alcanzar los objetivos establecidos una vez se inició la práctica profesional, y de esta forma poder emitir un juicio objetivo enfocado al cumplimiento o no cumplimiento de lo planteado en los objetivos.

En las conclusiones, principalmente, se determinan y se mencionan los resultados que se obtuvieron gracias a los esfuerzos, tareas y actividades que realizó el practicante, en conjunto con el departamento donde estaba asignado, a lo largo del periodo de duración de la práctica profesional.

4.1. CONCLUSIONES

La creación de un manual de procesos y procedimientos, así como los levantamientos de los procesos, actividades, tareas y funciones involucradas en cada uno de los departamentos era muy importante, pues no se contaba con un documento que estableciera toda esta información, de tal manera que, si era necesaria una evaluación para la implementación de una mejora o detección de errores, podría entorpecer este proceso.

Existe una gran oportunidad de implementar métodos y herramientas relacionadas a la inteligencia de negocios debido al elevado volumen de datos que posee la empresa. Los departamentos de créditos y garantías manejan cierta información que no está integrada en la base de datos del sistema SAP utilizado en la empresa, integrar un módulo en la base de datos que almacene también en el mismo lugar esta información, enriquecería y alimentaría de mejor manera las conexiones entre los programas de inteligencia de negocios y el sistema de la empresa para automatizar completamente este proceso.

CENTRHO es capaz de mejorar e innovar sus operaciones, a través del uso adecuado y el aprovechamiento de su recurso más valioso, los datos. Al no existir un departamento o persona responsable de monitorear la calidad de la información que se reúne diariamente por los diferentes canales, se desperdicia la oportunidad de obtener mejores perspectivas sobre productos o servicios vanguardistas que diferencien a la empresa de las demás, y que resulten como un valor agregado para los clientes.

Es importante darle seguimiento al uso de herramientas de inteligencia de negocios, en este caso se ha logrado usar de manera eficiente, la herramienta de Microsoft Power BI, para crear reportes en línea con visualizaciones con alto grado de personalización haciendo uso de los datos almacenados en el sistema SAP. Esto resulta en un gran apoyo al departamento de ventas para analizar detenidamente patrones a través de gráficos interactivos.

Se ha formulado la propuesta de mejora que puede ser muy beneficiosa para la empresa si se implementa de la manera más adecuada a través de objetivos inteligentes.

4.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa, la elaboración de los manuales para las demás sucursales, de esta manera, se creará una armonía entre los procesos de cada una de las sucursales, recalcando de mejor forma las funciones de cada una de las áreas de la organización y motivar al cambio innovador sin la total dependencia de la administración centralizada.

Hacer un uso mayor de sus datos, para convertirlos en información más valiosa, creando una ventaja competitiva y así establecer mejores estrategias en cada uno de los departamentos de la empresa.

Realizar capacitaciones innovadoras sobre la importancia del uso de la información, generando una cultura basada en los datos.

Crear o fortalecer un departamento de innovación que se encargue de implementar las nuevas tecnologías y herramientas más avanzadas que pueden beneficiar a la empresa.

Se recomienda a la universidad, otorgar un seguimiento más profundo y personalizado para ayudar a los estudiantes a no cometer muchos errores en las diferentes actividades que se realicen a lo largo de los periodos de prácticas.

BIBLIOGRAFÍA

- 2.2 *Estructura Organizacional—Gestión Empresarial BI*. (s. f.). Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://empresaygestionbi.weebly.com/22-estructura-organizacional.html>
- CENTRHO - Inicio*. (s. f.). Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://www.centrho.hn/online/>
- González Farran, X., & Rodríguez, J. R. (2016). *¿Cómo planificar un proyecto de inteligencia de negocio?* (Primera). UOC.
- Inteligencia de negocios: Qué es y por qué es importante*. (s. f.). Recuperado 5 de junio de 2022, de <https://www.tableau.com/es-mx/learn/articles/business-intelligence>
- Joyanes Aguilar, L. (2019). *INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y ANALÍTICA DE DATOS - Una visión global de business intelligence & analytics*. Alfaomega.
- Organigrama*. (s. f.). Economipedia. Recuperado 5 de junio de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/organigrama.html>
- Parrilla, J. M. R. (2015). *Cómo hacer inteligente su negocio: Business intelligence a su alcance*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/unitechn/39367>
- pyh, E. (s. f.). *¿Por qué es importante un manual de procedimientos? – Proyectos y Construcciones PyH*. Recuperado 19 de junio de 2022, de <https://pyhca.com/por-que-es-importante-un-manual-de-procedimientos/>
- Robbins, S. P., Judge, T. A., & elibro.net. (2009). *Comportamiento organizacional*. Pearson Educaci??n.

GLOSARIO

Microsoft Power BI: nombre colectivo para una variedad de aplicaciones y servicios basados en la nube que ayudan a las organizaciones a recopilar, administrar y analizar datos de una variedad de fuentes, a través de una interfaz fácil de usar. Power BI reúne los datos y los procesa, convirtiéndolos en información inteligible, a menudo utilizando gráficos y tablas visualmente convincentes y fáciles de procesar. Esto permite a los usuarios generar y compartir instantáneas claras y útiles de lo que está sucediendo en su negocio.

Filtros: sistema que involucra una serie de capas para eliminar el material no deseado del agua, aire o aceite, que se utiliza de manera industrial.

Inteligencia de negocios: La inteligencia de negocios (BI) combina análisis de negocios, minería de datos, visualización de datos, herramientas e infraestructura de datos, y las prácticas recomendadas para ayudar a las organizaciones a tomar decisiones más basadas en los datos. (*Inteligencia de negocios: qué es y por qué es importante.*, s. f.)

Organigrama: representación gráfica de la estructura jerárquica y funcional de una organización, permitiendo entenderla rápidamente de manera visual. (*Organigrama*, s. f.)

SharePoint: Es una herramienta software, accesible a través de navegador, que permite gestionar todo el contenido y documentación existente en cualquier empresa.

Dashboard: herramienta de gestión de la información que monitoriza, analiza y muestra de manera visual los indicadores clave de desempeño (KPI), métricas y datos fundamentales para hacer un seguimiento del estado de una empresa, un departamento, una campaña o un proceso específico.

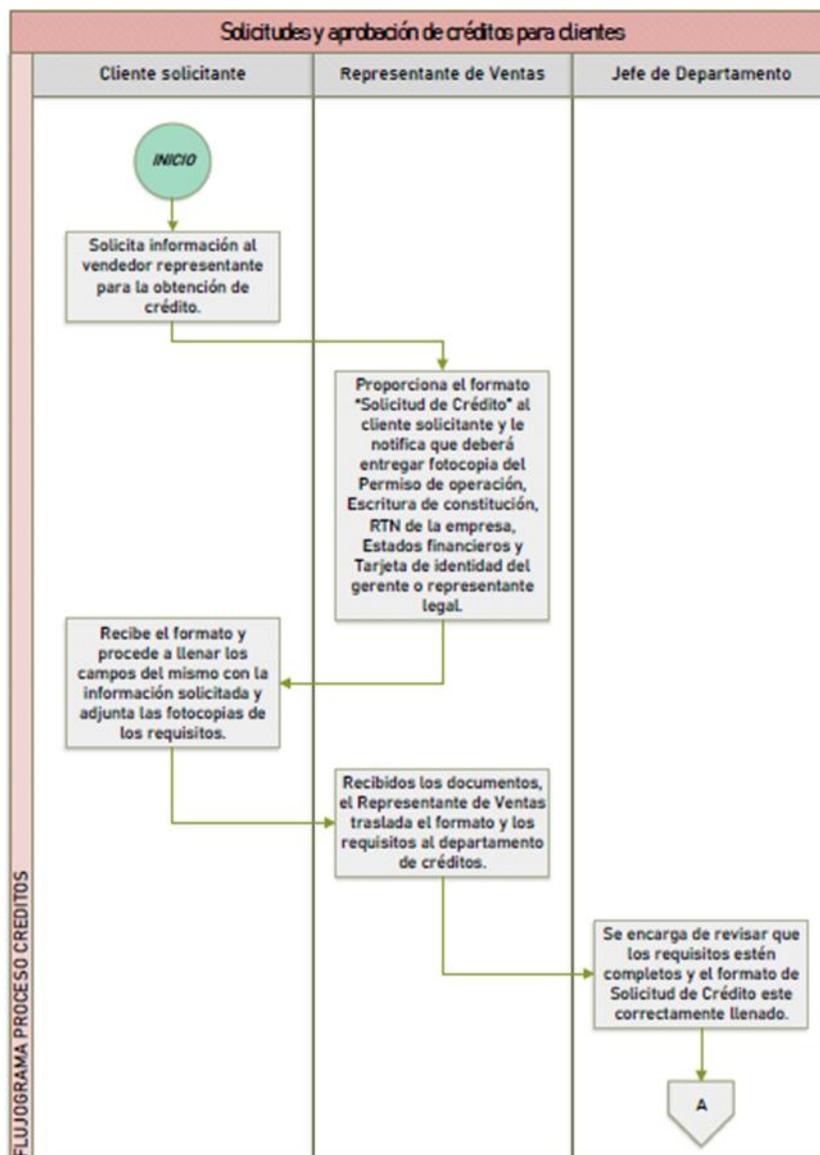
KPI: Key Performance Indicator, cuyo significado en castellano vendría a ser Indicador Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño, hace referencia a una serie de

métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y productividad de las acciones que se lleven a cabo en un negocio con el fin de poder tomar decisiones y determinar aquellas que han sido más efectivas a la hora de cumplir con los objetivos marcados en un proceso o proyecto concreto.

Cuadro de mando integral: (Balanced Scorecard) es una herramienta de gestión empresarial que se utiliza para medir la situación y evolución de una empresa desde una perspectiva general.

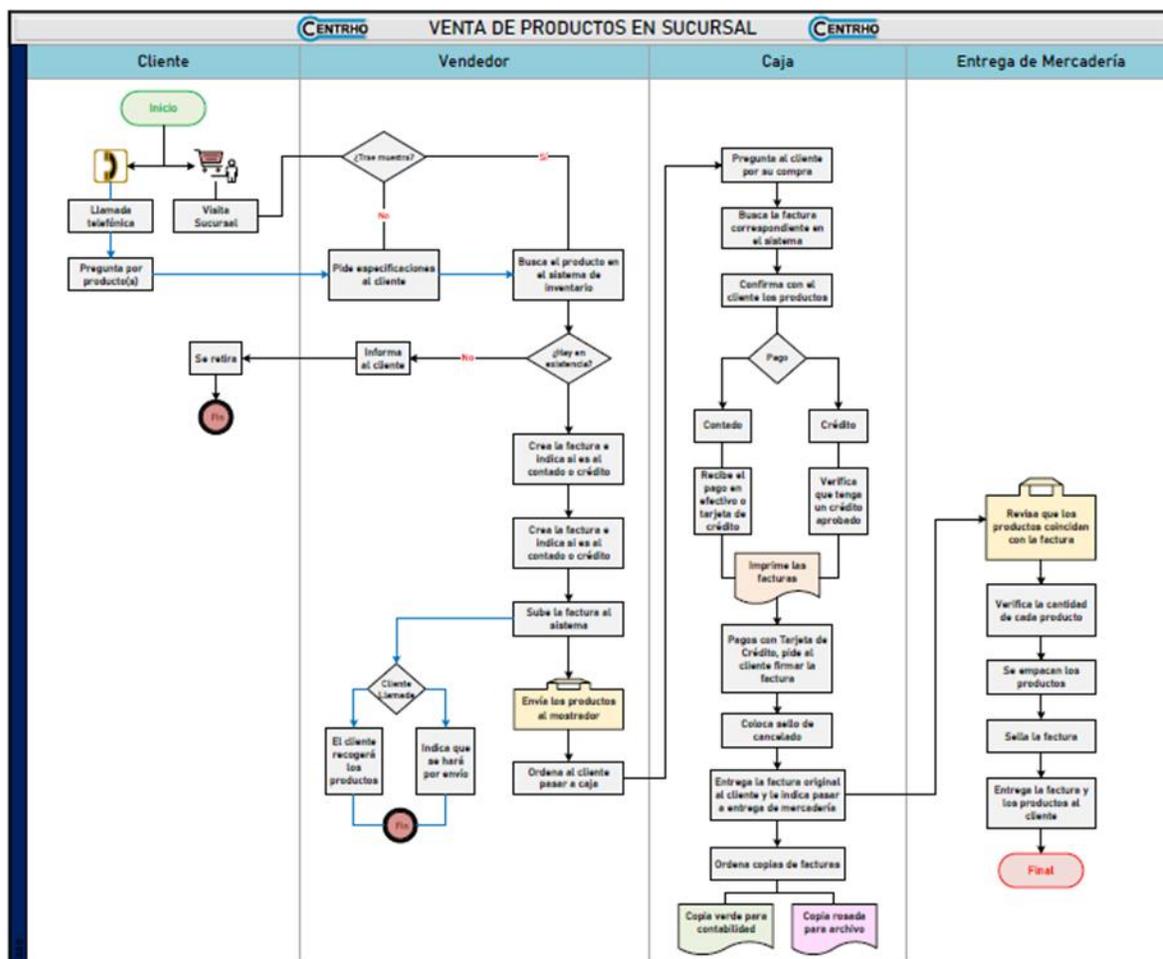
ANEXOS

Anexo 1. Flujoograma Departamento de Créditos



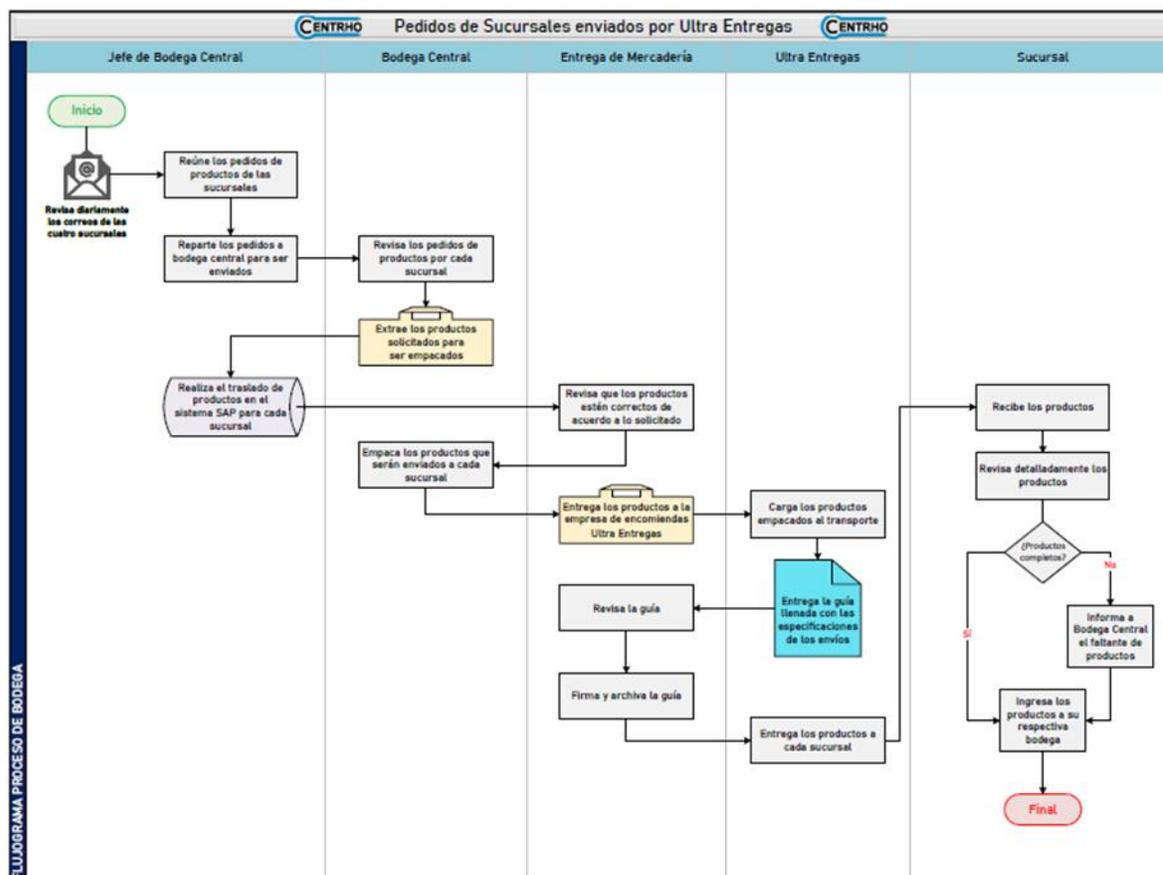
Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Flujograma Ventas de Productos



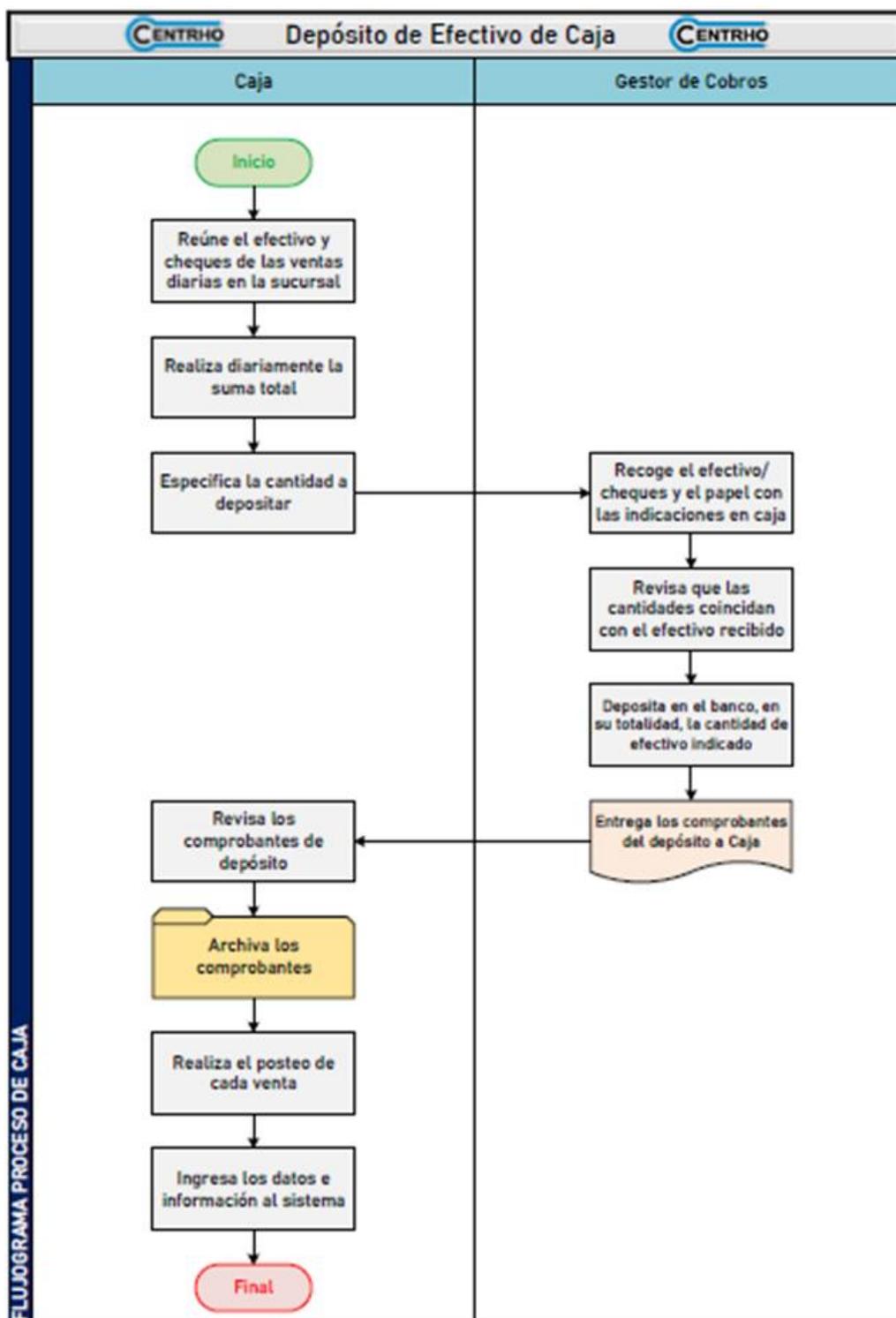
Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Flujograma Entrega de Productos



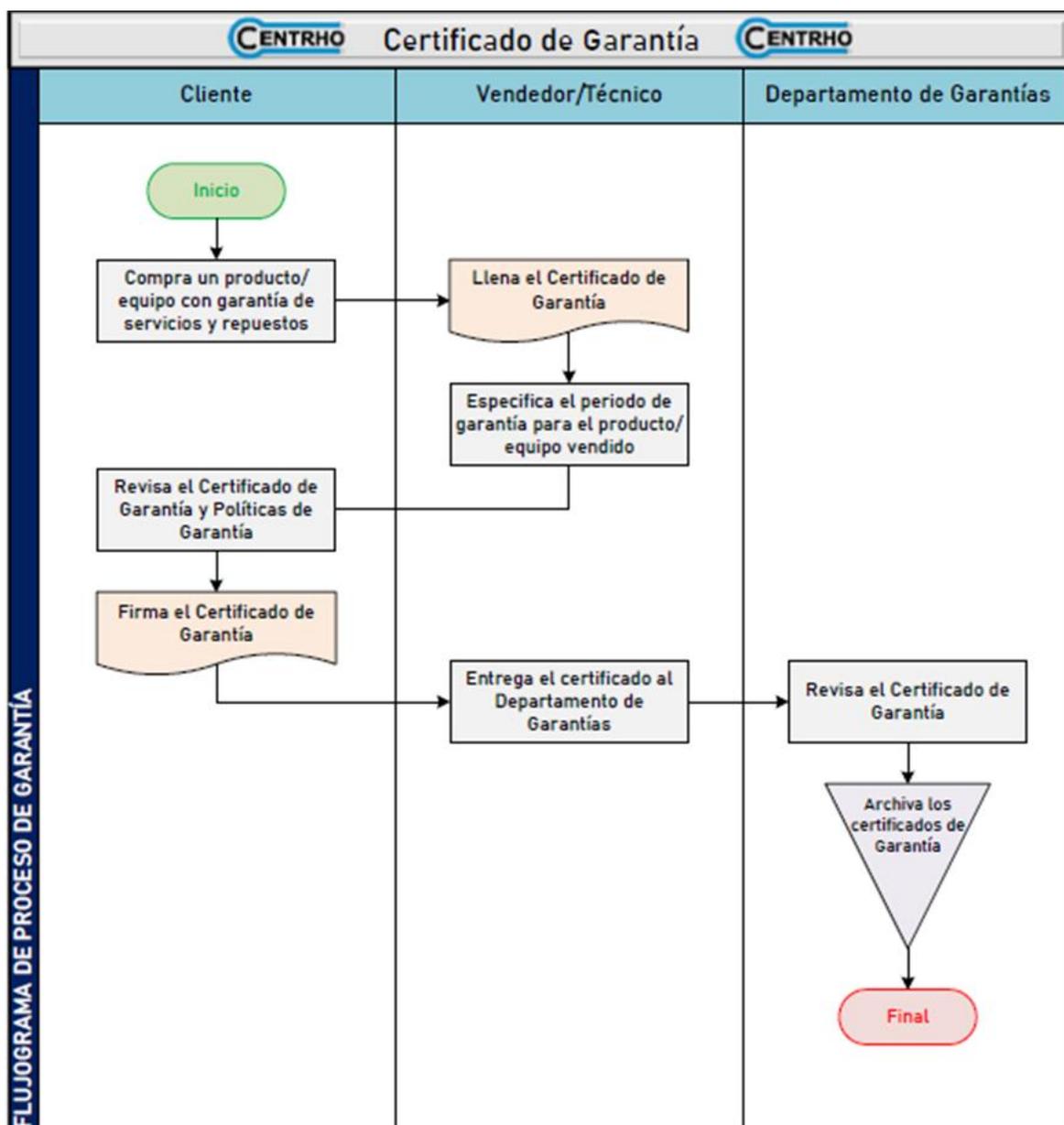
Fuente: Elaboración propia

Anexo 4. Flujograma Depósito de Efectivo de Caja



Fuente: Elaboración propia

Anexo 5. Flujograma Proceso de Garantía



Fuente: Elaboración propia

Anexo 6. Inducción al sistema SAP



Fuente: Elaboración propia

Anexo 7. Reporte de ventas de filtros



Fuente Elaboración propia.

Anexo 8. Reporte de ventas de equipos



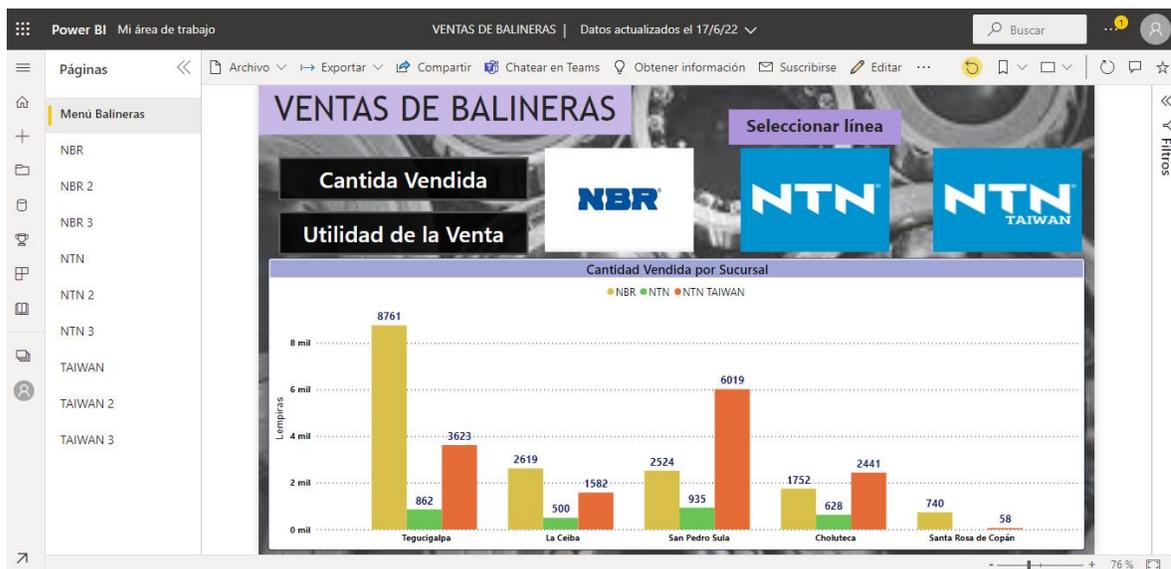
Fuente: Elaboración propia

Anexo 9. Reporte de ventas de bandas



Fuente: Elaboración propia

Anexo 10. Reporte de ventas de balineras



Fuente: Elaboración propia

Anexo 11. Reporte de ventas de balineras



Fuente: Elaboración propia

Anexo 12. Reporte de ventas de balineras



Fuente: Elaboración propia

Anexo 13. Sección de datos maestros de artículos

Fuente: Sistema SAP de la empresa CENTRHO

Anexo 14. Ejemplo de cambio de la información de descripciones

Archivo Editar Visualizar Datos Pasar a Módulos Herramientas Ventana Ayuda

Datos maestros de artículo

Número de artículo: EMB-SW20G-UU
Descripción: Bujera Lintol de bobas 1.1/4" x 2" x 2.5" (NO)
Nombre estándar:
Clase de artículo: Artículos
Grupo de artículos: Balneras
Grupo unid. de medida: Manual
Lista de precios: Lista de precios 08
Código de barras:
Precio por unidad: Moneda prim*

Artículo de inventario
 Artículo venta
 Artículo de compra

General Datos de compras Datos de ventas Datos de inventario Datos de planificación Datos de producción Propiedades Comentarios Anexos

Sujeto a impuesto
 No aplicar grupos de descuento
Fabricante: EMERSON B. BEARING
Categoría: N
Rebro:
Números de serie y de lote:
Artículo gestionado por: Ning.

Activo Desde: Hasta:
 Inactivo
 Avanzado

Comentarios:
Activar Windows
Ve a configuración para activar Windows
SAP Business One

09/09/22 1:00PM Rain coming ESP 1:00 p. m. 9/9/2022

Fuente: Sistema SAP de la empresa CENTRHO