

	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 1 de 21

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS**

**ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.**

<b>Nombre del estudiante</b>	<b>Yeferson Gomez Ortiz</b>
<b>Programa académico</b>	<b>Administración Financiera</b>
<b>Nombre de la Agencia o Centro de Práctica</b>	<b>Food and Drinks Incorporated S.A.S.</b>
<b>NIT.</b>	<b>900.643.143</b>
<b>Dirección</b>	<b>CALLE 85 N 48 01 ITAGUI</b>
<b>Teléfono</b>	<b>3045713527</b>
<b>Dependencia o Área</b>	<b>OPERACIONES</b>
<b>Nombre Completo del jefe del estudiante</b>	<b>Oliver Jimenez García</b>
<b>Cargo</b>	<b>Director de operaciones</b>
<b>Labor que desempeña el estudiante</b>	<b>Analista</b>
<b>Nombre del asesor de práctica</b>	<b>Carlos Ortiz</b>
<b>Fecha de inicio de la práctica</b>	<b>1 de septiembre de 2023</b>
<b>Fecha de finalización de la práctica</b>	<b>1 de noviembre de 2023</b>

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 2 de 21

## 1. ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

### 1.1 Centro de práctica.

#### **Food and Drinks Incorporated S.A.S**

“Una empresa de tradición familiar fundada en el año 1998 con el nombre LicoExpress. Iniciamos con una licorera ubicada en el barrio Buenos Aires de la ciudad de Medellín. Durante 20 años LicoExpress ha ido creciendo en diferentes sectores de la ciudad, posicionándonos como el lugar de esparcimiento ideal para las reuniones de familiares y amigos. Entendiendo las necesidades del mercado en el año 2018 LicoExpress transformó su modelo de negocio dando paso a la marca Food & Drinks, por medio de la cual operamos cinco unidades de negocio: licoreras, distribuidoras, restaurantes de comidas rápidas, restaurantes gourmet, centro de eventos culturales y transporte. Gracias al incansable compromiso de nuestros colaboradores, su vocación de servicio y lealtad, hemos alcanzado una gran expansión a las principales ciudades del país.

Medellín, Rionegro, Bogotá, Cali, Barranquilla, Cartagena y Montería, con más de 150 puntos de venta de las marcas LicoExpress, LicoSport, Hot Dog, Taco Express, Cuernavaca, Bravato, entre otros. Brindando experiencias memorables a nuestros clientes y generando más de 800 empleos directos, impactando positivamente la vida de cientos de familias a lo largo y ancho del país. El 20 de mayo de 2022 se recibe con orgullo un nuevo logro, nos volvemos cadena nacional con la marca LicoExpress, posicionándonos en las cuatro regiones más importantes del país, cumpliendo con una cobertura nacional en Andes, Centro, Norte y Sur; alineados con 12 centros de distribución a lo largo del país.

Food & Drinks se proyecta como la empresa líder en el entretenimiento en la cadena de consumo. Promovemos el consumo responsable con diferentes alternativas, ambientes y productos que siempre estarán acompañados de la mejor atención, donde nuestros clientes podrán disfrutar de experiencias para la vida en lugares pensados para los parches de amigos y donde la fiesta nunca termina”.

	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 3 de 21

A continuación, se presentan algunas imágenes de la empresa:

**Ilustración 1 Logo principal**



**Ilustración 2 Licoexpress Marca principal**



**Ilustración 3 Marcas Aliadas**



**Conceptualización interna**

**Distribución:** Canal asignado para la venta mayorista y el traslado de la mercancía a los puntos de venta.

**Punto de venta:** Lugar donde se desarrolla el servicio al cliente en mesa.

**Canal On Trade:** Canal de venta de cara al cliente con servicio a la mesa.

	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	<b>Código:</b> F-DO-0025
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 4 de 21

#### Ilustración 4 Puntos de venta



Imágenes de: (GOOGLE, 2022)

#### **Misión:**

Posicionarnos como líderes, comercializando productos alimenticios, bebidas y tabaco, que brinden experiencias de recordación a nuestros clientes en constante atención y servicio cumpliendo, aportando positivamente a los empleados y a la sociedad.

#### **Visión:**

Mantenernos en el posicionamiento en el mercado como una empresa sólida y competitiva en nuestra actividad comercial.

	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	<b>Código:</b> F-DO-0025
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 5 de 21

**Objetivos y/o valores Corporativos:**

- Ser honestos
- Ser leales
- Tener innovación
- Tener vocación de servicio
- Trabajar en equipo.

**Pilares:**

**Planificación:**

Conocemos nuestras fortalezas, oportunidades y amenazas.

**Estrategia:**

Formación, capacitación, rotación, posicionamiento y así mejorar el servicio y aumentar la rentabilidad.

**Creatividad:**

Capacidad de la organización y sus empleados para pensar de manera innovadora, generar ideas nuevas y originales, y aplicar soluciones novedosas a los desafíos y oportunidades que enfrenta la empresa para garantizar el buen funcionamiento de los puntos de venta y su operación.

**1.2 Objetivo de la práctica empresarial.**

Evaluar y analizar el desempeño financiero de cada punto de venta de la empresa durante un período específico a través de Power Bi y proponer estrategias para mejorar la rentabilidad y el manejo adecuado de los gastos.

	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 6 de 21

### 1.3 Funciones

Este objetivo implica trabajar con datos financieros de diferentes puntos de venta y podría involucrar actividades como:

- Consolidar la información financiera por punto de venta.
- Clasificar correctamente la información.
- Analizar estados financieros, ingresos y gastos de cada punto de venta.
- Identificar tendencias en las ventas y la rentabilidad a lo largo del tiempo.
- Identificar oportunidades para mejorar la eficiencia operativa y reducir costos en cada punto de venta.
- Análisis de costos operativos donde se examina en detalle los costos operativos de cada punto de venta, incluyendo costos de personal, arriendos, suministros, etc. Identifica áreas donde se puedan reducir costos sin comprometer la calidad del servicio.

### 1.4 Justificación de la práctica empresarial.

El análisis financiero individualizado de cada punto de venta en la empresa es esencial por las siguientes razones:

**Optimización de recursos:** Al comprender en detalle el desempeño financiero de cada punto de venta, podemos asignar recursos de manera más efectiva. Esto significa que podemos identificar dónde se deben invertir más recursos y dónde se pueden realizar recortes para maximizar la rentabilidad global de la empresa.

**Mejora de la rentabilidad:** Al analizar las tendencias de ventas, costos y rentabilidad de cada punto de venta, podemos identificar oportunidades para mejorar la rentabilidad.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 7 de 21

Esto podría incluir la promoción de productos o servicios de alto margen, la reducción de costos operativos o la implementación de estrategias de precios más efectivas.

Toma de decisiones informada: Con información financiera detallada, podemos tomar decisiones estratégicas informadas. Esto es fundamental para el crecimiento sostenible de la empresa y para aprovechar las oportunidades que se presenten en el mercado.

Planificación estratégica: El análisis financiero individualizado nos permite desarrollar planes estratégicos específicos para cada punto de venta o región, teniendo en cuenta las circunstancias únicas de cada uno.

Mi participación en este proyecto es crucial por varias razones:

Conocimiento de la empresa: Como empleado de la empresa, tengo un conocimiento profundo de la operación y los procesos internos de la organización. Esto me permite acceder a datos e información que son fundamentales para realizar un análisis financiero preciso y significativo.

Acceso a datos internos: Tengo acceso directo a los datos financieros y operativos de la empresa, lo que facilita la recopilación y el análisis de la información necesaria para el proyecto. Esto me permite trabajar de manera más eficiente y efectiva.

Comprensión de los desafíos: Al estar involucrado en el día a día de la empresa, tengo una comprensión completa de los desafíos y obstáculos que enfrentamos en cada punto de venta. Esta perspectiva interna es esencial para identificar y abordar las áreas problemáticas de manera adecuada.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	<b>Código:</b> F-DO-0025
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 8 de 21

**Contexto empresarial:** Mi presencia en el proyecto me permite entender el contexto empresarial en el que operamos. Comprendo las metas, objetivos y estrategias de la empresa, lo que es fundamental para alinear el análisis financiero con los objetivos globales.

**Colaboración interna:** Puedo colaborar de manera efectiva con otros departamentos y compañeros dentro de la empresa para obtener datos adicionales, perspectivas y colaboración en la implementación de las recomendaciones resultantes del análisis financiero.

**Responsabilidad y compromiso:** Al ser parte activa de este proyecto, estoy comprometido con su éxito y me responsabilizo de llevarlo a cabo de manera diligente y eficiente.

**Comunicación interna:** Puedo comunicar los hallazgos y resultados del análisis financiero de manera efectiva dentro de la organización. Esto es esencial para asegurarme de que las recomendaciones se comprendan y se implementen adecuadamente en cada punto de venta.

En resumen, mi participación en este proyecto es fundamental para garantizar que el análisis financiero sea relevante, preciso y efectivo. Mi conocimiento interno, acceso a datos y comprensión de los objetivos empresariales son activos valiosos para el éxito del proyecto y para impulsar mejoras significativas en cada punto de venta de nuestra empresa.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 9 de 21

### **1.5 Equipo de trabajo.**

Creación de equipo de trabajo y definición de roles: En caso de contar con un grupo de trabajo dentro de la Agencia o Centro de Práctica, distribuir las funciones que se van a realizar. Adicionalmente el asesor de prácticas empresariales suministrado por la Universidad.

El equipo de trabajo principal es el siguiente:

Director Nacional de Operaciones

Analista Nacional de Operaciones

Analista Nacional de ventas.

Coordinador Regional de Cajas

Coordinador Nacional de Cajas.

## **2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS**

### **2.1 Título de la propuesta**

Analizar la información de los puntos de venta desde el área de operaciones a nivel financiero, gastos y ventas a través de la herramienta de Power Bi.

### **2.2 Planteamiento del problema.**

En la empresa, no se cuenta con un esquema integrado de análisis por punto de venta, lo que plantea una serie de desafíos y limitaciones que afectan negativamente su desempeño y capacidad para tomar decisiones estratégicas informadas. Esta carencia se traduce en varios problemas significativos:

	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	<b>Código:</b> F-DO-0025
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 10 de 21

**Falta de Visibilidad Detallada:** La ausencia de un sistema de análisis por punto de venta impide obtener una visión detallada y precisa del rendimiento individual de cada punto de venta, como resultado, no se pueden identificar oportunidades de mejora específicas en cada uno de ellos.

**Ineficiencia Operativa:** La falta de análisis a nivel de puntos de venta dificulta la optimización de los recursos y procesos operativos. No se pueden identificar oportunidades de mejora y un manejo ineficiente de los recursos.

**Decisiones Desinformadas:** La toma de decisiones estratégicas se basa en datos generales que no reflejan la diversidad y particularidades de cada punto de venta a nivel financiero integral. Esto conduce a que en muchas ocasiones se tomen decisiones en situación de incertidumbre.

**Dificultad en la Planificación Estratégica:** La carencia de datos detallados de cada punto de venta dificulta la formulación de planes estratégicos efectivos por punto de venta.

En resumen, la falta de un esquema integrado de análisis por punto de venta representa un problema crítico que afecta la eficiencia operativa, la rentabilidad y la competitividad de la empresa. Para abordar estos problemas, es esencial desarrollar un enfoque sistemático y completo de análisis por punto de venta que permita tomar decisiones más informadas y mejorar el desempeño en cada ubicación

	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	<b>Código:</b> F-DO-0025
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 11 de 21

### 2.3 Justificación.

La realización de esta propuesta desde el contexto de Food and Drinks Incorporated S.A.S es esencial por varias razones:

**Conocimiento Interno Profundo:** La empresa potencializa un conocimiento interno profundo de la operación de los puntos de venta. Esto proporciona una base sólida para llevar a cabo una toma eficiente de decisiones.

**Optimización de Recursos:** El proyecto permite identificar ineficiencias operativas y áreas donde se pueden reducir costos. Esto conduce a una mejor asignación de recursos y ahorros significativos para la empresa.

**Mejora de la Rentabilidad:** Al analizar el desempeño financiero de cada punto de venta, puedes identificar oportunidades para aumentar los márgenes de beneficio y mejorar la rentabilidad global de la empresa.

**Planificación Estratégica Efectiva:** Con datos y análisis en mano, la empresa puede desarrollar planes estratégicos efectivos para cada punto de venta, lo que contribuye a una gestión más efectiva y al logro de objetivos a largo plazo.

**Mejor Comunicación Interna:** El proyecto fomenta una mejor comunicación y colaboración interna al alinear a los equipos con los objetivos de optimización y mejora del desempeño financiero.

	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 12 de 21

Cumplimiento de Objetivos Estratégicos: Al llevar a cabo el proyecto, la empresa puede alinear sus esfuerzos con los objetivos estratégicos, lo que mejora la coherencia y eficacia de sus iniciativas comerciales.

Viabilidad de la Propuesta:

La propuesta es altamente viable debido a las siguientes razones:

La empresa cuenta con los recursos necesarios, tanto humanos como tecnológicos, para llevar a cabo el proyecto de análisis financiero por punto de venta, además la dirección y el personal están comprometidos con la mejora continua y son receptivos a iniciativas que puedan aumentar la eficiencia y la rentabilidad, así mismo, el proyecto aborda desafíos críticos relacionados con la eficiencia operativa, la rentabilidad y la competitividad de la Agencia o Centro de Práctica, lo que lo convierte en una iniciativa de alto valor estratégico.

En resumen, la propuesta de realizar este proyecto desde el contexto de la Agencia o Centro de Práctica es esencial para abordar desafíos, aprovechar oportunidades y mejorar la eficiencia y rentabilidad de la organización. La viabilidad y necesidad del proyecto respaldan su implementación y su impacto positivo en la entidad.

## **2.4 Objetivos (Objetivo General y Objetivos Específicos).**

### **Objetivo general.**

Realizar un análisis financiero integral y detallado de cada punto de venta de Food and - Drinks Incorporated S.A.S. con el fin de identificar áreas de mejora en términos de rentabilidad, eficiencia operativa y desarrollar estrategias específicas para optimizar el desempeño financiero de cada local, contribuyendo así a la maximización de la rentabilidad y la competitividad de la empresa en su conjunto.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 13 de 21

### **Objetivos específicos.**

Utilizar Power BI para crear un panel de control interactivo que integre datos financieros de cada punto de venta de la empresa, permitiendo un seguimiento en tiempo real de las métricas clave, como ingresos, costos y gastos, con el propósito de mejorar la toma de decisiones y la visibilidad de los datos a nivel gerencial.

Realizar un análisis financiero exhaustivo que cubra al menos el 90% de los puntos de venta de la empresa, incluyendo la evaluación de estados financieros, costos operativos y gastos, con el fin de identificar tendencias, patrones y oportunidades específicas para la mejora del desempeño financiero.

Realizar un análisis detallado de los datos financieros de la empresa mediante la consolidación de bases de datos que contienen información sobre los ingresos y gastos de cada punto de venta. Identificando y evaluando los márgenes de ganancia y las rentabilidades de manera individualizada para cada punto de venta, lo que permitirá una toma de decisiones más precisa y estratégica en términos de optimización de recursos y mejoras en la gestión de cada unidad de negocio."

### **2.5 Diseño Metodológico.**

Este proyecto utilizará un enfoque combinado que integra tanto métodos cuantitativos como cualitativos para lograr una comprensión completa y detallada de la situación financiera de cada punto de venta.

Enfoque General de la Investigación: Investigación con el objetivo de no solo analizar los datos financieros, sino también proponer soluciones y estrategias para la mejora.

	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	<b>Código:</b> F-DO-0025
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 14 de 21

### Métodos de Recopilación de Datos:

#### Datos Cuantitativos:

Las fuentes principales de información son el área de cajas e inventario y auditoria

#### Datos Cualitativos:

Reuniones de discusión con de la dirección y coordinación de operaciones y el personal para explorar en profundidad temas relacionados con la operación y el estado financiero de los puntos de venta.

Muestreo: Se seleccionarán al menos el 90% de los puntos de venta de la empresa para garantizar una representación significativa. Se utilizará un muestreo estratificado para abordar diferentes tipos de ubicaciones y tamaños de mercado.

#### Procedimiento:

##### Recolección de Datos Cuantitativos:

Recopilación de registros financieros de cada punto de venta con la ayuda de cajas y auditoria.

Implementación de Power BI para crear paneles de control interactivos que consoliden y visualicen datos financieros.

##### Análisis de Datos:

Análisis tendencial de los datos financieros para identificar tendencias y patrones.

Uso de Power BI para visualizar los resultados y facilitar la toma de decisiones.

Se pretende realizar la entrega de 3 informes de análisis en Power Bi: Análisis de gastos, Análisis de rentabilidades y análisis de ventas.



	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	<b>Código:</b> F-DO-0025
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 16 de 21

## 2.7 Presupuesto (Ficha de presupuesto)

Descripción	Valor	Fuentes
Hora Empelado \$ 11.914 (2 horas diarias durante 9 semanas) de Lunes a viernes.	90 horas	\$1.072.260
Hora Operaciones (Dirección, Coordinación y ventas) \$42.553 en promedio 3 horas por semana	9 horas	\$3.446.808
Herramientas tecnológicas (computador)	\$1.500.000	\$1.500.000
Transporte de desplazamiento para las asesorías	\$ 85.000	\$340.000
<b>Total</b>		<b>\$6.359.068</b>

## 3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

### 3.1 MARCO DE REFERENCIA

Antecedentes:

El análisis financiero de puntos de venta en el contexto de empresas comerciales ha cobrado una importancia creciente en la última década debido a la necesidad de optimizar la rentabilidad y competitividad. Empresas similares han llevado a cabo proyectos de análisis financiero para mejorar la eficiencia operativa y aumentar la satisfacción del cliente en sus puntos de venta. Estos proyectos han demostrado ser cruciales para la toma de decisiones estratégicas informadas. Adaptado de: (García, 2021)

Marco Teórico:

Análisis Financiero: El análisis financiero es un proceso que implica evaluar el desempeño y la salud financiera de una empresa. Incluye la evaluación de estados financieros, Indicadores financieros y métricas clave para comprender la rentabilidad, la liquidez y la solidez financiera. (Rosillon, 2009)

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 17 de 21

**Power BI:** Power BI es una herramienta de visualización de datos desarrollada por Microsoft que permite crear paneles interactivos y cuadros de mando. Facilita la visualización y el análisis de datos financieros, lo que es esencial para la toma de decisiones basadas en datos. (Inc, 2023)

**Marco Conceptual:**

**Eficiencia Operativa:** Se refiere a la capacidad de una empresa para utilizar eficazmente sus recursos y procesos para lograr sus objetivos. En el contexto de los puntos de venta, la eficiencia operativa implica minimizar costos y maximizar la productividad. (Naranjo Baena, 2023)

**Rentabilidad por Punto de Venta:** Es la ganancia neta generada por cada punto de venta individual. La rentabilidad se calcula restando los costos totales de operación a los ingresos generados por ese punto de venta. (Rosillon, 2009)

**Marco Legal:**

**Protección de Datos:** La ley por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos (Colombia.gov, 2015)

Este marco de referencia proporciona una base sólida para la investigación de análisis financiero de puntos de venta en la empresa y considera aspectos de antecedentes, teóricos, conceptuales y legales relevantes para el proyecto.

### **3.2 Desarrollo y logro de objetivos**

**Objetivo 1:** Utilizar Power BI para realizar un análisis financiero integral y detallado de cada punto de venta.

**Desarrollo:** Para lograr este objetivo, se implementó una solución de Business Intelligence (BI) basada en Power BI. Se recopilaban datos financieros de cada punto de venta, que incluyeron registros de ingresos, costos, márgenes de beneficio. Estos datos se integraron en un panel de control interactivo de Power BI que permitió una visualización en tiempo real de las métricas financieras clave. El desarrollo de este panel de control se basó en una estructura de datos sólida que permitió la actualización automática de los datos.

**Logro del Objetivo:** El objetivo se logró con éxito, y se obtuvo un panel de control interactivo en Power BI que proporciona una visión detallada del desempeño financiero

	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	<b>Código:</b> F-DO-0025
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 18 de 21

de cada punto de venta. Esto ha facilitado la toma de decisiones informadas y ha permitido a la empresa monitorear y analizar su situación financiera en tiempo real.

**Objetivo 2:** Realizar un análisis financiero exhaustivo que cubra al menos el 90% de los puntos de venta de la empresa.

**Desarrollo:** Para cumplir con este objetivo, se llevó a cabo un proceso de recopilación de datos que abarcó al menos el 90% de los puntos de venta de la empresa sin tener en cuenta los centros de distribución. Se realizaron análisis financieros detallados que incluyeron la evaluación de estados de resultados, utilidades, gastos y ventas.

**Logro del Objetivo:** El objetivo se logró exitosamente, y se completó el análisis financiero de al menos el 90% de los puntos de venta de la empresa. Esto proporcionó una visión integral de la situación financiera de la mayoría de los puntos de venta y permitió identificar áreas de mejora y oportunidades específicas.

**Objetivo 3:** Realizar un análisis detallado de los datos financieros de la empresa mediante la consolidación de bases de datos que contienen información sobre los ingresos y gastos de cada punto de venta.

**Desarrollo:** Para lograr este objetivo, se llevó a cabo la consolidación de bases de datos financieras que contenían información detallada sobre los ingresos y gastos de cada punto de venta. Se realizaron análisis financieros exhaustivos que incluyeron la evaluación de los márgenes de ganancia y las rentabilidades de manera individualizada para cada punto de venta. Esto implicó la identificación de costos operativos, márgenes brutos y netos, y una implementación del presupuesto de gastos por negocio.

**Logro del Objetivo:** El objetivo se logró con éxito, y se obtuvo un análisis detallado de los datos financieros de la empresa, lo que permitió identificar y evaluar los márgenes de ganancia y las rentabilidades para cada punto de venta de manera individualizada. Esto ha habilitado una toma de decisiones más precisa y estratégica en términos de optimización de recursos y mejoras en la gestión de cada unidad de negocio. Las recomendaciones y estrategias se basan en este análisis detallado de datos financieros.

#### **4. CONCLUSIONES.**

El proyecto de análisis financiero de los puntos de venta de la empresa Food and Drinks ha resultado en una serie de conclusiones significativas que reflejan los aprendizajes alcanzados, la evidencia de los resultados esperados y el valor agregado y diferenciador de acuerdo con la metodología propuesta:

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 19 de 21

#### Aprendizajes Alcanzados:

Se ha adquirido un profundo conocimiento de las operaciones financieras de cada punto de venta, lo que incluye la comprensión de los ingresos, costos, márgenes de ganancia y rentabilidades de manera individualizada.

Se ha desarrollado una sólida competencia en la implementación y uso de Power BI como una herramienta efectiva para la visualización y análisis de datos financieros.

La metodología de investigación utilizada ha demostrado ser efectiva para abordar la necesidad de optimizar el desempeño financiero de los puntos de venta.

#### Resultados Esperados:

Se han identificado áreas específicas de mejora en términos de rentabilidad y eficiencia operativa para cada punto de venta, lo que ha permitido a la empresa tomar decisiones informadas y estratégicas.

Se ha establecido presupuesto de gastos a cada punto de venta con el objetivo de reducirlos.

La implementación de paneles interactivos en Power BI ha mejorado la visibilidad de los datos financieros y ha facilitado una toma de decisiones más ágil y basada en datos.

#### Valor Agregado y Diferenciador del Proyecto:

El valor agregado de este proyecto radica en la capacidad de la empresa para abordar de manera individualizada los desafíos y oportunidades de cada punto de venta. Esto ha llevado a una toma de decisiones más precisa y estratégica en la gestión de cada unidad de negocio.

La combinación de análisis cuantitativos y cualitativos ha permitido una comprensión completa de la situación financiera y operativa de cada punto de venta, lo que es un diferenciador clave.

La implementación de Power BI como herramienta de visualización de datos ha mejorado la accesibilidad y la usabilidad de la información financiera, lo que agrega valor al proceso de toma de decisiones.

En resumen, el proyecto de análisis financiero ha proporcionado aprendizajes significativos, resultados esperados y un valor agregado diferenciador al abordar los desafíos de la empresa. La metodología propuesta ha demostrado ser efectiva para

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p><b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b></p>	<p><b>Código:</b> F-DO-0025</p>
		<p><b>Versión:</b> 01</p>
		<p><b>Página</b> 20 de 21</p>

optimizar el desempeño financiero de cada punto de venta, lo que contribuye a la competitividad y la rentabilidad en el mercado.

## 5. RECOMENDACIONES.

El proyecto de análisis financiero de los puntos de venta ha arrojado valiosos resultados y ha demostrado ser una herramienta esencial para la mejora continua y la toma de decisiones informadas en la empresa. A continuación, se presentan recomendaciones que pueden guiar futuras implementaciones y apoyos en relación al proyecto:

**Continuar el Análisis Mensual en Power BI:**

Es altamente recomendable mantener la práctica de análisis financiero mensual a través de Power BI. La visualización y la actualización constante de datos proporcionan una visión en tiempo real de la situación financiera de los puntos de venta y permiten una respuesta ágil a los cambios y desafíos.

**Explorar Nuevas Dimensiones de Análisis:**

Además de los indicadores financieros clave, se puede considerar la inclusión de otras dimensiones de análisis, como la evaluación del desempeño de productos o categorías de productos.

**Capacitación Continua del Personal:**

A medida que la empresa continúa utilizando Power BI, es esencial brindar capacitación y actualización continua al personal que trabaja con la herramienta. Esto garantiza que todos estén familiarizados con las características y capacidades de Power BI y puedan aprovechar al máximo su potencial.

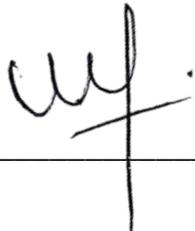
**Apoyo a la Toma de Decisiones Estratégicas:**

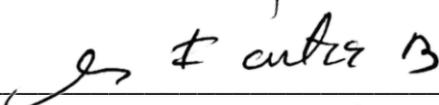
El análisis financiero debe estar directamente vinculado a la toma de decisiones estratégicas. Se recomienda que las recomendaciones generadas a partir de los análisis se conviertan en acciones concretas que se implementen en la gestión de cada punto de venta.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<b>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</b>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 21 de 21

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GOOGLE. (1 de Diciembre de 2022). *GOOGLE.IMAGENES*. Obtenido de GOOGLE.IMAGENES:  
[https://www.google.com/search?q=licoexpress&tbm=isch&ved=2ahUKEwjxuO3p\\_aaCAxUBHWIAHeRtBjwQ2-cCegQIABAA&oq=licoe&gs\\_lcp=CgNpbWcQARgAMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDoICAAQgAQQsQM6CAgAELEDEIMBOgcl](https://www.google.com/search?q=licoexpress&tbm=isch&ved=2ahUKEwjxuO3p_aaCAxUBHWIAHeRtBjwQ2-cCegQIABAA&oq=licoe&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDoICAAQgAQQsQM6CAgAELEDEIMBOgcl)
- sas, F. a. (2022). FINAL LICOEXPRESS BAJA - VIDEO CORPORATIVO [Grabado por F&D SAS]. ITAGUI, ANTIOQUIA, COLOMBIA.
- Colombia.gov. (17 de Octubre de 2015). *Funcion publica*. Obtenido de Funcion publica: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>
- Garcia, A. L. (10 de Enero de 2021). *Procedimiento de análisis económico-financiero para empresas comercializadoras*. Obtenido de Dialnet.com: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8315944>
- Inc, M. (31 de Octubre de 2023). *powerbi.microsoft.com*. Obtenido de powerbi.microsoft.com: <https://powerbi.microsoft.com/es-es/what-is-power-bi/>
- Naranjo Baena, P. (8 de Junio de 2023). *OBS BUSSINESS SCHOOL*. Obtenido de OBS BUSSINESS SCHOOL: <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-la-eficiencia-operativa>
- Rosillon, N. (10 de Enero de 2009). *Scielo*. Obtenido de Scielo: [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842009000400009](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009)

Firma del estudiante:  \_\_\_\_\_

Firma del asesor:  \_\_\_\_\_

Firma del jefe en el Centro de Práctica:  \_\_\_\_\_