



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

Plan de mejora para estandarizar, automatizar y capacitar la ejecución de procesos en el área de planeación financiera de la división Abbott Nutrition International (ANI)

Angelica Bonilla

Facultad de Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás

Alexander Carvajal

Bogotá

2025



Tabla de Contenido

Índice.....	2
Resumen	4
Agradecimientos	5
Introducción	5
PARTE II	
LA EMPRESA	7
Aspectos generales	7
Misión	7
Visión	7
Valores	7
Ubicación geográfica	8
Estructura organizativa	9
Unidad departamento en el que se desarrolla la práctica	9
Análisis DOFA	10
PARTE III	
PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRACTICAS PROFESIONALES.....	12
Planteamiento central	12
Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales	12
Objetivos	13
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13
PARTE IV	
CONTENIDO DE MEJORA	14
Propuesta de mejora	14
Macro para control de órdenes de compra abiertas	14
Manual financiero	15
Recurso audiovisual de capacitación	15



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

CONCLUSIONES	16
Bibliografía	18
FIGURAS	
Figura 1. Ubicación geográfica Abbott Laboratories	7
Figura 2. Estructura organizacional del área de planeación financiera y ubicación de la practicante	7
Figura 3. Macro	14
Figura 4. Manual financiero	15
Figura 5. Financial Training	15
TABLAS	
Tabla 1. Matriz DOFA – Área de planeación financiera	10
ANEXOS	
Anexo A. Macro	
Anexo B. Manual financiero	
Anexo C. Financial Training	



PARTE I

RESUMEN

La práctica realizada tuvo como objetivo principal disminuir errores en la ejecución presupuestal y optimizar el uso de los recursos asignados, errores en la ejecución del presupuesto por parte de los gerentes de marca, así como riesgos financieros y operativos que afectaban los cierres y los gastos en la compañía, por lo cual se formuló un plan de mejora orientado a optimizar, facilitar y formar la ejecución de los procesos financieros en el área de planeación financiera de Abbott Laboratories de Colombia, división Abbott Nutrition International (ANI).

Para dar solución a la problemática, primero se identificaron los errores recurrentes en la ejecución presupuestal y los riesgos asociados. Posteriormente, se recolectó información relevante sobre los procesos internos mediante revisión documental y sesiones de retroalimentación con los equipos de finanzas y marketing. Con base en esta información, se analizaron los puntos críticos que generaban ineficiencias y se diseñaron soluciones enfocadas en la estandarización, automatización y capacitación. Finalmente, se implementaron tres herramientas clave: una macro automatizada para el control de órdenes de compra abiertas, un manual financiero dirigido a los gerentes de marca y practicantes, y un recurso de capacitación digital en formato audiovisual.

En consecuencia, con la puesta en marcha de estas herramientas, se evidenció un cambio positivo y significativo en la eficiencia operativa, una disminución en los errores financieros y una mayor autonomía por parte del personal involucrado en los procesos. Finalmente, se concluye que la estandarización, automatización y formación continua son factores clave para garantizar la sostenibilidad de los procesos financieros en entornos corporativos dinámicos como el de Abbott Nutrition International (ANI).

Palabras claves: Planeación financiera, finanzas y marketing, eficiencia operativa, sostenibilidad procesos financieros.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

AGRADECIMIENTOS

Mis sinceros agradecimientos a la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás por brindar el conocimiento y los instrumentos de aprendizaje en este campo académico. De igual manera, a la prestigiosa entidad Abbott Laboratories Colombia por hacer posible la práctica en sus instalaciones, experiencia de gran valor para el ejercicio profesional en el ámbito administrativo y financiero de los negocios internacionales.

INTRODUCCIÓN

Durante el desarrollo de las prácticas profesionales en Abbott Laboratories de Colombia, en la división de Abbott Nutrition International (ANI) y en el área de planeación financiera, se tuvo la oportunidad de participar en procesos clave para la planificación y control financiero de las marcas. Previo al inicio de la práctica, ya se reconocía que la correcta ejecución de los procesos de calendarización, pre-cierre, cierre mensual y administración de órdenes de compra era fundamental para garantizar el uso eficiente del presupuesto y su asignación para las campañas, eventos o materiales. Sin embargo, pese a la existencia de formatos y capacitaciones básicas, estos procesos estaban siendo en parte implementados de una manera inadecuada por parte de los gerentes de marca y practicantes. Aunque se profundizó en el análisis y se evidenció que se reincidía en errores, llegando a evidenciar dificultades recurrentes en la aplicación de estos procesos, que afectaban directamente la precisión de los informes financieros y el cumplimiento del presupuesto.

Uno de los principales problemas encontrados fue la falta de control sobre las órdenes de compra que excedían más de tres meses, generando riesgos en los presupuestos al cierre del año. También, se observaron errores frecuentes por parte de los gerentes de marca en la ejecución de procesos financieros como la calendarización y los cierres, lo que ocasionaba errores que afectaban la ejecución del presupuesto de sus marcas. A su vez, se evidenció una falta de claridad entre los practicantes de marketing en la creación correcta de órdenes de compra, lo que resultaba en gastos erróneos asignados a las marcas. Se consideró que estas dificultades podrían solucionarse mediante herramientas prácticas y automatizadas, así como recursos formativos que facilitaran la comprensión y ejecución de los procesos financieros. En consecuencia, la



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

meta de esta práctica fue lograr una mejora significativa en la eficiencia, trazabilidad y precisión de los procesos financieros internos, mediante la aplicación de soluciones concretas desarrolladas.

La práctica desarrollada fue de gran importancia tanto para la empresa como para el crecimiento personal y profesional. Por un lado, permitió identificar y solucionar problemas críticos en la gestión financiera, contribuyendo a la eficiencia y precisión de los procesos. Por otro lado, representó una experiencia significativa que fortaleció habilidades de análisis, automatización y la creación de material formativo, así como habilidades blandas en relación con la comunicación y la resolución de problemas. Por lo cual, este trabajo presenta los componentes del plan de mejora implementado, proporcionando un marco de referencia para futuros practicantes, garantizando la continuidad y sostenibilidad de las mejoras implementadas.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PARTE II

LA EMPRESA

Aspectos Generales

Abbott Laboratories es una compañía farmacéutica estadounidense, fundada en Chicago en 1888 por Wallace Calvin Abbott, con sede en Abbott Park, al norte de Chicago (Illinois). En 1888, el Dr. Wallace C. Abbott, médico y propietario de una farmacia, comenzó a fabricar medicamentos precisos y formulados científicamente con el objetivo de brindar terapias más eficaces a los pacientes y a los médicos que los atendían. En Colombia Abbott Laboratories se instala en el año de 1944, es decir que tiene 80 años de permanencia en territorio nacional con sedes en Bogotá, Cali y Medellín. En general, Abbott Colombia ofrece un portafolio de tecnologías y productos que cambian abarcan el espectro de la atención en salud, con soluciones líderes en diagnósticos, dispositivos médicos, nutrición y medicamentos cubriendo varias áreas terapéuticas. (Abbott, s.f.)

Misión

La misión de Abbott Laboratories de Colombia es ayudar a las personas a vivir vidas más saludables y plenas a través de la innovación, la calidad y el compromiso con la comunidad. Esto se resume en la siguiente frase: “Vivir tu mejor vida ahora y en el futuro”. (Abbott, s.f.)

Visión

La misión de Abbott Laboratories de Colombia se centra en mejorar la salud y bienestar de las personas a través de la innovación, la sostenibilidad y el compromiso con las comunidades, buscando un futuro donde todos puedan vivir la mejor vida posible. Esto se expresa en la siguiente frase: “Ayudar a las personas a llevar la mejor vida posible con un mejor estado de salud” (Abbott, s.f.)

Valores

Los valores se reflejan en su visión de crear un futuro más saludable para las personas y las comunidades, a través de la innovación, la responsabilidad y el



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

compromiso con la excelencia actuando con honestidad, justicia e integridad. Según Abbott Laboratories de Colombia los valores de la compañía se basan en (Abbott, s.f.):

- Ser pioneros: Abbott busca constantemente la innovación e investigación para desarrollar nuevas tecnologías y tratamientos.
- Conseguir resultados: Abbott se enfoca en lograr resultados medibles y significados en sus operaciones.
- Cuidar la salud: Abbott refleja este valor con la creación de productos y soluciones que mejoren la salud y el bienestar de las personas del mundo.
- Seguir avanzando: Abbott se esfuerza por mejorar continuamente sus productos y prácticas para mantenerse en la vanguardia de la industria de la salud.

Ubicación Geográfica

Abbott Laboratories cuenta con una sede administrativa desde 1944 en la ciudad de Bogotá, D.C. en el edificio Equidad Seguros, barrio Chicó Norte, Calle 100 # 9A – 45, piso 14. (Ver Figura 1). Esta sede se enfoca en desarrollar todo el proceso sobre las marcas de nutrición como lo son, Pedialyte, Ensure, Pediasure, Glucerna y Similac. (ABBOTT, 2025)

Figura 1

Ubicación geográfica Abbott Laboratories





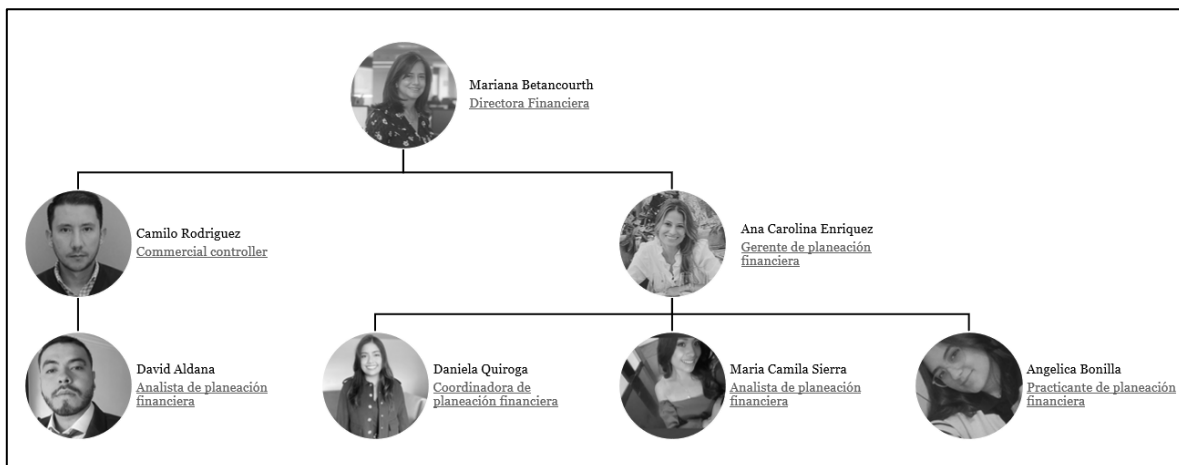
Nota. (Maps, 2025) Ubicación geográfica de las oficinas de Abbott Laboratories de la calle 100 [Mapa]. Google Maps.

Estructura Organizativa

En el siguiente organigrama se presenta la conformación del equipo del área de planeación financiera de Abbott Nutrition International (ANI). (Ver Figura 2). En la cabeza está Mariana Betancourth, directora financiera. Bajo su dirección, se encuentra a Camilo Rodríguez, controller comercial, junto con David Aldana, analista de planeación financiera, y Ana Carolina Enríquez, gerente de planeación financiera, junto con Daniela Quiroga, coordinadora de planeación financiera, María Camila Sierra, analista de planeación financiera y por último la practicante de planeación financiera Angélica Bonilla.

Figura 2

Estructura organizacional del área de planeación financiera y ubicación de la practicante



Nota. Estructura organizacional del área de planeación financiera y ubicación de la practicante [Figura]. En elaboración propia.

Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

La práctica profesional se desarrolla en el área Abbott Nutrition International (ANI) finanzas, en donde se evidencia todo el tema de gasto como el presupuesto y proyecciones que tienen las marcas como: Ensure, Pedyalite, Glucerna, IMF (formulas infantiles) y a su vez a canales como: Instituciones, trade y digital. Por otro lado, está el área comercial que es todo el tema de cartera y notas crédito. Dentro del proceso, la practicante se encargó de crear las calendarizaciones que son proyecciones del “year to



go” YTG y el “year to date” YTD de las marcas para poder observar cómo están distribuyendo el dinero y si están cumpliendo con su presupuesto, adicional realizo el cierre para estas y ver lo que van aprovisionando.

Análisis DOFA

Por medio de un análisis DOFA como un instrumento de de la planificación estratégica a través del cual se evalúan los factores internos y externos de una organización o proyecto, se puede comprender de una mejor forma el contexto en el que se desarrolló la práctica. (Ver Tabla 1). En este ámbito es posible identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el área de planeación financiera, con el fin de tener un perspectiva puntual y clara de los aspectos que tenían un óptimo funcionamiento y aquellos que tienen una oportunidad de mejora, con la finalidad de poder proponer soluciones.

Tabla 1

Matriz DOFA – Área de Planeación Financiera

Fortalezas (F)		Debilidades (D)
- Cultura organizacional orientada al control presupuestal. - Existencia de plantillas y procedimientos financieros establecidos. - Comunicación fluida entre Finanzas y Marketing. - Compromiso de las áreas operativas con la trazabilidad del gasto.		- Dificultades en la comprensión y ejecución de los procesos financieros. - Baja trazabilidad de las órdenes de compra abiertas por más de tres meses. - Ausencia de recursos formativos permanentes para nuevos colaboradores. - Limitado acceso a recursos formativos permanentes.
Oportunidades (O)	Estrategias (FO)	Estrategias (DO)



- | | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Posicionamiento institucional y reconocimiento de marca global. - Disponibilidad de herramientas digitales y tecnológicas corporativas. - Potencial de institucionalizar procesos de inducción y formación continua. - Oportunidad de unificar y estandarizar procesos mediante recursos formativos. | <ul style="list-style-type: none"> - Implementar un programa de formación continua sacando provecho de recursos institucionales y plantillas existentes. - Estandarizar procedimientos con base en formatos ya utilizados por Finanzas. - Apoyarse en la reputación de marca para promover el uso de soluciones digitales en capacitación. | <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar recursos formativos digitales que refuercen el aprendizaje y reduzcan la curva de error en procesos clave. - Automatizar el seguimiento de órdenes de compra abiertas. |
|---|---|---|

Amenazas (A)	Estrategias (FA)	Estrategias (DA)
- Riesgo de afectaciones presupuestales por órdenes de compra sin gestionar. - Sobrecarga operativa del equipo financiero por errores recurrentes. - Pérdida de confiabilidad en los reportes financieros. - Alta rotación de practicantes sin base metodológica estandarizada.	- Usar la comunicación entre las áreas para revisar y cerrar órdenes de compra abiertas. - Aplicar herramientas ya existentes para prevenir errores en cierres contables. - Promover controles y checklists formales como parte de la cultura de cumplimiento financiero.	- Documentar procedimientos y crear guías accesibles para reducir la carga del equipo financiero. - Implementar indicadores para monitorear el cumplimiento financiero.

Nota. Análisis DOFA del área de planeación financiera adaptado de observaciones realizadas durante la práctica profesional [Cuadro]. En elaboración propia.



PARTE III

PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

Planteamiento central

Abbott Laboratories de Colombia es una empresa importante en el sector farmacéutico y la cual ha logrado mantener una posición relevante en el mercado con el paso de los años, gracias a todo esto la empresa se destaca por un buen ambiente laboral y una buena ejecución en sus procesos. Y como cualquier organización grande cuenta con falencias o cosas a mejorar para así seguir manteniéndose en el mercado y brindando siempre lo mejor para sus diferentes trabajadores. Por tal razón durante el desarrollo de las prácticas profesionales en el área de finanzas en la división Abbott Nutrition International (ANI), se identificaron debilidades importantes que impactaban directamente la eficiencia operativa y la precisión de los procesos financieros. (ABBOTT, 2025)

Entre ellas, se resaltaron las dificultades en la comprensión y correcta aplicación de los templates financieros, especialmente en los procesos de calendarización y pre-cierre/cierre, que generaban errores en los presupuestos por parte de los Brand Managers (estrategas de marca) y practicantes. Así mismo, se evidenció la falta de un manual o un proceso de aprendizaje más claro que facilitarían la ejecución de las tareas financieras, lo que aumentaba la repetición de errores. Adicionalmente, la gestión y control efectivo sobre las órdenes de compra abiertas crea un riesgo financiero y operativo importante.

Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales

Por medio de este plan de mejora dentro de Abbott Laboratories de Colombia, este adquiere importancia al contribuir directamente a optimizar la gestión financiera interna de una empresa farmacéutica, mediante procesos y acciones concretas para reducir errores operativos y fortalecer el seguimiento financiero. A través de esta iniciativa se busca asegurar un uso eficiente del presupuesto, evitar re-procesos y empoderar a las personas involucradas con herramientas prácticas, comprensibles y de fácil acceso.

Como principal objetivo, el plan de mejora se enfoca en los procesos vinculados a la calendarización, cierre financiero y gestión de órdenes de compra dentro de la división



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Abbott Nutrition International (ANI), generando un impacto tanto al equipo de finanzas como al de Marketing. Así mismo, se producen materiales importantes como una macro para control de órdenes de compra antiguas, un manual financiero práctico y un recurso audiovisual (learning) que puede ser replicado en futuras capacitaciones.

Respecto a las limitaciones, al tratarse de una práctica profesional de seis meses y teniendo en cuenta el corto tiempo para poder desde un comienzo adquirir todos los conocimientos de los procesos de la empresa, y así poder interiorizarlos e implementar y evaluar los cambios pertinentes. Sin embargo, las propuestas tienen enfoque práctico y aplicable para el equipo.

Objetivos

Objetivo general

Optimizar la eficiencia operativa del área de planeación financiera de Abbott Nutrition International (ANI) mediante la estandarización, automatización y capacitación de los procesos, apoyando la mejora de errores en la ejecución presupuestal y operativa.

Objetivos específicos

- a. Estandarizar las órdenes de compra abiertas por más de tres meses, mediante el diseño de una macro Excel, con el fin de permitir una gestión oportuna y preventiva de los errores en los cierres.
- b. Automatizar procesos financieros en el área de planeación financiera mediante la elaboración de un manual indicativo dirigido a los gerentes de marca, con el fin de aclarar conceptos en la aplicación de diferentes procesos empresariales.
- c. Capacitar a los nuevos practicantes y colaboradores del área de Marketing, mediante el desarrollo de un recurso digital de formación, con el fin de que asuman de manera autónoma los procesos financieros.



PARTE IV

CONTENIDO PLAN DE MEJORA

Propuesta de mejora

El siguiente plan de mejora se expone debido a las continuas falencias que se presentaron al interior del área de finanzas en la división Abbott Nutrition International (ANI). Este tiene como fin de encaminar una alternativa que aporte un cambio positivo. Es por esto por lo que se identificó necesidades clave en los procesos de calendarización, cierre y gestión de órdenes de compra, que afectaban la eficiencia, la exactitud del presupuesto y la carga operativa del equipo. A partir de esto, estructura una propuesta de mejora basada en tres acciones concretas, alineadas con los objetivos planteados:

Macro para control de órdenes de compra abiertas

Se desarrolló una herramienta automatizada para permitir el seguimiento y control de las órdenes de compra abiertas por más de tres meses. (Ver Figura 3). Esta herramienta permite filtrar, identificar los casos pendientes y hacer seguimiento a su estado con los responsables de la creación de estas, dando una visibilidad a finanzas y facilitando el control para prevenir impactos negativos en los cierres contables.

Figura 3

Macro

mayor a 3 meses		menor a 3 meses		igual a cierre							
VENCIDO		PENDIENTE		ALERTA							
FECHA DE VENCIMIENTO	Fecha Ejecución Evento	Días	ESTADO	Número OC	NIT	Nombre Proveedor	Responsable	Observación	Valor OC		
1/12/2024	15/10/2024	2	Pendiente	4000238038	9007299958	HOTELES DEL OTUN S.A.S	ENSUR	Alimentos y bebidas	1.596.340		
1/12/2024	15/11/2024	20	Vencido	4000240945	30288153	OROZCO VILLEGAS LILIANA	ENSUR	Charla Liliana Orozco Hogar San Lucas	2.019.056		
31/03/2025	2/10/2024	0	Alerta	4000239453	9006555838	ESCADA FINANCIAL CORP	ENSUR	Consumo: salon, audiovisuales	1.200.020		
31/03/2024	15/03/2024	434	Vencido	4000232661	74372849	CUADROS CUADROS ROBINSON FABIAN	ENSUR	Prestación de servicios Dr Cuadros	3.817.662		
30/09/2024	1/08/2024	251	Vencido	4000237196	900983334	LUXURY HOTELS INTERNATIONAL	ENSUR	Habitaciones marriott CHN	60.787.818		
30/09/2024	1/08/2024	251	Vencido	4000237196	900983334	LUXURY HOTELS INTERNATIONAL	ENSUR	Salon dia 1 marriott CHN	1.027.208		
30/09/2024	1/08/2024	251	Vencido	4000237196	900983334	LUXURY HOTELS INTERNATIONAL	ENSUR	Salon dia 2 marriott CHN	4.361.104		
30/09/2024	1/08/2024	251	Vencido	4000237196	900983334	LUXURY HOTELS INTERNATIONAL	ENSUR	Alimentos y bebidas 1 CHN	15.415.920		
30/09/2024	1/08/2024	251	Vencido	4000237196	900983334	LUXURY HOTELS INTERNATIONAL	ENSUR	Servicio marriott CHN	1.427.400		
30/09/2024	1/08/2024	251	Vencido	4000237196	900983334	LUXURY HOTELS INTERNATIONAL	ENSUR	Salon dia 3 marriott CHN	2.914.548		
30/09/2024	1/08/2024	251	Vencido	4000237196	900983334	LUXURY HOTELS INTERNATIONAL	ENSUR	Alimentos y bebidas 2 CHN	12.130.560		
30/09/2024	1/08/2024	251	Vencido	4000237196	900983334	LUXURY HOTELS INTERNATIONAL	ENSUR	Servicios marriott CHN	1.123.200		
30/09/2024	1/08/2024	251	Vencido	4000237196	900983334	LUXURY HOTELS INTERNATIONAL	ENSUR	Salon dia 4 marriott CHN	4.651.210		
1/12/2024	15/11/2024	189	Vencido	4000240527	9009781129	HH Colombia S.A.S	ENSUR	Vademecum Bolsillo Ensure 2024	3.332.000		
1/12/2024	6/11/2024	189	Vencido	4000240335	9009781129	HH Colombia S.A.S	ENSUR	2024 Folleto Plato Ensure	5.521.600		
1/12/2024	19/11/2024	189	Vencido	4000240602	8001449344	VISION Y MARKETING SAS	ENSUR	Devolución de recetas	6.017.830		
30/06/2024	1/06/2024	343	Vencido	4000235221	9003113874	CLAB CREATIVE LABORATORY SAS	ENSUR	Ensure CLAB FEE SOW Junio	4.941.368		
30/06/2024	3/04/2024	343	Vencido	4000233597	8600155472	IMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	ENSUR	MMS Fee Agencia Ensure Abril 2024	2.755.969		
30/09/2024	1/09/2024	251	Vencido	4000238515	8600155472	IMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	ENSUR	Pauta digital gerentes septiembre Ensure	18.902.292		
1/12/2024	1/10/2024	189	Vencido	4000239640	8600155472	IMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	ENSUR	Pauta digital gerentes octubre Ensure	16.579.810		
1/12/2024	26/11/2024	189	Vencido	4000241160	8600155472	IMS COMUNICACIONES COLOMBIA SAS	ENSUR	Pauta digital gerentes Nov ADC Ensure	71.400.000		

Nota. Macro de seguimiento de órdenes de compra [Tabla]. En elaboración propia.



Manual financiero

Se diseñó y se entregó un manual financiero con lenguaje claro y ejemplos prácticos. Este documento detalla paso a paso los procesos financieros y conceptos clave. (Ver Figura 4). Su propósito fue servir como guía de referencia constante para los Brand Managers, ayudando a reducir errores, mejorar la comprensión de los procesos y aumentar la autonomía.

Figura 4

Manual financiero

Calendarizaciones

Una calendarización es un **template** el cual desde finanzas se envía mes vencido con el fin de planificar y organizar todas las actividades a lo largo del año. Incluye todas las campañas y eventos que se planean realizar. El distribuir el presupuesto total entre las diferentes actividades, campañas y congresos ayudara a asegurarse de no excederse en los gastos y que en cada actividad se tenga los recursos necesarios.

Fechas: WD 6: Brand Managers envían **samples** al equipo de demanda.

WD 7: Finanzas envía calendarizaciones a equipos.

WD 12: Finanzas recibe calendarizaciones.

ADS:

1. La calendarización se compone de varias pestañas, una de las cuales es la de muestras (**samples**). El equipo de demanda envía el formato para que cada Brand Manager revise y confirme las muestras, además de que estos estén alineados a los **activity charts**. Posteriormente, se debe realizar el envío con la confirmación, y el equipo de demanda se encargará de mandar el respectivo ADS al equipo finanzas para la construcción de la calendarización.

Vista en general de formato de **samples**.

Pasos para ejecutar la calendarización:

1. Se recibe la calendarización, nos ubicamos en la pestaña mes y en la columna de "responsable" filtrar por el correspondiente para poder empezar a clasificar los gastos.

Se filtra calendarización hoja mes según la clasificación real

2. En la misma pestaña de mes es donde se empieza a clasificar cada gasto en la columna "clasificación" y en cada línea se encontrará una lista desplegable dependiendo si es **advertising** o **sales support**. Se es libre de agregar más ya que en si estas clasificaciones son de cada uno de los Brand Managers.

Se filtra calendarización hoja mes según la clasificación real

Nota. Manual financiero: Calendarizaciones y clasificación de gastos [Documento interno]. En elaboración propia.

Recurso audiovisual de capacitación

Con el fin de facilitar el aprendizaje, se creó un recurso audiovisual (formato tipo vídeo interactivo) que explica los procesos financieros con ejemplos y simulaciones reales. (Ver Figura 5). Este contenido con la ayuda de la inteligencia artificial (IA), fue estructurado para facilitar el aprendizaje autónomo y flexible, permitiendo a los nuevos integrantes familiarizarse con los procedimientos de manera didáctica y a su propio ritmo. Esta



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

solución ayudaría a reducir la carga operativa del equipo financiero al evitar capacitaciones repetitivas y aclaraciones frecuentes.

Figura 5

Finance Training



ABBOTT NUTRITION

Finance Training



Nota. Finance Training [Presentación]. En elaboración propia.

CONCLUSIONES

A lo largo del desarrollo de la práctica profesional, se enfrentaron diferentes dificultades como debilidades y amenazas, que permitieron comprender los retos operativos en el área de planeación financiera en una organización multinacional. Entre ellas, se pueden destacar la ausencia de un material estandarizado, las barreras de comprensión entre áreas no financieras, y la falta de herramientas visuales que facilitaran el seguimiento de procesos.

Sin embargo, se encontraron también fortalezas y oportunidades de mejora. La empresa mostró disposición a adoptar soluciones prácticas, y valoró las propuestas enfocadas en automatización, materiales claros y capacitación digital. Con esta disposición positiva permitió que los aportes tuvieran impacto real en la mejora del control financiero, la eficiencia de los procesos y la formación de las personas.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Finalmente, con este trabajo de investigación académica y técnica que aborda una temática específica de negocios en una entidad con cobertura nacional e internacional, se espera contribuir a mejorar los procedimientos administrativos y financieros internos, e igualmente, sea el punto de partida de nuevas investigaciones que profundicen en algunos aspectos puntuales en favor de la estandarización, automatización y capacitación de las actividades empresariales.



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

Bibliografía

ABBOTT. (2025). *Abbott En América Latina*. Obtenido de Latam.abbott:
<https://www.latam.abbott/products/nutrition.html>

Abbott. (s.f.). *ABBOTT*. Obtenido de Latam Abbott: <https://www.latam.abbott/about-us/our-heritage.html>

Maps, G. (2025). *Google Maps*. Obtenido de
<https://www.google.com/maps/dir/4.6638492,-74.1307124/Abbott+Laboratories+de+Colombia,+Ac+100+%239A+45,+Bogot%C3%A1/@4.6749235,-74.1692928,25721m/data=!3m2!1e3!4b1!4m9!4m8!1m1!4e1!1m5!1m1!1s0x8e3f9a975904c457:0xcd57f5f8790adfee!2m2!1d-74.0420923!2d4.68140>