

# INFORME FINAL DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

## Panadería Pan de Vida



2025

## **CONTENIDO**

- a. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA Y DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES ACTUALES.
- b. EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES
- c. CLIMA DE TRABAJO.
- d. LIDERAZGO
- e. Anexo

Business Model Canvas 2025

*a) Reseña Histórica de la Empresa y descripción del perfil de sus clientes actuales:*

**Misión:** Ofrecer productos de panadería, repostería y restaurante frescos, deliciosos y accesibles, elaborados con dedicación y buenos ingredientes. Nos esforzamos cada día por brindar una experiencia cálida, cercana y familiar a cada cliente que nos visita.

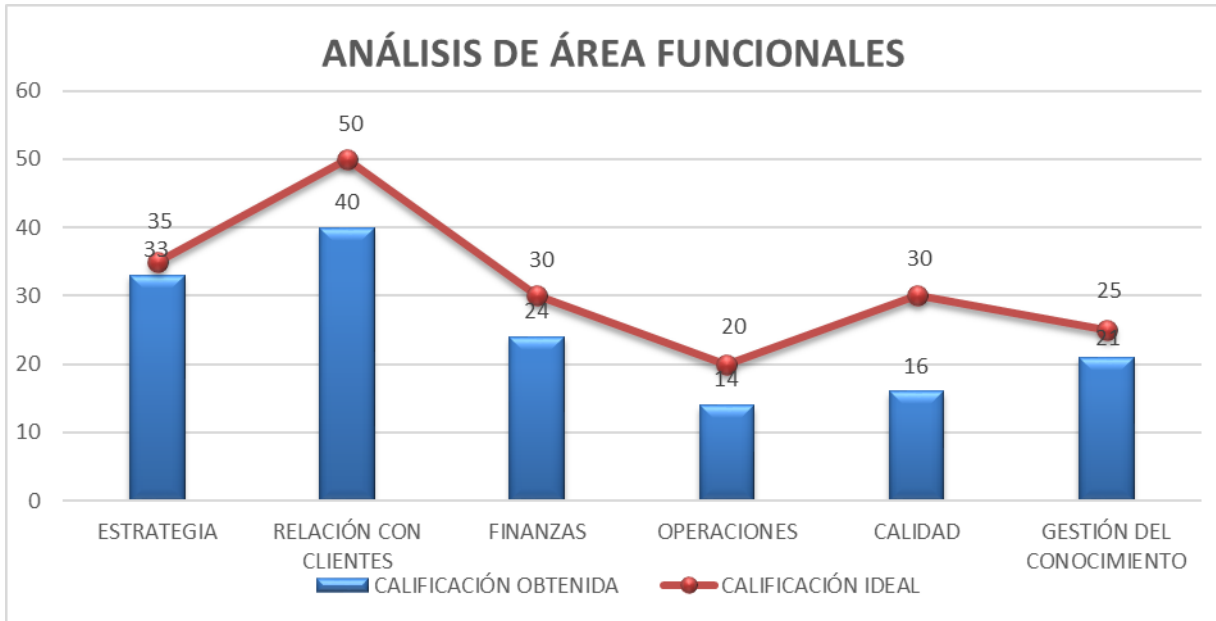
**Visión:** Para el año 2028 seremos una panadería reconocida en la zona sur de Cali por nuestra calidad, sabor y excelente atención. Queremos expandirnos sin dejar de ser ese lugar de confianza donde cada cliente se siente como en casa y encuentra siempre algo rico para compartir.

**Objetivos de la empresa:**

- Posicionarnos como una de las panaderías preferidas del barrio Meléndez en los próximos dos años.
- Aumentar la variedad de productos sin perder la frescura ni el sabor.
- Capacitar continuamente a nuestro personal para mejorar el servicio y la calidad.
- Fortalecer la relación con nuestros clientes, escuchando sus opiniones y sugerencias.
- Lograr una expansión responsable empezando por barrios vecinos a mediano plazo.

**Segmento de clientes:** Nuestro principal segmento de clientes está conformado por personas del barrio Meléndez y sectores aledaños sin importar la edad, ya que atendemos desde niños que vienen por un antojo dulce después del colegio hasta adultos mayores que disfrutan un pan con café en el día. Ofrecemos nuestros productos a familias, trabajadores del sector, estudiantes y vecinos en general que buscan productos frescos, de calidad y a buen precio.

*b) Evaluación de Áreas Funcionales:*



**Qué encontramos:**

**Estrategia:**

Esta área presenta una diferencia mínima entre la calificación obtenida y la ideal, lo que muestra un buen desempeño.

**Relación con clientes:**

Se observa una diferencia de 10 puntos, lo que indica oportunidades de mejora en la comunicación, fidelización y satisfacción del cliente.

**Finanzas:**

Hay una diferencia moderada de 6 puntos. Esto indica que hay oportunidad para optimizar la gestión financiera, el control de costo, la planificación presupuesta o rentabilidad.

**Operaciones:**

Similar a finanzas, presenta una diferencia de 6 puntos. Esto podría implicar que hay margen de mejora en la eficiencia de los procesos, la productividad, la logística o la gestión de la cadena de suministro.

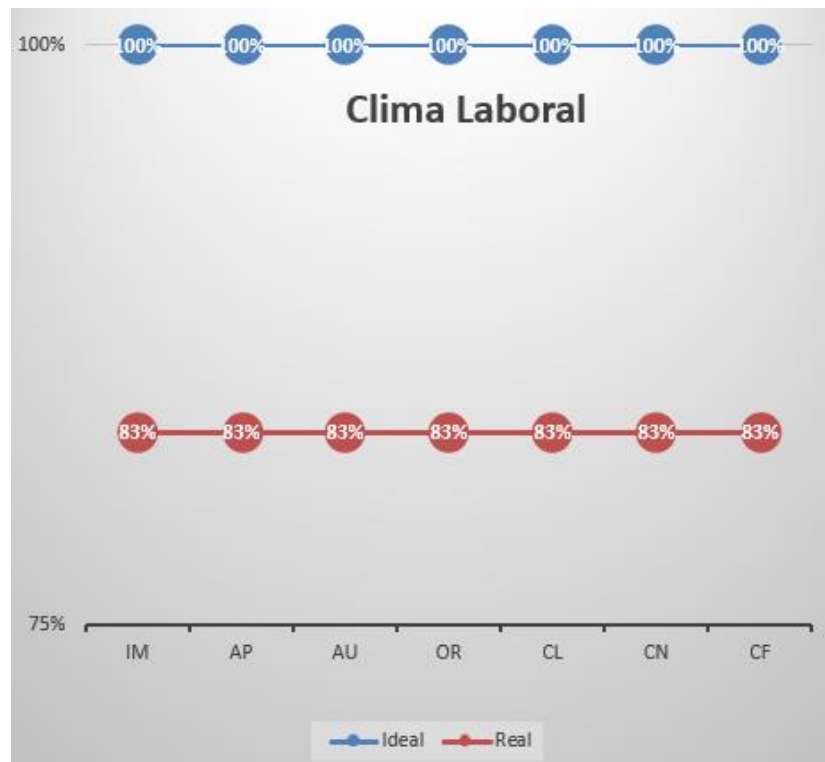
**Calidad:**

Esta área tiene la mayor diferencia, con 14 puntos. Esto es una señal de alerta y sugiere que la empresa tiene desafíos significativos en la calidad de sus productos, servicios o procesos.

Gestión del conocimiento:

Con una diferencia de 4 puntos, esta área se encuentra relativamente cerca de lo ideal. Esto indica que la empresa tiene buenas prácticas en la captura, almacenamiento, distribución y aplicación del conocimiento.

*c) Clima de Trabajo:*



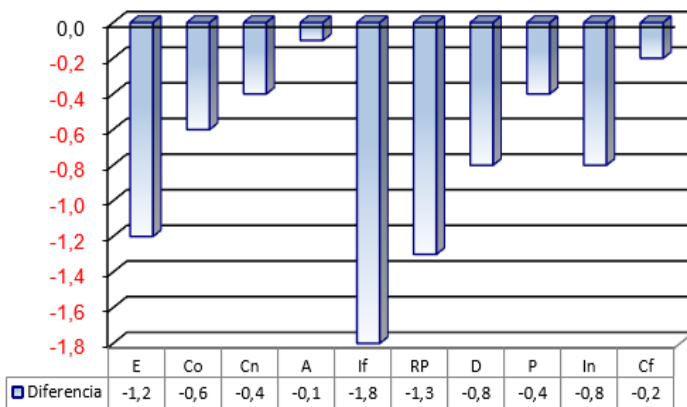
**Qué encontramos:**

Categorías: Implicación, Apoyo, Autonomía, Organización, Claridad, Control y/o Comodidad:

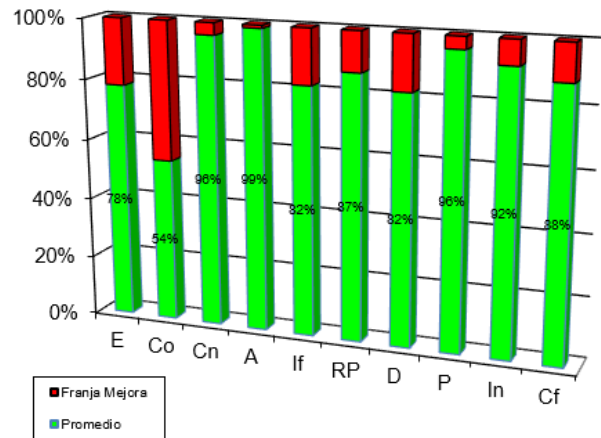
El clima laboral en la empresa presenta un desempeño uniforme en todas las categorías evaluadas, aunque hay un ambiente laboral aceptable aún hay oportunidades de mejora en implicación, apoyo, autonomía, organización, claridad, control y comodidad. Si bien los resultados son positivos hay una diferencia del 17% frente al ideal, se sugiere la necesidad de seguir fortaleciendo aspectos como la motivación, el trabajo en equipo y las condiciones de bienestar para lograr un entorno más óptimo para todos.

*d) Liderazgo:*

Diferencia entre la Auto-Evaluación y la Evaluación del Grupo



Oportunidades de Mejora del Líder



**Qué encontramos:**

Variables: Estrategia, Comunicación, Conocimiento, Aprendizaje, Influencia, Relaciones Personales, Delegación, Prioridades, Integridad y/o Confiabilidad.

De acuerdo con los resultados se destacan como prioritarias las variables de Influencia y Relaciones Personales ya que su fortalecimiento puede marcar una diferencia significativa en la relación del líder con su equipo. En la variable Influencia se observa una diferencia marcada entre la percepción individual y la del grupo, lo cual abre la oportunidad de potenciar la capacidad de inspirar, guiar y movilizar al equipo de forma más efectiva. A su vez, Relaciones Personales refleja una prioridad de mejora en cuanto a la cercanía y conexión con los colaboradores.

Estas mejoras no reflejan debilidades, sino áreas de desarrollo que al ser atendidas pueden potenciar el liderazgo y consolidar una cultura organizacional más sólida y participativa.

Firma del empresario, la cual certifica que el Informe de Diagnóstico de su empresa le fue entregado y explicado por parte del Consultor al finalizar la etapa de Diagnóstico:

Ricardo Santa Hoyos










---

Fecha: 18 de julio de 2025

Firma del Consultor:

Ana María Muñoz Orozco – Brian Uribe Murillo

## Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

Compañía: Panadería Pan de Vida		Diseñado por: Ana María Muñoz - Brian Uribe M		Fecha: 01/07/2025
<p><b>SEGMENTO DE CLIENTES</b> </p> <p>Nuestro principal segmento de clientes está conformado por personas del barrio Meléndez y sectores aledaños sin importar la edad, ya que atendemos desde niños que vienen por un antojo dulce después del colegio hasta adultos mayores que disfrutan un pan con café en el día. Ofrecemos nuestros productos a familias, trabajadores del sector, estudiantes y vecinos en general que buscan productos frescos, de calidad y a buen precio.</p>	<p><b>ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE</b> </p> <p>Las actividades clave de la panadería bien incluyen la producción diaria de pan y repostería, atención amable al cliente, ventas y promociones en tienda, coordinación de entregas a domicilio, manejo de caja y cuentas, control de inventario, mantenimiento de maquinaria, cumplimiento de normas sanitarias y gestión de redes.</p>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b> </p> <p>Los clientes son la prioridad de la panadería, por eso ofrecemos productos frescos que se destacan por su sabor y calidad. Nos comprometemos a brindar una atención cercana y agradable, creando experiencias dulces que generan una gran satisfacción. Esto lo logramos con un personal capacitado, ingredientes seleccionados y un servicio dispuesto a escuchar y mejorar.</p>	<p><b>RELACIÓN CON CLIENTES</b> </p> <p>Buscamos generar relaciones sólidas con nuestros clientes a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Atención personalizada en tienda y por teléfono.</li> <li>Recomendaciones de productos según preferencias.</li> <li>Participación en sorteos y campañas locales.</li> <li>Promociones exclusivas para clientes frecuentes.</li> <li>Escucha activa de sus opiniones.</li> </ul> <p>Construimos relaciones basadas en cercanía y compromiso.</p>	<p><b>ALIANZAS CLAVES</b> </p> <p>Contamos con alianzas clave con proveedores locales de materias primas, principalmente distribuidores de harina, azúcar, levadura y otros insumos, con quienes manejamos relaciones estables que nos permiten mantener precios competitivos y entregas frecuentes. Estas alianzas nos brindan flexibilidad en pagos y abastecimiento constante.</p> <p>En cuanto a outsourcing, tercerizamos el servicio contable y el mantenimiento de redes.</p>
	<p><b>RECURSOS CLAVE</b> </p> <p><b>Recursos físicos:</b> Local propio ubicado en una esquina del barrio Meléndez, con alto tránsito peatonal y cercanía a colegios y centros comerciales. Cuenta con mesas, vitrinas, neveras, horno, rodillo, ollas, bandejas, carpa y utensilios completos de panadería y cocina. El local tiene logo propio y toda la documentación legal al día.</p> <p><b>Recursos financieros:</b> La panadería es rentable, tiene buena liquidez y no presenta deudas. Se han realizado inversiones en mejoras como la compra de mesas y el aumento en la calidad del pan. Además, cuenta con acceso a crédito y recibe encargos de clientes habituales.</p> <p><b>Recursos humanos:</b> El equipo está conformado por cinco personas distribuidas entre repostería, horneco, atención al cliente y caja. Se destaca el buen nivel técnico y compromiso del personal.</p> <p><b>Recursos tecnológicos y TICs:</b> Usan Excel para control administrativo. Tienen presencia en redes sociales que refuerzan su posicionamiento.</p> <p><b>Recursos intelectuales:</b> Marca reconocida en la zona, recetas y procesos propios, con historial de clientes y pedidos.</p>		<p><b>CANALES</b> </p> <p><b>Venta:</b> Atención en punto físico, atención telefónica, WhatsApp Business, servicio a domicilio y retroalimentación directa del cliente. <b>Compra:</b> Vitrina física, contacto directo por WhatsApp o llamada telefónica.</p>	
		<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b> </p> <p><b>Costos fijos principales:</b> Salarios de los cinco empleados producción, atención al cliente, caja. Servicios públicos como agua, energía, gas necesarios para operar hornos, neveras y otros equipos. Contabilidad externa y manejo administrativo. Publicidad básica y presencia en redes sociales.</p> <p><b>Costos variables:</b></p>	<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b> </p> <p>El 100% de los ingresos se perciben a través de la venta directa de productos de panadería, repostería y restaurante, en punto físico. El 85% corresponde a ventas al detal en mostrador y mesas (panes, tortas, desayunos, almuerzos), y el 15% restante proviene de pedidos al por mayor o por encargo, como tortas personalizadas y bandejas para eventos.</p> <p>Los pagos se realizan en efectivo, tarjetas débito/crédito y plataformas digitales (Nequi, Daviplata).</p>	