

Informe Final de Diagnóstico Empresarial

INFORME FINAL DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

SUSPIRO Y COCINA S.A.S

2025

CONTENIDO

A) RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA Y DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES ACTUALES.

B) EVALUACIÓN CLIENTES.

C) EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES

D) CLIMA DE TRABAJO.

E) LIDERAZGO

F) PLAN DE MEJORAS

G) ANEXOS:

Model Canvas

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

“Este es suspiro, un espacio donde la creatividad se libera y se plasma no solo en nuestra cocina, también en nuestros sueños. Soñar con ser valientes, sin tener miedo a cometer errores. Siempre abiertos a todas las posibilidades. Evolucionando para ofrecer lo mejor, para ser los mejores. ¿Quiénes somos entonces?, somos humildad representada en nuestros orígenes. No ofrecemos platos, te ofrecemos experiencias. No se trata del país o de la cultura, se trata de representar tu felicidad por medio de un suspiro que llene tu alma...

ESO SOMOS,
ESO SIEMPRE SEREMOS.” *Página web de Suspiro*

MISIÓN

En Suspiro creamos experiencias sensoriales únicas donde la cocina es el medio y la emoción es el destino. Nos inspira la creatividad, la evolución constante y el deseo de conectar con nuestros clientes desde lo auténtico, lo valiente y lo humano. No servimos platos: inspiramos momentos que despiertan recuerdos y llenan el alma de quienes nos visitan.

OBJETIVOS

- Ofrecer experiencias gastronómicas memorables, en las que cada detalle, desde el sabor hasta la ambientación, evoque emoción y conexión.
- Posicionar a Suspiro como un referente de cocina creativa y emocional en el segmento Premium del mercado gastronómico nacional.
- Fomentar una cultura interna de innovación, humildad y excelencia, donde el equipo crezca junto con la marca.
- Ampliar el portafolio de experiencias (no solo culinarias, sino también artísticas y culturales), adaptándonos a las nuevas tendencias y deseos del consumidor.
- Consolidar una comunidad de clientes fieles, que se identifiquen con nuestra esencia emocional, estética y creativa.

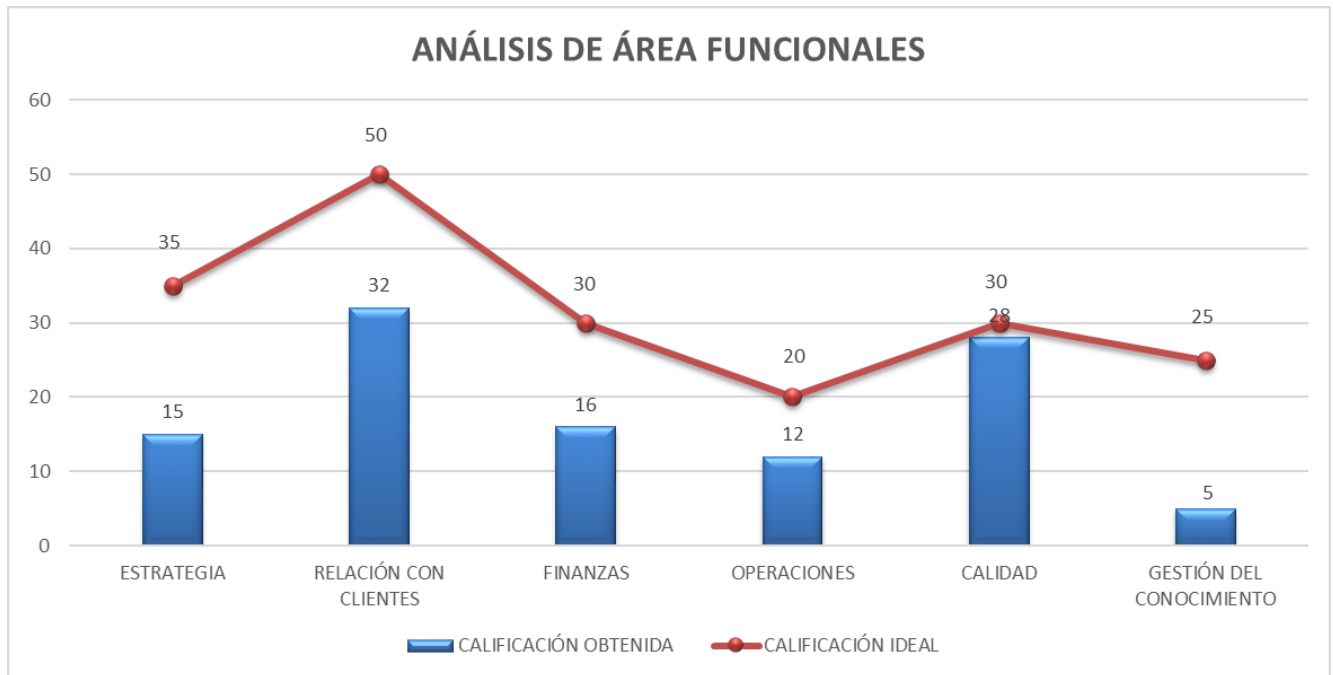
PERFIL DE CLIENTE

- Nuestros clientes pertenecen principalmente a los estratos 4, 5 y 6. Son personas que:
- Buscan mucho más que una comida: desean vivir experiencias significativas y auténticas.
- Valoran el diseño, la estética, la innovación y la narrativa emocional detrás de cada propuesta.
- Son curiosos, sensibles y abiertos a nuevas formas de expresión cultural y gastronómica.
- Prefieren lugares que les hagan sentir conectados, inspirados y escuchados.
- Están dispuestos a invertir en experiencias de alta calidad que combinen creatividad, buen gusto y calidez humana.

B) Evaluación clientes:

CRITERIOS	PONDERACIÓN DEL CRITERIO	CALIFICACIÓN CLIENTE 1	CALIFICACIÓN CLIENTE 2	RESULTADO
COMODIDAD DEL LUGAR	17%	8	10	1,57
PRECIO	8%	4	5	0,36
EMPLATADO	23%	10	10	2,29
VARIEDAD DE PRODUCTOS	12%	5	8	0,75
SERVICIO	28%	10	10	2,85
ATENCIÓN A QUEJAS	12%	8	5	0,75
	CALIFICACIÓN FINAL			8,57
EMPRESA ESTABLE				

C) Evaluación de Áreas Funcionales:



Qué encontramos:

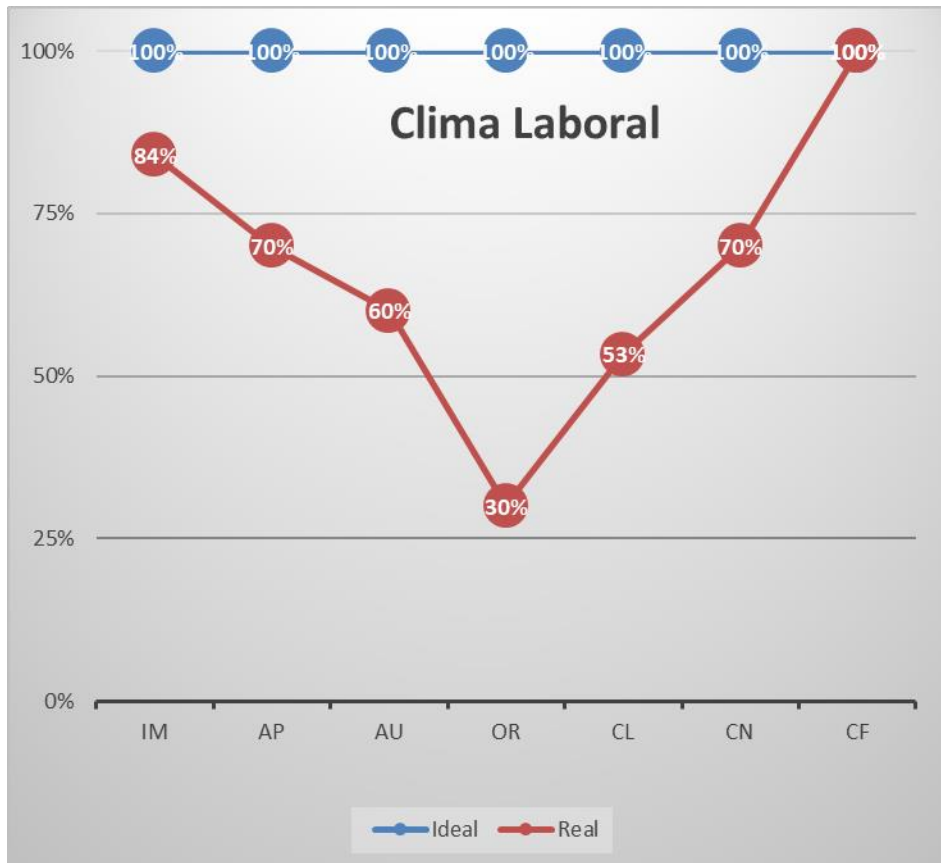
Estrategia: Es necesario aterrizar los objetivos de la empresa para trazar un rumbo claro y con propósito. Esto debe hacerse teniendo en cuenta el análisis FODA, lo cual permitirá tomar decisiones estratégicas más acertadas.

Finanzas: Se evidencia un exceso de gastos frente a los ingresos. Por lo tanto, se recomienda realizar un análisis detallado del margen de rentabilidad por producto, con el fin de identificar oportunidades de mejora y ajustar los costos operativos.

Operaciones: Se recomienda llevar a cabo el mantenimiento preventivo de los equipos. Esta acción podría contribuir significativamente a la reducción de quejas y mejorar la eficiencia operativa.

Gestión del conocimiento: Es urgente implementar un programa de capacitación para cada cargo. Esta formación debe reforzar el conocimiento de la misión y visión empresarial, fortaleciendo así el sentido de pertenencia y el compromiso de todos los miembros de la organización, desde la gerencia hasta los colaboradores.

D) Clima de Trabajo:

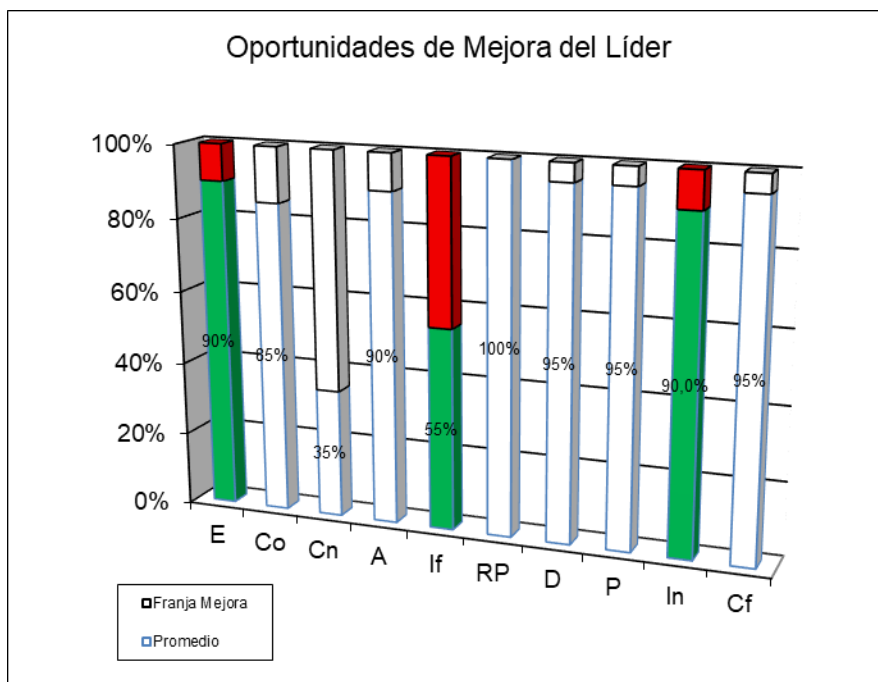
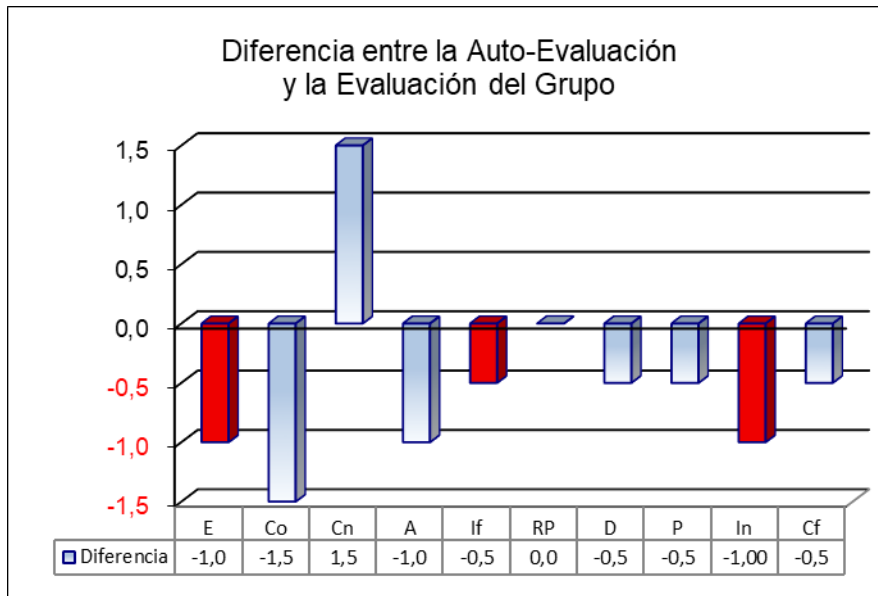


Qué encontramos:

Categorías: Organización y Claridad:

Se recomienda establecer una planificación clara de actividades mediante cronogramas semanales, lo que evitará que las tareas se acumulen y permitirá cumplir con los objetivos del día. Es fundamental fortalecer la comunicación interna, capacitando a los líderes en cómo asignar tareas con claridad y detalle, apoyándose en guías visuales para estandarizar procesos. Además, se debe crear un canal transparente y regular para informar al personal sobre los beneficios obtenidos, promoviendo así el sentido de pertenencia. Para abordar la impuntualidad, se sugiere implementar controles de asistencia.

E) Liderazgo:



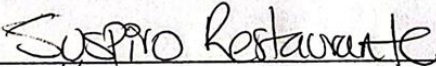
Qué encontramos:

Comunicación, donde existe una diferencia de -1.5 entre la percepción del líder y la del grupo, lo que sugiere dificultades en la claridad y efectividad de los mensajes; y conocimiento, que presenta el nivel más crítico con un 65% de franja de mejora y una calificación promedio de apenas 1.8, indicando una necesidad urgente de formación técnica o estratégica. También se evidencian diferencias importantes en aprendizaje -1.0 y en integridad -1.0, lo cual refleja una posible resistencia a aceptar errores y asumir responsabilidades. Aunque variables como confiabilidad, delegación y prioridades tienen altos niveles de favorabilidad, la percepción del equipo muestra diferencias que indican oportunidades de mejora en la coherencia del liderazgo. Estos resultados apuntan a la necesidad de fortalecer las competencias de liderazgo a través de planes de desarrollo, espacios de retroalimentación y una comunicación más abierta y efectiva.

F) Plan de mejoras:

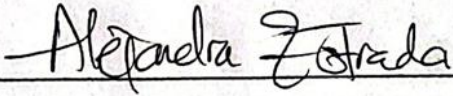
Como resultado del diagnóstico realizado a las áreas clave de SUSPIRO Y COCINA S.A.S, se evidencian oportunidades de mejora que, abordadas de manera estratégica, pueden fortalecer significativamente su desempeño organizacional. Se recomienda trazar con claridad los objetivos de la empresa mediante una planeación estratégica participativa, controlar los excesos financieros con análisis de rentabilidad por producto, y mejorar la eficiencia operativa a través de un plan de mantenimiento preventivo. Asimismo, es urgente implementar programas de capacitación por cargos que refuercen la misión y visión institucional, y establecer mecanismos de comunicación interna más claros, planificación semanal y control de puntualidad para optimizar el clima laboral. Finalmente, en cuanto al liderazgo, se sugiere acompañar el desarrollo de competencias como comunicación, integridad y gestión del conocimiento mediante mentoría, retroalimentación continua y formación específica. Estas acciones permitirán consolidar una cultura organizacional coherente, eficiente y alineada con los valores de excelencia y experiencia que caracterizan al restaurante.

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:












Fecha: 18-07-2025

Firma del Consultor:



G) Anexos: model canvas

Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)				
Compañía: SUSPIRO Y COCINA S.A.S		Diseñado por: ALEJANDRA ESTRADA		Fecha 15-07-2025
ALIANZAS CLAVE CON PROVEEDOR 	ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE 	PROPUESTA DE VALOR 	RELACIÓN CON CLIENTES 	SEGMENTO DE CLIENTES 
<p>Los aliados claves de las materias primas de SUSPIRO son disciocolos, marpico, pastas con alma, districarnes, atlantic, el gran langostino, super A ,Carulla, panaderia baraka y alpina. Con sus productos de muy buena calidad, artesanales, productos angus y de mas, se adquiere estatus en cada una de las preparaciones, reduciendo el riesgo de cambio o error en los procesos ya que son empresas reconocidas y de alta calidad en el mercado.</p>	<p>El personal de cocina de SUSPIRO elabora cada plato con amor y dedicacion, teniendo en cuenta cada proceso, sin omitir alguno para lograr el sabor estandar siempre. Cuando el plato sale de la cocina a la mesa, se convierte en experiencia, puesto que nuestro personal de servicio se encarga de la descripción del plato, el ambiente del lugra con musica acogedora, etc.</p>	<p>SUSPIRO no ofrece platos, ofrece experiencias. No se trata del pais o de la cultura, se trata de representar tu felicidad por medio de un suspiro que llene tu alma</p>	<p>SUSPIRO promete sostener una relacion de satisfaccion y compromiso por parte del personal de servicio con una atencion personal dedicada a todos los comensales.</p>	<p>Personas mayores de 18 años, de estratos sociales 3-4-5 y en delante de la ciudad de call y jamundi, que sean amantes de la gastronomía y de lugares con estetica.</p>
	RECURSOS CLAVE 		CANALES 	
	<p>SUSPIRO cuenta con personal capacitado y con muy buena experiencia en el sector gastronomico y de servicio, con tecnologias en software especialidos para restaurantes que hacen la comunicación mas rapida, cuenta con proveedores aliados de excelente calidad.</p>		<p>El tipo de canal estrategico de SUSPIRO esta compuesto por medio de redes sociales (especialmente instagram y tik tok), el cual actualizamos constantemente con contenido para promover las visitas de los usuarios. El otro canal es el "voz a voz" por eso nos esforzamos con nuestro servicio y experiencia.</p>	
	ESTRUCTURA DE COSTOS 	FUENTES DE INGRESOS 		
<p>SUSPIRO tiene costos directos (alimentos y bebidas), cotos de personal (sueldos, propinas, seguridad social , primas, cesantias y vacaciones), costos operativos (tecnología) , costos legales y regulatorios (renovacion de camara y comercio, pago de sayco y acinpro,certificados y licencias sanitarias, etc.)</p>		<p>El 100% de nuestras ventas por cuentas se dividiran entre bebidas y comida. Bebidas sin y con alcohol el 20%. Comida sera entre entradas, platos fuertes y postres el 80% de la cuenta. En cuanto a los ingresos en efectivo, tarjeta o transferencias, se dividiran de esta forma: el 35% en efectivo, el 60% en tarjetas debito o credito y por medio de transferencias solo el 5% puesto que es muy esporadico que suceda.</p>		