

A	B	C	D	E	F	G	H	
4	2 F. Clima de Trabajo							
5	CUESTIONARIO CLIMA DE TRABAJO							
6	A continuación encontrará algunas frases relacionadas con el trabajo. Aunque están pensadas para muy distintos ambientes laborales, es posible que algunas no se ajusten del todo al lugar donde usted trabaja.							
7	Trate de acomodarlas a su propio caso y decida si son verdaderas o falsas en relación con su centro de trabajo.							
8	Si cree que la frase, aplicada a su centro de trabajo, es verdadera o casi siempre verdadera, anote una X en el espacio correspondiente a Verdadero. Si cree que la frase es falsa, o casi siempre falsa, anote una X en el espacio correspondiente a Falso.							
9	1	El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	V	F	Implicación	Categorías de medición Apoyo 4 Autonomía 3 Claridad 3 Comodidad 3 Control 2 Implicación 5 Organización 2 <hr/> Total general 22	N° de Preguntas	
10	2	Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	V		Apoyo			
11	3	El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	V		Implicación			
12	4	En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	V		Apoyo			
13	5	Las actividades están bien planificadas.		F	Claridad			
14	6	La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	V		Comodidad			
15	7	Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.		F	Implicación			
16	8	Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.	V		Apoyo			
17	9	Se anima a que las personas para que tomen sus propias decisiones.	Y		Autonomía			
18	10	Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	V		Organización			
19	11	Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V		Control			
20	12	El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	V		Implicación			
21	13	El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	V		Control			
22	14	El lugar de trabajo es agradable.	V		Comodidad			
23	15	A menudo el Líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.		F	Apoyo			
24	16	Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V		Claridad			
25	17	Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	V		Claridad			
26	18	Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	V		Autonomía			
27	19	El mobiliario está, normalmente, bien colocado.	V		Comodidad			
28	20	Normalmente, el trabajo es muy interesante.	V		Implicación			
29	21	El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.		F	Autonomía			
30	22	Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.	V		Organización			
31								

2 F. Clima de Trabajo

Hoja de Captura de Resultados

Nombre de la empresa: Restaurante cereza

		N° de trabajador encuestado										
		RESPUESTA IDEAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	V	V	V	V	V	F	V	V			
2	Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	V	V	V	V	V	V	V	V			
3	El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	V	V	V	V	F	F	F	V			
4	En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	V	V	F	V	V	V	V	V			
5	Las actividades están bien planificadas.	V	V	F	V	F	V	F	V			
6	La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	V	V	F	V	F	V	V	V			
7	Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.	F	V	V	F	V	F	V	F			
8	Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.	V	V	V	V	F	V	V	V			
9	Se anima a que las personas tomen sus propias decisiones.	V	V	F	V	F	V	V	F			
10	Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	V	F	V	F	V	V	V	V			
11	Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V	V	F	V	F	F	V	V			
12	El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	V	V	F	F	V	V	F	V			
13	El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	V	V	V	V	V	F	V	V			
14	El lugar de trabajo es agradable.	V	F	V	F	V	F	V	V			
15	A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.	F	V	F	V	V	V	V	V			
16	Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V	V	V	F	V	V	V	V			
17	Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	V	V	V	F	V	V	V	V			
18	Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	V	F	F	V	F	V	V	V			
19	El mobiliario está, normalmente, bien colocado.	V	V	V	F	F	V	V	F			
20	Normalmente, el trabajo es muy interesante.	V	V	V	V	F	V	V	V			
21	El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	V	V	V	V	F	V	V	F			
22	Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.	V	V	F	V	V	F	V	F			

Categorías de medición
Implicación
Apoyo
Implicación
Apoyo
Claridad
Comodidad
Implicación
Apoyo
Autonomía
Organización
Control
Implicación
Control
Comodidad
Apoyo
Claridad
Claridad
Autonomía
Comodidad
Implicación
Autonomía
Organización

2 F. Clima de Trabajo

Resultado

Nombre de la Empresa Proveedorora: Restaurante cereza

Fecha:

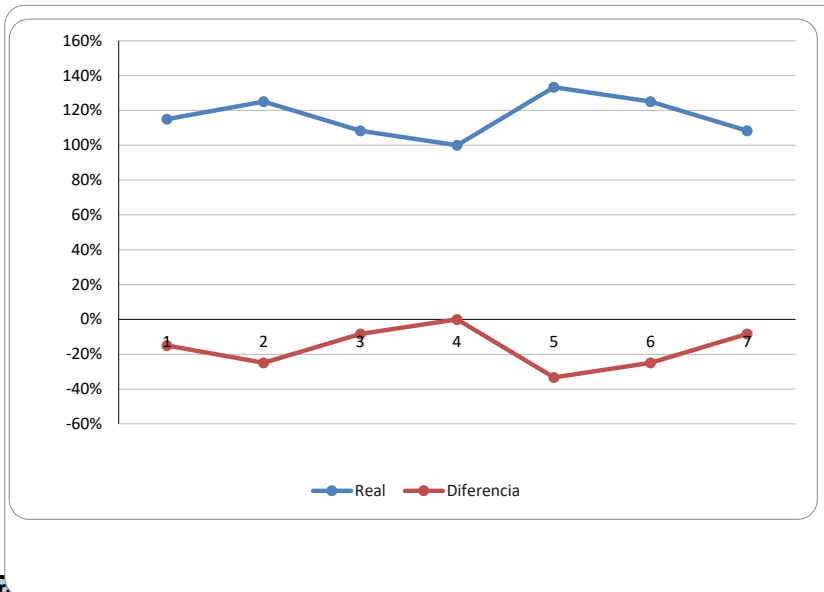
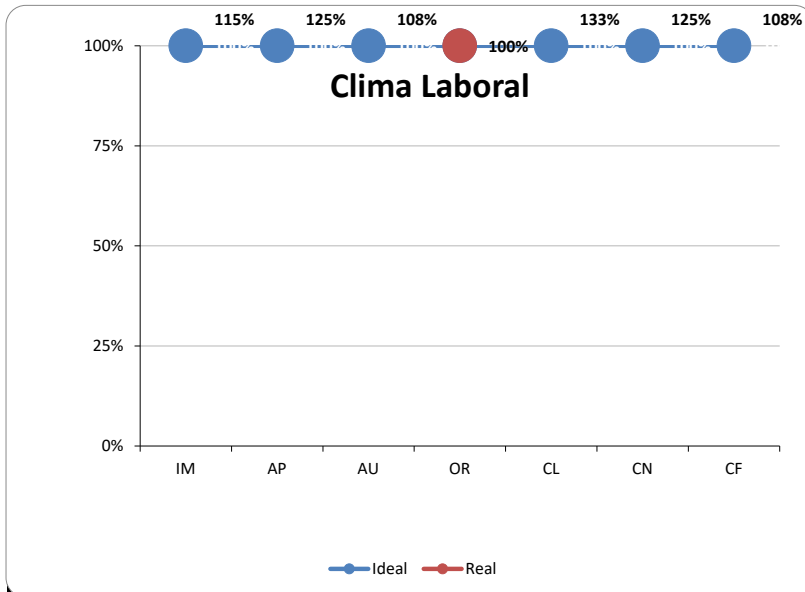
Cuestionarios aplicados:

PUNTUACIÓN ALCANZADA POR LA EMPRESA

CATEGORÍAS	ESC	Puntuaciones		ESC	Puntaje
		Sumatoria	Máxima		
Implicación	IM	23	20	IM	115%
Apoyo	AP	20	16	AP	125%
Autonomía	AU	13	12	AU	108%
Organización	OR	8	8	OR	100%
Claridad	CL	16	12	CL	133%
Control	CN	10	8	CN	125%
Comodidad	CF	13	12	CF	108%

REFERENCIA CONTRA MEJOR PRACTICA

CATEGORÍAS	ESC	PUNTUACIONES				
		Ideal	Real	%	Diferencia	%
Implicación	IM	100%	115%	115%	-15%	-15%
Apoyo	AP	100%	125%	125%	-25%	-25%
Autonomía	AU	100%	108%	108%	-8%	-8%
Organización	OR	100%	100%	100%	0%	0%
Claridad	CL	100%	133%	133%	-33%	-33%
Control	CN	100%	125%	125%	-25%	-25%
Comodidad	CF	100%	108%	108%	-8%	-8%



Implicación	Restaurante cereza pv obtuvo buenos resultados en general, superando el 100% en la mayoría de las categorías evaluadas. Sin embargo, también hay algunas áreas de mejora, como la Claridad y el Control, donde los resultados están por debajo del 100% ideal.
Apoyo	
Autonomía	
Organización	
Claridad	
Control	
Comodidad	

2G. Liderazgo

Fecha: _____	Marque con una X el cuadro correspondiente
Microempresa: <u>Restaurante cereza</u>	Autoevaluación: <input type="text"/>
Nombre de la persona que <u>Saray Cortez</u>	Evaluación a un Superior: <input type="text"/>
Nombre del Líder <u>Diana arias</u>	
Evaluado: <u>Paola andrea grisales</u>	

Instrucciones:

Lea cuidadosamente cada enunciado
 Marcar con una x el número que mejor refleja la realidad de la persona que está evaluando.
 Trate de dar una respuesta objetiva, no responda pensando en lo que le gustaría que fuera sino en lo que es.
 Solo vale una respuesta por enunciado
 No deje enunciados sin contestar

Comentarios:

El test se contesta tanto por el líder del grupo como por los trabajadores de la empresa

El Líder de la empresa:		Nunca	Rara Vez	Ocasional	Regulamente	Casi Siempre	Siempre
1	Piensa lo que será su negocio dentro de un año más	0	1	2	3	4	5
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio	0	1	2	3	4	5
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	0	1	2	3	4	5
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	0	1	2	3	4	5
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado	0	1	2	3	4	5
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento	0	1	2	3	4	5
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	0	1	2	3	4	5
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	0	1	2	3	4	5
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	0	1	2	3	4	5
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	0	1	2	3	4	5
11	Sabe escuchar	0	1	2	3	4	5
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	0	1	2	3	4	5
13	Se enfoca a los asuntos importantes	0	1	2	3	4	5
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	0	1	2	3	4	5
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio	0	1	2	3	4	5
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio	0	1	2	3	4	5
17	Es íntegro, responsable y cumple su palabra.	0	1	2	3	4	5
18	Admite sus errores	0	1	2	3	4	5
19	Es seguro de sí mismo.	0	1	2	3	4	5
20	Inspira confianza a los demás	0	1	2	3	4	5

Categoría Evaluada

- Estrategia
- Estrategia
- Comunicación
- Comunicación
- Conocimiento
- Conocimiento
- Aprendizaje
- Aprendizaje
- Influencia
- Influencia
- Relaciones Personales
- Relaciones Personales
- Delegación
- Delegación
- Prioridades
- Prioridades
- Integridad
- Integridad
- Confiabilidad
- Confiabilidad

2H. Liderazgo

Nombre de la empresa: restaurante cereza pv

El Líder de la empresa: paola Andrea Grisales		LIDER	N° TRABAJADORES										Prom
		Auto - Evaluación del Líder	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Piensa lo que será su negocio dentro de un año más	5	4	4	5	4	5	5	3				4,3
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio	5	5	3	5	3	4	5	5				4,3
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	5	5	4	4	4	4	3	5				4,1
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	5	5	3	3	3	4	3	5				3,7
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado	5	5	5	5	5	3	2	4				4,1
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento	5	3	5	5	5	3	5	4				4,3
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	5	4	5	5	5	5	4	4				4,6
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	5	4	5	5	5	4	5	5				4,7
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	5	5	5	5	5	5	5	4				4,9
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	5	4	1	5	3	4	4	3				3,4
11	Sabe escuchar	5	5	3	3	4	4	3	4				3,7
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	5	5	5	5	5	3	1	4				4,0
13	Se enfoca a los asuntos importantes	5	4	5	5	5	4	4	4				4,4
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	5	5	5	5	5	3	4	3				4,3
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio	5	4	4	4	5	4	3	4				4,0
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio	5	4	4	4	4	3	3	4				3,7
17	Es integro, responsable y cumple su palabra.	5	5	5	5	5	5	5	5				5,0
18	Admite sus errores	5	5	5	5	5	5	5	5				5,0
19	Es seguro de sí mismo.	5	4	5	5	5	5	5	5				4,9
20	Inspira confianza a los demás	5	5	5	5	5	5	5	5				5,0

Categoría Evaluada

- Estrategia
- Estrategia
- Comunicación
- Comunicación
- Conocimiento
- Conocimiento
- Aprendizaje
- Aprendizaje
- Influencia
- Influencia
- Relaciones Personales
- Relaciones Personales
- Delegación
- Delegación
- Prioridades
- Prioridades
- Integridad
- Integridad
- Confiabilidad
- Confiabilidad

2H. Liderazgo

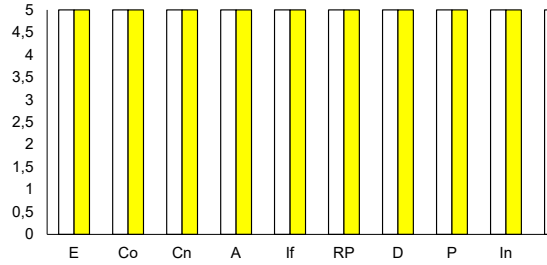
Resultados de las calificaciones

Variable	Abreviatura	Lider	Grupo	Diferencia	Franja Mejora	Promedio	Porcentaje
Estrategia	E	5,0	4,3	-0,7	7%	4,6	93%
Comunicación	Co	5,0	3,9	-1,1	11%	4,5	89%
Conocimiento	Cn	5,0	4,2	-0,8	8%	4,6	92%
Aprendizaje	A	5,0	4,6	-0,4	4%	4,8	96%
Influencia	If	5,0	4,1	-0,9	9%	4,6	91%
Relaciones Personales	RP	5,0	3,9	-1,1	11%	4,4	89%
Delegación	D	5,0	4,4	-0,6	6%	4,7	94%
Prioridades	P	5,0	3,9	-1,1	11%	4,4	89%
Integridad	In	5,0	5,0	0,0	0%	5,0	100%
Confiabilidad	Cf	5,0	4,9	-0,1	1%	5,0	99%

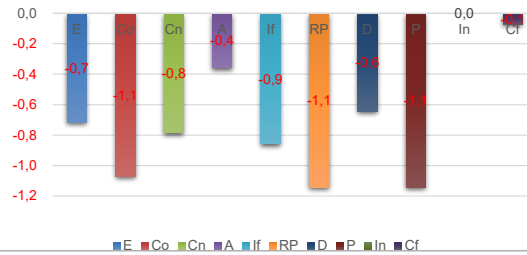
ZONA DE CÁLCULOS (NO MODIFICAR LAS FÓRMULAS)

Lider	Grupo
E 5,00	5 4,29
Co 5,00	5 3,93
Cn 5,00	5 4,21
A 5,00	5 4,64
If 5,00	5 4,14
RP 5,00	5 3,86
D 5,00	5 4,36
P 5,00	5 3,86
In 5,00	5 5,00
Cf 5,00	5 4,93

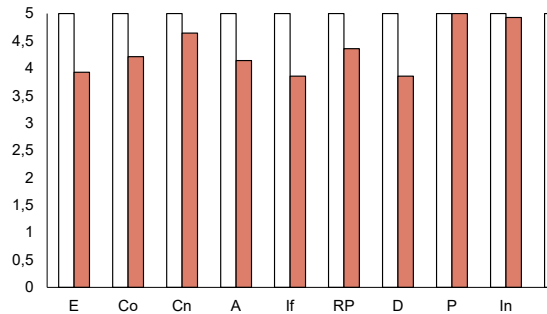
Auto-Evaluación del Líder



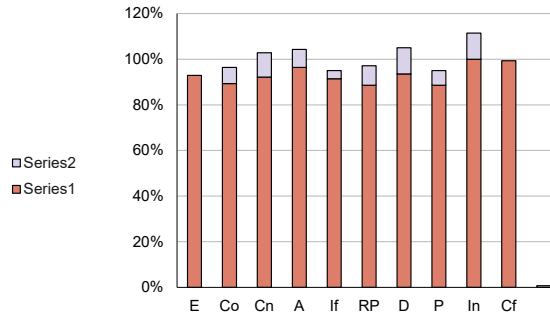
Diferencia entre la Auto-Evaluación y la Evaluación del Grupo



Evaluación del Grupo al Líder



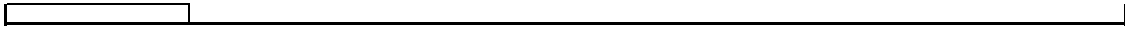
Oportunidades de Mejora del Líder



Evaluación del Líder	Prom	Categoría Evaluada
5	4,3	Estrategia
5	4,3	Estrategia
5	4,1	Comunicación
5	3,7	Comunicación
5	4,1	Conocimiento
5	4,3	Conocimiento
5	4,6	Aprendizaje
5	4,7	Aprendizaje
5	4,9	Influencia
5	3,4	Influencia
5	3,7	Relaciones Personales
5	4,0	Relaciones Personales
5	4,4	Delegación
5	4,3	Delegación
5	4,0	Prioridades
5	3,7	Prioridades
5	5,0	Integridad
5	5,0	Integridad
5	4,9	Confiabilidad
5	5,0	Confiabilidad

Qué encontramos:

Comunicación	Aprendizaje
Restaurante cereza identifica como principales oportunidades de mejora para la líder Paola Andrea Grisales en Aprendizaje y Comunicación. El líder debe investigar las causas de las bajas calificaciones en estas áreas clave para implementar un plan de acción efectivo, mientras que las mejoras en el resto de categorías se incluirán en el Plan de Talento Humano a mediano plazo.	





DE CLIENTES

El cliente debe definir el segmento de clientes. No basta con mencionar al cliente objetivo ej. "Empresarios e industriales colombianos". El segmento de cliente, usted debe hacer un perfil del cliente que USTED DESEA TENER. Caracterizandolo y diferenciandolos de otros segmentos no seleccionados. Ejemplo: Empresarios e industriales colombianos ubicados en las 3 principales ciudades del país, con edades entre los 30 y 35 años, que sean usuarios de aplicaciones móviles celulares y tengan hábitos de uso de smart phones para realizar videoconferencias y hacer envío de correos electrónicos. Es posible que usted tenga uno o varios segmentos de clientes, sin embargo considere que es a ese segmento donde usted debe hacer los esfuerzos de marketing y ventas. (edad, sexo, estrato, genero, profesion, ubicación geográfica, etc.)

Escriba aquí su segmento de clientes:

Ubicados en el centro comercial pasarela ofrecemos una variedad gastronómica para Familias que buscan comida saludable
Profesionales jóvenes que desean almuerzos rápidos.
Grupos de amigos que buscan un buen ambiente para cenar. Turistas en busca de experiencias gastronómicas locales.

Palabras claves

Familias , jóvenes profesionales , compartir en amigos , cena, ambiente.



PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor (conjunto de productos genéricos, servicios ofrecidos y valores agregados) se traduce en "¿Qué se ofrece?", no se trata de listar los servicios y productos. Se trata también de saber qué quiere el cliente y qué no quiere. Piense también en las motivaciones de compra de su segmento de cliente, y busque determinarlas basándose en el tipo de relación que quiere tener con él.

La Propuesta de valor busca resolver los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades con productos y servicios de alta calidad a precios justos y con valores agregados.

Escriba aquí su propuesta de valor:

Nuestros clientes son de suma importancia en nuestro restaurante y por eso ofrecemos
Desayunos y almuerzos de excelente calidad. Un ambiente acogedor, moderno y una atención al público rápida. Y vivirás una experiencia gastronómica única

Palabras claves:

calidad, sabor, servicio rápido, experiencia gastronómica, comida fresca, precio justo, comodidad, satisfacción, atención al cliente, valor agregado.



CANALES

La propuesta de valor debe ser entregada por medio de comunicación, distribución, ventas a través de canales estratégicos. Es necesario que elabore una ruta para que los canales sean eficientes y eficaces, logrando su cometido. No basta con hacer una lista de canales, se trata de definirlos y medirlos.

Ejemplo: El tipo de canal estratégico de mi emprendimiento está compuesto de una estrategia por medio de Internet, para ello se debe diseñar un modelo online marketing que promueva el uso de buscadores de contenido, posicionamiento de website y publicidad online. internet, página WEB, representantes comerciales, medios, intermediarios mayoristas o minoristas

Escriba aquí sus canales:

Nuestro restaurante cereza cuenta con: atención presencial, pedidos por teléfono y por whatsapp, menú variado, manejamos folletos para hacer pedidos presenciales

Elementos claves:

1. Conocimiento: Utilizamos las redes sociales para dar a conocer nuestros productos y servicios.
2. Evaluación: Mostramos fotos reales de nuestros platos para que los clientes puedan evaluar nuestra propuesta de valor.
3. Compra: Los clientes pueden adquirir nuestros productos de forma presencial, por teléfono, WhatsApp.
4. Entrega: Ofrecemos un excelente servicio en mesa y empaque adecuado para los pedidos a domicilio.
5. Después de la venta: Brindamos seguimiento en redes sociales, encuestas de satisfacción y atendemos oportunamente quejas o sugerencias por WhatsApp o correo electrónico.



RELACIÓN CON CLIENTES

Las relaciones con los clientes deben mantener con cada segmento de cliente. En este componente, defina cuál es el tipo de relación que quiere mantener con su cliente. Se trata de crear un verdadero lazo de durabilidad, piense en relaciones de largo plazo, a través de asociación, clubes y servicios posventa como mantenimiento, reparación repuestos, soporte tecnico, asistencia tecnica , entrenamiento, actualizaciones etc.

Escriba aquí el tipo de relaciones con los clientes:

La relación con los clientes es crucial para el éxito de nuestro restaurante, ya que determina la calidad de la interacción y la satisfacción del cliente: ofrecemos experiencia única , interacción activa, atención rápida y eficiente , lealtad del cliente

Palabras claves:

Sastifacer el cliente

Lealtad del cliente

fidelizacion

Eficiencia



FUENTES DE INGRESOS

La corriente de ingresos son el reflejo de una buena propuesta de valor. Es el resultado de un buen trabajo, de alta calidad y responsabilidad.

Defina claramente la percepción de los ingresos basado en la visión de negocios y la selección de los segmentos adecuada de clientes.

Ingresos por venta de productos o por prestación de servicios, con pagos únicos o recurrentes, venta, arriendos, comisiones, afiliaciones, suscripciones, etc.

Ejemplo: La forma de percibir los ingresos de mi emprendimiento será 20% por medio de la venta de servicios de la red comercial, 80% por medio de las transacciones hechas a través de nuestro portal electrónico. O los ingresos serán por ventas el 70% y por prestación de servicios un 30%

Escriba aquí la forma de percibir sus ingresos:

En el caso del restaurante, los ingresos provienen exclusivamente de la venta de alimentos y bebidas. Esto incluye las ventas realizadas en el local, así como los pedidos para llevar y a domicilio. Los pagos se reciben a través de efectivo, transferencias bancarias y tarjetas de crédito/débito.

Palabras claves

Precio competitivo

Ventas productos alimenticios

Servicios del restaurante

Pedidos para llevar a domicilio

Diversas formas de pago

Adaptación al modelo del negocio

domicilios



RECURSOS CLAVE

Son los activos clave con los que cuenta para desarrollar su proyecto empresarial, en especial los recursos tngibles e intangibles o capacidades (Conocimientos, habilidades, destrezas, Know How) para el desarrollo de la propuesta de valor.

Haga un inventario de recursos, financieros, físicos, tecnológicos, humanos de TICs e intelectuales (marcas, patentes, copyrights, data). Y de ellos seleccione unicamente los de alta importancia, tambien conocidos como **clave, críticos o vitales** para el desarrollo de la propuesta de valor

Escriba aquí sus recursos y capacidades clave

Recursos Físicos: Local comercial ubicado en el centro comercial pasarela en una zona estratégica del centro comercial. Diseño interior moderno y acogedor, con mesas cómodas y una barra central. Equipamiento de cocina de última generación, incluyendo estufas planchas, fritadores y refrigeradores. Espacio para un estimado de 50 personas en la parte de las mesas de alrededor en barra para 7 personas. Acceso directo al estacionamiento subterráneo del centro comercial. Recursos Financieros: -Capital de trabajo suficiente para cubrir los gastos operativos iniciales. Inversión inicial adecuada para la adecuación del local y compra de equipos. Flujo de caja proyectado que permite cubrir las operaciones y realizar mejoras. Alquiler del local a una tarifa competitiva dentro del centro comercial. Recursos Humanos: cocineras con más de 12 años de experiencia en cocina contemporánea. capacitados en servicio y preparación de platos. Gerente con trayectoria en la administración de restaurantes en centros comerciales.



ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE

Cuáles actividades para el desarrollo de la propuesta de valor (diseño, elaboración, ensamble, venta y distribución) son **clave**,
Nuestros canales de distribución? La relación con los clientes? O los ingresos?

Ejemplos: Asesoría para una firma Asesora, Diseño y desarrollo para Microsoft , Producción para una empresa de muebles, ensamble para Dell Computadores, venta para una comercializadora , distribución para una firma de servicios de distribución, mantenimiento para una empresa de reparación y mantenimiento de e maquinas plataformas de tecnología, network

Escriba aquí las Actividades o procesos Clave:

Recepción y atención a clientes Toma y procesamiento de pedidos, Servicio de alimentos y bebidas en el local y a domicilio, Facturación y cobro, Limpieza y desinfección del local



ALIANZAS CLAVE CON PROVEEDORES, OUTSOURCING, INTERMEDIARIOS, GOBIERNO, COMPETIDORES Y OTRO TIPO DE EMPRESAS

Quiénes son nuestros aliados estratégicos, quienes son nuestros proveedores claves? Cuáles recursos claves estamos adquiriendo de los aliados?
Cuáles actividades claves se pueden desempeñar con socios estratégicos (outsourcing)? Que competidores ueden ser aliados estrategicos
Defina algun tipo de motivaciones para las alianzas: Optimización y economía, reducción de riesgos, adquisición de recursos particulares y actividades

Escriba aquí las alianzas estratégicas clave, que hay que desarrollar para el éxito del negocio y el desrrollo de la propuesta de valor :

Acceso a nuevos mercados y segmentos de clientes,Compartir riesgos y costos de desarrollo de nuevos productos o servicios,Aprovechar sinergias y complementariedades entre las empresas,Fortalecer la posición competitiva en el mercado,Acelerar la innovación y el desarrollo tecnológico,Mejorar la eficiencia operativa y logística.



ESTRUCTURA DE COSTOS

Cuáles son los costos más importantes involucrados en nuestro modelo de negocio? Cuáles recursos claves son los más costosos?

Cuáles actividades claves son las más costosas? Es el modelo de negocio menos costoso en infraestructura? Armar la propuesta de valor es de bajo costo?

La automatización de los procesos se hace costosa? Crear valor a la propuesta de negocios es costosa?

Ejemplos: costos fijos y variables, costos directos e indirectos economías de escala, economías de gama o alcance, salarios, insumos distribución.

Escriba aquí la estructura de costos :

Insumos y alimentos, Sueldos y salarios del personal, Servicios públicos (agua, luz, gas, etc.) Arriendo o mantenimiento del local, Publicidad digital y plataformas tecnológicas para pedidos y entregas, programas de facturación, administración

Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

Compañía:		Diseñado por:		Fecha:	
SEGMENTO DE CLIENTES <p>Ubicados en el centro comercial pasarela ofrecemos una variedad gastronómica para Familias que buscan comida saludable. Profesionales jóvenes que desean almuerzos rápidos. Grupos de amigos que buscan un buen ambiente para cenar. Turistas en busca de experiencias gastronómicas únicas.</p>	ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE <p>Recepción y atención a clientes. Toma y procesamiento de pedidos. Servicio de alimentos y bebidas en el local y a domicilio. Facturación y cobro. Limpieza y desinfección del local.</p>	PROPUESTA DE VALOR <p>Nuestros clientes son de suma importancia en nuestro restaurante y por eso ofrecemos Desayunos y almuerzos de excelente calidad. Un ambiente acogedor, moderno y una atención al público rápida. Y vivirá una experiencia gastronómica única.</p>	RELACIÓN CON CLIENTES <p>La relación con los clientes es crucial para el éxito de nuestro restaurante, ya que determina la calidad de la interacción y la satisfacción del cliente. Ofrecemos experiencia única, interacción activa, atención rápida y eficiente, lealtad del cliente.</p>	ALIANZAS CLAVES <p>Acceso a nuevos mercados y segmentos de clientes. Compartir riesgos y costos de desarrollo de nuevos productos o servicios. Aprovechar sinergias y complementariedades entre las empresas. Fortalecer la posición competitiva en el mercado. Acelerar la innovación y el desarrollo tecnológico. Mejorar la eficiencia operativa e innovación.</p>	
RECURSOS CLAVE <p>Recursos Físicos: Local comercial ubicado en el centro comercial pasarela en una zona estratégica del centro comercial. Diseño interior moderno y acogedor, con mesas cómodas y una barra central. Equipamiento de cocina de última generación, incluyendo estufas planchas, freidores y refrigeradores. Espacio para un estimado de 60 personas en la parte de las mesas de alrededor en barra para 7 personas. Acceso directo al estacionamiento subterráneo del centro comercial. Recursos Financieros: Capital de trabajo suficiente para cubrir los gastos operativos iniciales. Inversión inicial adecuada para la adecuación del local y compra de equipos. Flujo de caja proyectado que permite cubrir las operaciones y realizar mejoras. Alquiler del local a una tarifa competitiva dentro del centro comercial. Recursos Humanos: Cocineras con más de 12 años de experiencia en cocina contemporánea. Capacitados en servicio y preparación de platos. Gerente con trayectoria en la administración de restaurantes en centros comerciales.</p>		CANALES <p>Nuestro restaurante cuenta con: atención presencial, pedidos por teléfono y por whatsapp, menú variado, manijamos folletos para hacer pedidos presenciales.</p>		FUENTES DE INGRESOS <p>En el caso del restaurante, los ingresos provienen exclusivamente de la venta de alimentos y bebidas. Esto incluye las ventas realizadas en el local, así como los pedidos para llevar y a domicilio. Los pagos se reciben a través de efectivo, transferencias bancarias y tarjetas de crédito/débito.</p>	
ESTRUCTURA DE COSTOS <p>Insumos y alimentos, Sueldos y salarios del personal. Servicios públicos (agua, luz, gas, etc.). Arriendo o mantenimiento del local. Publicidad digital y plataformas tecnológicas para pedidos y entregas, programas de facturación, administración.</p>			FUENTES DE INGRESOS <p>En el caso del restaurante, los ingresos provienen exclusivamente de la venta de alimentos y bebidas. Esto incluye las ventas realizadas en el local, así como los pedidos para llevar y a domicilio. Los pagos se reciben a través de efectivo, transferencias bancarias y tarjetas de crédito/débito.</p>		

TEMA: NOMBRE DEL TEMA O PROYECTO SOBRE EL QUE REALIZA EL ANALISIS

Items que Intervienen en cada sección de su análisis FODA?

FORTALEZAS		
Item	Descripción	Ponderación (de 0 a 10)
1	buena productividad	8,00
2	calidad	5,00
3	beneficios	9,00
4	atencion	4,00
5	trazabilidad	6,00
6	finanzas	9,00
7		0,00
8		0,00
9		0,00
10		0,00

OPORTUNIDADES		
Item	Descripción	Ponderación (de 0 a 10)
1	mercado	7,00
2	alianzas	9,00
3	socios comerciales	9,00
4	geografica	8,00
5	puertos	9,00
6		0,00
7		0,00
8		0,00
9		0,00
10		0,00

DEBILIDADES		
Item	Descripción	Ponderación (de 0 a 10)
1	marketing	4,00
2	gestion humana	5,00
3	servicio	7,00
4		0,00
5		0,00
6		0,00
7		0,00
8		0,00
9		0,00
10		0,00

AMENAZAS		
Item	Descripción	Ponderación (de 0 a 10)
1	covid	9,00
2	social	8,00
3	economia	8,00
4	dólar	9,50
5		0,00
6		0,00
7		0,00
8		0,00
9		0,00
10		0,00

Evaluación de Áreas Funcionales
Información General de la Empresa Proveedora

Nombre de la empresa:	Restaurante Cereza
Nombre de la Persona de Contacto principal en la empresa:	Paola Andrea Grisales
Teléfono fijo y celular:	3174651514
Correo Electrónico:	Paogrisales31@hotmail.com
Dirección:	Av. 5a Nte. #No. 23DN-68, San Vicente, Cali local 209
Departamento y Municipio:	Valle del Cauca
Número de Identificación Tributaria:	1013614916-5
Sector económico:	Gastronómico
Actividad principal:	Venta y consumo de alimentos y bebidas gaseosas
Meses de antigüedad:	10 años
Número de Trabajadores	7
Número de Trabajadores en temporada alta	9
Nombre del Consultor:	Diana arias y Saray Cortez
Fecha de diligenciamiento:	21/06/2025

<i>Evaluación de Áreas Funcionales</i>	
<i>Información de los principales clientes de la Empresa Proveedora</i>	
Nombre de la empresa: Restaurante cereza	
Para Clientes Personas Naturales:	
Caracterice las personas que compran sus productos (niños, amas de casa, vecinos, etc).	EN GENERAL TODO TIPO DE PUBLICO
Dónde están ubicados esos clientes (en el mismo barrio, en barrios vecinos, dispersos por la ciudad - en este caso especificar nombres de las principales ubicaciones)	En el sector del norte
Productos o servicios que compran:	Desayunos y almuerzos
Valor de compras mensual que le hace este tipo de clientes	\$480.000
Porcentaje del total de ventas comprado por este tipo de clientes	37%
Observaciones adicionales sobre los clientes	Las ventas son frecuentes debido al público que se maneja.
Para Clientes Persona Jurídica:	
Nombre del Cliente	Juana wesfalia garcia.
Actividad del Cliente	Responsable de un establecimiento de comida que ofrece servicios diarios de alimentación, con énfasis en menús económicos y atención rápida al público.
Persona de contacto	Juana garcia
Telefono y Celular	3046193803
Correo Electrónico:	wesfaliag@gmail.com
Producto o servicio que le compra:	Desayunos y almuerzos
Valor de la compra mensual:	\$450.000
Número de días que toma para pagar:	Cada 15 días
Porcentaje del total de ventas comprado por este cliente:	34%
Observaciones adicionales sobre el cliente:	Cliente con alto nivel de satisfacción, realiza pedidos frecuentes y muestra interés en mantener una relación comercial a largo plazo.
Nombre del Cliente	Daniel Felipe Amaya PC forge
Actividad del Cliente	comercio al por menor de equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados
Persona de contacto	Daniel Amaya
Telefono y Celular	304 6317570
Correo Electrónico:	Amaya920123@gmail.com
Producto o servicio que le compra:	Almuerzos y desayunos
Valor de la compra mensual:	\$380.000
Número de días que toma para pagar:	Cada 15 días
Porcentaje del total de ventas comprado por este cliente:	29%
Observaciones adicionales sobre el cliente:	Cliente que mantiene una relación comercial estable, con buena comunicación y cumplimiento en los tiempos de pago.
Sumatoria de ventas	\$1.310.000

--

2E - Evaluación de Áreas Funcionales

Nombre de empresa: **Restaurante cereza**

Direccionamiento Estratégico de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene escrita la misión del negocio?		3		El restaurante cereza no tiene por escrito la misión y la visión de la empresa, pero si tienen claro cual es la misión y visión del restaurante como tal, también tienen presente cuáles son las debilidades y fortalezas o en q fallan a menudo.
2 ¿Tiene definidos y escritos los objetivos del negocio para los próximos 6 meses?	1			
3 ¿Tiene identificadas las principales fortalezas y debilidades de su negocio?	1			
4 ¿Tiene identificadas las principales oportunidades y amenazas para su negocio?	1			
5 ¿Conoce a su competencia?		3		
6 ¿Evalúa los resultados de su negocio periódicamente?	1			
7 ¿Toma acciones correctivas en los momentos en que la microempresa no cumple sus metas?	1			

Relación de la Empresa Proveedora con sus Clientes

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Las ventas hacia sus clientes han estado creciendo en el último año?	1			Nos dimos cuenta que en este año les ha llegado mucho mas clientes de otras empresas que están en sus alrededores.
2 ¿Ha crecido el número de clientes en el último año?	1			
3 ¿Ha tenido que rechazar pedidos por falta de capacidad?		3		
4 ¿Ha perdido clientes en los últimos seis meses?		3		
5 ¿Ofrece asesoría/garantía a sus clientes después de la venta de sus productos / servicios?	1			
6 ¿Qué tan satisfechos están sus clientes con sus productos /servicios?		5		
7 ¿Qué tanto se quejan sus clientes de los productos /servicios que compran a su microempresa?	1			
8 ¿Fija los precios de venta con base en sus costos, gastos y utilidades esperadas?		3		
9 ¿Los clientes le pagan dentro de los plazos establecidos?	1			
10 ¿Con qué frecuencia tiene problemas para entregar/atender a tiempo a sus clientes?		3		

Estrategia Financiera de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene registro detallado de sus ingresos y de sus egresos?	1			Nos informan que tienen un sistema donde tiene ingresado los clientes que son fijo y los más frecuentes diarios ya que el sistema arroja lo que consume el cliente tanto diarios como mensual
2 ¿Tiene definidos los costos unitarios de sus productos?		3		
3 ¿Sabe cuanto tiene que vender y a qué precio para cubrir todos sus costos y gastos?	1			
4 ¿Conoce el margen de rentabilidad de su negocio?	1			
5 ¿Con que frecuencia los gastos exceden a los ingresos?		3		
6 ¿Tiene criterios para asignar el pago a los trabajadores de su negocio?	1			

Estrategia de Operaciones de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene capacidad de producción o de atención suficiente para responder a los pedidos de sus clientes?	1			Que manejan servicio a domicilio y tienen una plazoleta de comida donde es amplia y tienen como atender todos los clientes que le llegan en el día.
2 ¿Realiza periódicamente actividades de mantenimiento a sus equipos y herramientas?	1			
3 ¿Tiene control de los inventarios de productos en proceso y terminados?		5		
4 ¿Hay interés por mantener organizado, limpio y bien distribuido el lugar de trabajo?	1			

Estrategia de Calidad de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene por escrito las especificaciones sobre los productos que piden sus clientes?	1			Encontramos que por medio del sistema o manejan hay ven ingresado la orden del cliente desde las horas de la mañana. Cuando los clientes realizan reclamos por algún inconveniente lo generan por escrito al wassap del restaurante como tal .
2 ¿Cuenta con evaluaciones de satisfacción escritas de sus productos hechas por sus clientes?	1			
3 ¿Evalúa con frecuencia el nivel de cumplimiento de las expectativas de sus clientes respecto de sus productos?	1			
4 ¿Qué tan frecuente suceden reclamos de sus clientes por problemas de calidad?		3		
5 ¿Cuando tiene problemas de calidad en sus productos toma medidas para solucionar los inconvenientes que los generan?	1			
6 ¿Con que frecuencia tiene problemas con la calidad de los insumos proporcionados por sus proveedores?		3		

Gestión del Conocimiento en la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene definida las funciones que debe realizar cada persona que trabaja en su negocio?	1			Observamos que cada trabajador tiene su función en el restaurante están las meseras, el domiciliario las cocineras cada quien tiene su labor a seguir. Y les dan bonos al mejor empleado del mes
2 ¿Conoce las necesidades de capacitación que requieren las personas que trabajan en su negocio?		5		
3 ¿Las personas que trabajan en su negocio cuentan con los conocimientos apropiados para desempeñar las tareas asignadas?		5		
4 ¿Las personas tienen claridad en las metas que deben lograr?		5		
5 ¿Sabe cómo motivar a las personas que trabajan en el negocio para que desarrollen un mejor trabajo?	1			

Sistema de Evaluación y Certificación de Proveedores

Nombre de la empresa: **restaurant cereza**

PASO 1: El Asesor define criterios de calificación del la empresa y los valida con los clientes:

IMAGEN
PRECIO
EMPAQUE
VARIEDAD DE PRODUCTOS
AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES

PASO 2: Ponderar su importancia con una matriz de doble entrada:

CRITERIOS	IMAGEN	PRECIO	EMPAQUE	VARIEDAD DE PRODUCTOS	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	SUMA	PONDERACIÓN	CRITERIOS
IMAGEN	3	3	1	1	1	0,3	9,3	0,17	IMAGEN
PRECIO	1	1	1	3	1	1	8	0,15	PRECIO
EMPAQUE	3	3	1	1	1	1	10	0,19	EMPAQUE
VARIEDAD DE PRODUCTOS	1,0	3	3	1	1	1	10,0	0,19	VARIEDAD DE PRODUCTOS
AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	1,0	1	3	3	1	3	12,0	0,22	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	1,0	1	1	1	0,3	0,3	4,3	0,08	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES
							53,6		

Matriz de comparación de importancia de criterios	
Relación de importancia entre parejas de parámetros	Calificación
Mucho menos importante	0,3
Igual de importante	1
Mucho más importante	3

PASO 3: Calificar cada criterio a juicio del cliente:

CRITERIOS	PONDERACION DEL CRITERIO	CALIFICACION CLIENTE A	CALIFICACION CLIENTE B	RESULTADO	
IMAGEN	17%	10	10	1,74	
PRECIO	15%	1	3	0,30	
EMPAQUE	19%	2	4	0,56	
VARIEDAD DE PRODUCTOS	19%	10	4	1,31	
AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	22%	1	1	0,22	
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	8%	4	5	0,36	
	CALIFICACIÓN FINAL			4,48	POR DESARROLLAR

ESCALA DE CALIFICACION	TIPO DE EMPRESA
CALIFICACIÓN FINAL ENTRE 4 Y 6	POR DESARROLLAR
CALIFICACIÓN FINAL ENTRE 6.1 Y 8	EN DESARROLLO
CALIFICACIÓN FINAL ENTRE 8.1 Y 10	EMPRESA ESTABLE

Qué recomendamos para mejorar la calificación de cada criterio	
IMAGEN	
PRECIO	Se haría una mejora en los precios que sean más accesibles
EMPAQUE	Modificar el empaque que sea más práctico para el cliente
VARIEDAD DE PRODUCTOS	
AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	Prestarle atención ha aquellas personas que hacen críticas constructivas acerca de los alimentos atención y empaque

Evaluación de Areas Funcionales

Nombre de la empresa: Restaurante cereza

ÁREA FUNCIONAL	CALIFICACIÓN OBTENIDA	CALIFICACIÓN IDEAL	DIFERENCIA
ESTRATEGIA	11	35	24
RELACIÓN CON CLIENTES	22	50	28
FINANZAS	10	30	20
OPERACIONES	8	20	12
CALIDAD	10	30	20
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	17	25	8

ANÁLISIS DE ÁREA FUNCIONALES

