



**Planeación estratégica y nuevos proyectos en empresa propia y/o de familiares o de otros**

Autores:

Mayra Alejandra Barbosa

Luisa Maria Leyton Villota

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; Universidad Icesi

Dr. Edgar Sarria Campo

2021-2

## **AGRADECIMIENTOS**

Primero a Dios, por permitirnos culminar uno de los proyectos más importantes de nuestra carrera, por darnos la sabiduría, la ciencia y la inteligencia que necesitábamos para desarrollar esta investigación y darnos la fuerza y valentía que necesitamos.

A nuestros padres porque nos apoyaron desde nuestros inicios de nuestra carrera profesional, su comprensión, su voz de aliento cuando sentíamos que no podíamos dar más y a nuestro tutor Edgar Sarria por su orientación durante este proceso.

Yo, Mayra Alejandra Barbosa, quiero agradecer en esta ocasión tan especial a mi familia por el apoyo incondicional cuando decidí llevar esta idea a la realidad. A mis amigos por ser mis primeros clientes y a mis clientes por convertirse en mis amigos. Por último, a mi gran amigo Juan David Larrarte, quien me ha brindado su cariño y aliento cuando más lo he necesitado. Deseo encarecidamente su bienestar y prosperidad en cada área de su vida.

Este agradecimiento lo quiero dar en especial yo Luisa María Leyton, a mis compañeros que se volvieron las personas más importantes que me iluminan el día y su apoyo para levantarme y son A mis gerentes Marcela Franco, Maryi Buenaños, Brayan Boada, a mis entrenadores y amigos Iván Andrés Plaza y Daniel Valencia por su enseñanza, su dedicación y paciencia para volverme en la trabajadora que ahora soy, su cariño particular, apoyo y sacarme una sonrisa, a Alexis Pardo, por estar presente en cada proceso en mis altas y bajas, en mis alegrías y derrotas y ofrecerme su amistad incondicional, a Sandra Marquines, Ginna Ricaute,

Valeria Botina, Marisela Ramirez, Santiago Chavarro, David Parra y demás compañeros por su enseñanza, amistad, compañerismo y alegrías cuando estuve en mis tiempos de crisis y sacarme de él.

## **Tabla de contenido:**

Tabla de contenido:	4
Lista de Tablas y figuras	5
Resumen	6
<b>Abstract:</b>	7
Introducción:	8
Metodología:	9
Objetivo general:	9
<b>Objetivos específicos:</b>	9
Marco Teórico:	10
<b>Historia:</b>	10
<b>Evolución:</b>	10
<b>Características:</b>	11
<b>Definición de la planeación estratégica:</b>	12
<b>Visión:</b>	12
<b>Visión Talakas:</b>	13
<b>Misión:</b>	13
<b>Misión Talakas:</b>	13
<b>Ventaja competitiva:</b>	13
<b>Ventaja competitiva Talakas:</b>	14
MODELOS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	15
<b>Balanced Scorecard</b>	15
<b>Análisis de brechas (GAP Análisis)</b>	16
<b>Análisis FODA</b>	17
<b>Modelo William Newman</b>	18
<b>Modelo de Tom Lambert</b>	19
<b>Modelo de Colón y Rodríguez</b>	21

	22
<b>Modelo de análisis PEST</b>	22
Cuadro Comparativo de los Modelos de Planeación Estratégica	24
<b>Modelo de análisis PEST</b>	24
Balanced Scorecard Talakas:	25
<b>Perspectiva financiera:</b>	25
<b>Perspectiva de cliente:</b>	26
<b>Perspectiva de procesos internos:</b>	27
<b>Perspectiva de aprendizaje y crecimiento:</b>	28
Conclusiones:	28
Aprendizajes:	29
Bibliografía	29

### Lista de Tablas y figuras

- Ilustración 1. Kaplan, Robert S. y Norton, David P. El Cuadro de Mando Integral. Gestión 2000, 2009..... 16
- Recuperado: <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-balanced-scorecard-y-para-que-sirve/> (Modelo BSC)..... 16
- Ilustración 2. Savkin A. 2019. Guía análisis de brechas. Ilustración. Recuperado: <https://bscdesigner.com/es/analisis-de-brechas.htm> ( GAP Análisis) ..... 17
- Ilustración 3. Mañez R. 2021. Matriz de FODA. Ilustración. Recuperado: <https://rubenmanez.com/como-hacer-analisis-dafo-empresa/> (FODA)..... 18
- Ilustración 4. Alvarez. 2002. Modelo de William Newman. Recuperado: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.uv.mx%2Fiiesca%2Ffiles%2F2012%2F12%2Fmodelos2008-2.pdf&cld=906356> (WN) ..... 19
- Ilustración 5. Alvarez.2002. Modelo de Tom Lambert. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.uv.mx%2Fiiesca%2Ffiles%2F2012%2F12%2Fmodelos2008-2.pdf&cld=906356> (Tom Lambert) ..... 20
- Ilustración 6. Álvarez. 2002. Modelo de Colón y Rodríguez. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.uv.mx%2Fiiesca%2Ffiles%2F2012%2F12%2Fmodelos2008-2.pdf&cld=906356> (C&L) ..... 22
- Ilustración 7. Recuperado de: <https://aprendiendocalidadyadr.com/iso-90012015-capitulo-4/> (PEST)..... 23

- Tabla 1 Cuadro comparativo ..... 24

## **Resumen**

En esta investigación, se lleva a cabo uno de los métodos de desarrollo e implementación que es la planeación estratégica la cual se aplica en el restaurante de comida mexicana “Talakas”, emprendimiento universitario fundado y realizando operaciones en Jamundí, mejorando así la eficiencia de la empresa tratando de manera minuciosa cada una de sus áreas, usando los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, en las cuales se busca fortalecer su modelo de negocio desde su propuesta de Valor hasta la entrega del producto al cliente, generando así ampliar más la cobertura de su oferta e impactar más el mercado del sector de comidas de las ciudades de Jamundí y Cali, en las cuales se prevé implementar dichas estrategias al cabo de un lapso de seis meses.

***Palabras Clave:*** Planeación estratégica, modelo de negocio, sector de comidas, emprendimiento, comida mexicana, impacto, mercado de las ciudades Jamundí y Cali.

**Abstract:**

In this research, one of the methods of development and implementation that is strategic planning is carried out which is applied in the Mexican restaurant “Talakas”, a university Enterprise founded and operating in Jamundí, thus improving the efficiency of the company by treating each of its areas thoroughly, using the knowledge acquired throughout the career, in which it seeks to strengthen its business model from its value proposal to the delivery of the product to the customer. In this way, it is possible to expand further the coverage of its offer and to have a greater impact on the food sector market in the cities of Jamundí and Cali, where it is planned to implement these strategies after a period of six months.

**Keywords:** Strategic planning, business model, food sector, enterprise, Mexican food, impact, market of the cities Jamundí Cali.

## **Introducción:**

La comida mexicana se ha vuelto una cultura muy acogida en muchos países ajenos a México, especialmente su deliciosa cultura gastronómica que tienen. Colombia ha sido uno de esos países que ha acogido muy bien la cultura mexicana, por eso motivo nació la idea de crear un restaurante de comida mexicana no tradicional hace un año la cuál su marca es Talakas.

Talakas es un emprendimiento reciente como se mencionó anteriormente, en el que se espera el crecimiento de la empresa en un mediano y largo plazo, primeramente, en la ciudad de Jamundí después en todo el país, por ese motivo se decidió en participar en el proyecto de Planeación estratégica y nuevos proyectos en empresa propia y/o de familiares o de otros, para realizar un proyecto en el cual se desarrollen objetivos y estrategias financieras, administrativas, de marketing y operativas para poder abarcar nuevos mercados y la marca sea reconocida y posicionada en el mercado colombiano como el mejor restaurante de comida mexicana no tradicional del país. El desarrollo del proyecto se mostrará a continuación.

**Metodología:**

- Investigación bibliográfica
- Trabajo de Campo

**Objetivo general:**

Estructurar, fortalecer y poner en práctica estrategias que ayuden al crecimiento de la empresa de manera integral que permitan optimizar procesos en las diferentes áreas tales como, publicidad, mercadeo, financiera. Administrativa y producción para abarcar una fracción más amplia del mercado y ser reconocido como uno de los mejores restaurantes de comida mexicana en Jamundí.

**Objetivos específicos:**

- Realizar un marco teórico acerca de la historia y la importancia de implementar la planeación estratégica en los proyectos de empresa.
- Estructurar planes estratégicos que ayuden a mejorar la eficiencia en las áreas de mercadeo, financiera, administrativa, producción y de publicidad.
- Optimizar procesos de producción de los diferentes productos de comida que ofrece el restaurante
- Poner en práctica cada plan estratégico asignado a las diferentes áreas de interés
- Desarrollar métodos que hagan de Talakas una experiencia y logre persuadir a los posibles clientes a vivirla.

- Lograr ser reconocidos como uno de los mejores restaurantes de comida mexicana en Jamundí en seis meses.
- Realizar un marco teórico acerca de la historia y la importancia de implementar la planeación estratégica en los proyectos de empresa.

## **Marco Teórico:**

### **Marco teórico Comida Mexicana**

#### **Historia:**

La comida mexicana se originó en el periodo prehispánico y tiene influencia gastronómica indígena y europea. Diversos alimentos, cereales y técnicas de cocina llegaron a México cuando los españoles se introdujeron en el país, así que, erróneamente se podría pensar que la cocina mexicana se debe a la cocina española. Sin embargo, la cocina española se debe a un conjunto de técnicas e ingredientes provenientes de los árabes debido a la conquista musulmana. Así que, la cocina mexicana es un derivado de técnicas de origen español con los ingredientes básicos de la gastronomía mexicana como el arroz y otros provenientes de la conquista musulmana por parte de los españoles.

#### **Evolución:**

La evolución de la gastronomía mexicana se debe en gran parte a la independencia de México debido a que este suceso desembocó en un gran golpe a la economía. El alza de precios generó que la población basara su alimentación en diversos granos, ya que era muy

costoso consumir carne de res. Por otro lado, la cocina mexicana se vio obligada a basar su gastronomía en alimentos como tortillas, frutas, chiles y verduras.

Durante el gobierno de Porfirio Díaz, la cocina mexicana tuvo influencia de las técnicas gastronómicas de Francia, esto se dio mayormente en la clase alta de México, la cual gozaba de abundancia en la comida. Cabe resaltar que, no se evidenció únicamente en las técnicas sino también en la realización de recetarios franceses debido a la llegada extranjeros expertos de la cocina Francesa.

Lo anterior, por parte de la clase social alta. Sin embargo, los indígenas seguían consumiendo granos, verduras y en pocas ocasiones añadían a sus preparaciones carne de res. Cuando hablamos de la comida mexicana tradicional, sólo se puede hacer alusión a la gastronomía que se preparaba en la zona rural debido a que dependían exclusivamente de ingredientes de su lugar de origen.

### **Características:**

La cocina mexicana es conocida por el uso de especias, por el intenso y a menudo picante sabor de los platos, por la infinita variedad de colores, texturas y sabores, principalmente debido al uso de las más diversas verduras. Además, que la presentación de los platos son bastantes hogareños, que fomentan un lugar familiar lleno de valores como el amor, compañerismo, la unión, la fraternidad, entre otras.

Su toque picante da la sensación de estar en México, cuando estás es otro lugar que no sea ese país, sus platos representan su cultura, origen, tradiciones que por generaciones se ha logrado mantener y conservar, a pesar de lo rápido que el mundo evoluciona.

## **Marco Teórico Planeación estratégica:**

### **Definición de la planeación estratégica:**

La planeación estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier organización. Así, la Planeación Estratégica es un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos y, especialmente, de los planes de acción que conducirán a alcanzar estos objetivos.

El concepto de planificación estratégica se centra en la integración de varios departamentos comerciales como contabilidad, investigación y desarrollo, producción, marketing, sistemas de información y gestión, para lograr los objetivos de la organización.

### **Definición de visión, misión y ventaja competitiva**

#### **Visión:**

La visión de una empresa es una meta final en un periodo de tiempo a largo plazo, donde se establecen unos logros para poder llevarla a cabo. Estas metas deben ser realistas y un poco ambiciosas la función de la visión es guiar y motivar al equipo de trabajo para cumplirla.

**Visión Talakas:**

Ser reconocidos como el mejor restaurante de comida mexicana no tradicional en el Valle del Cauca, contando con 3 puntos de ventas en la región dentro de 3 años, además de proporcionar un excelente ambiente laboral para los colaboradores, para que brinden lo mejor de sí y así lograr obtener la fidelidad de los clientes.

**Misión:**

La misión de una empresa comprende los objetivos a cumplir en el presente y principios esenciales para el trabajo de la organización, en otras palabras, describe el motivo o la razón de una organización, debe estar definida de una forma precisa y concreta para guiar al equipo de trabajo en el día a día.

**Misión Talakas:**

Brindar en cada jornada el mejor servicio y contar con amplia oferta de productos de buena calidad e innovadores que logren fidelizar a los clientes. En donde nuestro mayor compromiso será crear experiencias únicas por medio de cada plato y proporcionar un momento de deleite.

**Ventaja competitiva:**

La ventaja competitiva de una empresa es cuando tiene una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores, y dicha ventaja le permite obtener mejores resultados y, por tanto, tener una posición competitiva superior en el mercado.

**Ventaja competitiva Talakas:**

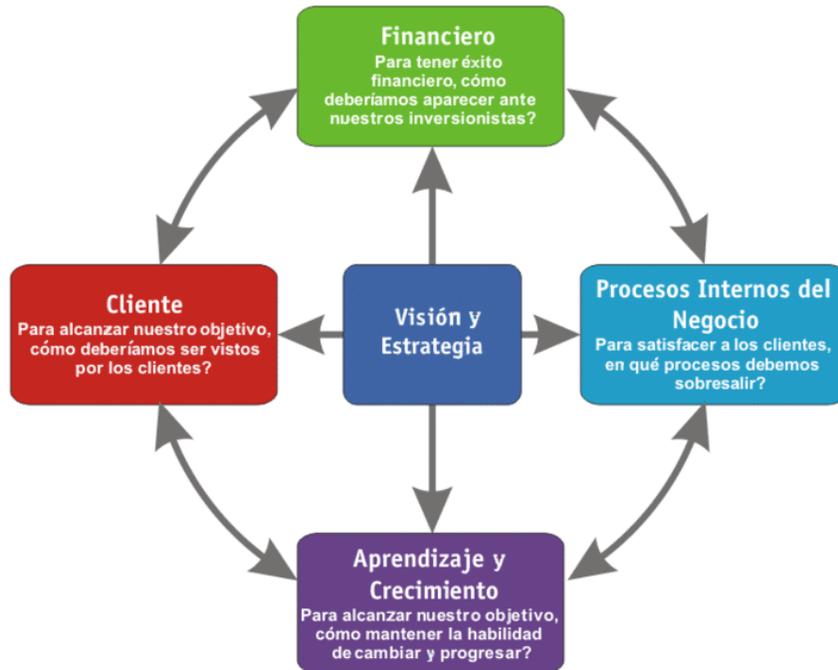
Talakas es un restaurante de comida mexicana no tradicional, la diferenciación principal de los competidores es que Talakas tiene el compromiso de innovar en cada plato y su ingrediente principal es la creatividad. Talakas le apuesta a crear experiencias únicas con la mejor relación calidad/precio, de esta manera logra fidelizar sus clientes y atraer nuevos.

## **MODELOS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

Es de suma relevancia integrar la planeación estratégica en este proyecto empresarial puesto que ésta abarca todos los ámbitos que comprende la compañía, en este caso, el restaurante "Talakas Comida Mexicana". Por medio de la planeación estratégica se realizará un análisis crítico de la empresa y del mercado al que se está incurriendo, para poder sacar provecho de las oportunidades que proporciona el mercado y fortalecer internamente la empresa desde todos sus ámbitos, es decir, que la planeación estratégica es una herramienta fundamental para cumplir con los objetivos planteados.

### **Balanced Scorecard**

El Balanced Scorecard es un modelo de gestión estratégica creado por Robert Kaplan y David Norton en 1992. Esta metodología consta en el análisis integral de la compañía por medio de un cuadro de mando que permite establecer objetivos estratégicos y medir la manera en la que estos se están alcanzando. Este modelo se fundamenta en abarcar todos los ámbitos de la empresa, sin hacer unos más importantes que otros. Este modelo evalúa factores como: Perspectiva financiera, Perspectiva de los clientes, Perspectiva de los procesos y, por último, perspectiva de aprendizaje y crecimiento.



*Ilustración 1. Kaplan, Robert S. y Norton, David P. El Cuadro de Mando Integral. Gestión 2000, 2009.*

*Recuperado: <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-balanced-scorecard-y-para-que-sirve/> (Modelo BSC)*

### **Análisis de brechas (GAP Análisis)**

Este modelo consiste en hacer un análisis del desempeño con base en un supuesto y la realidad. Esta metodología se puede aplicar de manera operativa y estratégica. A nivel operativo se puede evaluar de manera secuencial el desempeño de la compañía con lo esperado. A nivel estratégico esta metodología hace hincapié en saber la condición del negocio frente a la industria. Este modelo es una herramienta bastante útil para las empresas porque aparte de brindar un panorama amplio de la condición de la empresa y que el empresario pueda hacer proyecciones, el esquema propone que se haga un análisis para determinar las causales y de la misma manera un plan de mejora para solventar la situación y disminuir las brechas.



Ilustración 2. Savkin A. 2019. Guía análisis de brechas. Ilustración. Recuperado: <https://bscdesigner.com/es/analisis-de-brechas.htm> ( GAP Análisis)

## Análisis FODA

Este modelo consiste en realizar un análisis profundo de cuatro áreas específicas orientadas al mercado y la empresa. Esta metodología requiere que se haga una lista de todas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; todo esto con la finalidad de conocer de manera completa la situación actual del negocio y tener una óptima toma de decisiones. Por medio de este análisis, el empresario tendrá un panorama amplio de la organización, esto representa una ventaja grande frente a la competencia porque a nivel interno se evaluarán las fortalezas y debilidades que tiene la empresa y sacar provecho o corregir errores. Las amenazas y oportunidades determinan la situación de la empresa en el mercado, nos permite hacer un análisis externo de las situaciones ambientales que afectan

la organización. Este modelo es bastante conocido por sus cuatro cuadrantes, sin embargo, existen características secundarias que permiten hacer un análisis más profundo de este modelo.

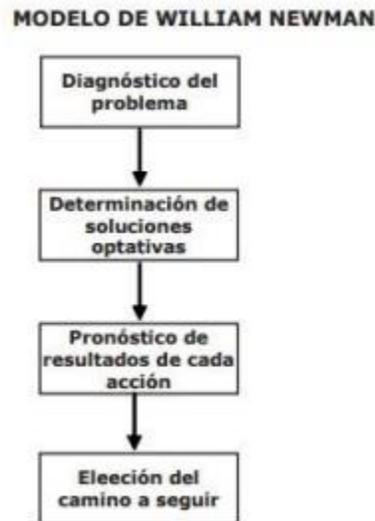


Ilustración 3. Mañez R. 2021. Matriz de FODA. Ilustración. Recuperado: <https://rubenmanez.com/como-hacer-analisis-dafo-empresa/> (FODA)

### Modelo William Newman

Este análisis nace en la teoría Clásica de la Administración. Lo hace especial el hecho de centrar su atención en el proceso de planeación estratégica y su búsqueda constante de soluciones para así ejecutar de la mejor manera las actividades. Después de tener las propuestas de solución, se tiene el interés de ver las implicaciones reales de estas, por esto se pasa a modelar un pronóstico de las repercusiones que podría tener todas y cada una de

ellas, dando así la mejor posibilidad de decisión. Recordemos que esta planeación debe usarse para resolver problemas reales y no reflexiones improbables.



*Ilustración 4. Alvarez. 2002. Modelo de William Newman. Recuperado: chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcgclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.uv.mx%2Fiiiesca%2Ffiles%2F2012%2F12%2Fmodelos2008-2.pdf&cien=906356 (WN)*

### **Modelo de Tom Lambert**

Este análisis involucra otros modelos y técnicas, pero los modifica con el fin de alcanzar sus propósitos futuros, este modelo consta de las siguientes ocho etapas. En primer lugar, se debe establecer la visión, ¿cuál es el objetivo? la segunda etapa sería definir la situación actual ¿dónde estoy? ¿qué tengo? ¿cuán lejos está mi objetivo? en la etapa tres, acordar la misión ¿qué haré? ¿cómo lo haré? ya en la etapa cuatro, la cual se llama desarrollar objetivos, se da un paso más hacia la planeación que hacia el autoconocimiento, así se le daría paso a las etapas número cinco, seis y siete, las cuales son; generar alternativas, seleccionar estrategias y convenir técnicas, respectivamente. Para finalizar, en la etapa número ocho se elabora el plan táctico, así es como este autor argumenta que puede llevar a

todo un equipo del punto A (el punto donde se encuentran ahora) al punto B (un futuro mejor gracias a la planeación).

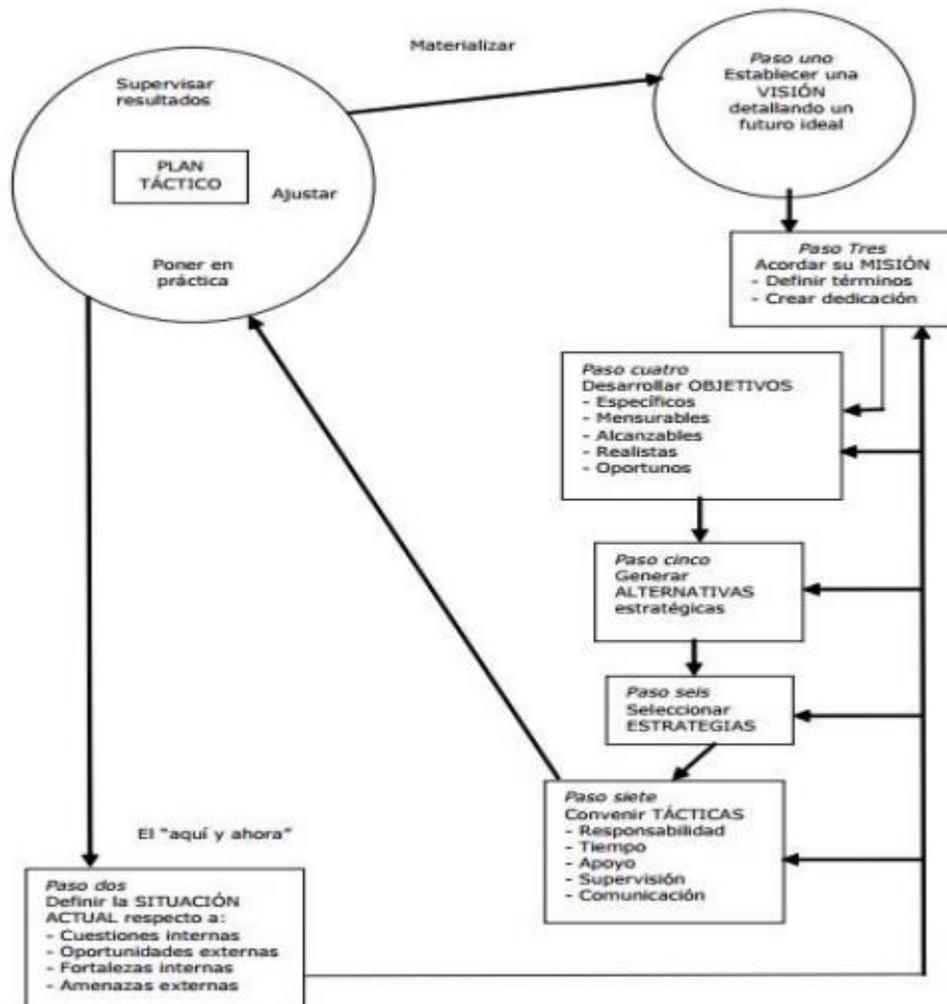


Ilustración 5. Alvarez, 2002. Modelo de Tom Lambert. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.uv.mx%2Ffiesca%2Ffiles%2F2012%2F12%2Fmodelos2008-2.pdf&clen=906356> (Tom Lambert)

## **Modelo de Colón y Rodríguez**

Renato Colón y Salvador Rodríguez proponen un modelo de planeación estratégica adaptable a cualquier tipo de negocio y de fácil comprensión. Empieza por establecer los objetivos del proyecto y de esa manera se desarrollan las estrategias que desembocan en el modelo del negocio. Esta metodología hace el análisis diagnóstico en la fase terminal, lo cual podría considerarse arriesgado puesto que al tener tantas fases pueden presentarse distintos errores en el proceso, lo interesante radica en que el esquema elaborado permite tomar decisiones en cada fase dependiendo las condiciones, haciéndolo un modelo bastante eficaz.

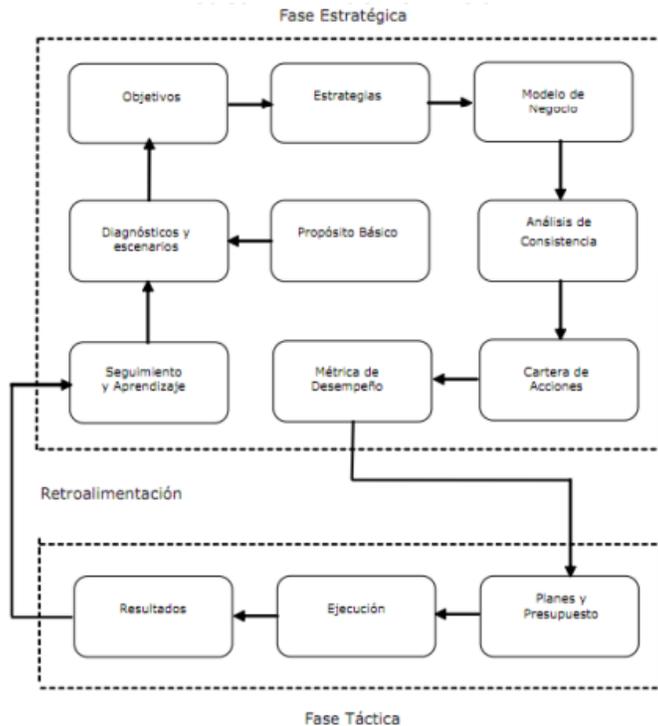


Ilustración 6. Álvarez. 2002. Modelo de Colón y Rodríguez. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.uv.mx%2Fiesca%2Ffiles%2F2012%2F12%2Fmodelos2008-2.pdf&clen=906356> (C&L)

## Modelo de análisis PEST

Otro modelo de planeación estratégica es el modelo de análisis PEST es una herramienta estratégica que sirve para identificar y evaluar los factores del entorno que pueden afectar al desarrollo de la empresa. Este modelo de análisis hace referencia a aquellos aspectos que no dependen directamente de la empresa sino de su contexto. El término proviene de las siglas: Político, Económico, Social y Tecnológico. También se conoce con las variantes PESTEL o PESTLE, en ellas se incluyen los aspectos Legales y Ecológicos.

El análisis PEST permite revisar la situación empresarial actual y planificar una estrategia. A su vez, permite realizar nuevas propuestas de marketing o proponer mejoras. Realizar un análisis PEST requiere de tiempo de dedicación, pero resultará muy útil para la toma de decisiones. Los factores que se analizan con este modelo son esencialmente externos. La fase analítica es clave para poder definir una estrategia de marketing eficaz, tanto en el medio offline como el medio digital.



Ilustración 7. Recuperado de: [https://aprendiendocalidadyadr.com/iso-90012015-capitulo-4/\(PEST\)](https://aprendiendocalidadyadr.com/iso-90012015-capitulo-4/(PEST))

### Cuadro Comparativo de los Modelos de Planeación Estratégica

<b>Balanced Scorecard</b>	<b>Análisis de brechas (GAP Analysis)</b>	<b>Análisis FODA</b>	<b>Modelo William Newman</b>	<b>Modelo de Tom Lambert</b>	<b>Modelo de Colón y Rodríguez</b>	<b>Modelo de análisis PEST</b>
Este es un modelo de planificación y dirección que permite enlazar estrategias y objetivos con los indicadores y metas para realizar con éxito la formulación e implantación estratégica.	Es un modelo de análisis en planeación estratégica para comparar el estado y desempeño real de una organización, o situación específica, respecto a uno o más puntos de referencia que se seleccionan de orden local, regional, nacional y/o internacional.	Este modelo se diferencia de los otros, ya que sirve para estudiar la situación de una empresa o institución analizando sus características internas tanto externas en una matriz cuadrada donde se analizan fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.	El autor de este modelo establece una serie de posibles escenarios para conducir a la empresa al éxito. Es un modelo bastante completo con una estructura bastante intuitiva, además parte de sus pasos es realizar un diagnóstico y un pronóstico derivado del anterior.	Este modelo se basa en la integración del equipo de trabajo, ya que cada parte del engranaje es fundamental para la planeación estratégica, de esta manera se logra una estructura más sólida.	Este modelo dista de los demás ya que enfatiza en identificar fortalezas y debilidades dentro de la organización, teniendo esto en cuenta se realiza la planeación estratégica para alcanzar las metas establecidas y superar los obstáculos.	En este modelo para poder armar una planeación estratégica, se toma en cuenta ámbitos que la empresa no puede controlar, ósea los externos como, por ejemplo: los políticos/legales, socioculturales, económicos y/o tecnológicos. Para así lograr contrarrestar y superar dichos objetivos basados en la realidad.

Tabla 1 Cuadro comparativo

## **Balanced Scorecard Talakas:**

Es una metodología dentro de la planeación estratégica que se utiliza para definir y hacer ajustes a los objetivos que las empresas se han planteado para que sean más claros y mejor estructurados. Esta metodología, creada por Robert Kaplan y David Norton, permite estructurar unos objetivos estratégicos de forma dinámica e integral para poder ponerlos a prueba frente a los indicadores que evalúan el desempeño de todas las iniciativas y los proyectos para lograr su cumplimiento satisfactorio.

El balanced scorecard se basa en un correcto equilibrio entre los elementos de la estrategia global y los elementos operativos de la misma, ya que, se basa en cuatro perspectivas como lo son la perspectiva financiera, la perspectiva de procesos internos, la perspectiva de aprendizaje y crecimiento y la perspectiva de cliente. Los elementos globales que el BSC son: la misión, la visión, los valores, las perspectivas (mencionadas con anticipación) y los objetivos. Por otro lado, los elementos operativos son: los indicadores clave o KPI e iniciativas estratégicas (las tareas que se establecen en cada perspectiva).

## **Perspectiva financiera:**

Hacer un análisis de los estados financieros de la empresa para establecer la manera de generar utilidades mayores, mejorar la rentabilidad y ver las maneras en las que el negocio puede obtener otras fuentes de ingresos.

## **¿Cómo lo vamos a lograr?**

- Hacer uso de los documentos contables para mantener un orden en nuestras finanzas y realizar un control sobre ellos como lo son: El balance general, estados de resultados, flujo de caja, entre otros.
- Analizar y realizar un control sobre los gastos y costos en los que incurre la empresa y cuáles son los que más dinero se les inyectan.
- Realizar un análisis mensual o cuando se le requiera a los precios de ventas, en comparación con los de la competencia.
- Buscar fuentes de ingresos adicionales para el crecimiento de la empresa como: maquinarias, tecnología, salarios, prestaciones sociales, entre otros. Los cuales pueden ser inversionistas, acreedores, apoyos del gobierno y/o financiaciones de bancos.

### **Perspectiva de cliente:**

Conocer la satisfacción de los clientes respecto al servicio, los productos, ambiente (experiencia del cliente), para poder implementar nuevas ideas, cambiar estrategias, mejorar procedimientos, entre otros.

### **¿Cómo lo vamos a lograr?:**

- Realizar encuestas para recolectar la información sobre la percepción de los clientes en cuanto a la satisfacción de los productos y servicios de Talakas
- Hacer un estudio en una cámara de Gesell para analizar los comportamientos que los clientes tienen frente al producto y servicio de Talakas.

- Cada mes se hará unos descuentos a los clientes que nos sugieran cambios, quejas, felicitaciones por el servicio ofrecido.

### **Perspectiva de procesos internos:**

Talakas tiene oportunidad de mejorar respecto a sus procesos en cuanto a la preparación de los productos y la cuantificación de las materias primas.

Se pretende incurrir en el uso de maquinaria nueva para ampliar la oferta de productos y de la misma manera una línea de abastecimiento más regulada.

### **¿Cómo lo vamos a lograr?:**

- Hacer un proceso de estandarización de los ingredientes para armar los platos para optimizar el uso de la materia prima
- Realizar estudio con ayuda de un equipo de Calidad para garantizar excelencia en los platos y siempre sean fresco a la hora de entregar, por ejemplo: La temperatura y cocido de la carne, temperatura en el que debe permanecer las verduras guardadas, cuanto tiempo deja de ser de calidad los alimentos y tacharlos como desecho, entre otros.
- Organizar el equipo de trabajo y subdividirse en estación para agilizar los procesos de operaciones, ejemplo: estación de cocina, estación de servicio o mostrador, estación de domicilios.
- Adecuar los lugares de almacenamiento para tener los alimentos e ingredientes en los ambientes de cada uno ellos, ejemplo: cavas para carnes, pollos, paquetes de papitas fritas, pan; refrigeradores para guardar vegetales, salsas, quesos.

## **Perspectiva de aprendizaje y crecimiento:**

### **¿Cómo lo vamos a lograr?:**

- Realizar distintos seminarios donde se enseñen las habilidades blandas mencionadas anteriormente como: disciplina, trabajo en equipo, proactividad, liderazgo.
- Realizar convocatorias a mediano plazo para contratación de universitarios para ocupar vacantes a medida que Talakas vaya abarcando más plazas en el mercado
- Organizar dentro de la organización turnos en los cuales se trabaje por horas (Obra Labor) dándoles un mínimo y máximo de horas cumplidas, estableciendo un pago de horas considerable y justo para ellos.
- Promover el ascenso continuo y reconocimientos, para mantener motivados a los colaboradores de la empresa y se comprometan con el crecimiento, buen funcionamiento y reconocimiento de Talakas.

Además de descubrir distintos modelos de planeación estratégica que podemos aplicar en un mediano o largo plazo, descubriendo debilidades y fortalezas de cada uno y así estar en un mejoramiento continuo.

## **Conclusiones:**

Para cerrar este proyecto podemos concluir como la planeación estratégica a afectado el emprendimiento de Talakas de manera positiva, estos fueron los efectos:

- Poner en orden todas las operaciones y actividades que realiza el restaurante Talakas para mejorar en todas sus áreas como lo son: administrativa, financiera, producción, mercadeo y recursos humanos.

- Realizar planeación estratégica para una empresa es importante y necesario para ayudar en su crecimiento tanto interno como externo.
- Ayuda a que los cumplimientos de los objetivos sean más eficientes y eficaces para el equipo de trabajo de cualquier empresa, dando la posibilidad de encontrar las falencias y fortalezas, para mejorar o reforzar dichos objetivos.

### **Aprendizajes:**

Durante el desarrollo de este proyecto, pudimos aprender a planear y a organizar de forma diligente las estrategias para que el emprendimiento de Talakas se expanda cada vez más en el mercado colombiano inicialmente. Además de establecer unas tareas claves, para que las distintas áreas que conforman al restaurante trabajen en pro de los objetivos de la empresa; áreas como lo son: Producción, administrativo, financiero, mercadeo, recursos humanos.

### **Bibliografía**

- Berenice. (15 de Septiembre de 2021). *Superprof*. Obtenido de <https://www.superprof.mx/blog/la-historia-de-la-cocina-mexicana/>
- Berlitz Colombia. (06 de Julio de 2020). *Belitz.com*. Obtenido de <https://www.berlitz.com/es-co/blog/7-modelos-de-planeacion-estrategica-y-sus-beneficios>
- Cervantes, P. (2021). *Aprende Institutive*. Obtenido de <https://aprende.com/blog/gastronomia/comida-mexicana/historia-de-la-gastronomia-mexicana/>
- Mañez, R. (2021). *Ruben Mañez.com*. Obtenido de <https://rubenmanez.com/como-hacer-analisis-dafo-empresa/>
- Milagros Cano, D. O. (Febrero de 2008). *Alguno modelos de planeación estratégica*. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F>

%2Fwww.uv.mx%2Fiiesca%2Ffiles%2F2012%2F12%2Fmodelos2008-  
2.pdf&clen=906356

Savkin, A. (7 de Diciembre de 2019). *bscdesigner.com*. Obtenido de  
<https://bscdesigner.com/es/analisis-de-brechas.htm>

GestioPolis.com Experto. (2020, marzo 12). *Balanced Scorecard, qué es, para qué sirve y sus beneficios*. Recuperado: <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-balanced-scorecard-y-para-que-sirve/>