

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA HELGA PIZZA BAR

DIANA MARCELA PEREA CIFUENTES

ELIANA GÓMEZ BETANCUR

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RIONEGRO ANTIOQUIA

2021

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA HELGA PIZZA BAR

DIANA MARCELA PEREA CIFUENTES

ELIANA GÓMEZ BETANCUR

Trabajo de grado para optar por el título de:

Administradoras de Empresas

Asesor:

Diego Andrés Vélez Rivera

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RIONEGRO ANTIOQUIA

2021

Página de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Rionegro, 31 de Octubre de 2021.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	7
ANTECEDENTES.....	7
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	12
JUSTIFICACIÓN.....	12
OBJETIVOS.....	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos.....	14
MARCO TEÓRICO.....	15
DISEÑO METODOLÓGICO.....	17
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	18
Manual de marca.....	18
<i>Antecedentes de la marca</i>	18
<i>Construcción de la nueva imagen corporativa</i>	20
Creación de procesos y manuales de producción.....	23
<i>Flujogramas</i>	24
PLATAFORMA ESTRATÉGICA.....	42
Misión.....	42

Visión	42
Valores corporativos.....	42
Principios del gobierno corporativo	43
Organigrama de la empresa Helga Pizza Bar.....	45
SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SGSST)	45
PERFIL LABORAL DE LOS EMPLEADOS	46
Administrador.....	47
Pizzero	48
Ayudante de cocina	49
Domiciliario.....	50
Barman	51
Jefe de meseros.....	52
Mesero	53
PARÁMETROS CONTABLES Y FINANCIEROS	54
CONCLUSIONES	56
REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nuevo manual de marca.....	22
Tabla 2 Flujograma 1 (Elaboración de pizza)	26

Tabla 3 Flujograma 2 (Elaboración de sándwich)	27
Tabla 4 Flujograma 3 (Recepción y entrega de pedidos).....	29
Tabla 5 Flujograma 4 (Coctelería y servicio de bar).....	31
Tabla 6 Flujograma 5 (Gestión contable y pago a proveedores).....	32
Tabla 7 Flujograma 6 (Compras e insumos de materia prima).....	34
Tabla 8 Flujograma 7 (Gestión de saneamiento).....	35
Tabla 9 Flujograma 8 (Mercadeo y publicidad).....	37
Tabla 10 Flujograma 9 (Seguimiento PQRSF)	39
Tabla 11 Flujograma 10 (Junta Directiva)	41
Tabla 12 Perfil laboral - Administrador.....	47
Tabla 13 Perfil laboral - Pizzero.....	48
Tabla 14 Perfil laboral - Ayudante de cocina.....	49
Tabla 15 Perfil laboral - Domiciliario	50
Tabla 16 Perfil laboral - Barman.....	51
Tabla 17 Perfil laboral - Jefe meseros.....	52
Tabla 18 Perfil laboral - Mesero.....	53

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Organigrama.....	45
Ilustración 2 Representación gráfica de SG - SST	46

RESUMEN

Helga Pizza Bar nació el 01 de agosto del 2019. Fue un proyecto materializado, un emprendimiento y un deseo por establecer un lugar donde no solo la gente vaya a consumir y cancelar por un servicio recibido, si no donde vivan una experiencia gastronómica única.

Al ser un emprendimiento, los socios tenían poco conocimiento del manejo de una pizzería bar y de la organización por áreas funcionales de este negocio. Es ahí cuando se decide tomar a Helga Pizza Bar como objeto de investigación.

Sin duda fue un desafío, al ser un emprendimiento con poco tiempo en el mercado, no contaba con mucha información de precedencia, es por esto que tocó hacer un análisis exhaustivo por cada área para poder determinar cuál sería la solución a los inconvenientes que se venían presentando y cómo dar un buen manejo a las situaciones, para poder hacer de Helga Pizza Bar un negocio rentable y acreditado en el oriente antioqueño.

Siendo estudiantes de la Universidad Católica de Oriente, estamos en la capacidad para dar solución a cada uno de los inconvenientes que se tienen en este emprendimiento y contando con el conocimiento académico para establecer estrategias y objetivos desarrollando así, de una manera eficiente un método en el cual se pueda suplir las necesidades del negocio y dar un resultado positivo para esta investigación.

ANTECEDENTES

El propósito que tienen los emprendedores y empresarios al crear nuevas organizaciones es que éstas sean rentables y sostenibles en el tiempo. Según la Confederación Nacional de Cámaras de Comercio (Confecámaras), en el año 2019 se presentó un aumento de 10,4% en la creación de

sociedades en Colombia, comparado con el año 2018; mientras que la cifra de empresas que se declararon insolventes durante el mismo periodo aumentó 2,3%. Posteriormente, durante el año 2020, se presentaron grandes fluctuaciones en la generación de empresas y sostenimiento de estas debido a la pandemia, evidenciando una disminución del 86,9% en la gestación de nuevas unidades productivas durante el mes de abril de 2020. Sin embargo, durante el último trimestre del mismo año, se generó un aumento del 22,9% en la creación de empresas en Colombia, comparada con el registro en el mismo periodo del año 2019.

Según datos del periódico económico La República, hace constar que

En ese universo de empresas, la de mejor desempeño fue Promigas, que aumentó sus ingresos en 37% hasta los \$346.212 millones. En la presentación de sus resultados financieros, la empresa explicó que estos buenos números se debieron a un plan que mezcló optimización de inversiones, “austeridad responsable” y a un aumento en la demanda de gas derivado de la baja en los embalses que hubo en los primeros meses del año (Restrepo, 2020).

De acuerdo con lo anterior se podría generar al menos una pregunta. ¿Cómo fue posible que, en el cuarto trimestre del año 2020, en plena pandemia, se haya incrementado considerablemente la creación de empresas en Colombia? Muchas empresas podrán crearse, pero lo realmente importante es que se mantengan en el tiempo a pesar de las situaciones internas y externas que pongan en riesgo su sustentabilidad. Para poder lograr esto, es necesario no solo aprovechar oportunidades y fortalezas que se presenten, sino además estructurar muy bien sus propósitos, metas, valor agregado, misión y visión; todo esto fundamentado mediante la planeación estratégica, y es esta razón por la cual, la pregunta planteada puede ser resuelta. Si una empresa trabaja de manera organizada, fundamentando sus decisiones a partir de la

implementación de una planeación estratégica, la posibilidad de éxito y perdurabilidad en el tiempo es mayor.

La planeación estratégica se puede definir como la formulación de una estrategia que plantea una empresa y organización, que crea valor y la implementa con éxito. Una estrategia es un conjunto de compromisos y acciones, integrados y coordinados, diseñados para explotar las competencias centrales y lograr una ventaja competitiva (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2015, p.4).

De acuerdo con esto, las empresas que ponen en práctica la planeación estratégica son mucho más exitosas y rentables que las que no, tienen un mayor entendimiento de las amenazas externas y son más factibles de medir sus estrategias frente a los competidores, tienen un incremento de productividad de los empleados y una mejor adaptabilidad de los cambios del entorno.

Generalmente los emprendedores inician su empresa creyendo que pueden generar grandes créditos financieros, siendo esto una percepción bastante equivocada, puesto que, si no existe una planeación estratégica durante el desarrollo de la idea, se dificulta su sostenibilidad en el tiempo.

El proyecto objeto de este trabajo se denomina Helga Pizza Bar, la cual es una empresa familiar constituida legalmente desde el año 2019, integrada actualmente en dos sedes ubicadas en los municipios de Rionegro y La Ceja (Antioquia), nace como resultado de la disolución con la empresa origen denominada Olafo Pizza y cerveza, ubicada también en ambos municipios.

El primer reto de la empresa Helga Pizza Bar fue efectuar el cambio de marca, posicionarse en el mercado y diferenciarse de la marca Olafo Pizza y Cerveza. Para lograr esto, fue necesario que, desde el mes de agosto de 2019, realizara el cambio de nombre, de logotipo, de los procesos, recetas y productos ofrecidos al cliente, de manera que se generara un nuevo lugar en el mercado. La empresa tuvo como primera sede aquella ubicada en la ciudad de Rionegro y

posteriormente, en el año 2020, por diversas situaciones, se inició sede de la empresa en el municipio de La Ceja. Aunque la empresa se encuentra actualmente bien financieramente, hace falta realizar más trabajo relacionado con el posicionamiento de la marca, mejoramiento de oferta al cliente, logística y eficiencia; mediante el cual la planeación estratégica juega un papel relevante en el desarrollo de lo anteriormente descrito.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según Münch (2008), “la planeación estratégica, define los lineamientos generales de la planeación de la empresa; la realizan los altos directivos para establecer los planes generales; generalmente es a mediano y a largo plazo, y abarca a toda la empresa. Su propósito consiste en determinar el rumbo de la organización, así como la obtención, el uso y la disposición de los medios necesarios para alcanzar la misión y la visión de la organización” (p.13).

De acuerdo con lo anterior, es importante resaltar que, para lograr grandes resultados en la implementación de una planeación estratégica correctamente planteada, el compromiso de la junta directiva y de la gerencia de toda organización debe ser máximo, para lo cual Helga Pizza Bar no es la excepción.

Helga Pizza Bar es un negocio familiar en crecimiento y consolidación, ubicado en el municipio de Rionegro, Antioquia, desarrollando su actividad económica en el sector alimenticio, contando con un riesgo de perder competitividad en el mercado causado por la falta de planeación y la no recordación por parte del cliente, puesto que durante 3 años funcionó en las mismas instalaciones, el negocio denominado Olafo Pizza y Cerveza desde el año 2016 hasta el año 2019, con ofertas gastronómicas similares a las de Helga Pizza Bar. Para lograr este cambio

se modificó el nombre, marca, calidad del servicio, gestión de liderazgo, cultura organizacional y diversificación de ofertas, servicios y beneficios al cliente, en resumen, se realizaron importantes cambios operacionales y administrativos. Sin embargo, aún queda mucho trabajo por desarrollar.

Para convertir las debilidades en fortalezas que se tienen dentro del restaurante, se requiere identificar y hacer un análisis detallado, pues sus áreas no se desempeñan apropiadamente, debido a que ha sido un proceso empírico, donde se resuelven situaciones específicas de cada día, pero no se ha fijado de manera eficiente una estrategia pensada a corto, mediano y largo plazo (debilidades en tiempos de entrega, domicilios, capacidad de almacenamiento de materia prima, etc.). El área operativa no permite medir los tiempos en costos directos e indirectos de fabricación, mientras que una producción bien ejecutada y controlada, mejoraría el manejo de la materia prima y un producto que sea entregado en óptimas condiciones dentro de un margen de tiempo debido; por un lado, el área de mercadeo necesita diseñar un plan de ventas para el posicionamiento y la recordación de la nueva marca; el área de finanzas busca tener una organización adecuada a la hora de hacer inversiones y contextualizar la empresa en cómo se va recuperar (Se necesita flujo de caja para solventar los pasivos en cuánto a sociedad se refiere, inyección de capital de socios), además de soportar estos resultados bajo periodos contables; por último, el área de gestión humana espera mantener su personal altamente calificado y capacitado para el buen curso de las actividades y procesos que se realizan.

Con estos factores, se propone controlar todos los aspectos de las áreas funcionales de la empresa, si se sigue dando el manejo que se da en la actualidad, las oportunidades de Helga Pizza Bar de ser más rentable, competitivo y organizado serán menos que si se lleva un control más fuerte y empoderado bajo cada una de sus áreas y tender hacia el mejoramiento continuo del negocio, buscando estrategias de venta

y mercadeo, para no llegar a un pico máximo de venta que pueda luego escalonar a la caída de la productividad. Es necesario entonces, realizar ajustes para llegar a un mayor público y a otros mercados para maximizar las ganancias.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las medidas de planeación estratégica que pueden aportar al mejoramiento en los procesos administrativos y financieros del emprendimiento Helga Pizza Bar?

JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta la importancia de la planeación estratégica para las empresas y sobre todo para aquellas que están emergiendo en los mercados, se pretende investigar, basado en los conocimientos y en otras áreas, cuál es la mejor forma de implementar la planeación estratégica en el restaurante Helga Pizza Bar.

La propuesta de investigación con base en los conocimientos que se tienen en áreas como mercadeo, manejo de personal, producción y finanzas; permite desarrollar las habilidades para enfrentar y superar situaciones organizacionales e impulsar el desempeño de un negocio, el proceso de medir las áreas es lo que motiva a los administradores considerar elegir unas estrategias, por ejemplo, entre competidores se esfuerzan por mejorar su desempeño y posición en el mercado, teniendo costos más bajos que los demás, mientras otros suelen consolidar la superioridad de su producto por medio de la personalización de un servicio al cliente o las

dimensiones de calidad que sus rivales no pueden igualar, esta es la metodología que implementa Thompson y este pensamiento es idóneo para aplicar en esta investigación

Pues como dice en su libro *Administración estratégica, teoría y casos*.

La estrategia de una empresa proporciona dirección y guía, no solo en términos de lo que debe hacer, sino de lo que no debe hacer. Desde un punto de vista estratégico, saber lo que no se debe hacer es tan importante como saber lo que se debe hacer. En el mejor de los casos, emprender acciones estratégicas erróneas generara distracción y desperdicio de recursos; en el peor, provocará consecuencias indeseables de largo plazo que pongan en riesgo la supervivencia misma de la empresa (Thompson & John, 2012).

Es por esta razón, acorde con esta investigación, se ve la necesidad de construir e implementar un plan estratégico que ayude a una integración en los procesos estructurales y todo lo que se derive de la propuesta de un emprendimiento que quiere crecer y ser potencial en su nicho mercado, implementar conocimientos adquiridos y dar respuestas a las preguntas que se presentan tanto por parte de los directivos de Helga Pizza Bar, como por su equipo de trabajo, en función de posicionar el negocio y reconocimiento de marca, generando así, estabilidad comercial y económica y pueda consolidarse como un verdadero negocio en todos los ámbitos posibles.

Contando con una adecuada participación de todos los miembros de la organización, mediante una comunicación efectiva y el trabajo de todos, lo que no se mide no se controla y es una actividad en constante desarrollo que se realiza desde los directivos hasta los operarios; Lincoln citado en (David, 2013) “Si sabemos dónde estamos (David, 2013) y cómo llegamos ahí podremos ver hacia donde nos dirigimos; y si el resultado que surge de manera natural en nuestro curso es inaceptable, podremos hacer un cambio a tiempo” (p. 3). Es así, como lo dan a conocer

en sus investigaciones en Mipymes colombianas los autores de pensamiento estratégico, mostrando que, “La integración del pensamiento estratégico en las operaciones diarias, en todos los niveles de la organización, es clave para la supervivencia de cualquier negocio, ya sea pequeño o grande. La necesidad de desarrollar una orientación estratégica surge como respuesta a la mayor competencia a la que se han enfrentado los organismos” (Román Muñoz, Sepúlveda Quintero, Vargas Patiño, Ovalle Vidarte, & Moreno, 2010, p. 102).

En consecuencia, lo que se pretende es designar la serie de métodos y técnicas que se aplicarán sistemáticamente durante el proceso de esta investigación, que permita el alcance de los objetivos propuestos y alcanzar resultados válidos y efectivos, por medio de las teorías y metodologías de los autores propuestos, para así alcanzar la estandarización de procesos, el control administrativo y competitivo de Helga Pizza Bar en su nicho de mercado.

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar el plan estratégico para Helga Pizza Bar fundamentado en el diseño e implementación de áreas funcionales de tal manera que se dé valor, estructura, organización y consolidación a la empresa.

Objetivos Específicos

1. Crear un manual de identidad de marca y su registro ante la SIC, con el propósito de generar unidad y formalice los parámetros que debe seguir la empresa a la hora de posicionarse en el mercado.
2. Construir manual de procesos y procedimientos con el fin de estandarizar actividades vitales y aumentar la productividad en cada una de las sedes.
3. Crear un plan organizacional, que involucre la filosofía, la visión, la misión, los valores corporativos, sus principios y políticas empresariales.
4. Implementar Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST), velando siempre por el bienestar de cada uno de los trabajadores.
5. Crear perfiles para cada uno de los puestos de trabajo, que ayude al mejoramiento en el servicio y la efectividad en el desempeño de cada labor.
6. Construir parámetros contables y financieros que permitan llevar registro de cada uno de los movimientos comerciales de Helga Pizzería Bar con sistemas de información.

MARCO TEÓRICO

La planeación estratégica para un emprendedor debe lograr cubrir temas como la gestión de procesos de sus áreas funcionales, así como tener un previo conocimiento del sector, las leyes y normas que regulan a las Mipymes. Como se plantea en los escritos de pensamiento estratégico, lo que motiva a la importancia de tener una buena planeación organizacional para asegurar el buen curso de los emprendimientos, los cuales, según Román et al., (2010).

En Colombia la ley 78 de 1978 surgió con miras a establecer un marco jurídico y regulatorio global que pudiera facilitar el desarrollo de las Mipymes, donde también se crearon una serie de organismos especializados de apoyo al sector, como el consejo asesor de políticas para Mipymes. En general con esta ley se aceptó explícitamente la existencia del sector de las pymes y se concentraron todos los esfuerzos en los mecanismos de financiación de asistencia técnica (Román et al., 2010) (p. 91-92)

Los consumidores cada vez son más exigentes y para estar en forma en el mundo competitivo la clave está en ser ágil, para lograr esto debemos tener en cuenta unos principios básicos: velocidad en procesos, innovación y aprendizaje permanente, enfoque, definir una estrategia clara (nicho de mercado definido) y flexibilidad en las estructuras de trabajo en equipo sin que se afecte la uniformidad del producto final.

Apreciar la identificación de capacidades y recursos que tienen las organizaciones es tan importante para el desarrollo de su marca, resaltar las habilidades de las compañías, así como se demuestra en los ejemplos del capítulo 4 del libro administración estratégica.

Las capacidades también varían en la forma, la calidad y la importancia competitiva, donde algunas son más valiosas que otras. La capacidad de innovación de Apple es ampliamente conocida como superior a la de sus competidores. Spotify se dio a conocer rápidamente por su orientación de servicio al cliente. PepsiCo es admirada por sus capacidades de marketing y administración de marcas. (Thompson, III, Sutton, Peteraf, & Gamble, 2018, p. 117)

DISEÑO METODOLÓGICO

El tipo de investigación que trabajó el presente proyecto es de corte exploratorio, encontrar los antecedentes que lo componen son nulos, por esta razón se inicia la investigación desde un punto cero y se basó en el conocimiento empírico de la junta directiva para poder detectar la falta de organización que había en el núcleo de la pizzería, en términos de su aplicación práctica. Helga Pizza Bar requiere que su planeación sea realizada acorde a sus necesidades, los estudios y las investigaciones que se realicen allí, serán aplicados dando respuesta a las preguntas que se generan por los vacíos encontrados en las áreas funcionales, la implementación de una planeación estratégica en el sector alimenticio es vital para la planeación del negocio en el largo plazo.

Sin embargo, no se puede dejar de lado, el análisis descriptivo, pues en este estudio se propuso identificar elementos y características encaminados al problema de la investigación, con esto se buscó hacer una caracterización de hechos o situaciones, los cuales se identificaron en los problemas encontrados para Helga Pizza Bar.

Se pretendió acudir a métodos de investigación de análisis y síntesis, para mirar el diagnóstico de la organización, por eso, se evaluó dentro de Helga Pizza Bar cada una de sus áreas funcionales y los resultados o efectos que se encontraron en cada una de ellas, se analizó cómo se relacionan las áreas para encontrar una explicación sobre el comportamiento de estas, la interrelación que se logró con cada una de ellas permitió llegar a un diagnóstico preciso de la organización.

Con relación a las fuentes y técnicas para la recolección de la información, fue necesario utilizar fuentes primarias, la información que se recaudó de manera oral o escrita, fue recopilada directamente por el investigador, los cuales realizaron escritos transmitidos por los integrantes de

la organización, en este caso se tuvo en cuenta la experiencia y el conocimiento por parte de los directivos y empleados de Helga Pizza Bar.

Para recaudar la información de fuentes secundarias es preciso utilizar datos que han sido escritos y recopilados a través de fuentes como textos, documentos, revistas, libros, entre otros.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Manual de marca

Antecedentes de la marca

La clásica tira cómica que lleva por nombre Olafo, representa a un vikingo fuerte y glotón, el cual, junto con varios personajes hicieron un éxito rotundo del comic, y a su vez, sirvieron de inspiración para crear el restaurante que sería conocido como Olafo Pizza y Cerveza. El motivo de llevar esta tira cómica a un restaurante respondió al gusto que los dueños sentían por el comic y aprovechar la identidad que dicho personaje tenía en la cultura regional.

La marca Olafo Pizza y Cerveza, tenía una trayectoria de 10 años en el mercado en el municipio de la Ceja y 3 años en el municipio de Rionegro, sin embargo, después de presentar varias situaciones que no llegaban a acuerdos favorables y por problemas entre los inversionistas, la marca fue disuelta. No obstante, cada uno de los dueños toma de decisiones de continuar en el negocio de los restaurantes bajo razones sociales diferentes y en distintas localidades.

En este punto, es donde surge Helga Pizza Bar, su nueva dueña siguió atada e inspirada en el comic y cambiar a un personaje que profesara mayor identidad organizacional, pero en esta

oportunidad encuentra inspiración en la esposa del personaje Olafo que, de igual manera, era reconocida en la tira cómica, considerándose, así como una extensión de marca y de esta manera no perder la trayectoria que se había forjado durante una década.

Fue así como se contrató la empresa Ubuntu, especialistas en Branding y arquitectura de marca, quienes fueron los encargados en el año 2019, de crear el logo que hoy distingue Helga Pizza Bar. El objetivo principal desde un principio fue garantizar la correcta aplicación del imagotipo (Combinación de imagen y texto) y su simbología, garantizando así, la coherencia en todo tipo de soportes, tanto gráficos, como físicos, audiovisuales o interactivos.

La muñeca fue diseñada y reestructurada con el fin de que tuviera la temática de los vikingos con ese toque característico y animado, lo cual haría un imagotipo de fácil recordación para todo el público objetivo de la empresa. Pues siendo una caricatura insertada en la cultura popular de los colombianos, lograría que tanto grandes como niños, podrían reconocerla y hacerse familiares con imagen corporativa.

Al madurar la compañía, se ve la necesidad de registrar la marca, y lo que en algún momento se consideró como una fortaleza, pronto paso a ser un arma de doble filo, pues si bien una muñeca, personaje principal de la marca y al mismo tiempo, imagen protagonista de una caricatura reconocida sería una buena estrategia para atraer al público, en el momento de registrar la marca se vería la consecuencia de haber tomado un personaje ajeno como referencia.

Conscientes de esta situación, la dirección y el grupo (Eliana Gómez Betancur en calidad de consultora y Diana Marcela Perea Cifuentes en calidad de propietaria y estudiante de la Universidad Católica de Oriente), deciden iniciar un proyecto el cual consistiría en la elaboración de un plan estratégico para la empresa Helga Pizza Bar, implementando métodos de intervención por áreas funcionales y así, de esta manera darle una organización y una estructura sólida a la

empresa, todo esto con el propósito de dar pasos certeros en pro del mejoramiento continuo y el crecimiento de la nueva compañía.

Esto da pie, a que en un principio se busque la transformación de su identidad, se acude al acompañamiento del área de Innovación de la Universidad Católica de Oriente, en relación del registro de marca, en donde se indicó las ventajas y limitaciones, así como el proceso de creación del registro. Una vez seguros del nombre bajo un concepto diferente, se retoma el trabajo con los diseñadores de la agencia Ubuntu para rediseñar la marca de Helga Pizza bar, contando con las apreciaciones de los socios, se quiso crear un logo, donde no se perdiera el nombre como trayectoria (Helga), pero se tuviera el mismo concepto de gastrobar sin necesidad de que la muñeca sea el símbolo de distinción.

Es ahí donde se indaga acerca de la mitología vikinga y cómo eran las matriarcas para la época capaces de satisfacer a los comensales en todos los sentidos, tanto en sabor, como forma y estilo, siendo Helga la representación femenina.

Finalmente, se pretende dejar el mismo nombre, pero cambiar su simbología.

Construcción de la nueva imagen corporativa

Helga Pizza Bar se encuentra en proceso de registro de marca, pues los procedimientos administrativos toman un aproximado de 12 meses para que concluya el proceso, no obstante, el radicado ya se encuentra efectivo. A continuación, se describe el procedimiento que se siguió para tal fin:

Registro de marca

Algunas averiguaciones que se hicieron por parte de la junta directiva, fue que, en el momento de registrar la marca, no se aceptaría el logo con la muñeca de Helga, este comic ya estaba registrado a nivel mundial por el distintivo de historietas de Olafo el amargado, lo cual haría imposible el registro de marca con el logo actual, es por esta razón que se decidió hacer una reestructuración de imagen y nuevo diseño para el restaurante, tal como se presentan en la tabla 1.

El día 06 de mayo de 2021, uno de los socios de Helga Pizza Bar, se reunió con el grupo de consultores de la UCO expertos en el campo de registro de marca, quienes hicieron una búsqueda avanzada para saber si era posible hacer el registro de “HELGA” como nombre y sin la muñeca, lo cual arrojó como resultado la aceptación del nombre como registro de marca y el cambio rotundo del logo, pues ya no sería representado por una caricatura, sino un conjunto de letras y simbolismos que acuden a la mitología vikinga, sin necesidad de usar la muñeca como imago tipo.

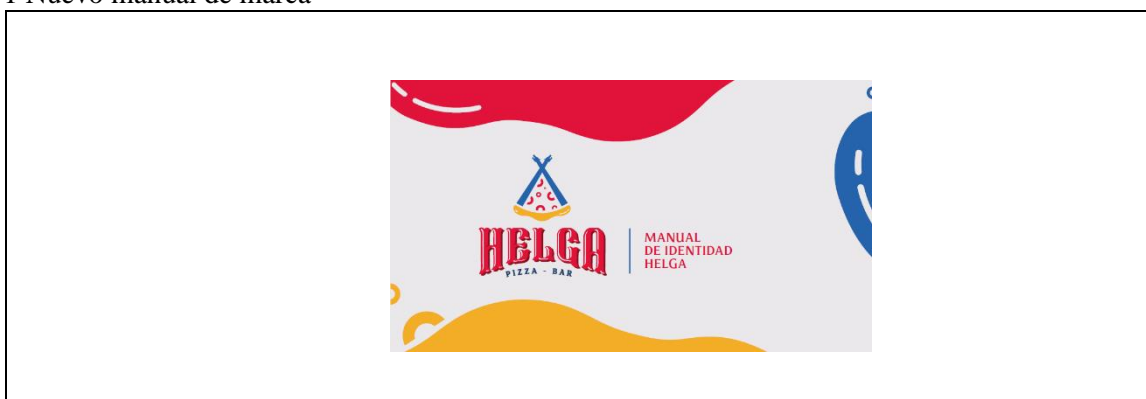
El registro de marca es un proceso dispendioso, pero espera ser logrado para finales del año 2021, requiere tiempo, dedicación y una inversión financiera, pero también será considerado un activo para Helga Pizza Bar, pues el hecho de poder registrarse en la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), hace que su valor capital se incremente.

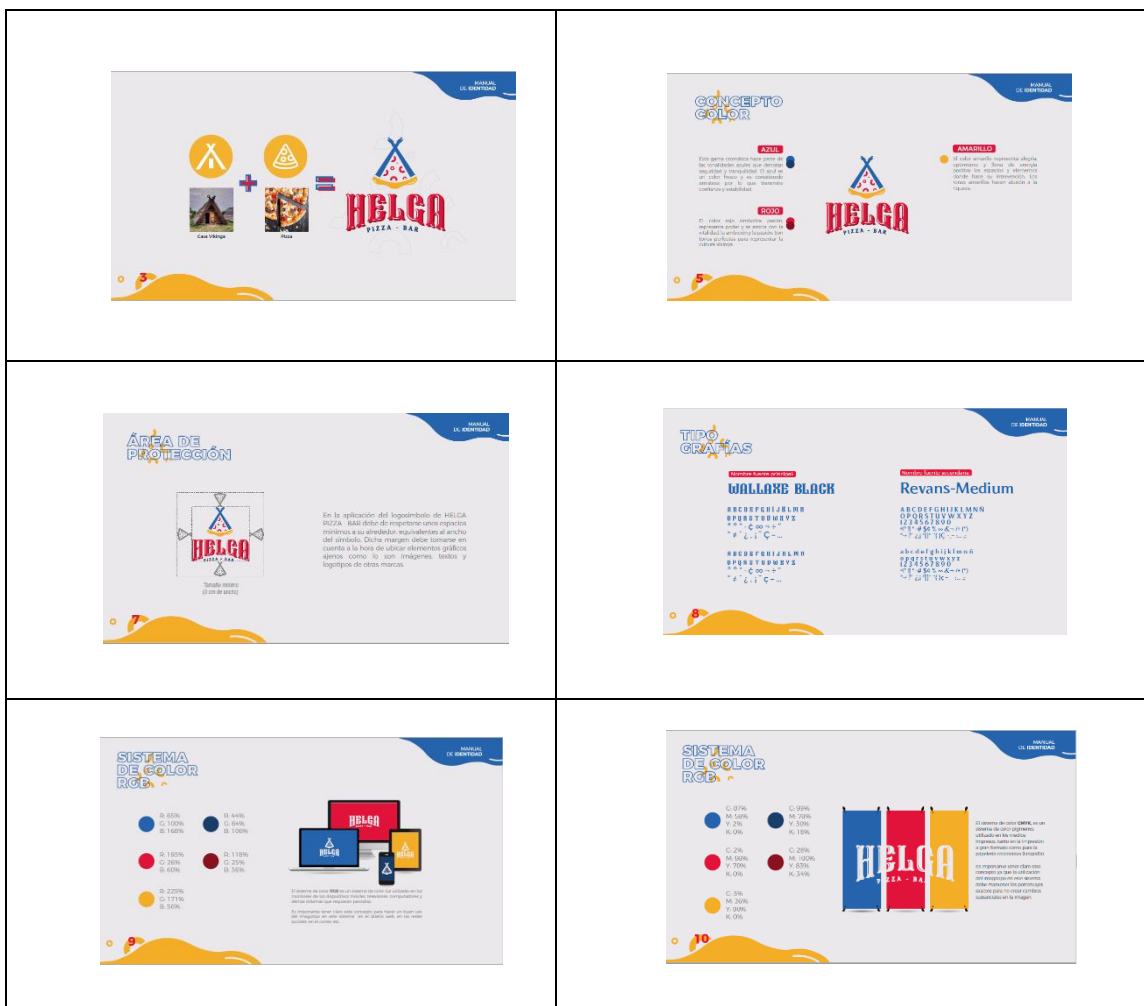
El proceso consta de ciertos pasos los cuales serán expuestos de la siguiente forma:

1. Diligenciar en la página de la SIC:
2. <http://sipi.sic.gov.co/sipi/Extra/Default.aspx?sid=637558931915325331>.
3. <https://webaccess.wipo.int/mgs/?lang=es>.
4. En estas dos páginas, se debe consultar por categoría si es posible hacer el registro del nombre HELGA, la categoría se filtra de tal manera que queden gastrobar, restaurante, bar y en el caso de nosotros es la categoría 43.

5. Se introdujo el nombre HELGA, pero a consejo de la consultora de la UCO, nos dijo que deberíamos buscar similitudes en el nombre, por ejemplo, BELGA, DELGA, y otras palabras que se parezcan y no estén registradas. Esto con el fin de tener certeza que se puede registrar el logo sin ningún contratiempo.
6. Luego de saber que es posible registrar el nombre en esa categoría; es necesario dar una documentación requerida para la consultora, documentos como:
 - 6.1. Certificado de existencia de Cámara y Comercio.
 - 6.2. Logo en 450 X 450 mpx en JPG.
 - 6.3. Fotocopia de la cédula del representante legal.
7. Teniendo ya está documentación, se pide la cita ante la SIC para empezar el trámite.
8. El tiempo estimado de respuesta puede estar entre 6 meses y un año, no hay una fecha exacta de radicado, después de realizar la solicitud ante la SIC se sugiere que el solicitante esté realizando constante monitoreo en las diferentes plataformas.
9. El nuevo logo se inspiró en la casa de los vikingos y en su creencia en los dragones como símbolo de protección, teniendo además imagen de pizza y la estructura de la tienda vikinga.

Tabla 1 Nuevo manual de marca





Fuente: Elaboración propia 2021

Creación de procesos y manuales de producción

Helga Pizza Bar es considerada una pizzería artesanal (La comida artesanal se realiza con un proceso hecho a mano, no se almacena por mucho tiempo, esto es para mantener el sabor y la textura de la comida fresca, por lo que se producen en pequeñas cantidades), sus procesos productivos son manuales y funcionales para elaborar cada uno de sus productos.

Con el propósito de mejorar la productividad, se ha buscado una estandarización de los siguientes procesos:

1. Cocina
 - a. Preparación de Pizza
 - b. Preparación de sándwich.
2. Administrativos:
 - a. Recepción y entrega de pedidos
 - b. Gestión contable y pago a proveedores
 - c. Compras e insumos de materia prima
 - d. Mercadeo y publicidad
 - e. Seguimiento de Preguntas, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Felicitaciones (PQRSF)
 - f. Cambios de procesos, modificaciones, ampliaciones y seguimiento a la gestión administrativa

A continuación, se presenta cada uno de los flujogramas de manera detallada:

Flujogramas

Con el objeto de identificar el desarrollo de los procedimientos dentro de la empresa Helga Pizza Bar, busca unificar y asegurar la garantía de los procedimientos la manera como se brinda el servicio y se garantizan productos de óptima calidad, satisfacción del cliente y finalmente plantear acciones de mejora, se presenta a continuación la descripción detallada de los 9 procesos que se efectúan en la empresa.

Elaboración de productos alimenticios

Por medio de parametrización de todos los insumos, es decir, se pesó cada uno de los componentes de las pizzas, los sándwiches y las lasañas, con el fin de saber cuánto gramaje se debe utilizar de los ingredientes para cada una de las presentaciones de los productos, con esto busca disminuir el desperdicio en cocina, y una mayor veracidad en el comparativo de inventario del sistema post y del inventario físico, cada vez que se haga pedido de algún producto el sistema descargará del inventario el gramaje adecuado para la formación de este.

Este proceso se realizó en marzo del año 2021, y se ha logrado controlar los desperdicios y otras anomalías propias de la operación. Esta actividad se implementará en las sedes de la Ceja y Rionegro.

1. **Pizza:** Para este procedimiento, el producto final es la entrega de diferentes alternativas de pizza, las cuales se ofrecen mediante un menú presentado en una carta plastificada con los ingredientes y características del gusto del cliente. Si el pedido se hace en la sede, el mesero entrega el pedido a la cocina. Si es un pedido a domicilio, el administrador de sede toma el pedido y lo dirige a la cocina y luego es debidamente empacado y entregado a domicilio. En caso de que el administrador de sede no de abasto con los domicilios se remite al gerente para realizar este procedimiento.

Tabla 2 Flujograma 1 (Elaboración de pizza)

Actividad: elaborar pizza	Descripción de la actividad	Responsable	Observación	Acción de mejora
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recepcion[Recepción de pedidos] Recepcion --> Pesaje[Pesaje de masas] Pesaje --> Mezcla[Mezcla de ingredientes] Mezcla --> Horno[Llevar al horno] Horno --> Aderezos[Agregar aderezos] Aderezos --> Listo{Listo para entrega} Listo -- No --> Horno Listo -- Si --> Entrega{Entrega en mesa} Entrega -- Si --> Plato[Dispone en plato y entrega a mesero] Entrega -- No --> Caja[Se empaca en caja y entrega a domiciliario] Plato --> Fin([Fin]) Caja --> Fin </pre>	<p><u>Pizzero:</u> Recibe pedidos, pesa masa y revisa si está listo el pedido.</p> <p><u>Ayudante de cocina:</u> Es quien efectúa la labor de limpieza de las zonas, mezcla ingredientes, horno, agrega aderezos.</p>	Equipo operativo	Se presentan 20 minutos de tiempo muerto esperando que la levadura actúe.	Aprovechar los 20 minutos de espera para otras acciones paralelas.

Fuente: Elaboración propia 2021

2. Sándwich: En el caso particular de entrega de producto de Sándwich, se sigue todo lo relacionado con lo presentado en la elaboración de la pizza, con la particularidad que la masa de pan ya está elaborada, solo es calentarla y adicionarle los aderezos respectivos según solicite el cliente.

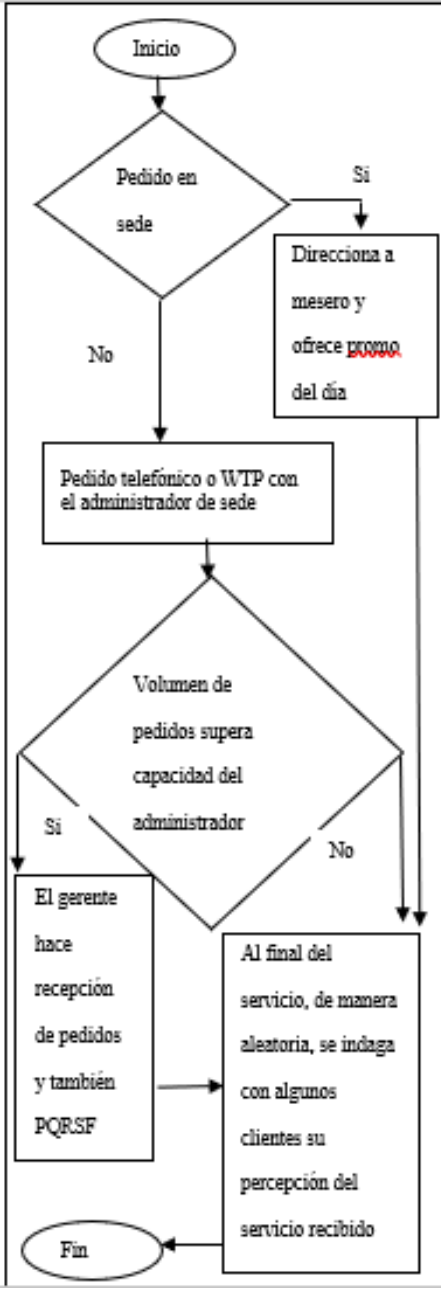
Tabla 3 Flujograma 2 (Elaboración de sándwich)

Actividad: elaborar sándwich	Descripción de la actividad	Responsable	Observación	Acción de mejora
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recepcion[Recepción del pedido] Recepcion --> Eleccion[Elección del pan sándwich] Eleccion --> Calentar[Calentar pan en la plancha] Calentar --> Aderezos[Agregar aderezos según elección del cliente] Aderezos --> Listo{Listo para entrega} Listo -- No --> Calentar Listo -- Si --> Entrega{Entrega en mesa} Entrega -- Si --> Plato[Dispone en plato y entrega a mesero] Entrega -- No --> Caja[Se empaca en caja y entrega a domiciliario] Plato --> Fin([Fin]) Caja --> Fin </pre>	<p><u>Ayudante de cocina:</u> Aseo de zonas, calienta pan y agrega aderezos.</p> <p><u>Cocinero:</u> Recibe el pedido del mesero o administrador y verifica que el pedido esté en las condiciones solicitadas por el cliente.</p>	Equipo operativo	Hacen falta mayor número de herramientas para garantizar mayor volumen de atención al cliente.	Adquisición de otra plancha para disminuir tiempos en el servicio.

Fuente: Elaboración propia 2021

3. **Recepción y entrega de pedidos:** La recepción de pedidos presencial la reciben los meseros y luego son presentados a cocina o bar. La recepción de pedidos a domicilio las efectúa el administrador de sede o si no da abasto las efectuará el gerente de la empresa para luego ser entregado bien sea al bar o a la cocina y finalmente

Tabla 4 Flujoograma 3 (Recepción y entrega de pedidos)

Actividad: tomar y entregar pedidos	Descripción de la actividad	Responsable	Observación	Acción de mejora
 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> PedidoSede{Pedido en sede} PedidoSede -- Si --> Direcciona[Direcciona a mesero y ofrece promo del día] PedidoSede -- No --> PedidoTelefonico[Pedido telefonico o WTP con el administrador de sede] PedidoTelefonico --> Volumen{Volumen de pedidos supera capacidad del administrador} Volumen -- Si --> Gerente[El gerente hace recepción de pedidos y también PQRSF] Volumen -- No --> Indaga[Al final del servicio, de manera aleatoria, se indaga con algunos clientes su percepción del servicio recibido] Gerente --> Fin([Fin]) Indaga --> Fin </pre>	<p><u>Mesero:</u></p> <p>Atiende las mesas, presenta promoción del día al cliente, limpia y prepara las mesas</p> <p><u>Administrador de sede:</u></p> <p>Toma pedidos en redes sociales y teléfono, direcciona mesero o domiciliario, direcciona pedidos a gerente cuando rebosa su capacidad o jurisdicción</p> <p><u>Gerente:</u></p> <p>Apoya pedidos y recibe PQRSF</p>	<p>Equipo operativo, administrador de sede y gerente</p>	<p>Los equipos electrónicos de toma de pedidos se mantienen continuamente e cargados en el suministro energético.</p>	<p>Se requerirían mayor cantidad de equipos electrónicos y personal que tome los pedidos para liberar al administrador y éste pueda desempeñar otras labores de supervisión y seguimiento</p>

Fuente: Elaboración propia 2021

4. Coctelería y servicio de bar: En el caso específico de servicio de coctelería y bar, el barman se encarga de preparar y presentar a los clientes el pedido requerido por el cliente o a los meseros también de acuerdo con lo que sea solicitado en cada mesa.

Tabla 5 Flujoograma 4 (Coctelería y servicio de bar)

Actividad: Prestar servicio de coctelería y bar	Descripción de la actividad	Responsable	Observación	Acción de mejora
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> D1{Pedido en sede} D1 -- Si --> B[Direcciona a bartender y ofrece especialidades y juegos de mesa] D1 -- No --> A[Pedido telefonico o WTP con el administrador de sede] A --> D2{Volumen de pedidos supera capacidad del administrador} D2 -- Si --> G[El gerente hace recepción de pedidos y también PQRSF] D2 -- No --> I[Al final del servicio, de manera aleatoria, se indaga con algunos clientes su percepción del servicio recibido] G --> Fin([Fin]) I --> Fin </pre>	<p><u>Barman:</u></p> <p>Realiza limpieza de zonas, atiende al público en la barra, prepara cocteles.</p> <p><u>Mesero:</u></p> <p>Atiende al público, toma pedidos, propone juegos de mesa.</p> <p><u>Gerente:</u> toma PQRSF</p>	Equipo operativo	Al inicio de cada jornada, se verifica que los insumos sean suficientes para el volumen de pedidos.	Brindar capacitación al Barman para que brinde nuevas e innovadoras presentaciones de los productos.

Fuente: Elaboración propia 2021

5. Gestión contable y pago a proveedores: El pago a proveedores se realiza entre el administrador de sede y el gerente, y la gestión contable es ejecutada por el contador de la empresa. Lo que tenga que ver con retención en la fuente, se direcciona al contador para solventar los requisitos legales al respecto.

Tabla 6 Flujoograma 5 (Gestión contable y pago a proveedores)

Actividad: Gestionar pago con proveedores.	Descripción de la actividad	Responsable	Observación	Acción mejora
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> RealizarCuadre[Realizar Cuadre] RealizarCuadre --> Diario[Diario] RealizarCuadre --> Semanal[Semanal] RealizarCuadre --> Mensual[Mensual] Mensual --> PagoSemanal[Pago semanal a proveedores (jueves o martes)] PagoSemanal --> SeAplica{Se aplica rete fuente} SeAplica -- Si --> SeAsigna[Se asigna al contador] SeAsigna --> SeAsienta[Se asienta en libro contable] SeAplica -- No --> SeAsienta SeAsienta --> Fin([Fin]) </pre>	<p><u>Administrador de sede</u></p> <p>Efectúa balance diario de la sede, entrega recibos al contador</p> <p><u>Contador:</u> Realiza balance contable, aplica rete fuente.</p> <p><u>Gerente:</u> Supervisa la ejecución</p>	<p>Gerente, contador y Administrador de sede</p>	<p>En marzo de cada año se hacen declaraciones y pagos de impuestos.</p>	<p>Realizar estudios de inversión a partir de fuentes contables.</p>

Fuente: Elaboración propia 2021

6. Compras e insumos de materia prima: Para realizar las compras de insumos y materiales que se requieren en los procesos de la empresa, el jefe de cocina, el bar y los meseros presentan faltantes.

Tabla 7 Flujoograma 6 (Compras e insumos de materia prima)

Actividad: Comprar insumos y materia prima.	Descripción de la actividad	Responsable	Observación	Acción de mejora
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> A[Inventario semanal insumos faltantes por jefe de cocina y barman en cada sede] A --> B{Faltan insumos} B -- Si --> C[Se solicitan al administrador de cada sede] B -- No --> F[Se organiza el material para la atención al cliente] C --> D[El administrador efectúa el pedido oportuno a proveedores] D --> E[Recepción de insumos por parte de proveedores] E --> G[Verificación de insumos completos] G --> F F --> H([Fin]) </pre>	<p><u>Barman y jefe de cocina:</u> Realiza inventario diario, semanal y mensual de requerido en su puesto de trabajo y entrega esta relación al administrador de sede.</p>	<p>Administrador de sede</p>	<p>Se suelen adquirir los insumos con los mismos proveedores para garantizar calidad óptima al cliente y fidelización de la marca.</p>	<p>Se deben verificar precios de un proveedor con otro para generar mayor eficiencia en las compras.</p>

Fuente: Elaboración propia 2021

7. Gestión de saneamiento: Todos los empleados deben efectuar asepsia y desinfección de su sitio de trabajo respectivo. Pizzero en la cocina, mesero las mesas, barman en el bar, etc.

Tabla 8 Flujograma 7 (Gestión de saneamiento)

Actividad: Gestionar saneamiento del local.	Descripción de la actividad	Responsable	Observación	Acción mejora
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Prep[Preparación de materiales de aseo y limpieza] Prep --> Limpieza[limpieza diaria y desinfección en cada sede de las instalaciones al empezar y terminar la jornada.] Limpieza --> Equipos{Equipos y materiales son suficientes} Equipos -- No --> Solicitud[Solicitud de insumos de limpieza al administrador de sede.] Equipos -- Si --> Satisfactorio{Aseo satisfactorio} Solicitud -- No --> Satisfactorio Satisfactorio -- No --> Solicitud Satisfactorio -- Si --> Registrar[Registrar el aseo realizado para controles de autoridades sanitarias] Registrar --> Fin([Fin]) </pre>	<p><u>Pizzero:</u> Supervisión y apoyo en el aseo diario de la cocina y puesto de trabajo.</p> <p><u>Ayudante de cocina:</u> Aseo diario de la cocina y puesto de trabajo</p> <p><u>Meseros:</u> Aseo y asepsia de mesas.</p> <p><u>Barman:</u> Aseo de su puesto de trabajo</p>	<p>Administrador de sede</p>	<p>Se siguen todos los requisitos establecidos por secretaria de salud respecto a los controles biosanitarios por la pandemia Covid -19.</p>	<p>Dedicar dos días al mes para realizar aseo general y exhaustivo.</p>

Fuente: Elaboración propia 2021_____

8. Mercadeo y publicidad: Lo más importante para una organización es dar a conocer sus productos y sus servicios. Es por esta razón que se ideó hacer un flujograma exponiendo la actividad de mercadeo que se realiza en Helga Pizza Bar, todo el proceso lo hace el Community manager, pues al haber un bajo conocimiento de esta área, se prefiere contratar un tercero y ser más eficientes en la segmentación del cliente objetivo, y de esta manera ser más concretos en la publicidad asertiva.

Tabla 9 Flujograma 8 (Mercadeo y publicidad)

Actividad: Contratar experto en marketing y publicidad.	Descripción de la actividad	Responsable	Observación	Acción de Mejora
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> A[Estudio y análisis de intereses y necesidades del cliente.] A --> B[Generación de contenido en redes sociales de la empresa de manera periódica.] B --> C{Se aprecia impacto positivo en clientes} C -- Si --> D[Fortalecer las estrategias publicitarias y en redes sociales.] C -- No --> A D --> Fin([Fin]) </pre>	<p>Contratación externa publicitaria (Community manager)</p> <p>Entidad contratada por Helga Pizzería Bar para hacer seguimiento y publicación en redes sociales</p>	Gerente	Contratación externa.	Efectuar seguimiento de las ventas y compararlas respecto a campañas realizadas para verificar efectividad.

Fuente: Elaboración propia 2021

9. Seguimiento de Preguntas, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Felicitaciones (PQRSF): Para toda empresa esta sección es muy importante, pues ayuda a tener acciones de mejora en todo sentido del servicio, queriendo hacer un Customer journey, se puede saber cuáles son las necesidades, inquietudes y gustos de los clientes, y de esta manera saber cómo poder abordar y satisfacer dichas necesidades. Conocer que inquieta a los clientes y sus molestias, hará que sea más factible llegar a los clientes y solucionar sus problemas, logrado así que Helga pizza bar pueda fidelizar a más clientes.

Tabla 10 Flujoograma 9 (Seguimiento PQRSF)

Actividad: Responder a solicitudes de PQRSF	Descripción de la actividad	Responsable	Observación	Acción de mejora
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recepcion[Recepción de PQRSF Por parte de administradores de sede] Recepcion --> Solucion[Solución y atención de lo requerido por el cliente] Solucion --> Decision{Hubo respuesta satisfactoria} Decision -- No --> Escala[Se escala el caso al gerente] Decision -- Si --> Seguimiento[Seguimiento de los casos] Escala --> Seguimiento Seguimiento --> Mejoras[Implementar cambios y mejoras en los procesos] Mejoras --> Fin([Fin]) </pre>	<p>Administrador de sede:</p> <p>Efectúa diariamente el seguimiento de pedidos y atiende las PQRSF de los clientes y les da respuesta. Traslado de casos especiales a gerencia</p> <p>Gerente:</p> <p>Atiende casis especiales de PQRSF y traslada a Junta Directiva</p>	Gerente	Tener en cuenta cada crítica recibida y dar una respuesta oportuna	Capacitar a los empleados con mayor regularidad respecto a la atención y servicio al cliente.

Fuente: Elaboración propia 2021

10. Cambios de procesos, modificaciones, ampliaciones y seguimiento a la gestión

administrativa: En cada toma de decisiones, es importante que la junta directiva inspeccione y evalúe las acciones y procesos de cada uno de los administradores de sede, pues ahí es donde se darán cuenta, la eficiencia y asertividad de su labor.

Tabla 11 Flujograma 10 (Junta Directiva)

Actividad: Realizar comités con la junta directiva.	Descripción de la actividad	Responsable	Observación	Acción de mejora
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Dec{Existen situaciones de atención urgente} Dec -- No --> ReunTr[Reunión trimestral de la junta directiva para toma de decisiones] Dec -- Si --> ReunEx[Reunión extraordinaria de la junta directiva] ReunTr --> Ajuste[Ajuste de procesos, mejoramiento continuo y seguimiento.] ReunEx --> Ajuste Ajuste --> Fin([Fin]) </pre>	<p>Gerente:</p> <p>Presentación de informes trimestrales a la junta directiva. Solicitud de reuniones extraordinarias a la junta directiva. Solicitud de cambios en procesos.</p>	Gerente y junta directiva	Tomar decisiones oportunas para poder realizar cambios en la estructura de la empresa.	Brindar mejores canales de comunicación entre la junta directiva y la gerencia mediante el uso de la tecnología para tener una comunicación asertiva.

Fuente: Elaboración propia 2021

PLATAFORMA ESTRATÉGICA

Misión

Brindar alimentos de calidad a un muy buen precio, ofreciendo a nuestros clientes un excelente servicio tanto en domicilios como en los puntos de venta, proporcionando más que una comida, una experiencia.

Visión

Helga Pizza Bar será guía en el sector gastronómico del Oriente Antioqueño, convirtiéndose en un referente regional distinguido por sus productos y servicios, transmitiendo nuestra pasión en cada momento y lugar, inspirando de esta manera creatividad y cariño al hacer lo que más amamos.

De esta manera se pretende para el 2025 ser un foco de empleo y desarrollo de la región, expandiendo, registrando la marca y sobresaliendo con excelentes productos de alta calidad y precio accesible.

Valores corporativos.

- Trabajo en equipo: La unión hace la fuerza, para Helga Pizza Bar, es más fácil alcanzar las metas si todos trabajan por el mismo objetivo. Siempre siendo eficientes y eficaces con la producción, de esta manera se logra un trabajo coordinado y ejemplar.

- Respeto: Una empresa debe ser un espacio de armonía y respeto, que favorezca el diálogo y la participación. Las relaciones entre clientes y proveedores, o entre directivos y empleados, son por encima de todo, las relaciones entre cada parte deben basarse en el respeto.
- Responsabilidad ambiental: Helga Pizza Bar aporta al cuidado del medio ambiente, por esta razón, cuida sus procesos productivos y hace la respectiva selección de desechos para no generar tanto desperdicio, además le apuesta al consumo responsable adquiriendo productos que sean eco friendly.
- Creatividad y cariño: Buscamos sorprender a cada uno de nuestros clientes, con un toque diferenciador, lo que hace que sea una experiencia inigualable expresada en el cariño con el que prestamos nuestro servicio.
- Liderazgo: Se busca siempre influir de manera positiva en la vida de todas las personas que hacen parte de Helga Pizza Bar, lo más importante es generar un ambiente idóneo donde todos sean escuchados y tenidos en cuenta para las decisiones de la empresa, las personas sintiéndose incluidas en la organización, van a querer trabajar con entusiasmo y acorde a lograr las metas y objetivos del negocio.

Principios del gobierno corporativo

Toda empresa tiene como objetivo la búsqueda de utilidades en su operación, así como la supervivencia dentro de un mercado cada vez más competitivo, es por ello que el tener una correcta administración y economía sana harán, que el objetivo se logre con una mayor probabilidad.

Helga Pizza Bar, es un emprendimiento que, en un principio había sido solo de Diana Marcela Perea Cifuentes, fundadora y única propietaria y pionera de dicho emprendimiento; luego se dio la oportunidad de asociarse de manera familiar, y de esta manera crear una junta directiva la cual estaría conformada por dos socios adicionales y su fundadora, cabe aclarar que la sociedad se dio de manera equitativa y cada uno de los socios aportó el mismo capital, esto con el fin de tener unanimidad en las decisiones e igual responsabilidad.

Cada uno de sus directivos, cuenta con la capacidad necesaria para desempeñar el puesto, pero es su fundadora, quien tiene el conocimiento industrial de mayor alcance para el negocio, es quien tiene más experiencia en este nicho de mercado.

Helga Pizza Bar se constituyó como negocio el 08 de agosto del año 2019, pero cambió su razón social en enero 20 del año 2021, cuando fue constituida sociedad SAS.

Empezando desde la gerencia, que es la junta directiva, en Helga Pizza Bar, siempre se ha tratado como una familia, esto hace incluyente a cada uno de sus colaboradores y desea generar un ambiente de trabajo armonioso, idóneo, sólido y feliz para cada uno de sus empleados, es por esta razón que siempre se cuenta con la participación de toda las áreas del negocio y cada mes, al evaluar los resultados de la actividad comercial, se escoge el empleado del mes y es elegido por los mismos empleados, resaltando así sus capacidades y liderazgo para realizar su trabajo, el ganador tiene un valor monetario válido para consumo en el local y un domingo de descanso pago, en este tipo de negocios, los días feriados o de fin de semana son los de más movimiento comercial, es por esto que se considera un premio dar un domingo libre y remunerado.

El capital humano es la base de la economía, de esta manera se busca tener motivados a los empleados mediante este tipo de incentivos y una buena remuneración, así como otros incentivos de tipo académicos, capacitaciones y paseos de fin de año.

Organigrama de la empresa Helga Pizza Bar.

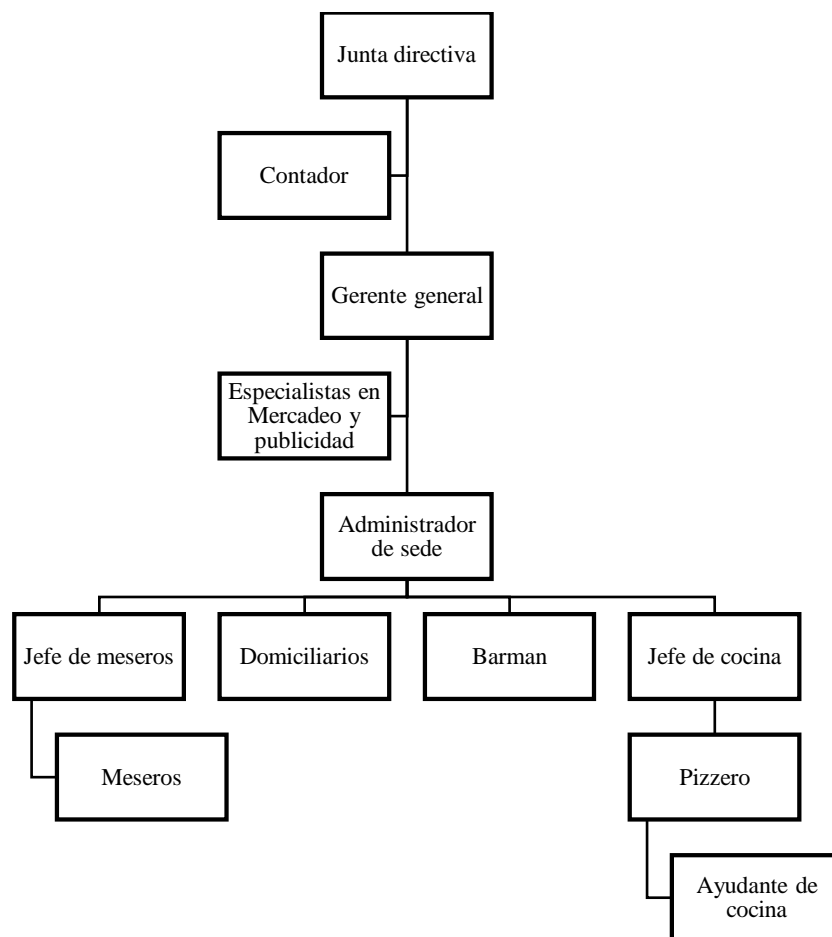


Ilustración 1 Organigrama

Fuente: Elaboración propia 2021

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SGSST)

Helga Pizza Bar se compromete a brindar en sus establecimientos comerciales condiciones óptimas y apropiadas en cuanto se refiere a la seguridad, el bienestar, autocuidado y protección de cada uno de sus empleados directos e indirectos, visitantes y contratistas, mediante la

implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo **SG-SST** detectando así los peligros, riesgos y amenazas que puedan surgir del desarrollo de sus actividades.

Para lograr este objetivo, la empresa se tomó la tarea de realizar parte del proceso. En la figura que aparece a continuación, se encuentra la información general, sin embargo, la información registrada en la figura, se amplía en un archivo complementario, que profundiza en cada uno de los procesos vitales de los **SG-SST**.

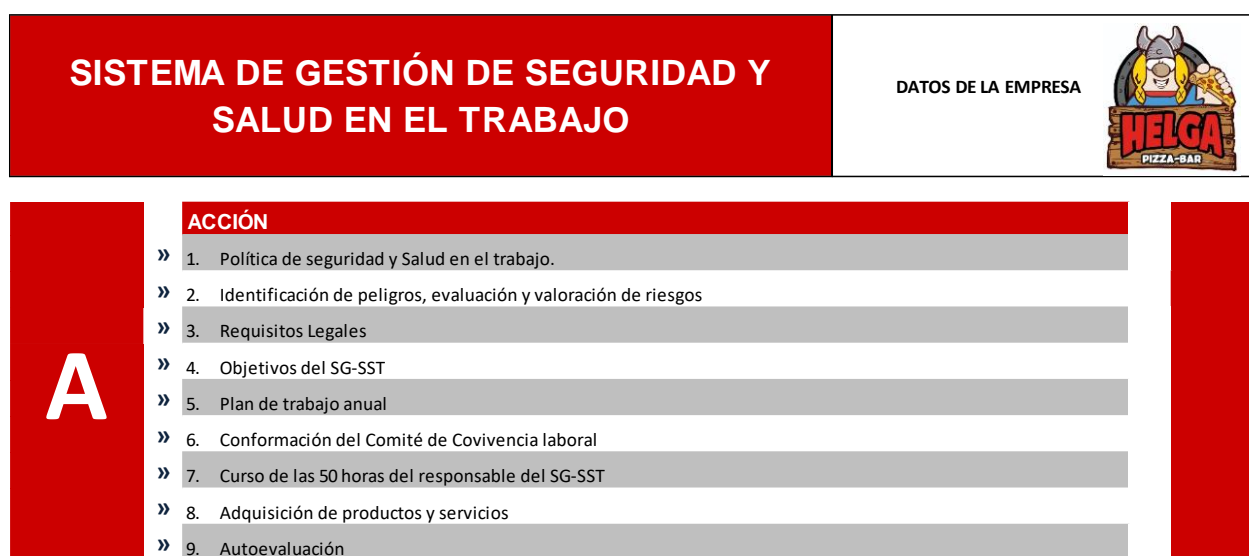


Ilustración 2 Representación gráfica de SG – SST
Fuente: Elaboración Propia 2021

PERFIL LABORAL DE LOS EMPLEADOS

En Helga Pizza Bar es importante el conocimiento y experiencia que tenga cada uno de sus colaboradores, pero más que eso, busca el entusiasmo y las ganas de aprender que demuestre el o

la vacante, si bien es transcendental tener en cuenta la sapiencia de cada uno de ellos, es más significativo saber que está dispuesto a aprender y a ser una persona generadora de ideas y estrategias para llevar a cabo las metas y objetivos de la organización. Esta percepción aplica para todos los cargos de Helga Pizza Bar.

Administrador

Tabla 12 Perfil laboral – **Administrador** - Salario: \$ 1.015.000

<p>PERFIL PERSONAL</p> <p>Persona con sólidos valores éticos, cero tolerancias con los actos corruptos, desperdicio y pérdida de los recursos. Que sea proactivo, propositivo y un excelente líder que genere un adecuado ambiente de trabajo y brinde comunicación asertiva.</p>
<p>COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lingüísticas: Que se exprese adecuadamente, tenga buen léxico, ortografía b. Económica: Que no tenga graves deudas que comprometan su compromiso con la empresa c. Mental y psicológica: Que sepa trabajar bajo presión. d. Negociadora: Entablar relaciones sólidas con los proveedores e. Inteligencia emocional: Saber tomar decisiones fundamentadas en la razón desde la emoción propositiva y positiva. f. Adaptación al cambio: Estar dispuesto a proponer y generar ideas y cambio en función del mejoramiento continuo de la organización. g. Servicio al cliente: Garantizar y brindar un servicio amable, eficaz y eficiente al cliente. h. Manejo de personal: Que garantice un trato digno a los empleados de la organización, exigiendo lo que se requiere a cada uno de ellos, fundamentado en los lineamientos establecidos en el clima organizacional de la empresa. i. Tecnológicas: Dominio intermedio de la ofimática (Excel, Word), manejo de redes sociales, aplicaciones de celular, uso de herramientas financieras, económicas y de marketing.
<p>PERFIL PROFESIONAL</p> <p>El perfil se busca preferiblemente dentro de los siguientes perfiles profesionales: administrador de empresas, contador, economista, comercio internacional, Ingeniero Industrial, Ingeniero financiero, mercadeo y publicidad o carreras afines.</p>
<p>EXPERIENCIA PROFESIONAL</p> <p>3 años de experiencia mínima como administrador en diversos tipos de establecimientos comerciales, atención al cliente, manejo de personal, trabajo bajo presión y preferiblemente que sea en negocios similares como administrador de restaurantes.</p>
<p>FUNCIONES</p>

- Elaborar y ejecutar proyectos en el área de producción y distribución de los recursos, con criterios eficientes y eficaces para conferir procesos.
- Manejo del personal de la sede a la cual fue asignado.
- Supervisión y seguimiento de los procesos.
- Supervisión y seguimiento de PQRSF.

Fuente: Elaboración Propia 2021

Pizzero

Tabla 13 Perfil laboral – Pizzero Salario: \$ 1.015.000

<p>PERFIL PERSONAL</p> <p>Persona con sólidos valores éticos, cero tolerancias con los actos corruptos, desperdicio y pérdida de los recursos. Que sea proactivo y propositivo que genere un adecuado ambiente de trabajo y brinde comunicación asertiva. Aseado, que siga las reglas establecidas en la organización, que sepa trabajar bajo presión.</p>
<p>COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lingüísticas: Que sepa comunicar lo requerido durante el proceso de cocina. b. Mental y psicológica: Que sepa trabajar bajo presión. c. Inteligencia emocional: Saber trabajar en equipo y saber seguir instrucciones. d. Técnicas: Que sepa de manejo y organización de la cocina, obviamente que sepa cocinar, conozca de los equipos, maquinaria y herramientas usados en la cocina para efectuar sus labores y elaborar adecuadamente los productos requeridos. e. Manipulación de alimentos: Estar capacitado en el manejo de alimentos, tanto en la parte culinaria como en la parte de salubridad, higiene y seguridad.
<p>PERFIL PROFESIONAL</p> <p>El perfil se busca preferiblemente dentro de los siguientes perfiles profesionales: Chef, Panadero, técnico de cocina y carreras afines.</p>
<p>EXPERIENCIA PROFESIONAL</p> <p>2 años de experiencia mínima como cocinero, pizzero, técnico de cocina o similar.</p>
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar pizzas, sándwiches y demás productos ofrecidos en Helga Pizzeria bar. - Cumplir con todo lo establecido en la organización referente al clima organizacional, reglamento interno de trabajo, higiene y seguridad en el trabajo. - Guiar y liderar el trabajo del ayudante de cocina.

Fuente: Elaboración Propia 2021

Ayudante de cocina

Tabla 14 Perfil laboral - Ayudante de cocina Salario: \$ 1.015.000

<p>PERFIL PERSONAL</p> <p>Persona con sólidos valores éticos, cero tolerancias con los actos corruptos, desperdicio y pérdida de los recursos. Que sea proactivo, propositivo y brinde un adecuado ambiente de trabajo. Aseado, que siga las reglas establecidas en la organización, que sepa trabajar bajo presión.</p>
<p>COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lingüísticas: Que sepa comunicar lo requerido durante el proceso de cocina. b. Mental y psicológica: Que sepa trabajar bajo presión. c. Inteligencia emocional: Saber trabajar en equipo y saber seguir instrucciones. d. Técnicas: Que sepa de manejo y organización de la cocina, obviamente que sepa cocinar y elaborar adecuadamente los productos requeridos y sepa manipular los equipos y herramientas de cocina. e. Manipulación de alimentos: Estar capacitado en el manejo de alimentos, tanto en la parte culinaria como en la parte de salubridad, higiene y seguridad.
<p>PERFIL PROFESIONAL</p> <p>El perfil se busca preferiblemente dentro de los siguientes perfiles profesionales: Panadero, técnico o auxiliar de cocina y carreras afines.</p>
<p>EXPERIENCIA PROFESIONAL</p> <p>1 año de experiencia mínima como cocinero, auxiliar de cocina o actividades similares.</p>
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar pizzas, sándwiches y demás productos ofrecidos en Helga Pizza Bar. - Cumplir con todo lo establecido en la organización referente al clima organizacional, reglamento interno de trabajo, higiene y seguridad en el trabajo

Fuente: Elaboración Propia 2021

Domiciliario

Tabla 15 Perfil laboral – Domiciliario Salario: \$ 1.015.000

<p>PERFIL PERSONAL</p> <p>Persona con sólidos valores éticos, cero tolerancias con los actos corruptos, desperdicio y pérdida de los recursos. Que sea proactivo y propositivo, que genere un adecuado ambiente de trabajo que conozca muy bien la ciudad donde efectúa el servicio de domicilio y sea amable y cordial con los clientes.</p>
<p>COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lingüísticas: Que se exprese adecuadamente, tenga buen léxico. b. Mental y psicológica: Que sepa trabajar bajo presión. c. Inteligencia emocional: Saber tomar decisiones fundamentadas en la razón desde la emoción propositiva y positiva. d. Adaptación al cambio: Estar dispuesto a proponer y generar ideas y cambio en función del mejoramiento continuo de la organización. e. Servicio al cliente: Garantizar y brindar un servicio amable, eficaz y eficiente al cliente. f. Tecnológicas: Saber utilizar las herramientas básicas de internet, de plataformas digitales para recibir el pago de los clientes, saber usar herramientas tecnológicas para ubicarse en la ciudad utilizando mapas digitales disponibles en la red y en el playstore. g. Conducción de vehículo: Tener pase de conducción de moto y/o carro. Disponer de vehículo propio, tener los documentos vehiculares actualizados, manejo defensivo.
<p>PERFIL PROFESIONAL</p> <p>Ser bachiller, contar con vehículo propio y tener capacitación en manejo defensivo.</p>
<p>EXPERIENCIA PROFESIONAL</p> <p>6 meses como mínimo siendo domiciliario en la ciudad de Rionegro.</p>
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Transportar los productos a los destinos solicitados por los clientes. - Entregar de manera oportuna los productos solicitados por los clientes. - Brindar un trato agradable al personal cliente, fundamentado en las políticas de la empresa. - Efectuar registro de la paquetería recibida y entregada para cualquier consulta o comprobación.

Fuente: Elaboración Propia 2021

Barman

Tabla 16 Perfil laboral – Barman Salario: \$ 1.015.000

<p>PERFIL PERSONAL</p> <p>Persona con sólidos valores éticos, cero tolerancias con los actos corruptos, desperdicio y pérdida de los recursos. Que sea proactivo, propositivo, creativo, que genere un adecuado ambiente de trabajo y brinde comunicación asertiva.</p>
<p>COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lingüísticas: Que se exprese adecuadamente, tenga buen léxico. b. Mental y psicológica: Que sepa trabajar bajo presión. c. Inteligencia emocional: Saber tomar decisiones fundamentadas en la razón desde la emoción propositiva y positiva, que sea de trato ameno y tenga carisma. d. Adaptación al cambio: Estar dispuesto a proponer y generar ideas y cambio en función del mejoramiento continuo de la organización. e. Servicio al cliente: Garantizar y brindar un servicio amable, eficaz y eficiente al cliente. f. Trabajo en equipo: Que sepa trabajar con otros y hacer equipo para lograr la satisfacción del cliente.
<p>PERFIL PROFESIONAL</p> <p>Quien trabaje como barman en la empresa debe tener estudios en bartending y etiqueta. Debe ser profesional de la barra, saber de coctelería, administración de la barra, servicio al cliente y crear experiencias con las bebidas que realiza.</p>
<p>EXPERIENCIA PROFESIONAL</p> <p>1 años de experiencia mínima como barman en negocios similares.</p>
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Efectuar mezclas de coctelería presentados en la carta al cliente. - Dar un trato amable, digno, respetuoso y jovial a los clientes. - Utilizar adecuadamente las herramientas que se le dan en el puesto de trabajo. -Dar óptimo manejo a los recursos de barra que se le disponen para elaborar trabajo de coctelería. -Mantener actualizado el inventario de coctelería y reportar oportunamente al administrador los insumos requeridos

Fuente: Elaboración Propia 2021

Jefe de meseros

Tabla 17 Perfil laboral - Jefe meseros Salario: \$ 1.015.000

<p>PERFIL PERSONAL</p> <p>Persona con sólidos valores éticos, cero tolerancias con los actos corruptos, desperdicio y pérdida de los recursos. Que sea proactivo, propositivo, que sea un líder natural, que facilite un adecuado ambiente de trabajo y brinde comunicación asertiva. Debe ser una persona cordial, servicial y dé un trato amable al cliente.</p>
<p>COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lingüísticas: Que se exprese adecuadamente, tenga buen léxico. b. Mental y psicológica: Que sepa trabajar bajo presión. c. Inteligencia emocional: Saber tomar decisiones fundamentadas en la razón desde la emoción propositiva y positiva. d. Adaptación al cambio: Estar dispuesto a proponer y generar ideas y cambio en función del mejoramiento continuo de la organización. e. Servicio al cliente: Garantizar y brindar un servicio amable, eficaz y eficiente al cliente. f. Memorísticas: Presentar facilidad para aprenderse de memoria el menú que se presenta a los clientes, características de los platos y organización espacial. g. Multitarea: Saber desarrollar varias tareas en un tiempo muy corto. h. Liderazgo: Sepa organizar y saber dar tareas específicas a los demás meseros de la empresa.
<p>PERFIL PROFESIONAL</p> <p>Haber estudiado o hecho curso de mesero, glamur y etiqueta.</p>
<p>EXPERIENCIA PROFESIONAL</p> <p>2 años de experiencia mínima como mesero en negocios similares al requerido en el establecimiento comercial.</p>
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Organizar mesas antes, durante y después del servicio. -Presentar la carta al cliente y tomar el pedido. -Llevar el pedido del cliente a la mesa tan pronto haya sido despachado en la cocina. -Brindar trato amable, cordial a los clientes, estando muy atento a todo lo que ellos requieran. - Liderar el trabajo de servicio al cliente, haciendo seguimiento del trabajo de los demás meseros de manera que se garantice un servicio ágil, oportuno, asertivo y cordial.

Fuente: Elaboración Propia 2021

Mesero

Tabla 18 Perfil laboral – Mesero Salario: \$ 1.015.000

<p>PERFIL PERSONAL</p> <p>Persona con sólidos valores éticos, cero tolerancias con los actos corruptos, desperdicio y pérdida de los recursos. Que sea proactivo, propositivo que facilite un adecuado ambiente de trabajo y brinde comunicación asertiva. Debe ser una persona cordial, servicial y dé un trato amable al cliente.</p>
<p>COMPETENCIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Lingüísticas: Que se exprese adecuadamente, tenga buen léxico. j. Mental y psicológica: Que sepa trabajar bajo presión. k. Inteligencia emocional: Saber tomar decisiones fundamentadas en la razón desde la emoción propositiva y positiva. l. Adaptación al cambio: Estar dispuesto a proponer y generar ideas y cambio en función del mejoramiento continuo de la organización. m. Servicio al cliente: Garantizar y brindar un servicio amable, eficaz y eficiente al cliente. n. Memorísticas: Presentar facilidad para aprenderse de memoria el menú que se presenta a los clientes, características de los platos y organización espacial. o. Multitarea: Saber desarrollar varias tareas en un tiempo muy corto.
<p>PERFIL PROFESIONAL</p> <p>Haber estudiado o hecho curso de mesero, glamur y etiqueta.</p>
<p>EXPERIENCIA PROFESIONAL</p> <p>1 año de experiencia mínima como mesero en negocios similares al requerido en el establecimiento comercial.</p>
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Organizar mesas antes, durante y después del servicio. -Presentar la carta al cliente y tomar el pedido. -Llevar el pedido del cliente a la mesa tan pronto haya sido despachado en la cocina. -Brindar trato amable, cordial a los clientes, estando muy atento a todo lo que ellos requieran.

Fuente: Elaboración Propia 2021

PARÁMETROS CONTABLES Y FINANCIEROS

Helga Pizza Bar desde su creación como Mipyme y bajo conocimientos empíricos por parte de la junta directiva, nunca realizó estados financieros y contables, nunca tuvo un acompañamiento de un contador profesional, es por esta razón que no cuenta con las fuentes claras y anteriores para poder hacer un estudio exhaustivo sobre su área financiera.

Debido a esto se vio la necesidad de tomar los meses de junio y julio del 2021 con los que contaba con soportes para poder realizar un estado de resultados de estos dos meses; arrojando una situación preocupante para el emprendimiento, a pesar de que sus ventas fueron muy buenas, los gastos estuvieron muy elevados y por ende el porcentaje de rentabilidad del negocio disminuyó colocando por debajo del 50% que es lo neutral en un negocio de comidas.

Esto en parte a la pandemia del COVID 19, es muy notable que todas las empresas fueron atacadas, unas más que otras y partiendo desde el punto que Helga Pizza Bar es un emprendimiento que lleva tan solo 2 años cumplidos en agosto del 2021, lo cual significa que de sus dos años de funcionamiento ha estado año y medio bajo los efectos de la pandemia de COVID 19. Es por esta razón que los gastos se incrementaron pues se están pagando deudas adquiridas bajo el confinamiento que se sufrió en el primer semestre de los años 2020 y posteriormente a inicio de 2021.

A continuación, se presentarán los balances de estos dos meses para cada uno de los negocios:

Tabla 19 Costos Fijos

COSTOS FIJOS		
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendos	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000,00
Administración PH	\$ -	\$ -
Servicios públicos	\$ 800.000	\$ 9.600.000,00
Telefonía e internet	\$ 140.000	\$ 1.680.000,00
Planes de Celular	\$ 80.000	\$ 960.000,00
Elementos de Aseo y Cafetería	\$ 150.000	\$ 1.800.000,00
Papelería y Útiles de Oficina	\$ 50.000	\$ 600.000,00
Industria y Comercio	\$ 60.000	\$ 720.000,00
Camara de Comercio	\$ 50.000	\$ 600.000,00
Mensajería	\$ 30.000	\$ 360.000,00
Mantenimiento Maquinaria y Equipos	\$ 300.000	\$ 3.600.000,00
Publicidad y Promocion	\$ 793.333,33	\$ 9.520.000,00
Revisor Fiscal y/o Contador	\$ -	\$ -
Educación y capacitaciones	\$ -	\$ -
Personal por prestación de servicios		\$ -
Transporte	\$ 500.000,00	\$ 6.000.000,00
Mantenimiento de vehículos	\$ 100.000,00	\$ 1.200.000,00
Vigilancia y Monitoreo	\$ 500.000,00	\$ 6.000.000,00
Seguros	\$ 300.000,00	\$ 3.600.000,00
Otros Materiales e Insumos	\$ 100.000,00	\$ 1.200.000,00
SUB-TOTAL COSTOS FIJOS ANUALES	\$ 5.953.333	\$ 71.440.000,00
Costo Recurso Humano	\$ 11.290.896,00	\$ 135.490.752,00
Depreciación costos	\$ 214.250,00	\$ 2.571.000,00
Depreciación gastos	\$ 634.166,67	\$ 7.610.000,00
Servicio de la deuda	\$ 300.000,00	\$ 3.600.000,00
Otros Gastos	\$ 120.000,00	\$ 1.440.000,00
TOTAL COSTOS FIJOS CON DEUDA	\$ 18.512.646,00	\$ 222.151.752,00
TOTAL SIN DEUDA	\$ 18.212.646,00	\$ 206.930.752,00
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES	\$ 18.512.646,00	\$ 222.151.752,00

Fuente: Elaboración Propia 2021

CONCLUSIONES

- Lograr la identificación e implementación en el diseño de áreas funcionales garantiza el valor, la estructura y consolidación de los procesos y las actividades que debe realizar cada integrante de la organización.
- El cambio y mejoramiento de marca presentado en este documento genera consolidación de la identidad de la empresa y fortalece la fidelización del cliente hacia la organización.
- La identificación y descripción de los procesos, procedimientos y actividades que deben desarrollar cada uno de los integrantes de la organización a través de los flujogramas, afianza la garantía en el cumplimiento de la misión y los propósitos de la empresa.
- El diseño e implementación de lo descrito en la planeación estratégica crea valor y garantía de mejora continua que permitirá dar una mejor oferta al cliente, eficiencia y eficacia en los procesos organizacionales.
- Garantizar políticas efectivas de Seguridad y Salud en el trabajo (SST), además de un planteamiento claro de la misión, visión, valores institucionales, clima organizacional, claridad en el perfil laboral de cada empleado, dar trato digno en el cumplimiento de deberes y derechos laborales y remuneración adecuada, permitirán no solo cumplir con lo establecido en la legislación laboral colombiana, sino además una importante fidelización de los trabajadores hacia la empresa, continuidad, estabilidad laboral, mejoramiento continuo y generación de valor agregado que se refleja en el trato hacia el cliente y en la óptima calidad del producto y servicio.

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Confecamaras. (21 de Enero de 2020). *Confecamaras*. Obtenido de Red de cámaras comercio:

<https://www.confecamaras.org.co/noticias/732-en-2019-aumento-10-4-la-creacion-de-sociedades-en-colombia-2>

Confecamaras. (14 de Enero de 2021). *Confecamaras*. Obtenido de Red de cámaras de comercio:

<https://www.confecamaras.org.co/noticias/775-22-9-aumento-la-creacion-de-empresas-en-colombia-durante-el-cuarto-trimestre-de-2020>

David, F. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. México DF: Pearson.

Palacios Acero, L. C. (2010). *Dirección estratégica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Restrepo, M. C. (17 de Julio de 2020). *La República*. Obtenido de La República:

<https://www.larepublica.co/especiales/empresas-en-medio-del-covid/empresas-que-mejor-resisten-en-pandemia-3032539>

Semana. (26 de Febrero de 2020). *Semana*. Obtenido de Semana:

<https://www.semana.com/empresas/articulo/cuantas-empresas-se-quebraron-en-el-2019/282136/>

Teoría y casos basados en la experiencia empresarial de mipymes. (2010). *Pensamiento estratégico*. Cali: Bonaventuriana.

Thompson, A., & John, G. (2012). *Administración Estratégica*. New York: Mc Graw Hill.