

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Gestión *Empresarial*

Integrantes

- Katherine Torres
- Lesly Castillo
- Jairo Ajila

Docente

Ing. Edison Toapanta

Ciclo:

6to “A”

Guion de Podcast: El Balance Score card en la Gestión Empresarial



Enlace del Guion: <https://crisdaa7.github.io/Podcat/>

Introducción:

Lesly: ¡Hola a todos los apasionados del mundo de la gestión empresarial! Bienvenidos a "Perspectivas Equilibradas", el podcast que desentraña los secretos del éxito organizacional a través del Balanced Scorecard. Soy Lesly, y hoy nos sumergiremos en un viaje emocionante lleno de estrategias, indicadores clave y cómo traducir visiones ambiciosas en acciones concretas

Kathy: ¡Hola, hola! Soy Kathy, y estoy emocionada de explorar con ustedes este fascinante mundo donde la planificación estratégica se encuentra con la acción táctica.

Jairo: ¡Hola, soy Jairo! Estamos aquí para hacer que la gestión estratégica sea tan emocionante como un thriller de negocios. ¿Preparados para descubrir cómo el Balanced Scorecard puede transformar el destino de cualquier organización?

Lesly: Así que, afilen los lápices y prepárense para tomar notas, porque en "Perspectivas Equilibradas" desbloquearemos los secretos de la gestión estratégica. ¡Comencemos!

Segmento 1: ¿Qué es el Balanced Scorecard?

Lesly: Comencemos por entender qué es el Balanced Scorecard. En pocas palabras, es un sistema de gestión que permite a las organizaciones clarificar su visión y estrategia, traduciéndolas en acciones concretas.

Kathy: Exacto. Proporciona un marco que no solo mide el rendimiento, sino que también ayuda a identificar qué medir y cómo hacerlo.

Jairo: Y no solo se trata de cifras financieras, sino de una visión completa del rendimiento de la organización.

Lesly: Además, el Balanced Scorecard fomenta la alineación de todas las actividades de la empresa con sus objetivos estratégicos, lo que garantiza que cada acción contribuya directamente al éxito general.

Kathy: Definitivamente. Y lo que lo hace aún más poderoso es su enfoque en cuatro perspectivas clave: financiera, cliente, procesos internos y aprendizaje y crecimiento.

Jairo: Correcto. Al abordar estas perspectivas de manera equilibrada, las organizaciones pueden evaluar su desempeño de manera integral y tomar medidas correctivas según sea necesario para mejorar continuamente.

Lesly: Exactamente. Y lo que diferencia al BSC de otros sistemas de gestión es su capacidad para traducir la estrategia en términos tangibles y medibles, lo que facilita la comunicación y la implementación efectiva en todos los niveles de la organización.

Kathy: Además, el BSC no es estático; es un proceso dinámico que requiere revisión y ajuste continuo para mantener su relevancia en un entorno empresarial en constante cambio.

Jairo: En resumen, el Balanced Scorecard es mucho más que una herramienta de medición de rendimiento; es una filosofía empresarial que impulsa la claridad estratégica, la alineación organizativa y la mejora continua.

Segmento 2: Componentes del Balanced Scorecard

Lesly: Ahora, hablemos de las cuatro perspectivas del BSC: Financiera, Clientes, Procesos Internos y Aprendizaje y Crecimiento.

Kathy: Cada perspectiva tiene objetivos, KPIs, metas y acciones específicas que trabajan juntas para proporcionar una visión completa.

Jairo: Lesly: Claro, profundicemos un poco más en el Balanced Scorecard (BSC). Como mencioné, el BSC es más que un simple sistema de medición de rendimiento financiero. Se basa en cuatro perspectivas principales que abarcan todos los aspectos clave de una organización: la perspectiva financiera, la perspectiva del cliente, la perspectiva de procesos internos y la perspectiva de aprendizaje y crecimiento.

Kathy: Exactamente, Lesly. La perspectiva financiera se centra en los resultados financieros que la empresa desea lograr, como ingresos, rentabilidad y valor para los accionistas. Es importante medir estos indicadores para evaluar el éxito financiero de la organización y comprender cómo las acciones operativas afectan los resultados.

Jairo: Además, la perspectiva del cliente es crucial. Aquí, la organización analiza cómo es percibida por sus clientes y cómo puede mejorar esa percepción. Los indicadores clave en esta perspectiva pueden incluir la satisfacción del cliente, la retención y adquisición de clientes, así como la participación de mercado. Una organización exitosa siempre busca alinear sus productos y servicios con las necesidades y expectativas del cliente.

Lesly: Por otro lado, la perspectiva de procesos internos se enfoca en los procesos internos que deben optimizarse para satisfacer las necesidades de los clientes y accionistas. Los indicadores clave pueden incluir la eficiencia operativa, la calidad del producto o servicio y la innovación en los procesos. Identificar y mejorar estos procesos internos es fundamental para garantizar la entrega de valor al cliente de manera eficiente.

Kathy: Y finalmente, la perspectiva de aprendizaje y crecimiento reconoce que el aprendizaje continuo y el desarrollo de habilidades son esenciales para el éxito a largo plazo de la organización. Aquí, los indicadores clave pueden incluir la inversión en capacitación y desarrollo, la cultura de innovación y la retención del talento. Una organización que fomenta el aprendizaje y el crecimiento continuo de su personal está mejor posicionada para adaptarse a los cambios del mercado y mantener su ventaja competitiva.

Segmento 3: Tipos de KPI

Lesly: Por supuesto, adentrémonos más en los tipos de KPIs y su importancia para la medición efectiva del rendimiento organizacional.

Cualitativos vs. Cuantitativos:

Jairo: Los KPIs cualitativos y cuantitativos difieren en la naturaleza de la información que proporcionan. Los cuantitativos son medibles numéricamente, como ingresos, costos o tiempos de entrega. Estos ofrecen datos precisos y objetivos, facilitando el análisis y la comparación. En contraste, los KPIs cualitativos proporcionan información subjetiva, como la satisfacción del cliente o la calidad percibida. Aunque más difíciles de medir, estos KPIs pueden ofrecer una comprensión más profunda de aspectos emocionales y perceptuales del desempeño.

Predictivos vs. Cuantitativos:

Kathy: Los KPIs predictivos se centran en indicadores que pronostican el rendimiento futuro. Por ejemplo, la tasa de conversión de leads podría predecir el éxito de las futuras ventas. Por otro lado, los KPIs cuantitativos miden el rendimiento actual y pasado. Ambos son cruciales; los predictivos permiten la anticipación y la toma de decisiones proactiva, mientras que los cuantitativos proporcionan una instantánea precisa del rendimiento actual.

Eficiencia vs. Eficacia:

Lesly: Estos términos, a menudo confundidos, se refieren a conceptos distintos. La eficiencia se relaciona con la relación entre los recursos utilizados y los resultados obtenidos. Un KPI de eficiencia podría ser el costo por unidad producida. Por otro lado, la eficacia se centra en la capacidad de lograr los objetivos. Un KPI eficaz podría ser la tasa de éxito en la resolución de problemas del cliente. Ambos son esenciales; la eficiencia busca hacer más con menos, mientras que la eficacia busca lograr los objetivos establecidos.

Medición desde la Entrada hasta el Resultado:

Jairo: Es crucial adoptar un enfoque holístico al medir el rendimiento organizacional. Esto implica evaluar no solo los resultados finales, sino también los procesos internos y las entradas. Un KPI que mide la eficiencia del proceso, como el porcentaje de productos defectuosos, puede proporcionar información valiosa sobre el rendimiento general. La medición desde la entrada hasta el resultado garantiza una comprensión completa y la identificación de áreas de mejora a lo largo de todo el ciclo operativo.

Segmento 4: Perspectiva Financiera y Tipos de Indicadores

Lesly: Comenzando con la perspectiva financiera, aquí nos sumergimos en métricas que nos brindan una visión clara de cómo está funcionando la empresa desde el punto de vista económico. Uno de los indicadores principales que solemos analizar es la rentabilidad. Por ejemplo, observamos la utilidad neta en relación con los activos totales de la empresa. Este indicador nos indica qué tan eficientemente estamos utilizando nuestros recursos para generar ganancias.

Kathy: Además de la rentabilidad, es crucial considerar otros aspectos financieros importantes, como la liquidez y la calidad de los activos. La liquidez nos muestra la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo, mientras que la calidad de los activos nos da una idea de la solidez y fiabilidad de los mismos en términos de generar valor sostenible para la empresa.

Jairo: Exactamente, Kathy. Y no podemos pasar por alto la estrategia de crecimiento de los ingresos. Aquí, nos enfocamos en indicadores que nos indican cómo estamos expandiendo nuestra base de ingresos. Un ejemplo de esto es el aumento de la cifra de negocio, que nos muestra cómo estamos aumentando nuestras ventas o ingresos con el tiempo. Este tipo de indicadores son esenciales para evaluar si nuestras estrategias de crecimiento están dando resultados positivos y sostenibles.

Segmento 5: Perspectiva del Cliente y Objetivos e Indicadores

Kathy: La satisfacción del cliente es clave para el éxito a largo plazo. Puedes utilizar encuestas regulares, comentarios en redes sociales y testimonios para medir la satisfacción del cliente. Además, destacaremos la importancia de abordar las áreas de mejora identificadas por los clientes para optimizar la experiencia.

Jairo: La retención de clientes es tan importante como atraer nuevos. Podemos hablar sobre estrategias efectivas para mantener a los clientes existentes, como programas de fidelización, ofertas exclusivas y un servicio al cliente excepcional. Discutiremos también cómo la retención puede tener un impacto positivo en los ingresos a largo plazo.

Lesly: No podemos pasar por alto la adquisición de nuevos clientes. Exploraremos tácticas para ampliar la base de clientes, desde estrategias de marketing digital hasta asociaciones estratégicas. Destacaremos cómo un enfoque equilibrado entre retención y adquisición puede impulsar el crecimiento sostenible.

Kathy: Detallaremos objetivos específicos para cada área, como aumentar la satisfacción del cliente en un X%, retener a un cierto porcentaje de clientes existentes y adquirir un número definido de nuevos clientes. A su vez, exploraremos indicadores clave que ayudarán a medir el progreso y ajustar estrategias según sea necesario.

Segmento 6: Perspectiva de Procesos Internos y Objetivos e Indicadores

Lesly: Exactamente, Kathy. La perspectiva de procesos internos es fundamental para garantizar que nuestra organización opere de manera eficiente y efectiva. Aquí es donde nos sumergimos en los procesos clave que impulsan nuestro negocio y buscamos identificar áreas de mejora continua.

Kathy: Y para medir el rendimiento en esta área, utilizamos indicadores como el tiempo de ciclo de los procesos, la tasa de defectos o errores en la producción y los costos asociados con cada proceso. Estos KPIs nos ayudan a evaluar la eficiencia operativa y la calidad de nuestros productos y servicios.

Jairo: Además, es importante establecer objetivos claros en esta perspectiva. Por ejemplo, podemos fijar metas específicas relacionadas con la innovación en productos, buscando desarrollar nuevas soluciones que satisfagan las necesidades emergentes del

mercado. Al mismo tiempo, también nos enfocamos en mejorar la eficiencia operativa, buscando reducir costos y tiempos de ciclo en nuestros procesos internos.

Lesly: Y no podemos olvidar que la mejora continua es clave en esta perspectiva. Estamos constantemente buscando formas de optimizar nuestros procesos, ya sea mediante la implementación de nuevas tecnologías, la capacitación del personal o la reingeniería de procesos. Esto nos permite mantenernos ágiles y adaptarnos a un entorno empresarial en constante cambio.

Segmento 7: Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento y Objetivos e Indicadores

Lesly: Absolutamente. La perspectiva de aprendizaje y crecimiento es fundamental para el éxito a largo plazo de cualquier organización. Aquí nos enfocamos en cómo la empresa puede desarrollar las habilidades y capacidades necesarias para innovar, adaptarse y mantenerse competitiva en un entorno empresarial en constante cambio.

Kathy: Una de las áreas clave en esta perspectiva es la tecnología de la información y los sistemas de información. La capacidad de una empresa para aprovechar la tecnología de manera efectiva puede marcar la diferencia en su capacidad para innovar y mejorar sus operaciones. Esto incluye no solo la inversión en infraestructura y sistemas, sino también la capacitación del personal y la implementación de prácticas de seguridad cibernética robustas.

Jairo: Además, el clima organizacional juega un papel crucial en el aprendizaje y el crecimiento de una empresa. Un ambiente de trabajo positivo y colaborativo puede fomentar la creatividad y la innovación, mientras que un ambiente tóxico puede inhibir el aprendizaje y la motivación del personal. Por lo tanto, es importante que las empresas se esfuercen por crear una cultura organizacional que promueva el aprendizaje continuo y la colaboración.

Lesly: El capital humano también es un aspecto importante en esta perspectiva. Las empresas deben invertir en el desarrollo y la retención de talento, así como en la creación de equipos diversos y multidisciplinarios que puedan aportar una variedad de perspectivas y habilidades. Esto incluye no solo la formación y el desarrollo profesional, sino también la creación de oportunidades de crecimiento y avance dentro de la organización.

Kathy: Y, por último, pero no menos importante, las estrategias de crecimiento son fundamentales para impulsar el aprendizaje y el crecimiento continuo de la empresa. Esto puede incluir la exploración de nuevos mercados, la diversificación de productos o servicios, la expansión geográfica, la adquisición de nuevas empresas, entre otras estrategias. Al mantenerse abierta a nuevas oportunidades y desafíos, las empresas pueden continuar aprendiendo y creciendo a lo largo del tiempo.

Segmento 8: Interrelación entre las Perspectivas

Lesly: Ahora, veamos cómo estas perspectivas no son independientes, sino interrelacionadas. Por ejemplo, la formación de empleados puede mejorar la eficiencia de procesos, impactando la satisfacción del cliente y, en última instancia, los resultados financieros.

Kathy: Es importante entender cómo estas conexiones reflejan la naturaleza interconectada de la estrategia empresarial.

Jairo: Exacto. Todo está interconectado en el éxito empresarial.

Segmento 9: Implementación del Balanced Scorecard

Lesly: Ahora, pasemos a la implementación del BSC. Esto implica definir la visión y estrategia, identificar perspectivas y KPIs, establecer metas y desarrollar planes de acción.

Kathy: La alta dirección debe comprometerse, y es clave comunicar la estrategia a todos los niveles de la organización.

Jairo: Aunque puede ser desafiante, las organizaciones que lo hacen con éxito experimentan mejoras significativas en su rendimiento.

Segmento 10: Ejemplo de Balanced Scorecard en una Empresa

Lesly: Ahora, demos vida a todo esto con un ejemplo práctico. ¿Cómo se aplicaría el BSC en una empresa?

Kathy: Por ejemplo, en la perspectiva financiera, podríamos tener como objetivo aumentar la rentabilidad con indicadores como el margen de beneficio neto.

Jairo: En la perspectiva del cliente, podríamos enfocarnos en mejorar la satisfacción del cliente con iniciativas como programas de lealtad y servicios postventa mejorados.

Segmento 11: Balanced Scorecard en la Práctica

Lesly: ¡Absolutamente, Kathy y Jairo! La implementación del Balanced Scorecard en la práctica es un proceso clave para muchas empresas que desean alinear su estrategia con sus operaciones diarias y mejorar su rendimiento empresarial.

Kathy: Una de las razones por las que el BSC es tan valioso es porque proporciona una visión equilibrada de la organización, abordando no solo los aspectos financieros, sino también los relacionados con los clientes, los procesos internos y el aprendizaje y el crecimiento.

Jairo: Exactamente. Y cuando todas estas perspectivas se integran y se alinean con los objetivos estratégicos de la empresa, se crea un marco poderoso que guía las decisiones y acciones en todos los niveles de la organización.

Lesly: Pero implementar el BSC no es tarea fácil. Requiere un compromiso firme por parte de la alta dirección y la participación activa de todos los empleados. Además, es crucial comunicar claramente la estrategia y los objetivos del BSC a toda la organización para garantizar su comprensión y aceptación.

Kathy: Sin embargo, a pesar de los desafíos, muchas empresas han experimentado mejoras significativas en su rendimiento después de implementar el BSC de manera efectiva. Han logrado una mayor alineación entre la estrategia y las operaciones, una mayor transparencia en la medición del rendimiento y una mayor capacidad para tomar decisiones informadas y ágiles.

Jairo: Y lo que es más importante, el BSC promueve una cultura de mejora continua y aprendizaje organizacional. Las empresas que lo utilizan no solo están enfocadas en los resultados a corto plazo, sino que también están construyendo una base sólida para el éxito a largo plazo.

Segmento 12: Software y Herramientas, Críticas y El Futuro del Balanced Scorecard

Lesly: Por supuesto. Las herramientas de software para implementar y gestionar el Balanced Scorecard ofrecen una serie de beneficios. Por ejemplo, facilitan la recopilación y análisis de datos, lo que permite a las empresas monitorear su desempeño en tiempo real y tomar decisiones informadas. Además, estas herramientas suelen ofrecer funcionalidades de visualización de datos que permiten a los usuarios crear tableros y reportes personalizados para comunicar los resultados de manera efectiva a diferentes niveles de la organización.

Kathy: Sin embargo, es importante reconocer que el uso de estas herramientas no garantiza el éxito del BSC. Es fundamental abordar las críticas y desafíos asociados con

esta metodología. Por ejemplo, algunas personas señalan que el enfoque en medidas financieras puede llevar a una visión demasiado estrecha de la estrategia empresarial, ignorando otros aspectos importantes como la satisfacción del cliente o la innovación.

Jairo: Exactamente, Kathy. Además, la selección de los KPIs adecuados puede ser un desafío en sí mismo. Es crucial identificar métricas que estén alineadas con los objetivos estratégicos de la organización y que proporcionen una visión equilibrada del desempeño en todas las áreas clave. Esto requiere un análisis cuidadoso y la participación de diferentes partes interesadas dentro de la empresa.

Lesly: Por otro lado, es importante mirar hacia el futuro del Balanced Scorecard y estar preparados para adaptarnos a las nuevas tendencias y desafíos. Por ejemplo, cada vez hay una mayor demanda de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa en el ámbito empresarial, por lo que es probable que veamos un mayor énfasis en estas áreas en el contexto del BSC. Además, la integración con otras metodologías de gestión, como el Lean Management o el Six Sigma, puede ofrecer nuevas oportunidades para mejorar la eficiencia y la efectividad de nuestras operaciones.

Conclusión:

Lesly: ¡Y eso es todo para este episodio de "Perspectivas Equilibradas"! Esperamos que hayan disfrutado explorando el Balanced Scorecard con nosotros.

Kathy: ¡Si tienen preguntas o sugerencias para futuros episodios, no duden en compartirlas!

Jairo: ¡Gracias por unirse a nosotros y hasta la próxima!