

INFORME FINAL DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

JMS FAMILY S.A.S
(SANDWICH QBANO)

2025

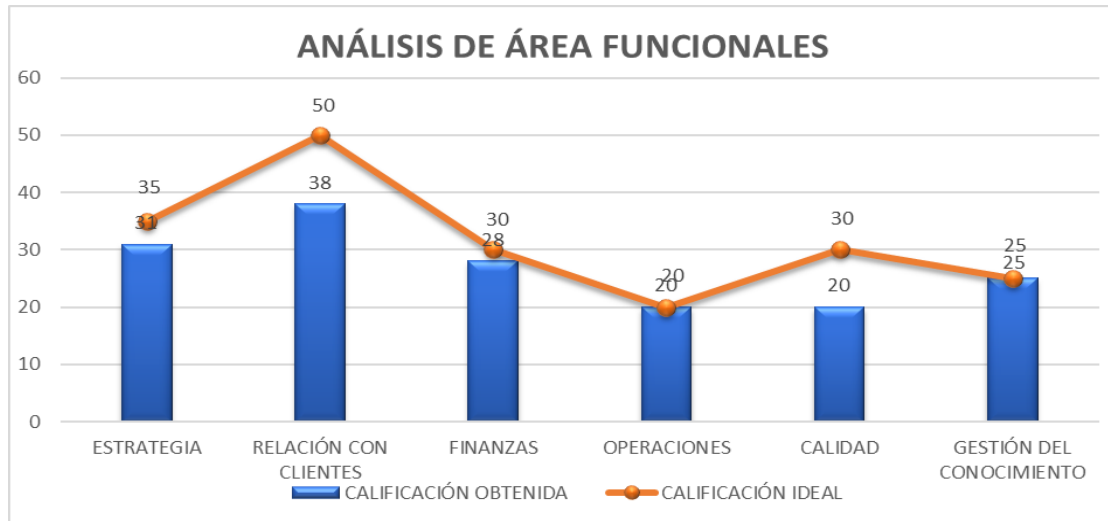
CONTENIDO

- a. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA Y DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES ACTUALES.
- b. EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES
- c. CLIMA DE TRABAJO.
- d. LIDERAZGO
- e. ANEXO
- f. BUSINESS MODEL CANVAS 2025

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

Sándwich Qbano es una empresa colombiana fundada en 1979 en Cali por Mario Enrico Mayo y Pablo Antonio Gómez. Junto a sus familiares, crearon de forma empírica un modelo de franquicias basado en la estandarización y una filosofía compartida. En 1994, pasaron de ser una empresa familiar a una estructura empresarial, y en 1998 otorgaron su primera franquicia en Barranquilla. Actualmente, cuentan con 220 puntos de venta en Colombia, 3 en Ciudad de Panamá, 1 en Miami, 93 franquiciados y planes de expansión nacional e internacional. Su misión es “Ofrecer un producto diferente en la categoría de comidas rápidas, brindando variedad y alternativas a precios razonables en el menú. Nuestro servicio está orientado a brindar una experiencia agradable en espacios modernos, cómodos con una atención ágil y calidad”. Su visión es “Mantener el liderazgo en sándwich, ser reconocidos por la calidad y servicio y tener presencia de la marca en países de Latinoamérica. Su objetivo es ser la empresa líder en el mercado creando nuevas franquicias, para que la empresa tenga una mayor participación en el mercado, optimizando el proceso en la elaboración del producto terminado y ayudando a la mejora continua del medio ambiente.

b) Evaluación de Áreas Funcionales:



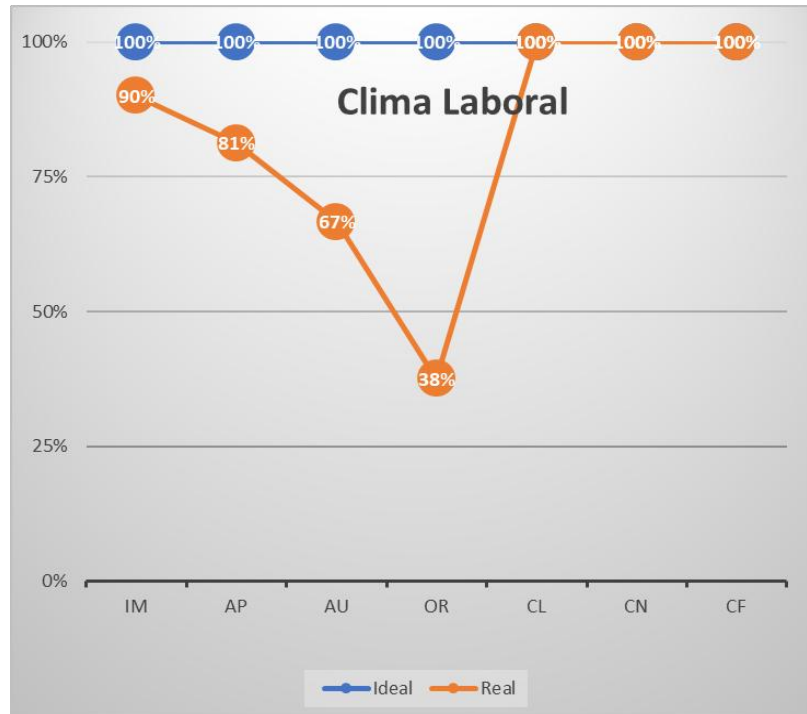
Qué encontramos

Estrategia: Aunque muestra un buen desempeño, aún se requiere mayor claridad en los objetivos y un seguimiento más estructurado.

Relación con clientes: Se identifican debilidades en la atracción y fidelización de clientes. La estrategia comercial es poco clara y falta seguimiento en la atención.

Calidad: Se observan fallos en los controles y procesos de calidad. No hay evidencia de mejoras continuas ni estandarización.

c) Clima de Trabajo:



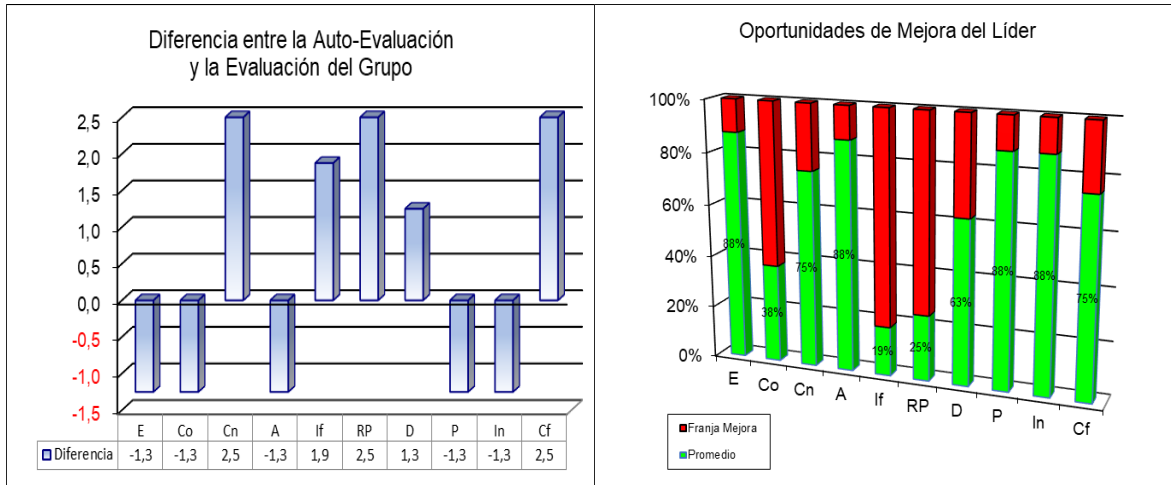
Qué encontramos

Organización: Es la categoría más crítica. El bajo resultado indica desorden en procesos internos, mala planificación o falta de estructura en el trabajo diario.

Autonomía: Refleja que los trabajadores sienten que tienen poca libertad para tomar decisiones o actuar con independencia.

Apoyo: Se percibe una falta de respaldo por parte de líderes o compañeros, lo que afecta la motivación y el ambiente general.

d) Liderazgo:



Qué encontramos

Las tres variables que deben priorizarse para mejorar la relación de liderazgo con los trabajadores son Influencia, Comunicación y Relaciones Personales. La Influencia evidencia que el líder se percibe a sí mismo como más capaz de impactar positivamente al equipo de lo que realmente experimenta este, lo que revela una desconexión que afecta la motivación y el compromiso. La Comunicación muestra deficiencias en cuanto a claridad, escucha y retroalimentación, lo que impacta negativamente en la confianza y el desempeño colectivo. Por su parte, Relaciones Personales señala una falta de empatía y cercanía del líder hacia su equipo. Mejorar estas áreas permitirá fortalecer la confianza, el clima laboral y el sentido de pertenencia, generando un impacto positivo y directo en el rendimiento organizacional.



Ingrid Johana Mejía Torres
Administradora
CC: 31.584.897

Fecha: 12 de abril del 2025

Firma del Consultor:










Randall Estiven Martínez
CC 1.006.009.056



Angelina Duque González
CC 1.058.138.472



Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

Compañía: Qbano		Diseñado por: RANDALL MARTINEZ Y ANGELINA DUQUE		Fecha: ABRIL/2025
SEGMENTO DE CLIENTES 	ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE 	PROPUESTA DE VALOR 	RELACION CON CLIENTES 	ALIANZAS CLAVES 
<p>Nuestro principal segmento de clientes son las personas que frecuentan el Centro Comercial Chipichape, incluyendo empleados de oficinas cercanas, compradores, turistas y familias que buscan opciones rápidas y sabrosas de comida. Además, nos enfocamos en clientes que valoran la calidad y frescura de los ingredientes en comidas rápidas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Preparación y venta de alimentos. Gestión de inventarios y compras de insumos. Atención al cliente y manejo de pedidos. Gestión de alianzas con plataformas de delivery. 	<p>Ofrecemos productos frescos y de alta calidad en el sector de comidas rápidas, con un menú variado de sándwiches, wraps, ensaladas y bebidas. Nos destacamos por nuestra salsa única, rapidez en el servicio y opciones saludables. Además, brindamos comodidad al estar ubicados en un centro comercial reconocido y de fácil acceso.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Atención personalizada en el punto de venta. Programas de fidelización con promociones especiales, tales como bonos. Comunicación constante en redes sociales. Atención a quejas y sugerencias a través de plataformas de contacto y redes sociales. Servicio rápido y eficiente para garantizar una experiencia positiva. 	<ol style="list-style-type: none"> Proveedores de insumos alimenticios de calidad. Plataformas de entrega a domicilio (Rappi). Alianzas con el centro comercial para promociones conjuntas.
	RECURSOS CLAVE 		CANALES 	
	<ol style="list-style-type: none"> Personal capacitado en atención al cliente y preparación de alimentos. Materias primas frescas y de calidad. Local comercial estratégico en Chipichape. Marca reconocida en el sector de comidas rápidas. Equipos de cocina y mobiliario para la atención al público. 		<ol style="list-style-type: none"> Punto de venta físico en el Centro Comercial Chipichape. Servicios de entrega a domicilio a través de plataformas de delivery (Rappi). Promociones y comunicación en redes sociales (Instagram, Facebook). Atención telefónica para pedidos. Alianzas estratégicas con el centro comercial para visibilidad. 	
		ESTRUCTURA DE COSTOS 		FUENTES DE INGRESOS 
		<ol style="list-style-type: none"> Costos de materias primas y productos frescos. Salarios y beneficios del personal. Pago de administración. Gastos operativos (servicios públicos, mantenimiento). Comisiones a plataformas de delivery. 		<ol style="list-style-type: none"> Venta directa de productos en el punto de venta. Ingresos por servicios de delivery. Ventas adicionales de combos y promociones especiales. Alianzas con el centro comercial para promociones cruzadas.