



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

TRABAJO DE GRADO EN EMPRENDIMIENTO 2019

CHRISTIAN DAVID SÁNCHEZ CARDOZO

PROFESORA: CLAUDIA PATRICIA RINCÓN RODRÍGUEZ

DEDICATORIA

A Dios por su inmenso amor incondicional, por cuidar de mí durante el camino que he recorrido y sobre todo por brindarme la sabiduría y constancia para saber afrontar las dificultades que se me han presentado durante este proceso.

A mi padre por su amor, por ser ese ejemplo de honestidad y justicia, por su apoyo, sus consejos, sus palabras de aliento en los momentos más difíciles y sobre todo por creer en mí.

A mi madre por ser un ejemplo de persistencia, valentía y superación, por su esfuerzo constante el cual le ha brindado a nuestro trabajo, por su lucha incansable y por hacer de mí un hombre de bien.

A mis hermanos Diego, Jorge e Ingrid por ser mis amigos, mis compañeros de vida y aventura, por su apoyo incondicional, sus consejos, su trabajo constante junto a nosotros, su lealtad, su amor, por todos esos momentos de tristeza y desilusión que hemos vivido en nuestro trabajo el cual nunca nos han dejado solos.

A Silvia Rodríguez, mi amiga, mi compañera, mi novia, la futura madre de mi hija, por todas y cada una de sus palabras de aliento, por su infinita confianza, su dedicación y compromiso con nuestros objetivos y sueños, por hacerme parte de su hogar y construir conmigo las bases de una familia, nuestra familia.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por la fuerza y sabiduría que nos ha brindado al iniciarnos como emprendedores, por la sabiduría y constancia que nos concedió para culminarlo.

A la Universidad Santo Tomás, por su compromiso en el emprendimiento de cada uno de sus estudiantes, por brindarnos el apoyo y materiales necesarios en este plan de negocios, por lo cual ha sido un factor que nos ha permitido dimensionar de una manera más real y objetiva nuestro deseo de tener nuestra empresa.

A Claudia Patricia Rincón Rodríguez quien ha brindado esta idea de negocio y quien ha permitido que iniciemos nuestro camino como emprendedores, por sus sugerencias las cuales siempre han sido bien recibidas, por su oportuno seguimiento en el mejoramiento y culminación de nuestro plan de negocios.

Finalmente a mis compañeros que han estado a mi lado en el transcurso de mi etapa académica, y quienes me brindaron sus conocimientos en las diferentes actividades relacionadas en mi carrera, su amistad y lealtad donde se resalta el apoyo brindado en cada paso que se ha recorrido.

INDICE

Dedicatoria

Agradecimientos

NOMBRE DE LA EMPRESA (FULL COLOR).

LOGO (JUSTIFICACIÓN COLORES, MEDIDAS, TIPOGRAFÍA).

INTRODUCCIÓN (¿cuál la razón de ser del plan de negocio. qué va encontrar el lector en el documento?).

EL NEGOCIO

Fundamentación (líneas teóricas).

Descripción de la Empresa. (Nombre de la idea de negocio/ Razón Social/ nombre comercial).

Planteamiento estratégico: misión, visión, objetivos, valores corporativos y organigrama.

Postura ética: competencia, ámbito empresarial, cliente y formación humanista de la universidad.

Descripción producto o servicio.

Etapas del proyecto (con qué se cuenta y qué se requiere para iniciar el negocio).

La Comunicación y su aporte en la idea de negocio.

Marco legal (análisis de las normas comerciales para la formalización del negocio).

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

Producto o servicio.

Plus o ventaja competitiva.

Características del producto y/o servicio.

Productos o servicios similares en el mercado.

Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.

Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.

El producto y/o servicio y su representación como una solución única.

EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

Equipo de trabajo (nombre de las integrantes, cargo, rol, competencias, experiencia aportada al modelo de negocio, importante cuadro).

Red de contactos (lista clientes, proveedores y aliados estratégicos comerciales).

Aliados del negocio (proveedores, compradores, socios e identificar las diferencias de cada uno, en cuanto a su perfil).

Ventajas de las alianzas.

Recursos adicionales.

**ESQUEMA
INFORME FINAL
MODALIDAD EMPRENDIMIENTO I**

1. NOMBRE DE LA EMPRESA (FULL COLOR).



2. LOGO (JUSTIFICACIÓN COLORES, MEDIDAS, TIPOGRAFÍA).

El nombre de la empresa hace referencia al sector donde estamos ubicados ya que es una zona donde se pueden encontrar varias compañías como salud, seguros, seguridad, un centro médico cardiovascular; es por ésta razón donde podemos evidenciar la decisión que tomamos en el nombre de nuestra empresa y pensándolo a futuro ya que estaremos ubicando nuestros puntos de atención en zonas empresariales dentro de la ciudad de Bogotá básicamente y en otras ciudades principales del país.

- El color café, es un color masculino, severo y confortable el cual evoca el otoño y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es un color realista por ser el de la tierra, el color de los sabores fuertes e intensos, El color del secreto amor, el ideal de la belleza bronceada, El color favorito de lo acogedor. Por lo tanto representa salubridad y rehabilitación, es un color estable y puede ser asociado con experiencia y comodidad.
- el color amarillo Nápoles oscuro, se relaciona con el prestigio y el poder, también con lo clásico, significa sabiduría, claridad de ideas, y riqueza, Con frecuencia representa el valor.
- El color negro, hace referencia a la elegancia y discreción.
- Tipografía: SABOYE LFT PLAIN
- Medidas: altura 30 cm – anchura 60 cm

3. INTRODUCCIÓN (¿cuál la razón de ser del plan de negocio. qué va encontrar el lector en el documento?).

Offi break es una empresa el cual ofrece diferentes tipos de alimentos y bebidas calientes o frías (según al gusto del cliente), contamos con un público completamente exigente ya que estamos ubicados en un sector donde encontramos diferentes tipos de empresas y en poco tiempo con un centro médico cardiológico, tenemos como ventaja la zona donde estamos ubicados es de que nuestra competencia se encuentra ubicada a una distancia de 3 o 4 cuabras y nuestra atención es completamente cómoda, la innovación en este sector es algo que ha sido un factor plenamente importante para nosotros a pesar que en este momento estamos acoplando nuestra empresa con las remodelaciones que se están realizando y sin importar las incomodidades que esto represente nuestros clientes siguen con nosotros y estamos creciendo cada vez más, es de esta manera donde podemos rescatar que nuestra calidad en la atención al cliente es sumamente importante y vamos de la mano con la calidad de alimentos que ofrecemos, por lo tanto hemos tenido la oportunidad de hablar con nuestro público respecto a que esperan de nosotros en los servicios que podemos ofrecer ya que la idea de nosotros es darle gusto a nuestro público externo según el espacio el cual estamos contando para la atención que se merecen.

Nuestra idea en la contratación está enfocada en aprovechar a los estudiantes de la universidad libre, ya que a pocas cuabras contamos con la sede principal, donde puedan trabajar con nosotros aprovechando nuestro horario de atención que es desde las 7 am hasta las 5 pm y que puedan estudiar sin ningún inconveniente y así mismo se puedan apoyar con sus estudios de manera económica sin afectar sus horarios académicos.

EL NEGOCIO

4.1 Fundamentación

En nuestra idea de negocio nos apoyaremos en el concepto de innovación ya que estamos basados en que tiene que ser atractivo y comercializable, lo cual es lo que deseamos para nuestra organización.

Según Schumpeter (1942), entendió que la innovación es como una de las causas del desarrollo económico, como un proceso de transformación económica, social y cultural, y la definió como: *“la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de nuevos métodos de producción y transporte, la consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión”*.

Mensch (1975), Utterback (1979) y Freeman y Perez (1988), retoman esta definición, pero en el caso de Mensch y Uttrback, definen *la innovación radical como aquella que requiere una nueva fábrica y/o un mercado para su explotación*, y posteriormente Freeman y Perez

agregan a esta definición los requerimientos en entradas y salidas; *mientras que, las innovaciones incrementales sólo requieren las mejoras en las salidas ya existentes.*

Dosi (1988) para quien el proceso innovador es definido como *“la búsqueda y el descubrimiento, la experimentación y adopción de nuevos productos, nuevos procesos de producción y nuevas formas organizacionales”*, considera que son necesarias más entradas formales al modelo de innovación, las cuales normalmente provienen del sistema de incorporar el concepto de paradigma tecnológico, como respuesta a la forma como se solucionan los problemas tecnológicos. Para esto diferencia dos fases, la fase preparadigmática y la paradigmática; en la cual explica que en la fase preparadigmática los aspectos científicos y tecnológicos no están aún desarrollados, mientras que en la fase de cambio paradigmático se generan las innovaciones radicales en donde se producen rupturas en los procesos y productos, permitiendo el surgimiento de nuevas empresas.

Por su parte Cooper (1990), presenta el proceso de innovación *“como un sistema complejo y lo enfoca desde la perspectiva del éxito de las estrategias de la innovación de productos, a través de lo que él define como dos procesos independientes y paralelos: un proceso de desarrollo y otro de evaluación”*. Con esto lo que propone Cooper es analizar el proceso de la innovación bajo una perspectiva estratégica.

El concepto de innovación es una mejora en el modelo que tenemos como empresa, donde podemos generar diferentes cambios organizacionales, basados en una propuesta que hacemos para lanzarnos al mercado con el concepto de ser más eficientes, con el fin de obtener una mejor posición en el mercado teniendo en cuenta a nuestros competidores, es de esta manera donde seremos capaces de desarrollar nuevos productos y servicios, obteniendo una visión a largo plazo destinado a cambiar el status quo como empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial como la forma de entender la gestión empresarial en que las empresas comienzan a tener más en cuenta el impacto social y ambiental de su negocio, tratando de generar rentabilidad para los empresarios y bienestar social. Para ello, tratan de tener en cuenta la necesidad y expectativas de los grupos sociales a los que impactan (directa e indirectamente) con la actividad de la organización o empresa. Cuando se habla de grupos sociales, podemos homologarlo al de públicos de interés: accionistas, empleados y sus familias, proveedores, autoridades, comunidad, consumidores, medio ambiente, medios de comunicación y las demás audiencias que la empresa considere pertinente.

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La razón social de Offi Break es brindar los servicios alimenticios en el sector de Normandía 1ra etapa basados básicamente en nuestros clientes potenciales los cuales se encuentran ubicados en las oficinas aledañas de nuestra oficina principal, contaremos en nuestra página web con servicios extras donde puedes armar el menú que desees y a la vez consultar el valor donde al finalizar dicho proceso estará en la dirección deseada por cada uno de nuestros clientes en un tiempo máximo de 35 minutos.

4.2 PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

Misión:

Ofrecer alimentos saludables, nutritivos y tradicionales, con la mejor calidad a un precio cómodo para nuestros clientes, exaltando la gastronomía casera y ofreciendo un servicio que sobrepase las expectativas de los consumidores

Visión:

Ser reconocidos como la mejor empresa de Colombia en nuestro campo de desempeño, no solo por nuestros productos y servicio, sino por el impacto sobre los estudiantes que deseen trabajar con nosotros

Objetivo:

Corto plazo: En un año Offi break estará posicionada en la mente de los habitantes del barrio Normandía de la localidad de Engativá

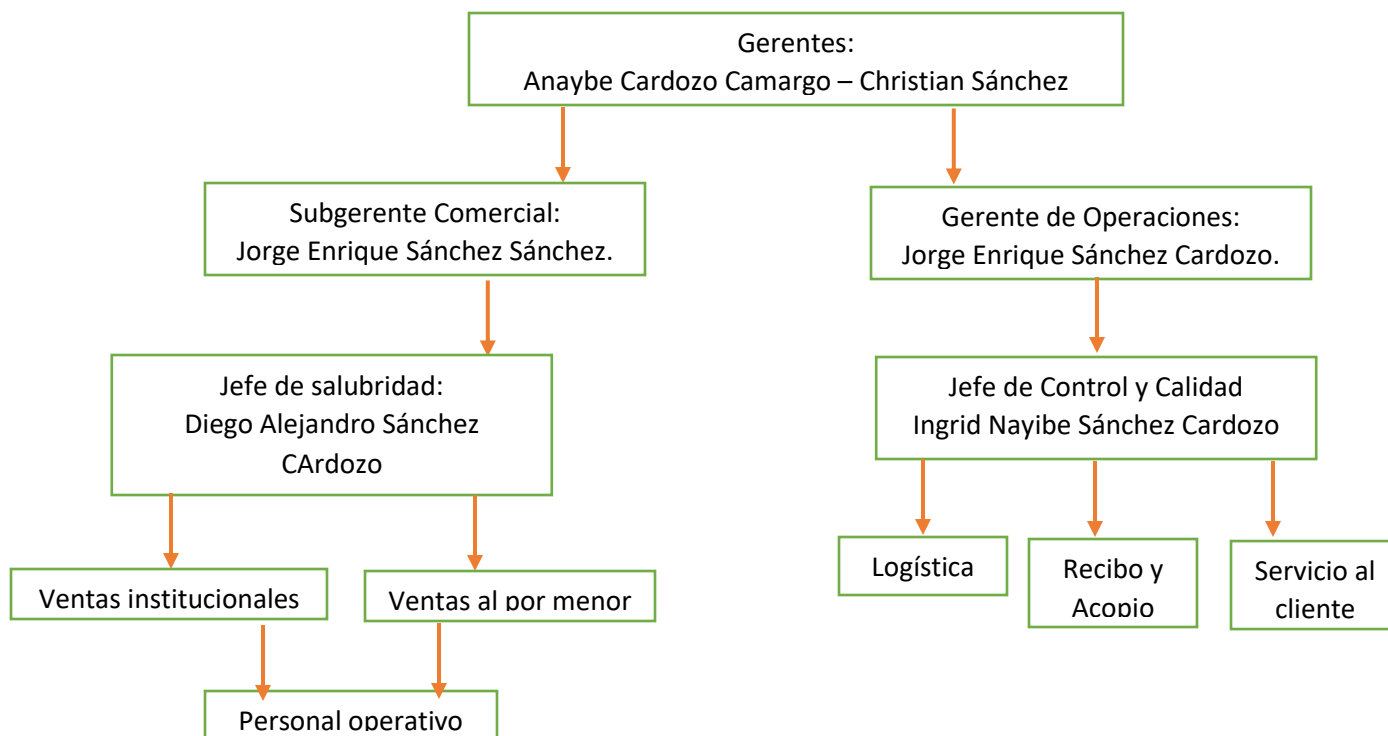
Mediano plazo: Offi break en cinco años contará con cinco puntos de venta en la ciudad de Bogotá

Largo plazo: En diez años Offi break tendrá puntos de venta en las principales ciudades y municipios del país, enfocándonos en sectores empresariales.

Valores corporativos

- Trabajo en Equipo: Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos de La Cooperativa buscamos el logro de los objetivos organizacionales.
- Responsabilidad: Oramos con seriedad, en consecuencia con nuestros deberes y derechos como asociados, acorde con nuestro compromiso con La Cooperativa.
- Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- Honestidad: realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud.
- Mística: Realizamos nuestro trabajo bien desde el principio, con la convicción de entregar lo mejor.

Organigrama:



4.3 Postura Ética

Competencia:

El respeto en los servicios que ofrecemos será primordial, donde nosotros mismos elaboraremos nuestro menú dando como resultados calidad e innovación en los productos que salen de nuestra cocina, son especialidades notables en el sector donde estamos ubicados.

Ámbito Empresarial:

Offi Break tendrá presente el ámbito el cual estará rodeada de diferentes negocios que ofrecen algunos de nuestros mismos servicios, pero teniendo a favor la ubicación con la que contamos en éste momento, basándonos de ésta manera en la satisfacción al cliente y trabajar por brindar un servicio de calidad de la mano con la atención al público, de ésta manera podemos ofrecer beneficios al público que nos rodea.

Cliente:

Para dar sentido a nuestra postura ética la cual va dirigida a nuestros clientes, ponemos en práctica diferentes elementos y poner en práctica el principio de ofrecer soluciones en nuestros productos a nuestros clientes, esto es plenamente necesario ya que partimos desde el punto donde trabajan y nuestros clientes que residen en el sector donde estamos ubicados, de esta manera garantizamos comportamientos eficaces en nuestra relación con el cliente.

Formación Humanística de la Universidad:

La Universidad Santo Tomás, dentro de los contenidos profesionales, ofrece una formación integral que permite al estudiante reconocerse a sí mismo como ser humano, con una tarea específica para realizarse como persona y crear unas relaciones más humanas y justas con el entorno natural y social.

El ser humano cuando adopta una actitud reflexiva frente a sus actos, reconociéndose a sí mismo como “alguien” que interpreta y comprende su mundo, y que respeta y acepta como legítimo otro a quien convive con él; es más eficiente en su desempeño profesional, en cualquiera de las áreas en las que actúa, porque transforma positivamente su mundo laboral, familiar y personal. Y si logra lo anterior tiene el terreno abonado para crear espacios de cooperación, solidaridad, convivencia y compromiso desinteresado.

4.4 Descripción producto y servicio.

Offi break ofrece un espacio cómodo donde el cliente podrá pasar un rato agradable acompañado de una bebida con la que desee pasar su tiempo libre, también para quienes deseen almorzar o pasar el hambre con una comida rápida para quienes no cuentan con mucho tiempo y necesiten dirigirse a sus destinos de manera rápida, también ofrecemos el servicio a domicilio ya que por medio de la página web puede ordenar el plato que el cliente desee y lo tendrá en un lapso de 35 minutos en la dirección estipulada.

4.5 Etapas del proyecto

Teniendo en cuenta que contamos hasta el momento con un solo punto de venta y que nuestra atención al público será de manera presencial y por medio de la página web, las herramientas que la empresa necesita son las siguientes:

- ✓ Página web donde será un espacio a disposición del cliente que no pueda ir hasta nuestro punto de venta y hacer su pedido.
- ✓ Computador en el cual se revisará la actualización de los pedidos de los clientes
- ✓ Impresora donde se entregará de manera impresa la factura de compra y a la vez el control del inventario y ventas del día.
- ✓ Acoplamiento del negocio para un espacio de comidas (en periodo de finalización)
- ✓ Elementos de cocina adecuados para la producción de los alimentos
- ✓ Menaje donde se servirá de manera adecuada los alimentos que son para la mesa y los que se solicitan a domicilio.

4.2 la comunicación y su aporte a la idea de negocio

La comunicación con nuestros clientes externos será por medio de la página web, donde trabajaremos la responsabilidad social apoyando a los estudiantes universitarios de la universidad libre donde se puedan ayudar con sus estudios contando con un trabajo cerca y sin mayores complicaciones para llegar puntualmente a clases.

Es indispensable resaltar que la comunicación es fundamental dentro de las personas que hacen parte de Offi Break, ya que es una pieza clave para el éxito de éste proyecto que está comenzando y así mismo poder enfocarnos en una dirección que nos conduzca al éxito y al apoyo a los jóvenes que deseen estudiar pero que al mismo tiempo tengan una oportunidad laboral, hoy en día se atiende a criterios de más participación e integración de todos en la empresa, todos vamos en el mismo barco. Se requiere un capitán, unos oficiales y una marinería.

Las organizaciones tienen características que las distinguen de otros grupos humanos, formales o informales.

Dichas características son: a) Formalidad, es decir, que una organización tiene unas estructuras, objetivos, políticas, procedimientos y normas que le dan forma. b) Jerarquía, expresada tradicionalmente en forma de estructura piramidal. c) Tendencia a crecer; las organizaciones tienden a integrar en su seno a muchas personas; y d) Duración; las organizaciones permanecen en el tiempo por más de una generación. Es fácil deducir, pues, que en el contexto de las organizaciones se produce un gran flujo de comunicación.

STROTHER (1963), por su parte, define las organizaciones como dos o más personas partícipes de una relación cooperativa, lo que implica que todas ellas tienen objetivos comunes. Los miembros de una organización tienen funciones distintas y mantienen una estructura jerárquica estable.

Desde el punto de vista de la estructura de las organizaciones, MAX WEBER (1947) es quizá el estudioso más notable de este siglo. Trata en sus obras la historia y organización de las instituciones, deteniéndose en sus teorías, ya clásicas, de la burocracia y de las organizaciones.

WEBER define la organización como un sistema de actividad continua y orientada a un objetivo. Una organización corporativa es un sistema de relaciones sociales caracterizado por un equipo administrador orientado al cumplimiento de los objetivos.

Este autor también estudia en su obra los conceptos de poder, autoridad y legitimidad. Para él, poder es la capacidad de un individuo en una determinada relación social para influir en los demás. El poder entendido así es fundamental en las relaciones sociales. Cuando el poder está legitimado, es decir, cuenta con la aceptación de la organización y con la sumisión a las normas de la misma, la cooperación es efectiva y completa.

4.8 Marco legal (análisis de las normas comerciales para la formalización del negocio)

Offi Break se constituirá como una empresa de tipo S.A.S, es decir, como una sociedad por acciones simplificadas, dadas las ventajas a nivel de gestión, tramitología y tributarias que representa, contando con la coordinación y respaldo estatal, apoyo financiero y facilidad para la participación de otros entes estatales.

¿Cuáles son los Requisitos para constituir una S.A.S. de conformidad con la Ley 1258 de 2008?

El artículo 5 de la ley 1258 de 2008 indica que el documento de constitución deberá contener por lo menos los siguientes requisitos:

- 1.** Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- 2.** Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- 3.** El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 4.** El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- 5.** Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- 6.** El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- 7.** La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

La falta de uno o más requisitos en el documento de constitución, impide la inscripción de la constitución y ocasiona la devolución de todos los documentos por parte de la Cámara de Comercio.

MARCO TEÓRICO

El presente marco teórico está sustentado desde una serie de artículos que fueron otorgados por diferentes docentes de la Universidad Santo Tomás de la Facultad de Comunicación Social para la Paz y que a su vez tomamos como apoyo diferentes herramientas que ofrece internet; de ésta manera se fundamentan algunos artículos buscados por mi madre como la cabeza del negocio y yo, los cuales apuntan específicamente a nuestra idea de negocio. El proceso de estudio de cada artículo comienza con la lectura y ubicación de las ideas

principales, las cuales nos servían como base para realizar; a continuación, una síntesis del texto y su correspondiente comentario.

“¿Es posible desarrollar una cultura en Colombia?” Este artículo se trata de que el Gobierno Nacional, a través de la Ley “De fomento a la cultura del emprendimiento” (la Ley 1014 del 26 de enero del 2006). Busca “promover el espíritu” emprendedor en todos los elementos educativos del país, las instituciones educativas, se obligan entonces, a enseñar el emprendimiento en la educación básica y media; y en el nivel superior a aceptar como opción de grado la presentación de proyectos que contengan planes de negocios. Para nuestra idea de negocio es muy importante tener presente el aspecto innovación ya que de la propuesta novedosa que hagamos en el ofrecimiento de nuestro producto dependerá, en parte, el éxito de nuestro negocio.

“Ley 1014 del 2006” se trata sobre el emprendimiento que dice que es una forma de pensar, razonar y actuar centrado en las oportunidades y el resultado de esta creación debe beneficiar la empresa, la economía y la sociedad. En síntesis esta ley tiene como objetivo muchas cosas importantes como lo es promover el espíritu emprendedor en todos los planteles educativos del país, para que los estudiantes ya salgan con la idea y un espíritu emprendedor de crear una empresa innovadora. Esta Ley nos puede servir para nuestro proyecto porque así saldríamos con una visión más objetiva del colegio e indagar profundamente.

El impacto ambiental que en síntesis este nos dice que el medio ambiente viene a jugar en el emprendimiento cuando se ve por algunas empresas, en algunos casos podemos ver como las pequeñas y grandes industrias afecta nuestro medio ambiente con el humo de las fábricas, con los residuos que quedan de ellas que son compuestos químicos los cuales son arrojados a los ríos el cual contaminan el agua, este es el efecto que hacen algunas empresas, en nuestro ambiente. Este artículo nos beneficiaría mucho, ya que así aprenderíamos a cuidar nuestro medio ambiente y no utilizar químicos que puedan destruirlo.

Los 6 pilares de la innovación, Este artículo se trata básicamente en saber que es la innovación, innovar es, pese a los errores y los intentos fallidos, nunca dejar de intentar cosas nuevas, nunca dejar de empujar, nunca dejar de soñar. La innovación no es fruto de un gran invento espontáneo, si me emerge como consecuencia de una gran cantidad de “pequeñas apuestas” durante un largo periodo de tiempo. Las mejores ideas no ocurren cuando las personas se aíslan, sino que surgen de la interacción con los demás.

4 formas para ser un empresario exitoso: En síntesis este artículo consta de estas 4 bases para poder ser un empresario exitoso:

1. Nunca inviertas grandes cantidades de dinero de tu propio dinero.
2. Contrata siempre a la mejor persona capacitada.
3. Brinda los mejores productos.
4. Conoce tu negocio como tu propia mano.

Este nos puede servir ya que podemos con estas bases tener una idea de cómo nos puede ir bien en nuestro negocio.

Ser lo suficientemente bueno no es ser excelente, En síntesis se trata de que para llegar a ser excelentes emprendedores hay que alcanzar un punto de conformidad, un punto en el cual podamos decir que ya somos lo suficientemente buenos, esto quiere decir, que a menudo que pasa el tiempo nosotros nos detenemos en alcanzar nuestros sueños y metas, es decir, no nos apresuramos a cumplir nuestras metas cuando de ellas depende nuestro futuro. Pensamos que nos encontramos en un buen lugar y por eso no avanzamos.

5 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

5.1 Producto o servicio.

En offi break los clientes pueden encontrar diferentes servicios donde uno de ellos será enfocado desde el departamento de comunicaciones en la implementación y elaboración de una página web y un aplicativo para los equipos móviles o Tablet, donde las personas que estén cerca a los diferentes puntos de venta que se implementarán y con el que contamos en estos momentos; por medio de las ubicaciones de los equipos electrónicos de los clientes podrán ingresar a la página web o a la aplicación, en los diferentes soportes y ayudas de la página un solo clic ayudará a las personas ver los diferentes platos que se prepararán en el día y así mismo armar el menú de la manera que deseen, ya una vez realizado dicho proceso el siguiente paso es el pago del alimento el cual lo podrá hacer por medio de una tarjeta bien sea débito o crédito o si se prefiere en efectivo.

Una vez realizado el anterior paso contaremos con un tiempo aproximado entre 30 a 40 minutos para que el pedido esté en la dirección de donde el cliente solicita su servicio

5.2 plus o ventaja competitiva

Nuestros clientes podrán elegir en donde prefieren su pedido, bien sea en la oficina ya en un caso que el cliente no pueda salir debido a diferentes razones que tengan o acercarse a nuestros puntos de venta para que salga de la rutina y el encierro de una oficina, de esta manera nosotros y nuestro personal altamente calificado lo atenderá de la manera más cordial, ya que una sonrisa puede alegrar el día de las personas que están en medio del estrés en sus respectivas oficinas.

Nuestra idea de negocio ayuda a que el cliente programe su pedido vía internet o por la aplicación teniendo en cuenta el tiempo de preparación, y cuando el cliente salga y se dirija a cualquiera de nuestros puntos de venta (ceranos a su ubicación), cuente con su pedido en la mesa donde desee acomodarse sin tener que esperar a su preparación.

5.3 Características del producto y/o servicio

La agilidad en la atención al cliente será un plus en nuestra atención y en lo importante que son nuestros clientes para Offi Break, ya que será atendido bien sea con servicio a domicilio por medio de nuestras plataformas o utilizando nuestros medios de comunicación (página web o aplicación) y contando con el tiempo prudente para la preparación del producto y dirigirse a nuestras instalaciones teniendo en cuenta que al llegar a cualquiera de nuestras

sedes, tendrá que esperar sino que su pedido estará listo en el momento que se acomode en la mesa de cualquiera de nuestras instalaciones.

5.4 productos o servicios similares en el mercado

Offi Break cuenta con la fortuna de ser la única empresa con esa modalidad en servicio, ya que las competencias cercanas no lo hacen de la manera como nosotros lo deseamos implementar con el fin de contar con la agilidad y calidad en el servicio al cliente, donde nuestra ubicación nos favorece en brindar un mejor servicio a nuestro público contando obviamente con un excelente ambiente laboral.

5.5 registro de empresas que trabajan en el mismo sector

Minos pizza – ubicada a 2 cuadras

Jennos pizza – ubicada a 2 cuadras

Terra club – restaurante bar ubicado a 4 cuadras

Rio Bamba – panadería ubicada a 5 cuadras

Casa prospera de la 51 – restaurante ubicado a 4 cuadras

Cafetería Súper – ubicada a 3 cuadras

Brown – restaurante ubicado a 4cuadras

5.6 aporte del modelo de negocio en términos de innovación

Nuestro concepto está definido en la innovación, entendiéndolo desde el punto de vista de buscar nuevas formas de hacer todo lo que se hace para lograr grandes transformaciones a través de la creación e implementación de nuevas ideas, donde las soluciones novedosas sea un valor agregado en los productos y servicios, satisfaciendo la necesidad del cliente. Es de esta manera donde en Offi Break consideramos lo anterior mente nombrado como un elemento principal para evaluar el éxito en los resultados, los cuales es evidencian en el crecimiento y fortalecimiento de la empresa por medio de la rentabilidad.

La innovación en los procesos se busca especialmente los mejoramientos que redunden en la reducción de tiempos y por lo tanto de costos operativos, y en la mayoría de los casos estos mejoramientos se hacen sobre plataformas ya existentes, pues se consideran un medio y no un fin. En este caso, la generación de valor se obtiene a través de la optimización en el uso como por ejemplo, de materias primas, donde podremos adquirir nuestra propia tecnología para así mismo poder responder a las del mercado o mejorar el uso de materiales en cada proceso, donde de esta manera se es necesaria especialmente por la supervivencia tecnológica.

Por último, nuestra apuesta en el producto en el mercado es el impacto que obtenemos en cada uno de los resultados, evitando las equivocaciones y generando valor al cliente, ya sea

desde las innovaciones de producto como como de proceso, de tal forma que las innovaciones impacten en el cliente al resolver sus necesidades.

5.7 El producto y/o servicio y su representación como una solución única.

El servicio que ofrece Offi break es único dentro del sector ya que ofrece comodidad en atención y en tiempo al cliente ya que puede adelantar su pedido por medio de una plataforma, al finalizar dicho proceso la plataforma le da a conocer en cuanto tiempo está lista la orden para que así mismo se plantee de si deseó el servicio a domicilio o en los distintos puntos de atención al cliente, donde se tendrá lista la orden a solicitud del cliente, ahorrando tiempo y así mismo ofreciendo calidad y excelente trato a nuestro público.

6. equipo de trabajo y sistema de negocio

6.1 Equipo de trabajo (nombre de las integrantes, cargo, rol, competencias, experiencia aportada al modelo de negocio, importante cuadro).

Gerente administrativo y contable Anaybe Cardozo Camargo y Christian David Sánchez

Depende de: Junta directiva.

Subordinados: Administrador del restaurante, cocineras y meseras

Función básica: Dirigir, orientar y supervisar todas las áreas para saber las necesidades de la empresa y tomar decisiones en función de las metas y objetivos de la organización. Adicionalmente, tendrá as u cargo la responsabilidad de organizar y consolidar la información contable y financiera.

Responsabilidades:

- Informar al consejo de administración en forma permanente de la situación de la empresa.
- Promover buenas relaciones a todos los niveles internos y externos para establecer el correcto uso de los recursos de la empresa con visión, estrategia e innovación.
- Tomar decisiones oportunas para la solución de problemas y para la coordinación de las diferentes áreas.

61

- Mantener información actualizada en cuestiones de mercado, competencia, nuevas tecnologías, etc., con el fin de elaborar planes de acción y reaccionar ante las situaciones que afecten a la empresa.
- Mantener comunicación permanente y directa con sus colaboradores para estar informado de la situación diaria de la empresa.
- Lograr ventajas competitivas para la empresa como acuerdos con proveedores, que se vean reflejadas en una mayor rentabilidad económica buscando un

liderazgo de la empresa frente a sus competidores.

Formación académica: bachillerato

Valores: buenas relaciones humanas, capacidad para resolver problemas y tomar decisiones, capacidad de comunicación, liderazgo.

Otras características: Preferiblemente que conozca del mercado de alimentos o de productos agrícolas, actualizado en el manejo de sistemas de información.

Salario: 1.700.000 por prestación de servicios

Administrador

Depende de: Gerente

Subordinados: Meseros y cocineras

Función básica: Responder por todo lo referente a los procesos productivos, para lograr la mejor eficiencia y productos de calidad.

Responsabilidades:

- Establecer los planes y requerimientos para llevar a cabo la preparación de los alimentos.
- Coordinar las actividades de alistamiento de las verduras.
- Establecer los requerimientos de materias primas
- Verificar que el producto sale en condiciones óptimas para la venta.
- Mantener al tanto a sus subalternos sobre las directrices de gerencia.
- Instruir y formar a sus subalternos para que realicen bien su labor.
- Captar y analizar ideas de sus subalternos para mejorar los procesos productivos.
- Recibir y administrar los pagos de los productos.
- Dar cuenta al gerente de los ingresos y egresos efectuados.

Formación académica: Técnico en administración

Experiencia: 1 año de experiencia administrando restaurantes.

Valores: buenas relaciones humanas, capacidad para resolver problemas y tomar decisiones, capacidad de comunicación, liderazgo y capacidad para trabajar en grupo.

Otras características: Debe ser una persona comprometida con su trabajo, organizado y puntual.

Salario: 1.000.000 más prestaciones

Cocineras:

Depende de: Administrador

Subordinados: Ninguno.

Función básica:

Responsabilidades:

- Mantener en completa higiene las instalaciones.
- Reportar al administrador las necesidades de materiales y herramientas que se presenten.
- Responsable Efectuar el alistamiento de las verduras, preparación de los rellenos y arme de los crepes por las herramientas y equipos del restaurante
- Realizar el mantenimiento de todas las maquinas, equipos, etc.
- Efectuar el alistamiento de las verduras
- Preparación de los rellenos y arme de los crepes

Formación académica: técnico cocina

Experiencia: 2 años en preparación de alimentos

Valores: responsable, observador y ordenado.

Otras características: Conocimiento en la preparación de crepes y comida colombiana

Salario: 750.000 más prestaciones

Meseras

Depende de: Administrador

Subordinados: Ninguno

Función básica: Atender a los clientes, recibiendo y entregando los pedidos solicitados

Responsabilidades:

- Atender a los clientes, ofreciendo los platos definidos
- Tomar los pedidos de los clientes y reportarlos en cocina
- Velar porque los clientes se sientan cómodos dentro del establecimiento
- Entregar cada uno de los pedidos solicitados

- Reportar en cocina las inconformidades de los clientes respecto de la comida
- Velar por el pago de los alimentos vendidos

Formación académica: Bachiller

Experiencia: de 0 a 1 año como mesera (o)

Valores: responsable, observador y ordenado, buenas relaciones humanas, capacidad de Comunicar.

Salario: 1 salario mínimo legal

6.2 Red de contactos (lista clientes, proveedores y aliados estratégicos comerciales).

Lista de Clientes:

Seguridad Oriental – empresa de vigilancia
Ecoopsos – empresa de servicios médicos
Peluquería L & M
Interaseg – compañía de Seguros
Indalar – Fábrica de vidrios
Centro Cardiovascular colombiano
Hoteles
Auteco – concesionario

Proveedores

Margarita
Postobón
Nestlé
Jhonson y Jhonson
Incauca
Coca-cola
Comapan
Carnes los Sauces
Pollos la Sabana

7 PLAN DE MERCADO

7.1 El Cliente.

Para conocer las características de cada uno de nuestros clientes nos guiamos por el entorno el cual estamos rodeados ya que es una zona empresarial, de esta manera se obtienen personas entre los 18 y los 50 años de edad, quienes pertenecen a estratos socio económicos dos y tres de la ciudad de Bogotá.

7.1.1 Caracterización de los clientes.

Dado que nuestro objetivo son los empleados de cada una de las diferentes empresas que se encuentran en el sector donde estamos ubicados, quienes pertenecen a estratos socioeconómicos dos y tres, por lo tanto se manejan precios cómodos para cada uno de ellos con una diferencia de precio menor a nuestra competencia, manejando de esta manera precios cómodos para nuestro público objetivo, ya que esto nos permite ser competitivos.

7.1.2 Razones por las cuales compra un cliente

Desde el momento en que el cliente ingrese a nuestras instalaciones, sentirá un ambiente ameno el cual nuestro objetivo será hacerlo sentir como en casa, esto depende de nosotros ya que somos las personas quienes los atendemos, es desde este punto de vista donde daremos a conocer nuestro plus de servicio y los diferentes alimentos y bebidas, el chocolate, café, tinto, desayunos, almuerzos y algunos alimentos rápidos de preparar, todo haciéndolo de una manera casera el cual es nuestro fuerte ante los clientes.

Nos caracterizamos por un servicio rápido, efectivo y de calidad ya que nuestros clientes no tendrán que esperar más de 10 minutos para que su orden sea llevada a la mesa y en el caso de los domicilios no tendrán que esperar más de 15 minutos, de esta manera podrán disponer de nuestra variedad en los diferentes alimentos y bebidas que ofrecemos en nuestro negocio.

7.1.3 Estrategia comunicativa para la persuasión del cliente

Nuestro negocio cuenta con diferentes productos como lo son, las arepas de peto con jamón y queso, empanadas de diferentes sabores, café, chocolate, tinto, desayunos y almuerzos netamente caseros; lo anterior mente nombrado se maneja a cómodos precios por lo cual nos hemos caracterizado y nos damos a conocer ante los diferentes clientes que nos rodean, de esta manera el cliente se siente impulsado con el fin de entrar a nuestro negocio y degustar de los diferentes alimentos que ofrecemos.

7.2 LA COMPETENCIA

7.2.1 Perfil de la competencia.

<i>Crepes & Waffles</i>	Luz vaporosa, bancas y mesas en madera, platos en porcelana y damas atendiendo a cada uno de sus clientes, estas son las principales características de Crepes & Waffles; pero su principal prioridad son sus empleadas ya que hoy en día cuenta con 480 mujeres cabezas de familia, esto ha causado en cada una de sus colaboradoras que cada vez que se encuentran en su puesto de trabajo se sientan en su segundo hogar. Una de las características más importantes de dicha compañía la cual tiene diferentes puntos de venta ubicados en Bogotá, Cali, Cartagena y varias de las principales ciudades del territorio colombiano, es en no discriminar en el momento de generar un contrato, en especial cuando se trata de mujeres que deben responder por su familia ya que son solteras o han sido desatendidas por sus compañeros, por esta razón, de las 480 mujeres que laboran en la parte de atención o preparación de los alimentos, más de la tercera parte sostienen el hogar. Los 20 hombres que hacen parte de la compañía se dedican principalmente a labores operativas pesadas.
<i>Tostao Café & Pan</i>	Tostao tiene como compromiso ofrecer cada uno de sus productos bajo la más alta calidad a precios justos, cumpliendo con la promesa de valor de ser un modelo #sinestratos. Trabajan a diario por hacer cada vez más amable el día de cada uno de sus clientes, ofreciendo experiencias cálidas y cercanas en medio de las diferentes dificultades y movimiento de la ciudad capitalina. Trabajan diariamente por ser en cada uno de sus puntos de atención, un lugar

	donde el cliente pueda cambiar su ritmo y disfrutar del momento
Starbucks	Starbucks se ha convertido en una de las empresas más importantes dentro de la industria cafetera, por lo tanto muchos empresarios y emprendedores se han preguntado acerca de su secreto. Una empresa que nació en 1971 con una sola sede en Seattle, donde la variedad en cada uno de sus productos era muy poco, hoy en día es una empresa basada bajo la idea de negocio como franquicia, 17.000 sucursales en más de 50 países. Un logo inspirado en las historias de mar, donde representa a una sirena de dos colas proveniente de la mitología griega, el nombre de la empresa está basado en el nombre de la famosa novela de Herman Melville. Moby Dick.
Oma	Una empresa que nació en 1970, como la primera tienda de café gourmet en Bogotá, su inicio fue en el actual establecimiento ubicado en la carrera 15 con calle 82, su nombre traducido a alemán significa abuela. Esta empresa busca satisfacer cada una de las necesidades de sus clientes, mediante la producción y comercialización de las diferentes bebidas a base de café, café empacado y pastelería, perfeccionando a diario la calidad, trabajando fuertemente por el mejoramiento continuo de sus procesos y así mismo permanecer en cada una de las preferencias de las personas, generando un compromiso de su selecto grupo de colaboradores, logrando cada una de sus metas mediante un desarrollo sostenible.

7.2.2 Aliados estratégicos de la competencia

Cada una de las empresas están ubicadas en diferentes puntos estratégicos para atraer a cada uno de sus clientes, en su mayoría en los diferentes centros comerciales del país, donde se convierte cada uno de estos sitios en aliados estratégicos ya que cuentan con un flujo de personas constante, cuentan con principales distribuidores de alimentos, bebidas y café del país

7.2.3 Competidores directos e indirectos

Los competidores directos de cada una de las empresas son las diferentes compañías de alimentos que buscan satisfacer las mismas necesidades de los clientes que visitan cada una de sus instalaciones.

Los competidores indirectos son aquellos locales comerciales que buscan satisfacer las necesidades del cliente, las cuales no tienen que ver con alimentos, como por ejemplo tiendas de ropa o calzado

7.2.4 Diferencial del producto o servicio frente a la competencia.

Nuestro producto y servicio es muy diferente al de nuestra competencia, ya que como se ha nombrado anteriormente, nos caracterizamos en ofrecer alimentos únicos, sin aderezos que ayuden a un mejor sabor, nuestros alimentos tienen un sazón natural (hogareño), el cual se juega con cada uno de los alimentos que preparamos al día para darle mejor sabor a la comida que se prepara en nuestro sitio de trabajo, no tenemos la necesidad de acudir a colores y saborizantes alimenticios para que nuestros alimentos tengan un sazón diferente.

7.2.5 Análisis del entorno: ubicación geográfica de la competencia y análisis de ese entorno.

Compañías que buscan satisfacer a sus diferentes públicos externos, ya que están ubicados en las zonas principales de las diferentes ciudades donde operan, zonas empresariales o comerciales basándose en esta última en centros comerciales ya que cuentan con un público constante dentro de dichas instalaciones.

7.3 PRECIO PRODUCTO Y/O SERVICIO

7.3.1 Precio del producto y servicio

En offi break manejamos productos alimenticios como:

Arepa de peto con jamón y queso, huevos y chocolate \$6.300

Caldo de costilla, con chocolate y pan \$7.000

Almuerzos: \$10.000

Empanadas: \$2,200

Jugos naturales: \$2.000

Chocolate: \$1.700

Tinto: \$1.000

Café: \$1.700

Nuestro servicio hacia nuestros clientes es caluroso donde buscamos la comodidad de cada uno de ellos, el cual logremos hacerlos sentir como en casa, donde puedan sentirse a gusto con nuestros productos y servicios.

7.3.2 Precio del producto y/o servicio de la competencia.

Los precios de cada uno de los productos de cada una de las competencias va pensado a personas de una solvencia económica estable, basados en la calidad y productos de cada uno de sus platos los cuales ofrecen a sus clientes, son precios un poco elevados que van dirigidos especialmente a personas que viven en estratos socioeconómicos solventes.

7.3.3 Precio que el cliente está dispuesto a pagar.

Hemos tenido precios al alcance de nuestros clientes procurando tener por lo menos un 30% de ganancia por cada producto, pero gracias a cada utilidad que manejamos y preparamos hemos escuchado de algunos de nuestros clientes, “no importa el valor, sino la calidad y la atención que nos brindan”.

“el cliente es el visitante más importante en nuestras instalaciones, no depende de nosotros, nosotros dependemos de él. Él no es una interrupción en nuestro trabajo, él es el propósito del mismo, él no es un extraño en nuestro negocio, él es parte del mismo. No estamos haciéndole un favor al servirle, él es quien nos está brindando la oportunidad de hacerlo”.

Sin importar lo que hagamos, procuramos hacerlo de la mejor manera, con el fin de que nos vuelvan a visitar y además que tal vez puedan volver con más clientes, ya que día a día trabajamos para ofrecerle al cliente más de lo que espera, es de esta manera de como cuidamos a diario a quienes entran a nuestro negocio.

7.3.4 Métodos de pago preferidos por el cliente.

En offi break manejamos diferente tipo de clientes, así mismo tenemos con algunos de ellos el método de pago a crédito, ya con quienes sabemos que son clientes frecuentes de nosotros; con otros clientes se maneja el método de pago en efectivo bajo pedido.

Este método de pago nos ha funcionado, ya que la confianza que tenemos con cada uno de ellos nos ha ayudado a llegar donde estamos hoy en día, de esta manera hemos dado a conocer nuestros productos, nuestro servicio y sobre todo el reconocimiento a nuestro esfuerzo ya que algunos de nuestros clientes conocen nuestro inicio y de cómo hemos llegado a donde estamos hoy en día.

7.3.5 Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.

En Offi break utilizamos con algunos de nuestros clientes un crédito mensual donde se les brinda facilidades en temas de alimentación, cuando en ocasiones se ven un poco alcanzados económicamente, este método de pago se hace con los clientes que nos visitan de manera frecuente en nuestro negocio.

Con otros clientes se utiliza el medio de pago bajo pedido ya que son personas que transitan por el sector o que no nos visitan con frecuencia.

7.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL PROCUCTO Y/O SERVICIO, CAPTACIÓN DE CLIENTES Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA.

7.4.1 Canales de distribución del producto y/o servicio: al por menor, mediante terceros, agentes o vendedores, franquicias, mayorías o establecimiento propio.

En Offi break contamos con un establecimiento propio, atendido únicamente por sus dos propietarios (temporal), en un futuro queremos contar con nuestros propios meseros ya que pensamos en tener varios locales en la ciudad y más adelante en el país, somos elaboradores de cada uno de los productos que manejamos y contamos por el momento con la venta de dichos alimentos únicamente en nuestro local, pensamos en un futuro contar con el manejo de franquicias y así mismo crecer poco a poco con los alimentos caseros que hemos venido preparando hasta hoy en día.

Queremos que nuestra franquicia crezca de manera segura para nosotros y para quienes deseen iniciar un proyecto comercial ya que queremos posicionar nuestra marca en el mercado.

7.4.2 Canales de comunicación para llegar a los clientes: publicidad tradicional, mercadeo directo, mercadeo digital, tele mercadeo, relaciones públicas, exposiciones y ferias.

Desde que comenzamos con nuestra idea de negocio comenzamos vendiendo en la calle, luego de un año contamos con nuestro propio establecimiento el cual acoplamos ([remodelamos) a base de nuestro plan de emprendimiento, crecimos dándonos a conocer por medio del voz a voz y nuestra sazón, el cual es un pilar fundamental en nuestro trabajo, contamos con la participación en el 2019 en el evento de motociclistas “encuentro nacional FZ-FAZER 2019” el cual se realizará en el Centro Vacacional Las Palmeras, ubicado en Villeta Cundinamarca, donde tendremos un punto de venta dentro de las instalaciones del lugar durante los días 17, 18 y 19 de agosto del año en curso.

Nuestro trabajo se basa en llamar la atención de cualquier manera y a cualquier costo, teniendo presente en reforzar nuestro posicionamiento con el fin de establecer con nuestros clientes una conexión que nos permita seguir avanzando y así mismo favorecernos con nuestra audiencia.

7.4.3 Estrategia de posicionamiento.

Hemos trabajado en el voz a voz en el transcurso del tiempo que llevamos trabajando, ya que los ciudadanos reciben 3000 anuncios publicitarios al día, pero no se tiene en cuenta que dichos anuncios son menos recordados para cada uno de

los clientes que se intenta impactar; de esta manera nuestra forma de trabajo presenta una alternativa más atractiva para llamar al cliente, ya que por cada cliente satisfecho se van a enterar cada vez más nuestros posibles compradores, es de esta manera donde buscamos trabajar con mayor calidad y satisfacción para nuestros consumidores con una excelente recordación, es por esta razón que deseamos trabajar y participar en las diferentes ferias y exposiciones a nivel local básicamente con el fin de avanzar poco a poco a nuestro objetivo.

8. ANÁLISIS DE RIESGOS

Riesgos	Explicación	Impacto	Líneas de acción
Financieros	Variación de tasas: Los riesgos que Offibreak está dispuesta a asumir con el fin de mejorar nuestra cantidad de clientes es en: publicidad en los diferentes sectores donde estaremos ubicados y en donde nos encontramos trabajando actualmente, manejo de las redes sociales, en la distribución de cada uno de los productos que nosotros desarrollamos.	Son gastos económicos que no están incluidos en nuestro presupuesto lo cual nos implica una pérdida económica en cada uno de nuestros productos.	Se requiere realizar un profundo estudio en cada una de nuestras tasas de interés, con el fin de poder obtener un balance justo y así mismo profundizar nuestro plan financiero para prevenir riesgos económicos.
	No recuperar lo invertido: Nuestro servicio y cada uno de los productos que elaboramos son basados en desarrollarlos bajo una marca propia, desde las comidas rápidas, almuerzos, salsas, empanadas, las salsas y los diferentes alimentos que preparamos en nuestro lugar de trabajo, son productos que solo se	Puede llegar a afectar nuestro trabajo llegando a causar el no funcionamiento e nuestra organización	Ha sido importante en nuestro tiempo que llevamos trabajando generar un impacto en cada uno de nuestros clientes, especialmente en el sabor de nuestros productos; estos son nuestro plus en el mercado y en el medio que nos estamos dando a conocer.

	pueden encontrar en nuestro establecimiento. De esta manera en un momento que podamos tener nuestra propia marca en cada uno de los elementos como lo son las salsas y las empanadas, puede que nuestros precios sean más elevados a los de las marcas que ya son reconocidas en el mercado, esto podría ser una gran desventaja en nuestros productos.		
Legislativos	Ofrecemos alimentos y aderezos nuevos en el mercado, el cual solo encontraras en nuestro establecimiento, por esta razón es importante patentar cada uno de los elementos que son preparados por nosotros, ya que en este momento ya se encuentran en funcionamiento en nuestro lugar de trabajo, esto es con el fin de evitar copias en nuestras recetas.	Puede ser un punto débil para nuestro funcionamiento, ya que nuestras competencias cuentan con una inversión monetariamente demasiado elevada, esto es un punto débil para cada uno de nuestros alimentos, por esta razón es importante contar con que cada uno de nuestros alimentos se encuentren debidamente patentados, ya que sería un beneficio en el consumo de nuestros productos con cada uno de nuestros clientes.	Patentar cada uno de nuestros productos en cada una de las entidades correspondientes, con el fin de que nuestros productos sean únicamente vistos en nuestras instalaciones.

<i>Mercado</i>	<i>Competencia:</i> cada una de nuestras competencias tienen una gran presencia en diferentes ciudades, por ende manejan una alta fidelización de sus diferentes clientes, generando un gran monopolio en los diferentes sectores economicos. <i>La aceptación de los servicios por parte de los clientes:</i> en algunas ocasiones para muchos empresarios existen miedos, ya que los clientes obtienen diferentes estilos de vida en cada una de sus preferencias de consumo, existe la posibilidad que en nuestros nuevos puntos de venta, nuestros productos no cuenten con la misma aceptación que tenemos actualmente en nuestro lugar de trabajo	Nuestra idea de negocio es un impacto que se ha logrado ver en diferentes tipos de mercado, esto nos lleva a jugar con nuestra alta calidad, así como lo hemos venido haciendo, nuestra sazón hogareña y nuestro juego con cada uno de los elementos alimenticios que tenemos a la mano se ha convertido en un arte para nosotros, con el fin de impactar todo tipo de clientes,	Ha sido importante desarrollar nuestra idea de trabajo con la cual comenzamos a operar, llegando a cada una de las empresas ubicadas en el sector por medio del voz a voz, llevando una pequeña muestra de cada uno de nuestros productos que se han convertido en una inversión pero así mismo en una gran ganancia para nosotros, con el propósito de atrapar más clientes día a día. Por lo tanto es importante contar con el manejo de plataformas tecnológicas, para dar mayor conocimiento de nuestra producción para nuestros futuros clientes donde serán ubicados los nuevos puntos de venta.
------------------------------	---	---	--

9. PLAN FINANCIERO

9.1 inversión mínima requerida para iniciar operaciones.

Desde un principio en nuestra idea de negocio, todo ha sido en constantes mejoras ya que se han implementado diferentes ideas para la comodidad de nuestros clientes, hasta el momento hemos requerido un total de \$30.000.000 de pesos, los cuales han sido utilizados para las respectivas remodelaciones y adecuación de nuestro espacio según a la idea de negocio estipulada.

9.2 tiempo establecido para la recuperación de la inversión.

Nuestra inversión básica ha sido el resultado de nuestro tiempo de trabajo, teniendo presente en que empezamos con lo más básico; en nuestros tres años de trabajo se tienen en cuenta un año de ahorro para nuestras remodelaciones y dos años de recuperación del total del dinero, apartando de esta manera nuestro sueldo, nuestras responsabilidades con el fin de sostener nuestra forma de trabajo, y los ahorros necesarios para futuras mejoras para nuevas inversiones a nuestro negocio.

9.3 financiación externa de ser necesaria.

Hasta el momento no hemos requerido de esta opción, ya que hemos manejado ahorros a base de nuestras ganancias mensualmente, pero posiblemente se necesiten más adelante en un caso que se decida un rápido crecimiento con el fin de poder obtener más puntos de atención los cuales serán ubicados en zonas empresariales inicialmente en la ciudad de Bogotá.

9.4 definición de:

Costos fijos: son inversiones mensuales las cuales no varían, el arriendo es parte de esta definición, menos que anualmente contamos con una renovación de contrato el cual se hace un aumento anual de ley que se requiere por parte de la dueña de la propiedad donde estamos ubicados.

Costos variables: en nuestro negocio son aquellos que varían constantemente, como lo son: pedidos a nuestros proveedores, servicios públicos ya que mensualmente pueden aumentar o disminuir los precios, elementos de aseo como lo son: desengrasantes, jabón líquido para manos, jabón líquido para loza, jabón en polvo para el piso y otros elementos de aseo el cual se realiza una pequeña inversión cada vez que se requiere.

Punto de equilibrio: En Offibreak lo podemos comprender como una herramienta matemática, con el fin de determinar el volumen de producción que se requiere para cubrir los costos de nuestra actividad económica.

10. LIENZO MODELO DE NEGOCIOS – CANVAS

Segmento Del Cliente	Propuesta Valor (Plus O Ventaja Competitiva)	Canal (Contacto Con El Cliente)	Bloque De Relación Con El Cliente
Para conocer las características de cada uno de nuestros clientes nos guiamos por el entorno el cual estamos rodeados ya que es una zona empresarial, de esta manera se obtienen personas entre los 18 y los 50 años de edad, quienes pertenecen a estratos socio económico dos y tres de la ciudad de Bogotá. Dado que nuestro objetivo son los empleados de cada una de las diferentes empresas que se encuentran en el sector donde estamos ubicados, quienes pertenecen a estratos socioeconómicos dos y tres, por lo tanto se manejan precios cómodos para cada uno de ellos con una diferencia de precio menor a nuestra competencia, manejando de esta manera precios	Nuestros clientes podrán elegir en donde prefieren su pedido, bien sea en la oficina ya en un caso que el cliente no pueda salir debido a diferentes razones que tengan o acercarse a nuestros puntos de venta para que salga de la rutina y el encierro de una oficina, de esta manera nosotros y nuestro personal altamente calificado lo atenderá de la manera más cordial, ya que una sonrisa puede alegrar el día de las personas que están en medio del estrés en sus respectivas oficinas. Nuestra idea de negocio ayuda a que el cliente programe su pedido vía internet o por la aplicación teniendo en cuenta el tiempo de preparación, y cuando el cliente salga y se dirija a cualquiera de nuestros puntos de venta (ceranos a su ubicación), cuente con su pedido en la	En offi break los clientes pueden encontrar diferentes servicios donde uno de ellos será enfocado desde el departamento de comunicaciones en la implementación y elaboración de una página web y un aplicativo para los equipos móviles o Tablet, donde las personas que estén cerca a los diferentes puntos de venta que se implementarán y con el que contamos en estos momentos; por medio de las ubicaciones de los equipos electrónicos de los clientes podrán ingresar a la página web o a la aplicación, en los diferentes soportes y ayudas de la página un solo clic ayudará a las personas ver los diferentes platos que se prepararán en el día y así mismo armar el menú de la manera que deseen, ya una vez realizado dicho proceso el siguiente paso es el pago del alimento el	Nuestra ubicación es clave ya que nos ayuda en la captación de clientes. Se manejan precios cómodos, teniendo en cuenta el estrato socioeconómico para nuestro público objetivo. Ambiente ameno desde el momento en que nuestros clientes ingresen a nuestras instalaciones. Alimentos caseros, rápidos de preparar. Servicio rápido, efectivo y de calidad.

cómodos para nuestro público objetivo, ya que esto nos permite ser competitivos.	mesa donde desee acomodarse sin tener que esperar a su preparación.	cual lo podrá hacer por medio de una tarjeta bien sea débito o crédito o si se prefiere en efectivo. Una vez realizado el anterior paso contaremos con un tiempo aproximado entre 30 a 40 minutos para que el pedido esté en la dirección de donde el cliente solicita su servicio	
Modelo De Ingresos Hasta el momento no hemos requerido de esta opción, ya que hemos manejado ahorros a base de nuestras ganancias mensualmente, pero posiblemente se necesiten más adelante en un caso que se decida un rápido crecimiento con el fin de poder obtener más puntos de atención los cuales serán ubicados en zonas empresariales inicialmente en la ciudad de Bogotá.	Actividades Clave Que Debo Desarrollar En Offi break contamos con un establecimiento propio, atendido únicamente por sus dos propietarios (temporal), en un futuro queremos contar con nuestros propios meseros ya que pensamos en tener varios locales en la ciudad y más adelante en el país, somos elaboradores de cada uno de los productos que manejamos y contamos por el momento con la venta de dichos alimentos únicamente en nuestro local, pensamos en un futuro contar con el manejo de	Recursos Clave Actualmente nos encontramos en inversiones ya que necesariamente tenemos que terminar de acoplar nuestro negocio, todas estas remodelaciones las estamos realizando con ahorros, en el momento de culminar nuestro proceso, comenzaremos en plantear otros puntos de venta enfocados en nuestra idea de negocio (ubicación, servicio al cliente), necesariamente y por nuestras políticas, nos enfocaremos en que cada uno de nuestros puntos de venta sean locales propios y no en arriendo, además necesitaremos	Alianzas Clave O Socios Clave Anaibe Cardozo Camargo (gerente general)

	franquicias y así mismo crecer poco a poco con los alimentos caseros que hemos venido preparando hasta hoy en día. Queremos que nuestra franquicia crezca de manera segura para nosotros y para quienes deseen iniciar un proyecto comercial ya que queremos posicionar nuestra marca en el mercado.	personal de apoyo, nos basaremos en nuestra idea básica, así como se mencionó al principio del trabajo, se contará con la contratación de estudiantes universitarios de bajos recursos con el fin de que puedan sustentar su carrera teniendo en cuenta sus horarios de clase.	
--	---	---	--

Estructura De Costos

Costos fijos: son inversiones mensuales las cuales no varían, el arriendo es parte de esta definición, menos que anualmente contamos con una renovación de contrato el cual se hace un aumento anual de ley que se requiere por parte de la dueña de la propiedad donde estamos ubicados.

Costos variables: en nuestro negocio son aquellos que varían constantemente, como lo son: pedidos a nuestros proveedores, servicios públicos ya que mensualmente pueden aumentar o disminuir los precios, elementos de aseo como lo son: desengrasantes, jabón líquido para manos, jabón líquido para loza, jabón en polvo para el piso y otros elementos de aseo el cual se realiza una pequeña inversión cada vez que se requiere.

Punto de equilibrio: En Offibreak lo podemos comprender como una herramienta matemática, con el fin de determinar el volumen de producción que se requiere para cubrir los costos de nuestra actividad económica.