

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Bubble Shots

Trabajo de grado

Laura Sofia Riveros Viatela  
Mariana Viatela Duque  
Paula Viatela Duque

Bogotá, D.C, Colombia

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Bubble Shots

Trabajo de grado

Laura Sofia Riveros Viatela  
Mariana Viatela Duque  
Paula Viatela Duque

Tutor:  
Luís Alberto Buitrago Jimenez

Bogotá, D.C, Colombia

2022

### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaro(amos) bajo la gravedad del juramento, que he(mos) escrito el presente Proyecto Aplicado Empresarial (PAE), en la modalidad de proyecto de emprendimiento (plan de negocio) por mi(nuestra) propia cuenta y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro(amos) que he(mos) indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este PAE no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Laura Sofía Riveros Viatela

Mariana Viatela Duque

Paula Viatela Duque

### **Declaración de exoneración de responsabilidad**

Declaro(amos) que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su(s) autor(es). La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Laura Sofía Riveros Viatela

Mariana Viatela Duque

Paula Viatela Duque

## Contenido

Glosario.....	9
Resumen.....	10
Palabras clave.....	10
Abstract.....	11
Keywords.....	11
1. Introducción.....	12
2. Antecedentes.....	13
2.1 Descripción BREVE de la idea de negocio.....	13
2.2 Portafolio de productos y/o servicios.....	14
2.3 Modelo de negocio actual.....	15
3. Descripción de los retos de crecimiento del emprendimiento.....	17
3.1 En donde estoy.....	17
3.1.1 OKRs.....	17
4. Descripción del plan de crecimiento a largo plazo.....	18
5. Estrategias de financiación del emprendimiento.....	19
5.1 Primera etapa de financiación.....	19
5.2 Qué sigue.....	19
6. Plan de desarrollo de Clientes.....	20
6.1 Que hacer.....	20
6.2 Como hacerlo.....	20
7. Deck de inversión del emprendimiento.....	21
8. Estrategia para el relacionamiento con los clientes interés.....	24
8.1 Estrategia de marca (Branding).....	24
8.2 Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento.....	27
8.3 Proceso de ventas y servicios.....	28
8.4 Red de contactos.....	29
9. Cierre Opción de Grado Preaceleración.....	30

9.1 Que se cumplió.....	30
9.2 Que Logre.....	31
10. Aprendizajes .....	31
11. Referencias .....	32

## Lista de gráficas

Gráfica 1Modelo Canvas .....	16
Gráfica 2Personalidad Cliente .....	21
Gráfica 3Logo .....	25
Gráfica 4Explorador y Bufón.....	25
Gráfica 5Bola Disco.....	26
Gráfica 6Ibiza.....	26
Gráfica 7Mushu .....	27
Gráfica 8Funnel de Ventas.....	29

## Lista de tablas

Tabla 1Presentación OKRs .....	17
Tabla 2PE & MC .....	22
Tabla 3Cumplimiento OKRs .....	31

## Glosario

**Alginato de Sodio:** Es un químico extraído de algas marrones y de la sal sódica. Este químico se usa como gelificante y esto permite que se le de diversos usos, como en medicamentos, pinturas y tintes o en la producción de alimentos (Regemat3D, 2021).

**Esferificación:** Proceso con el cual se busca transformar alimentos líquidos en esferas semisólidas. Esta reacción se da gracias a la reacción entre diversos aditivos, entre ellos el alginato de sodio y el lactato de calcio son los de uso más común, ya que estos permiten conservar el líquido dentro de una membrana de gel, un ejemplo de esto son las esferas que imitan el caviar (Gener, X, 2023).

**Gastronomía molecular:** Es un resultado entre la combinación de arte y ciencia, este tipo de cocina busca entender y analizar los mecanismos químicos de los alimentos a la hora de prepararlos. Esta modalidad le apuesta a buscar nuevas preparaciones y texturas en los platos del diario vivir (Larousse Cocina, 2018).

**Lactato de Calcio:** En la industria alimentaria es un producto químico usado muchas veces como conservante, principalmente contra las levaduras y los hongos. Es usado también para incrementar la estabilidad de los antioxidantes, y para prevenir la pérdida de agua de diversos productos (Villafañe, F, 2021).

## **Resumen**

### **Bubble Shots**

Bubble Shots es un proyecto que busca dar un giro al consumo tradicional de bebidas, buscando ofrecer a los adultos y jóvenes de la ciudad de Bogotá, una nueva experiencia a la hora de disfrutar su bebida, teniendo diferentes texturas (líquida y sólida) en simultáneo. Llegaremos a nuestros clientes a través de redes sociales y en un futuro lograr llegar a más ciudades del país y también poder asociarnos con bares y restaurantes para que distribuyan nuestras burbujas.

### **Palabras clave**

Cóctel, Líquido, Gel, Alginato de Sodio, Lactato de Calcio, Gastronomía Molecular, Esferificación, Congelar.

## **Abstract**

### **Bubble Shots**

Bubble Shots is a project that seeks to give a twist to the traditional consumption of beverages, seeking to offer adults and young people in the city of Bogotá, a new experience when it comes to enjoying their drink, having different textures (liquid and solid) simultaneously. We will reach our customers through social networks and in the future be able to reach more cities in the country and be able to partner with bars and restaurants to distribute our bubbles.

### **Keywords**

Cocktail, Liquid, Gel, Sodium Alginate, Calcium Lactate, Molecular Gastronomy, Spherification, Freeze.

## 1. Introducción

La idea del emprendimiento nació de varias discusiones, donde hablamos de las actividades que más se vieron afectadas por la pandemia, fueron aquellas que involucran fiesta, salir a tomar algún trago o coctel y el poder compartir con amigos. Con el paso del tiempo estas actividades volvieron a reactivarse, pero aun así la gente siente resiliencia a activar su vida social nuevamente. Por esto pensamos nosotras como jóvenes en buscar cosas que nos gustaría hacer para volver a tener una vida social activa.

Por esto nacen las ganas de hacer un proyecto en el que podamos crear algo nuevo y diferente, ofrecer una experiencia innovadora y poder llevar diversión a los hogares. Decidimos hacer esto a través de cocteles, pero cocteles diferentes a lo que todos están acostumbrados a tomar siempre, con los que buscaremos dar nuevas formas y texturas, ofrecer gran variedad de sabores y poder lograr una mayor satisfacción de los clientes. Con todo esto nace la idea de crear Bubble Shots.

Además de esto, el sector de restaurantes y entretenimiento se vio fuertemente afectado debido a las diferentes medidas de bioseguridad que debieron ser adoptadas tras la pandemia de covid-19. Es por esto por lo que, en los últimos dos años, para poder sobrevivir debieron adaptarse y establecer nuevas alianzas con plataformas de domicilios. Sin embargo, esto implicó un cambio extremo en la forma de vivir las experiencias para los consumidores (Asmar Soto,2020).

## 2. Antecedentes

### 2.1 Descripción BREVE de la idea de negocio

Bubble Shots es un emprendimiento que busca aprovechar una oportunidad en el mercado de alimentos y bebidas, donde buscamos ofrecer una experiencia en casa a través de un nuevo formato de bebida en burbujas, acompañado de juegos, música y talleres. Es para personas de entre 18 y 30 años, universitarios y trabajadores de ingresos medios, altos, que quieren salir de la rutina y buscan nuevas experiencias. Lo haremos a través de redes sociales, ferias, eventos y la voz a voz y con ello crearemos una relación cercana con el cliente en donde las redes sean un medio de interacción para los servicios antes, durante y después de la venta.

El sector de bebidas en Colombia ha estado en continuo crecimiento en los últimos años, sus consumidores también han incrementado el nivel de demanda en cuanto a calidad e innovación de los productos en oferta, ahora podemos ver las demandas de los clientes con el producto en cuanto a sabor, calidad, cantidad y presentación (Pinto Duitama, K, 2021).

Los restaurantes que buscan ofrecer nuevas experiencias a sus clientes, en sus alimentos y bebidas han tenido un gran incremento en Bogotá. Esto comenzó con la llegada de restaurantes como El Cielo y Seratta, que se enfocan más en ofrecer experiencias, más que los platos que siempre se consumen, esto lo hacen jugando con diferentes técnicas gastronómicas de vanguardia. A raíz de esto nace nuestra idea y es ¿por qué no llevar nuevas experiencias gastronómicas a los hogares?

## 2.2 Portafolio de productos y/o servicios

Pues en Bubble Shots hemos diseñado un portafolio de productos y servicios que trabajando en sinergia logren dar nuevas experiencias a los clientes.

Nuestro portafolio inicial de productos contará con tres principales elementos:

- Burbujas de cócteles
- Juegos
- Combos

Las burbujas tendrán una amplia variedad de sabores y tendrán un color que los diferencie de los otros, pero todos serán en forma de burbuja. Además de los sabores de los cócteles el cliente podrá escoger la temática de su empaque y de acuerdo con esto, su caja de Bubble Shots le dará acceso a una lista de música acorde a lo que escogió, para que pueda disfrutar de toda la experiencia Bubble Shots, que no solo serán los cócteles en burbujas, sino todo un ambiente de fiesta.

Los juegos se clasificarán en diferentes categorías para que los clientes puedan escoger el que más se acomode a sus preferencias. Entre las categorías podemos encontrar juegos de cartas, juegos de mesa, retos, ruleta, entre otros.

Finalmente, en la categoría de combos, inicialmente contaremos con tres opciones diferentes de combos. El primero es el “Let’s party”, este combo incluye burbujas, una lista de actividades, una playlist de Spotify y una caja de snacks para disfrutar toda la noche. El segundo

combo es la “Noche de cocina” que incluye burbujas, una receta, los ingredientes necesarios para la preparación de la receta, y una lista de Spotify. Por último, el tercer combo llamado “Movie night” incluye burbujas, una ruleta para seleccionar la película, un kit para preparar palomitas de sabores, según la elección del cliente, y snacks para disfrutar la mejor noche de película.

### **2.3 Modelo de negocio actual**

Para nuestro modelo ampliado, propusimos algunos objetivos en cuatro áreas principales, objetivos clave que se deben cumplir para que el funcionamiento del negocio sea óptimo. Aquí presentamos estos objetivos:

Área financiera:

- Primer mes de ventas (junio) 250.000
- Abrir cuentas Nequi, Daviplata y Bancolombia (finales de mayo)
- Financiación para crecimiento

Área mercadeo:

- Abrir cuenta Instagram y Whatsapp
- Desarrollo de la marca
- Experiencia Bubble Shots

Área operacional:

- Desarrollo prototipo de juegos

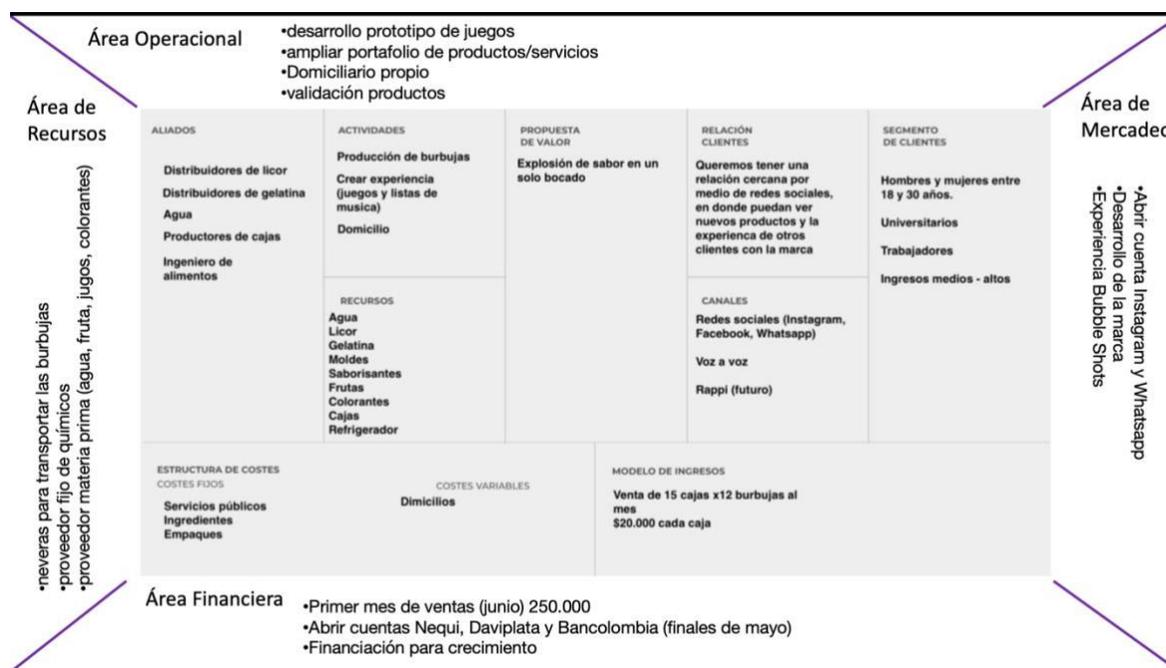
- Ampliar portafolio de productos/servicios
- Domiciliario propio
- Validación productos

Área recursos:

- Neveras para transportar las burbujas
- Proveedor fijo de químicos
- Proveedor materia prima (agua, fruta, jugos, colorantes)

Es importante recalcar que todos los componentes dentro del modelo de negocio ampliado son claves no solo para poner en marcha el negocio, sino para que este funcione constantemente y asimismo en un futuro pueda crecer.

Gráfica 1 Modelo Canvas



Fuente: Elaboración Propia

### 3. Descripción de los retos de crecimiento del emprendimiento

#### 3.1 En donde estoy

Actualmente Bubble Shots está en la fase de validación, ya terminada para su producto, asimismo se logró tener prototipos del producto exitosos y su cadena de producción validada para que esto sea lo más eficiente posible, para dar abasto con la producción y ventas que queremos alcanzar.

Ahora planteamos diferentes OKRs, con el fin de poder alcanzar metas y concretar la creación e iniciar el funcionamiento formal del emprendimiento a l largo de este semestre.

#### 3.1.1 OKRs

Tabla 1 Presentación OKRs

OKR	DESCRIPCIÓN	CRONOGRAMA	COMO HACERLO
CREACIÓN DE REDES SOCIALES	Ya que nuestro modelo de negocio esta basado en las redes sociales, abriremos una cuenta de Instagram y WhatsApp Business para poder compartir nuestros productos y servicios y asimismo tener contacto con nuestros clientes	6 de octubre de 2022	Para esto es necesario tener conocimiento en manejo de redes sociales para iniciar con una campaña de expectativa y así mas adelante cuando vayamos creciendo poder pagar por pautas y tener un mayor alcance
PROTOTIPO DE EMPAQUE	Ya que tenemos un producto sumamente frágil, buscamos un empaque en el que este no se vaya a dañar a la hora de la entrega	25 de noviembre 2022	Esto ha constado de diferentes lluvias de ideas y ensayos y error, y es llevar todas esas ideas a la realidad con ayuda de diferentes proveedores y materiales, hasta encontrar uno que satisfaga nuestras necesidades
REGISTRO DE MARCA	Revisar en la SIC que el nombre y marca que queremos registrar no existan aún, para poder registrarlos y poder empezar a funcionar	7 al 11 de noviembre de 2022	Se debe tener información del proceso y tarifas establecidos por la SIC para que en el momento de hacer el registro contemos con todos los documentos requeridos
APERTURA CUENTAS BANCARIAS	Con el fin de poder recibir pagos a través de transferencias bancarias optamos por abrir una cuenta en Bancolombia y en Nequi	14 de octubre de 2022	Para el banco optamos por abrir una cuenta de ahorro a nombre de una de las personas del equipo y para el Nequi se registro el numero de telefono de WhatsApp que se usara en el emprendimiento

Fuente: Elaboración Propia

#### **4. Descripción del plan de crecimiento a largo plazo**

En primera instancia para Bubble Shots se desarrolló un plan de crecimiento proyectado para los primeros cuatro años, esto contando el año cero, en el cual se tienen diferentes proyecciones de crecimiento para el emprendimiento.

Año cero: para este año lo que se proyecta es todo el proceso de creación, en el cual está contemplado hacer todos los prototipos y validación de nuestro producto y modelo de negocio, este plan ya se puso en marcha.

Año uno: en este año queremos generar las primeras ventas en las que buscamos vender aproximadamente 25 millones de pesos con nuestros productos y servicios, esto únicamente en la ciudad de Bogotá

Año dos: Para este año proyectamos un incremento del 5% en ventas en Bogotá y adicional a eso poder empezar a vender en otras ciudades como Medellín y Cali.

Año tres: En este año queremos seguir creando experiencias y por esto buscaremos abrir un punto físico de experiencia Bubble Shots en donde las personas puedan ir a disfrutar de un rato con seres queridos no solo consumiendo las burbujas, pero además aprendiendo a hacerlas.

## **5. Estrategias de financiación del emprendimiento**

### **5.1 Primera etapa de financiación**

Para iniciar nuestra estrategia de financiamiento se basó en financiación propia, dónde cada una de las personas del equipo dispuso un capital para así poder iniciar el funcionamiento del emprendimiento.

A lo largo de esta primera etapa dicho capital se dispuso para compra de maquinaria, este caso un refrigerador y congelador pequeños, ya que la capacidad de producción es poca, además de eso se usó capital para hacer los prototipos del producto y sus empaques y la validación de los mismos, ya que antes de cualquier lanzamiento de producto y marca se debía tener certeza de que se ofreciera un buen producto, que fuera de buena calidad y que gustara en nuestro mercado objetivo.

### **5.2 Qué sigue**

Como siguiente etapa de financiación optamos por dos posibles opciones que consideramos pueden servirnos de manera eficiente para lo que se quiere lograr a futuro con Bubble Shots y el crecimiento que se espera que tenga el emprendimiento.

En primer lugar, está la autofinanciación, dónde buscaremos reinvertir ganancias del emprendimiento, para que este siga creciendo, ya que para lo que queremos como equipo es

poder crecer y aumentar las ganancias de la empresa y entre más aumenten las utilidades, más podremos destinarlas a las necesidades que tenemos, por otro lado, esto nos permite no endeudarnos con terceros durante las etapas iniciales.

En segundo lugar, optamos por la opción de crowdfunding, en dónde a medida que el emprendimiento vaya creciendo y surjan necesidades específicas, se recauden montos no muy grandes para cubrir dichas necesidades y asimismo no endeudarnos por grandes montos.

## **6. Plan de desarrollo de Clientes**

### **6.1 Que hacer**

Nuestros clientes ideales, compran cuando tienen algún evento o reunión con amigos y familiares, generalmente hacen sus compras por medio de redes sociales y asimismo comparte la experiencia en las mismas, para así recomendar la marca a sus contactos.

Se basa en la valentía, ambición y atrevimiento de ofrecer un producto nuevo a un grupo de personas que busca salir de la rutina y tener sentido de libertad. También busca explorar la creatividad a través de un producto divertido de consumir.

### **6.2 Como hacerlo**

Tiene 23 años, está en su periodo de prácticas profesionales. Vive en la ciudad de Bogotá en Chapinero. Dentro de sus hábitos está el ir a trabajar y siempre busca algún compañero para almorzar, pues le gusta compartir con personas y ya que está empezando su vida laboral, le gustaría ampliar su círculo social. Y para eso también busca espacios de ocio en los que pueda compartir con más personas. Estos espacios los encuentra buscando en redes sociales y decide a partir de las recomendaciones que sus amigos, conocidos y figuras públicas comparten a través de estas plataformas. Y gracias a la etapa de su vida en la que se encuentra, Antonia está en la constante búsqueda de nuevas experiencias, que le aporten algo nuevo para su futuro o simplemente la saquen de la rutina.

Gráfica 2 Personalidad Cliente



Fuente: Elaboración propia con la plantilla de Growth Wheel

## 7. Deck de inversión del emprendimiento

Como mencionamos anteriormente nuestra inversión inicial fue netamente autofinanciación para la iniciación del emprendimiento, esta inversión fue de \$10MM cop, adicional a esto tenemos un crédito por \$12.000.000 COP, todo esto con el fin de poder hacer la inversión inicial en registros y creación de la marca, refrigeradores y todo el equipo y materia prima para la producción. Todo este capital como mencionamos fue destinado en su totalidad a la adquisición de equipos frigoríficos, el prototipado y validación de nuestro producto y capacitación realizando un curso de gastronomía molecular.

Para iniciar se hizo una proyección de ventas para el primer año que consiste en vender cajas de 20 burbujas, donde cada caja tiene un precio de venta de \$36.000 COP, planeamos vender 1040 cajas en el primer mes y que estas aumenten en 20 cajas mes a mes durante los primeros 2 años. Donde obtuvimos el siguiente margen de contribución y punto de equilibrio.

Tabla 2PE & MC

PRECIO (caja x20)	\$	36.000
PRECIO UNITARIO	\$	1.800
VENTAS (caja x20)		1.040
UNIDADES VENDIDAS		20.800

ANEXO COSTO VARIABLE	
Elemento del costo	Monto Total
QUIMICOS	\$ 100.000
FRUTAS	\$ 300.000
EMPAQUES	\$ 200.000
<b>Costo Variable</b>	<b>\$ 600.000</b>
<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>\$ 29</b>

ANEXO COSTO FIJO	
Elemento del costo	Monto total
COCINERO	\$ 1.300.000
LUZ	\$ 234.000
AGUA	\$ 120.000
<b>Costo fijo</b>	<b>\$ 1.654.000</b>

ESTADO DE MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	
VENTAS	37.440.000
(-) COSTO VARIABLE	\$ 600.000
<b>(=) MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	<b>\$ 36.840.000</b>
<b>RMC</b>	<b>98,40%</b>

<b>PE (Q)</b>	<b>934</b>
<b>PE(\$)</b>	<b>\$ 1.680.938</b>



Fuente: Elaboración propia

Ya después de este periodo buscamos el poder ampliar la capacidad de producción, para así poder llegar a más personas en Bogotá y otras ciudades y asimismo poder crecer y crear un centro de experiencia propio en el que nuestros clientes puedan no solo consumir nuestras burbujas, sino también puedan aprender cómo se preparan disfrutando de diferentes masterclass, esto necesitara aumentar también el número de personal capacitado para la producción y distribución del producto.

Pero buscamos tener la capacidad para estos primeros años de financiar todo este crecimiento con inversión propia usando las utilidades que da el emprendimiento para tener un crecimiento gradual donde según la necesidad de cada objetivo, se hagan inversiones específicas, en lugar de generar deudas altas o ceder porcentajes de la empresa con accionistas, en su inicio. Y ya un más largo plazo para seguir creciendo si optaríamos por buscar accionistas dispuestos a invertir y en aportar conocimiento e ideas para que Bubble Shots sea más grande.

## **8. Estrategia para el relacionamiento con los clientes interés**

### **8.1 Estrategia de marca (Branding)**

En cuanto a la marca se deben hacer cuatro principales tramites con el fin de poder hacer un registro de esta y poder trabajar sobre lo que se tiene pensado a futuro con ella. En primer lugar, se debe hacer una consulta de antecedentes de marca, este se ace con el fin de asegurar que la marca que se quiere registrar no exista ya. En segundo lugar, se deben pagar las tasas oficiales establecidas por la SIC, para el registro de marca, estos oscilan entre \$500.000 cop y \$1MM cop, según la clase de marca. De tercero lo que se debe hacer es diligenciar el formulario otorgado por la SIC de solicitud de registro de marca, este formulario permite conocer datos de quien solicita el registro y el fin de los servicios y productos de la marca a registrar. Por último, lo que se hace es adjuntar cualquier documento adicional que se requiera para culminar el registro.

Ahora hablando ya del Branding específico de Bubble Shots, se ha optado por la creación de una marca que sea divertida y didáctica, con la principal meta de ofrecer un producto y experiencia diferente.

Es por esto por lo que para nuestro logo escogimos colores como el azul, rosado y morado, con letras blancas que sean llamativas y sobre un fondo negro, en donde esta combinación transmita celebración.

Gráfica 3 Logo



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, hicimos un ejercicio donde se personificará y materializará la marca en términos de mercadeo.

En la personificación pudimos ver que la marca va en dos direcciones. La primera de ellas es el “explorador”, ya que Bubble Shots se basa en la valentía, ambición y atrevimiento de ofrecer un producto nuevo a un grupo de personas que busca salir de la rutina y tener sentido de libertad; por otra parte también se personifica con el “bufón”, pues, es una marca que busca explorar la creatividad a través de un producto versátil y que es divertido de consumir.

Gráfica 4 Explorador y Bufón



Fuente: Google Images

Además de esto hicimos la materialización en donde identificamos por medio de varios objetos la personalidad de la marca.

- Objeto: Bola Disco. Este desde hace décadas ha sido un símbolo de celebración y disfrute en diferentes ocasiones, además también por sus espejos genera colores traslucidos como los de las burbujas.

Gráfica 5 Bola Disco



Fuente: Google Images

- Lugar: Ibiza. Es la cuna del entretenimiento europeo y es visitada por aquellas personas que buscan una escapada de la cotidianidad.

Gráfica 6 Ibiza



Fuente: Google Images

- Animal/Personaje: “Mushu”, el dragón de la película Mulán, ya que es un personaje que sin importar que va en busca de la aventura, siempre siendo optimista y buscando la diversión.

Gráfica 7Mushu



Fuente: Google Images

- Género musical: Electrónica. Este es un género muy versátil y nunca habrá una canción igual a otra, también permite que cada oyente la interprete a su gusto.

Con este ejercicio buscamos dar una personalidad a la marca que con elementos que ya sean conocidos, puedan relacionarse con lo que busca Bubble Shots transmitir como marca.

## **8.2 Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento**

Todas las comunicaciones del emprendimiento tendrán un enfoque principal en redes sociales, siendo las de mayor uso Instagram, TikTok y WhatsApp, cada una de estas tendrá una manera diferente de acercamiento con los clientes. En primer lugar, Instagram servirá para mostrar nuestro producto, es decir un portafolio de él en donde se transmita los clientes, sus sabores, empaques, y la experiencia que buscamos transmitir; por su parte TikTok será aquella plataforma en la que compartiremos la experiencia de cada cliente que ha vivido Bubble Shots, dónde por medio de videos cortos puedan contar al mundo su experiencia. Por último, WhatsApp

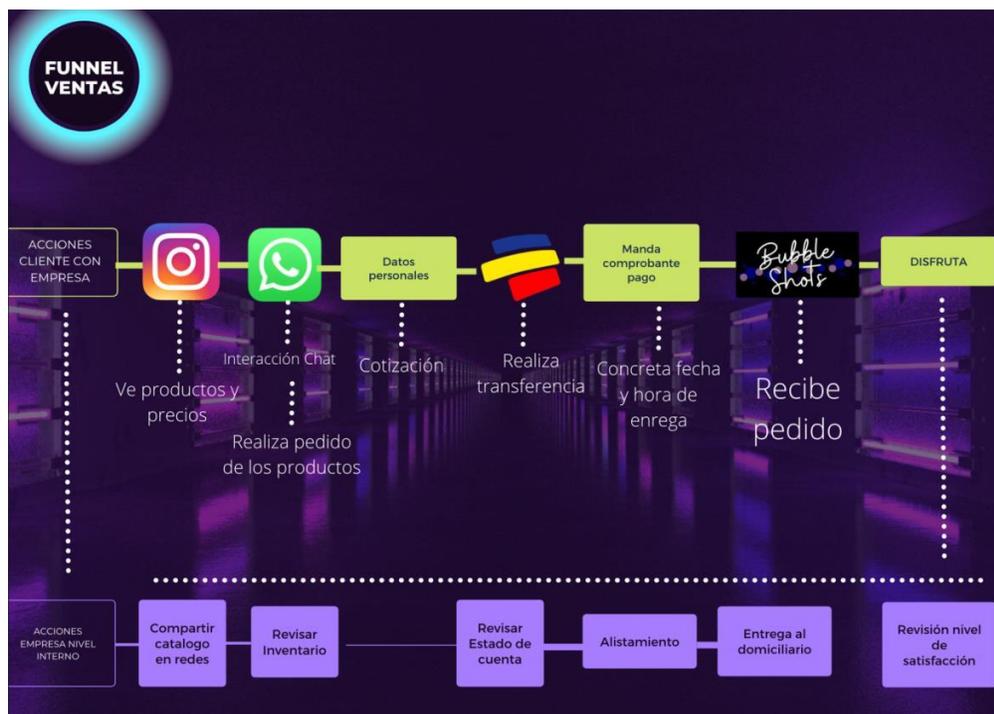
será la plataforma que nos permitirá tener el contacto por medio de chats en los que podremos pasar cotizaciones y demás información acorde a cada producto.

Además de las redes sociales otra forma prevista para la comunicación del emprendimiento serán las ferias que se realizan varias veces al año, principalmente en la ciudad de Bogotá, pues esta es una forma muy eficiente de dar visibilidad al emprendimiento, para así atraer futuros clientes.

### **8.3 Proceso de ventas y servicios**

En nuestro Funnel de ventas definimos todo el proceso del cliente desde que tiene un primer encuentro con la marca hasta que recibe el producto final, para ser consumido. Dentro de este también incluimos aquellas etapas que se hacen a nivel interno, pero que de igual forma afectan el viaje del cliente.

Gráfica 8 Funnel de Ventas



Fuente: Elaboración Propia

## 8.4 Red de contactos

El modelo se basa en un contacto por medio de redes sociales, dónde allí el cliente podrá ver nuestros productos y las experiencias de otros clientes según la red sociales en la que esté, como se explicó anteriormente. Para esto en nuestra red de contactos es de suma importancia tener dos grupos de personas. En primer lugar, una red de influencers que tengan en su mayoría seguidores que estén dentro de nuestro segmento de mercado; y en segundo lugar es aún más importante tener una red fuerte con nuestros clientes, pues ellos serán quienes compartan sus experiencias genuinas y a su vez podrán recomendar Bubble Shots con sus conocidos.

## 9. Cierre Opción de Grado Preaceleración

### 9.1 Que se cumplió

Cumplido:

Dentro de lo que cumplimos a lo largo de la opción de grado está el haber conocido el proceso tramites que se requieren para la creación de la empresa, pues al inicio desconocíamos sobre ese tema.

Por otro lado, comprendimos la diferencia que hay entre todas las opciones de financiación y como estas se adaptan según la necesidad de cada emprendimiento.

Cumplimos el haber validado nuestro producto principal en el mercado al que lo queremos dirigir y validamos que este si llama la intención y que si hubiera intención de compra.

También logramos hacer un prototipo exitoso del producto, donde logramos hacer realidad lo que teníamos en mente.

No cumplido:

Dentro de lo no cumplido se encuentra el no haber logrado aún un empaque que sea satisfactorio con lo que queremos proyectar como marca.

Además de esto no hemos hecho la constitución de la empresa formalmente.

Y por último no hemos tenido ventas reales, es decir el proyecto sigue en esa etapa de creación.

## 9.2 Que Logre

Tabla 3 Cumplimiento OKRs

OKR	CRONOGRAMA	CUMPLIMIENTO
CREACIÓN DE REDES SOCIALES	6 de octubre de 2022	<b>CUMPLIDO</b>
PROTOTIPO DE EMPAQUE	25 de noviembre 2022	<b>EN PROCESO</b>
REGISTRO DE MARCA	7 al 11 de noviembre de 2022	<b>EN PROCESO</b>
APERTURA CUENTAS BANCARIAS	14 de octubre de 2022	<b>CUMPLIDO</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 10. Aprendizajes

A lo largo de la opción de grado en emprendimiento obtuvimos varios aprendizajes, donde uno de los más importantes fue el entender todo el proceso que conlleva el hacer que una idea sea realidad, pues una cosa es imaginar hasta más no poder, y otra es aterrizar todos esos sueños e ideas. También fue muy importante el aprender a manejar los tiempos a lo largo de todas las etapas que atravesamos. Otra cosa que fue de suma importancia a lo largo del proceso

fue el haber tenido la oportunidad de contar con la guía de distintos profesionales con experiencia en diversas áreas que nos fueron de mucha ayuda en cada uno de los procesos de creación de la empresa.

## 11. Referencias bibliográficas

- Asmar Soto, S. (2020). *Plataformas de domicilios reportaron crecimiento durante la cuarentena por covid-19*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/especiales/el-boom-del-comercio-electronico/plataformas-de-domicilios-reportaron-crecimiento-durante-la-cuarentena-por-covid-19-3066590>
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing*. Ediciones Granica S.A.
- Equipo Legal Colombia. (2020). *Comenzar Un Negocio En Colombia: Requisitos Legales*. Biz Latin Hub. <https://www.bizlatinhub.com/es/requisitos-legales-comenzar-negocio-colombia/>
- Gener, X. (2023). *Esferificación: Concepto*. [www.gadgetsuina.com](http://www.gadgetsuina.com).  
<http://www.gadgetsuina.com/blog/es/blogs/esferificacin-concepto-48/>
- Infopreben. (2020). *Presentación riesgos en industrias alimentarias*. Infopreben.  
<http://www.infopreben.com/index.php/riesgos-elikapreben/item/470-presentación-riesgos-en-industrias-alimentarias>
- Larousse Cocina. (2018). *¿Qué es y cómo se prepara la cocina molecular?* *Larousse Cocina*.  
<https://laroussecocina.mx/blog/que-es-y-como-se-prepara-la-cocina-molecular/>
- Medina, A., & Caparroso, J. (2020). *Rappi vive un buen 2020: Sus planes de crecimiento se aceleraron con la pandemia*. Forbes Colombia.

<https://forbes.co/2020/09/15/negocios/rappi-vive-un-buen-2020-sus-planes-de-crecimiento-se-aceleraron-con-la-pandemia/>

Pinto Duitama, K. (2021). *El modelo de negocio de Dark kitchens registró 158% de crecimiento con la pandemia*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/ocio/el-modelo-de-negocio-de-dark-kitchens-registro-158-de-crecimiento-con-la-pandemia-3224065>

Regemat3D. (2021). *¿Qué es el alginato de sodio?* -. Regemat3D. <https://www.regemat3d.com/que-es-el-alginato-de-sodio>

Reyes-Heroles C, R., & Sod, I. (2021, febrero 1). *Rappi creció 20% durante la pandemia*. Grupo Milenio. <https://www.milenio.com/especiales/rappi-crecio-20-durante-la-pandemia>

Villafañe, F. (2021). *¿Qué es el lactato de calcio y para qué se usa?* Mejor con Salud. <https://mejorconsalud.as.com/lactato-calcio-usa/>