

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



The Funky Pizza

Trabajo De Grado: Emprendimiento

Deissy Viviana Ortega Barragán

Bogotá D.C.

2018

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



The Funky Pizza

Trabajo De Grado: Emprendimiento

Deissy Viviana Ortega Barragán

Tutor: Ángela Patricia Pulido Castelblanco

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá D.C.

2018

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	24
PALABRAS CLAVE	25
ABSTRACT.....	26
KEYWORDS.....	27
1. INTRODUCCIÓN.....	16
2. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	17
2.1. Datos Generales de la Empresa	17
2.2. Antecedentes del Proyecto	18
2.2.1. El emprendedor y/o equipo emprendedor	18
2.2.2. Origen de la idea de negocio	20
2.3. Objetivos y Cronograma	21
2.3.1. Objetivo General	21
2.3.2. Objetivos Específicos	22
2.3.3 Cronograma	23
3. CONCEPTO DE NEGOCIO.....	24
3.1. Propuesta de Valor	24
3.2. Modelo de Negocio	27
3.3. Orientación Estratégica	29
3.3.1. Propósito	29
3.3.2. Meta	30
3.3.3. Filosofía orientadora	30
3.3.4. Imagen Tangible	32
4. PRODUCTO Y SERVICIO	36

5.	ANÁLISIS DEL MERCADO	38
5.1	Descripción del Entorno de Negocios	38
5.1.1.	Sector gastronómico.....	38
5.1.2.	Entretenimiento en Bogotá.....	39
5.2.	Descripción del Mercado	44
5.2.1.	Segmento objetivo	44
5.2.2.	Necesidades	46
5.2.3.	Perfil de usuario	48
5.2.4.	Tamaño del mercado	56
5.3.	Análisis de la Competencia.....	67
5.4.	Análisis DOFA	72
6.	ESTRATEGIA DE MERCADEO.....	73
6.1.	Mezcla de Mercadeo.....	73
6.1.1.	Producto.....	73
6.1.2.	Precio.....	75
6.1.3.	Distribución	76
6.1.4.	Comunicación	77
6.2.	Presupuesto de Mercadeo	78
6.2.1.	Objetivos comerciales	78
6.2.2.	Estimativos de ventas.....	79
7.	ESTRATEGIA OPERATIVA.....	81
7.1.	Descripción Técnica de Productos y/o Servicios.....	81
7.2.	Localización y Tamaño de la Empresa.....	82
7.3.	Procesos	83
7.4.	Distribución de la Planta	83

7.5.	Identificación de Necesidades de Maquinaria y Equipos	85
7.6.	Programa de Producción	86
7.7.	Plan de Compras e Inventarios	86
7.8.	Gestión de Calidad	87
8.	ESTRATEGIA ADMINISTRATIVA.....	88
8.1.	Estructura Organizacional.....	88
8.1.1.	Áreas Funcionales	88
8.1.2.	Criterios de Organización	89
8.1.3.	Diseño del Organigrama y Análisis de Cargos.....	90
8.2.	Estructura de Personal	93
8.2.1.	Política de contratación	93
8.2.2.	Política salarial	94
9.	PLAN ECONÓMICO.....	95
9.1.	Plan de Inversiones.....	95
9.1.1.	Presupuesto de Inversión Fija.....	95
9.1.2.	Presupuesto de capital de trabajo	98
9.2.	Estructura de Costos.....	99
9.2.1.	Estructura de los costos empresariales	100
9.2.2.	Presupuesto de costos operacionales	102
9.2.3.	Determinación del Margen de Contribución.....	105
9.3.	Determinación del Punto de Equilibrio.....	106
10.	PLAN FINANCIERO	108
10.1.	Los Estados Financieros.....	108
10.1.1.	El Balance	108
10.1.2.	Estado de Resultados	109

10.1.3. Flujo de Caja	110
10.2. Análisis de la Rentabilidad Económica de la Inversión	111
10.2.1. Valor presente neto (VPN)	111
10.2.2. Tasa interna de retorno (TIR)	112
10.2.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	113
10.3. Proyección de los Estados Financieros a Tres Años	114
10.3.1. Estado de resultados proyectado	114
10.3.2. Flujo de Caja Proyectado	115
10.3.3. Balance proyectado	116
10.4. Distribución de las Utilidades	117
11. ASPECTOS DE LEGALIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN.	118
12. BIBLIOGRAFÍA	123

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma actividades 1	23
Tabla 2. Cronograma actividades 2	24
Tabla 3. Canvas de The Funky Pizza para los clientes.....	28
Tabla 4. Canvas de The Funky Pizza para las empresas	29
Tabla 5. Matriz Competitiva.....	71
Tabla 6. Análisis DOFA.....	72
Tabla 7. Sabores Pizzas	74
Tabla 8. Proyección ventas comidas y bebidas año 1	79
Tabla 9. Proyección ventas comidas y bebidas año 2	80
Tabla 10. Proyección ventas empresas año 2.....	81
Tabla 11. Equipos y Maquinaria necesarios	85
Tabla 12. Análisis de cargo - Administrador	91
Tabla 13. Análisis de cargo - Pizzeros.....	91
Tabla 14. Análisis de cargo - Meseros.....	92
Tabla 15. Análisis de cargo – Dueños.....	92
Tabla 16. Política Salarial	95
Tabla 17. Inversión inicial - Muebles y enseres.....	96
Tabla 18. Menaje y utensilios de cocina.....	97
Tabla 19. Inversión activos fijos – Maquinaria y tecnología	97
Tabla 20. Inversión activos fijos – Intangibles	98
Tabla 21. Presupuesto de capital de trabajo	99
Tabla 22. Préstamo	99

Tabla 23. Costos Materia Prima.....	100
Tabla 24. Gastos	101
Tabla 25. Presupuesto costos materia prima.....	102
Tabla 26. Presupuesto Gastos servicios mensuales	103
Tabla 27. Presupuesto gastos arriendo	103
Tabla 28. Presupuesto costos sin nómina incluida.....	104
Tabla 29. Estructura nómina año 1.....	104
Tabla 30. Presupuesto nómina año 1.....	104
Tabla 31. Estructura nómina año 2.....	105
Tabla 32. Presupuesto nómina año 2.....	105
Tabla 33. Margen de contribución unitario	106
Tabla 34. Punto de equilibrio mensual usando únicamente los costos fijos	107
Tabla 35. Punto de equilibrio anual usando los costos y gastos fijos	108
Tabla 36. Balance inicial The Funky Pizza.....	108
Tabla 37. Estado de resultados inicial The Funky Pizza	109
Tabla 38. Flujo de caja inicial The Funky Pizza	110
Tabla 39. Valor presente neto The Funky Pizza	112
Tabla 40. Tasa interna de retorno y relación beneficio – costo The Funky Pizza	113
Tabla 41. Estado de resultados proyectados The Funky Pizza.....	114
Tabla 42. Flujo de caja proyectado The Funky Pizza	115
Tabla 43. Balance proyectado The Funky Pizza	117

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. The Funky Pizza página inicial.....	32
Ilustración 2. The Funky Pizza actividades 1.....	33
Ilustración 3. The Funky Pizza actividades 2.....	33
Ilustración 4. Explicación The Funky Pizza.....	33
Ilustración 5. The Funky Pizza brazaletes.....	34
Ilustración 6. The Funky Pizza contacto.....	34
Ilustración 7. The Funky Pizza diarios.....	35
Ilustración 8. The Funky Pizza mensual.....	35
Ilustración 9. The Funky Pizza anual.....	35
Ilustración 10. . Logo The Funky Pizza.....	36
Ilustración 11. Lugares religiosos y sagrados.....	40
Ilustración 12. Naturaleza y parques.....	40
Ilustración 13. Monumentos y lugares de interés.....	40
Ilustración 14. Tours y boletos destacados.....	41
Ilustración 15. Museos.....	41
Ilustración 16. Lugares históricos.....	41
Ilustración 17. Las cosas que hacer más populares.....	41
Ilustración 18. Tours culturales y temáticos.....	42
Ilustración 19. Iglesias y catedrales.....	42
Ilustración 20. Edificios con valor arquitectónico.....	42
Ilustración 21. Tours de medio día.....	43
Ilustración 22. Conciertos y espectáculos.....	43
Ilustración 23. Conciertos y espectáculos.....	48

Ilustración 24. Edad Target.	49
Ilustración 25. Género Target.....	50
Ilustración 26. Ocupación Target.....	50
Ilustración 27. Ubicación Target.	51
Ilustración 28. Actividades favoritas del Target.	52
Ilustración 29. Frecuencia de realización de la actividad del Target.	52
Ilustración 30. Validación preferencia de la pizza del Target.	53
Ilustración 31. Frecuencia de consumo de pizza del Target.....	53
Ilustración 32. Cantidad de porciones de pizza a comer por el Target.....	53
Ilustración 33. Validación del Rodizio en el Target.....	54
Ilustración 34. Validación de compra del Rodizio en el Target.....	54
Ilustración 35. . Precio a pagar escogido por el Target.	54
Ilustración 36. Frecuencia de visita a The Funky Pizza por el Target.....	55
Ilustración 37. Posible suscripción a The Funky Pizza por el Target.	56
Ilustración 38. Pirámide Poblacional Usaquén 2018.	57
Ilustración 39. Pirámide Poblacional Chapinero 2018.....	57
Ilustración 40. . Pirámide Poblacional Santa Fe 2018.	58
Ilustración 41. Pirámide Poblacional San Cristóbal 2018.....	58
Ilustración 42. Pirámide Poblacional Usme 2018.....	59
Ilustración 43. Pirámide Poblacional Tunjuelito 2018.	59
Ilustración 44. Pirámide Poblacional Bosa 2018.....	60
Ilustración 45. Pirámide Poblacional Kennedy 2018.....	60
Ilustración 46. Pirámide Poblacional Fontibón 2018.....	61
Ilustración 47. Pirámide Poblacional Engativá 2018.....	61
Ilustración 48. Pirámide Poblacional Suba 2018.....	62
Ilustración 49. . Pirámide Poblacional Barrios Unidos 2018.	62

Ilustración 50. Pirámide Poblacional Teusaquillo 2018.	63
Ilustración 51. Pirámide Poblacional Los Mártires 2018.	63
Ilustración 52. Pirámide Poblacional Antonio Nariño 2018.	64
Ilustración 53. Pirámide Poblacional Puente Aranda 2018.	64
Ilustración 54. Pirámide Poblacional La Candelaria 2018.	65
Ilustración 55. Pirámide Poblacional Rafael Uribe Uribe 2018.	65
Ilustración 56. Pirámide Poblacional Ciudad Bolivar 2018.	66
Ilustración 57. Pirámide Poblacional Sumapaz 2018.	66
Ilustración 58. Organigrama de The Funky Pizza.	90

RESUMEN EJECUTIVO

The Funky Pizza es un proyecto trabajado por Daniela Espeleta y Viviana Ortega, estudiantes de la Universidad del Rosario. Estas emprendedoras encontraron en Brasil la base de todo su restaurante, el Rodizio de pizza, un plato típico que les permite a las personas disfrutar de diferentes sabores de pizza; y en Colombia el mejor asesoramiento, el mejor equipo de trabajo y el mejor lugar para poner en desarrollo su idea y sus sueños.

Este proyecto nace cuando nuestras emprendedoras se reúnen y se dan cuenta que actualmente las actividades de entretenimiento para los adolescentes se encuentran limitadas debido a que exigen de largos desplazamientos, cronogramas limitados o altos gastos. Además, encontraron que las actividades más conocidas o populares de diversión se encuentran dirigidas a la noche y exclusivamente para mayores de edad.

Por otra parte, encontraron que para las empresas el desarrollo de investigación de mercado, testeo de producto o reconocimiento de marca ha sido complicado pues muchas veces no conocen bien su segmento objetivo o trabajan bajo supuestos un poco sesgados.

Es ahí cuando The Funky Pizza toma forma y se convierte en la idea que es hoy en día, un restaurante que producirá 70 diferentes sabores de pizza repartidos aleatoriamente a lo largo del mes para que sus usuarios tengan la oportunidad de probar cada uno, tendrá a la disposición de sus clientes múltiples actividades que irán acorde a las preferencias de sus usuarios, por esta razón, también se podrá encontrar diferentes ambientes y sitios para estar dentro del lugar, y se realizarán diferentes eventos y torneos para sorprender a sus clientes y no seguir ofreciendo más de lo mismo.

Así mismo, brindará la oportunidad de que las empresas se puedan acercar un poco más a su segmento objetivo y puedan recolectar información verídica, que les permita desarrollar o lanzar

productos acorde a las necesidades de estos, generar un mayor impacto y un reconocimiento de marca mucho más fuerte y persistente, y tener resultados de las investigaciones de mercado más precisos.

A lo largo de este documento podrá encontrar el proceso de construcción de este proyecto, desde el momento en el que surge la idea hasta los procesos más elaborados como los aspectos legales y la planificación financiera. Dando como resultado un proyecto viable, sustentable e innovador.

PALABRAS CLAVE

Emprendimiento, empresa, innovación propuesta de valor, satisfacción de necesidades, comida rápida, entretenimiento, diversión, Bogotá, pizzas, investigación de mercado.

ABSTRACT

The Funky Pizza is a project designed by two Rosario University students, Viviana Ortega and Daniela Espeleta, these two entrepreneurs found: in Brazil the basis of their entire restaurant, Rodizio's Pizza, a typical dish that allows people to enjoy different flavors of and types of pizza; and in Colombia the best counseling, the right people to be part of the team and the best place to develop their ideas and dreams.

This project was born when our entrepreneurs met and realized that currently entertainment activities for teenagers are limited due to limited schedules, high costs or sometimes because they require them to take long trips. In addition, they found that the most popular and known activities for having fun are basically aimed for adults at night.

On the other hand, they found that for the companies the development of market research, product testing or brand recognition has been complicated because they often do not know their target segment as well as they should or they work under somewhat biased assumptions.

That is when The Funky Pizza takes shape and becomes the idea that it is today, a restaurant that would produce 70 different flavors of pizza randomly distributed throughout the month so that clients have the opportunity to try each one if they want, it would have at their disposal multiple activities (according to the preferences of each individual) that they would find in the different environments and places which the restaurant would be offering, as well as different events and tournaments organized to surprise the customers and provide them with an extraordinary experience and the best pizza in the area.

It would offer companies the opportunity to get closer to their target segment and to collect trustful information, which allows them to develop or launch products according to their

needs, generating a greater impact and a much stronger and persistent brand recognition as well as having more accurate market research results.

Throughout this document you will find the construction process of this project, from the moment in which the idea arises to the most elaborate processes such as legal aspects and financial planning. Resulting in a viable, sustainable and innovative project.

KEYWORDS

Entrepreneurship, company, value proposition innovation, satisfaction of needs, fast food, entertainment, fun, Bogota, pizzas, market research.

1. INTRODUCCIÓN

The Funky Pizza surge como una propuesta para el entretenimiento de los jóvenes y adolescentes en un lugar que brindará tranquilidad y comodidad; combinará un plato típico brasilero, el “Rodizio de pizza”, con tipos de experiencias únicas dispuestas para los clientes tanto por The Funky Pizza, como por las diferentes empresas que interactúan en el restaurante.

Su plato principal, el Rodizio de Pizza, estará conformado por 8 o 10 porciones de pizza de diferentes sabores los cuales variarán entre los tradicionales (como: pollo y champiñones, hawaiana y de carnes) y los nuevos (como: colombiana, mexicana y de quesos). El menú de pizzas tendrá aproximadamente 70 sabores distintos, los cuales se ofrecerán de manera aleatoria durante la semana, para esto se realizará un sorteo con el fin de que nuestros clientes puedan tener el menú de la semana con anticipación. Durante la estadía del cliente en The Funky Pizza, se simulará un “all you can eat de pizza”, así este podrá disfrutar de los 10 sabores sin restricción alguna, escogiendo el sabor que quisiera repetir y el momento en el que quisiera comer.

Por otro lado, The Funky Pizza será un restaurante de diferentes ambientes en donde se podrán realizar actividades como torneos de video juegos, intercambio de idiomas, juegos de mesa, presentaciones en vivo, entre otras. Estas actividades serán preparadas por The Funky Pizza y estarán disponibles todos los días. Además, The Funky Pizza tendrá actividades sorpresa para sus clientes que podrán ser entre semana o los fines de semana, dichas actividades serán programadas y organizadas por empresas socias a The Funky Pizza. Todas las actividades realizadas en el restaurante buscarán entretener, divertir y sorprender a nuestros clientes.

Por último, The Funky Pizza tendrá dos opciones para que sus clientes puedan comprar los brazaletes de ingreso, las cuales podrán ser compradas online o directamente en el restaurante. La primera opción será por medio del brazalete diario, este brazalete permitirá al cliente una entrada única al lugar y en esta podrá disfrutar de las pizzas y las actividades del día; la segunda opción consistirá en una suscripción mensual o anual, la cual permite al cliente entrar durante el mes o el año ilimitadamente y disfrutar de todo lo que The Funky Pizza tiene preparado para ellos. Estas membresías adicionalmente brindarán beneficios a sus clientes.

2. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

2.1. Datos Generales de la Empresa

The Funky Pizza será un restaurante de entretenimiento para adolescentes que ofrecerá las mejores actividades para realizar con amigos o personas nuevas, siempre acompañado de los deliciosos sabores de pizza tradicionales y nuevos que The Funky Pizza tendrá para ellos. Así mismo, The Funky Pizza prestará diferentes servicios a las empresas que les permita facilitar el desarrollo de estudios o investigaciones de mercado.

Estará ubicado en la zona norte de la ciudad de Bogotá, lugar en dónde se encuentra la mayor parte de su mercado objetivo. Su horario de atención al público será de martes a jueves de 12:00 pm a 9:00 de la noche y de viernes a domingo de 1:00 pm a 10:00 pm. Este horario podrá

tener modificaciones según los eventos futuros o las necesidades que tengan tanto las empresas como los adolescentes.

2.2. Antecedentes del Proyecto

Actualmente encontramos en el mercado distintos restaurantes que centran su atención en el servicio al cliente, en la perfección del producto y en la ambientación del lugar. A pesar de que los últimos, son aspectos sumamente importantes para el buen funcionamiento de cualquier negocio, hay pocos restaurantes que se preocupan por brindar experiencias inolvidables para sus consumidores, ventaja que tendrá The Funky Pizza en el mercado actual.

2.2.1. El emprendedor y/o equipo emprendedor



Daniela Espeleta Chaya:

Administradora de Negocios Internacionales, egresada de la Universidad del Rosario. Tiene actualmente 23 años y trabaja en el área de Recursos Humanos en la empresa Schlumberger en Bogotá, Colombia.

Es una amante de la pizza, disfruta siempre de los distintos tipos de juegos desde las cartas de mesa hasta los videojuegos, es una persona crítica, adaptable, práctica y sincera, cualidades que permitieron realizar una gran conexión con su compañera de clases y futura socia emprendedora, para poder sacar este proyecto adelante.

Daniela Espeleta ha podido realizar varios viajes al interior del país y fuera del mismo, uno de los cuales generó experiencias únicas y de donde surgió una idea inicial de The Funky Pizza, pues realizó un voluntariado en Brasil y allí pudo degustar el “Rodizio de Pizza” que tanto llamó su atención.



Viviana Ortega Barragán:

Deissy Viviana Ortega Barragán es nuestra segunda emprendedora, estudió en el colegio José Max León, y actualmente está cursando décimo semestre de Administración de Negocios Internacionales en la Universidad del Rosario.

A lo largo de su vida se ha relacionado con la gastronomía, pues a sus abuelas y tías les encanta hacer recetas y platos nuevos, especialmente cuando se trata de postres.

En cuanto a su ámbito laboral; realizó un voluntariado de Marketing en Brasil durante dos meses en 2016, en donde entró en contacto por primera vez con “el Rodizio de Pizza”; trabajó en un parque de diversiones en Estados Unidos durante el verano del 2017; fué agente call center por

3 meses en Teleperformance; y perteneció al Consejo Estudiantil de Administración durante 2 años y medio, en donde pudo realizar diferentes actividades en pro de los estudiantes.

Se considera una persona honesta, comprometida con los estudios y con su crecimiento profesional, y asume con seriedad cada reto y meta que se propone. Le gusta empoderarse de cada proyecto o tarea en la cual es participe, razón por la cual se considera también, una persona proactiva en busca siempre de nuevas oportunidades y experiencias, además tiene muy buena disposición para el trabajo en equipo, una gran capacidad de aprendizaje y un gran sentido de pertenencia.

2.2.2. Origen de la idea de negocio

Daniela y Viviana se conocen en una clase de emprendimiento en la universidad del Rosario, allí comparten las experiencias que tuvieron en los diferentes voluntariados que hicieron en Brasil, pero que les dejó un gran interés por el Rodizio de pizza que conocieron y probaron durante su estadía en este país. Decidieron entonces plantear la opción de crear un restaurante en torno a ese plato, en base a un estilo “all you can eat”.

Luego de compartir diferentes ideas e ir avanzando en el desarrollo de su idea, identificaron una nueva necesidad en el mercado, se dieron cuenta de que hay baja oferta de actividades o entretención sana para los jóvenes y adolescentes bogotanos, pues para esta población se oferta cine, bolos, deportes, y hay, una marcada oferta direccionada a la entretención nocturna. Es allí en donde nuestras emprendedoras se plantean la opción de crear un lugar que permita a los

adolescentes de Bogotá mantenerse entretenidos y divertidos, interactuando siempre con personas nuevas y todo esto disfrutando siempre del sabor de una deliciosa Pizza.

Por otro lado, identificaron la necesidad de las empresas salientes (startups) o las empresas antiguas de tener una mayor interacción o una interacción más directa con su usuario objetivo, para así poder comprender y analizar el interés de estos por los nuevos productos o servicios de las empresas.

Debido a estas necesidades, nuestras emprendedoras decidieron crear The Funky Pizza, esta empresa busca dar solución a ambas necesidades, primero brindándoles espacios divertidos e interesantes para que los adolescentes puedan “pasar el rato” con sus amigos o con nuevos, y a su vez busca que las empresas puedan tener gran información de su público objetivo, por medio de actividades que permitan acercarse a estos de una manera innovadora y creativa.

A pesar de que a lo largo del tiempo la idea ha ido evolucionando y se ha ido modificando, transformando así la idea inicial en un negocio totalmente diferente, esta sigue conservando la misma propuesta de valor, ofrecer experiencias únicas y divertidas para sus clientes.

2.3. Objetivos y Cronograma

2.3.1. Objetivo General

Brindar a los adolescentes de Bogotá un espacio que fomente la diversión, el esparcimiento y la creación de nuevas amistades, compartiendo siempre el delicioso sabor de una pizza. Satisfaciendo así sus necesidades de entretenimiento garantizando así una experiencia agradable en el restaurante.

2.3.2. Objetivos Específicos

Para poder cumplir con nuestro objetivo general y así mismo con nuestra propuesta de valor hemos decidido crear los siguientes objetivos específicos:

- **Financieros**
 - Alcanzar el punto de equilibrio al finalizar el año de inauguración de The Funky Pizza.
 - Pagar deuda de inversión para el segundo año de inaugurado The Funky Pizza.

- **Comerciales**
 - Ser reconocidos y preferidos como uno de los mejores lugares de pizza para adolescentes al aparecer y tener calificaciones de 4 en adelante en plataformas como TripAdvisor, Restorando y Tulio Recomienda durante el primer año de funcionamiento.
 - Mejorar las alianzas con las empresas, atrayendo 3 empresas nuevas por año, para generar mejores beneficios a nuestros clientes.
 - Aumentar nuestro impacto en redes, generando 100 seguidores nuevos mensuales en las diferentes redes sociales.
 - Crecer un 10% de clientes suscritos anualmente.
 - Crear actividades de mercadeo innovadoras por lo menos dos veces al año, involucrando y beneficiando a nuestros clientes.

- **Producción**

- Proporcionar a nuestros clientes un servicio y un producto de calidad, y así cumplir con sus expectativas, generando así a los 6 meses mínimo 70% de satisfacción como calificación de nuestros clientes.
- Mantener una mejora continua mediante el uso frecuente de quejas y sugerencias dejadas por nuestro equipo de trabajo o clientes, haciendo una revisión mensual.
- Innovar permanentemente en los diferentes sabores de pizza, cronograma de actividades y eventos para mantener a nuestros clientes felices y con la idea de volver. Para esto se debe innovar en alguna de las tres opciones cada 3 meses.

2.3.3 Cronograma

Tabla 1
Cronograma actividades 1

Objetivo	Actividad	Descripción	Fecha
Comercial	Anteproyecto	Presentación de Bongos ante jurados de emprendimiento y retroalimentación de viabilidad del mismo.	Junio 18 de 2019
	Diseñador	Busqueda de diseñador para adquirir logo de Bongos en los diferentes formatos necesarios para publicidad.	Junio 19 a Junio 30 de 2019
	Logo	Revisión final de logo e impresión del mismo	Julio 30 de 2019
	Camara de comercio	Registro de The Funky Pizza ante la camara de comercio	Agosto 01 de 2019
	Superintendencia de Industria & Comercio	Registro de Marca & Logo de The Funky Pizza en la Superintendencia de Industria & Comercio	Agosto 01 de 2019
Financiero	Análisis Financiero	Terminar de analizar costos, gastos e inversión para poner en marcha el proyecto	Agosto 02 a 15 de 2019
Producción	Menú	Definición y elaboración del menú final que se ofrecerá a los clientes, selección de 80 sabores diferentes de pizza. Establecer bebidas a vender	Agosto 16 a 30 de 2019
Financiero	Préstamo	Presentación de proyecto a Bancos para solicitud de prestamo requerido como inversión para dar inicio al proyecto	Septiembre 01 a Noviembre 01 de 2019
Comercial	Local o casa	Busqueda del local apropiado para Bongos, el cual debe quedar en un lugar estratégicamente correcto para atraer a nuestros clientes	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2
Cronograma actividades 2

	Actividad	Descripción	Fecha
Comercial	Promoción de marca	Desarrollo de mercadeo y alianzas estratégicas para promocionar y atrapar los primeros clientes del restaurante	Enero 15 de 2020
Comercial	Marketing Experiencial	Desarrollo de actividades innovadoras que vinculen los posibles clientes con la marca, mediante experiencias.	Enero 15 a Junio 15 de 2020
Producción	Adecuación de local	Remodelación del espacio seleccionado para acomodar el restaurante según las necesidades que se tengan	Noviembre 02 a Diciembre 15 de 2019
Producción	Equipo tecnológico	Compra de maquinaria, equipo, muebles y enseres. Contratación de seguridad de entrada	Noviembre 15 a 30 de 2019
Producción	Ofertas laborales	Publicación de anuncio en plataformas de trabajo para reclutamiento de personal.	Noviembre 15 a 30 de 2019
Producción	Revisión de hojas de vida	Análisis de candidatos que aplicaron a las vacantes	Diciembre 01 a 10 de 2019
Producción	Pruebas personal	Elaboración de entrevistas, actividades y pruebas psicotécnicas para selección del personal	Diciembre 10 a 15 de 2019
Producción	Selección y contratación	Firma de contrato con los candidatos seleccionados	Diciembre 16 a diciembre 23 de 2019
Producción	Inducción	Inducción y presentación de la empresa a equipo de trabajo.	Enero 07 a 20 de 2020
Comercial	Inicio operaciones	Fiesta de inauguración de Bongos	Febrero 01 de 2020

Fuente: Elaboración Propia

3. CONCEPTO DE NEGOCIO

3.1. Propuesta de Valor

The Funky Pizza buscará concentrar jóvenes y adolescentes en su pizzería para que empresas nuevas o antiguas puedan interactuar de forma indirecta con ellos y así lograr un estudio de mercado económico y efectivo. Por otra parte, nos centraremos en ofrecer a nuestros clientes, experiencias divertidas y diferentes en cada una de sus visitas.

Para cumplir con su objetivo The Funky Pizza estará preparado para recibir todas las personas que quieran buscar una nueva forma de entretenimiento de una manera divertida y deliciosa. En él se venderá la entrada a disfrutar del “Rodizio de Pizza” por medio de un brazalete diario,

mensual o anual y se tendrá un menú para bebidas que inicialmente será solo con bebidas pero que buscará reformarse pronto para poder variar entre jugos, cervezas, gaseosas, etc.

Los diferentes brazaletes de entrada creados para que los clientes puedan disfrutar de lo que The Funky Pizza tiene preparado para ellos serán los siguientes:

- Brazaletes diario: permitirá entrada única a The Funky Pizza. Con este brazaletes el cliente podrá disfrutar de los diferentes sabores de pizza que se tengan disponibles ese día. Adicionalmente, dentro del lugar, los clientes que adquieran este brazaletes podrán hacer parte de las actividades que se tengan preparadas durante ese día. La gaseosa tendrá un costo adicional.
- Brazaletes Mensual: permitirá la entrada ilimitada al restaurante durante todo el mes a The Funky Pizza. Con este brazaletes el cliente podrá disfrutar de los diferentes sabores de pizza que se tengan disponibles ese día y una gaseosa por cada día, las demás serán cobradas adicionalmente. Dentro del lugar los clientes que adquieran este brazaletes podrán hacer parte de las actividades que se tengan preparadas durante el día. Adicionalmente, tendrán prioridad a la hora de inscripción y asistencia a eventos especiales.
- Brazaletes Anual: permitirá la entrada ilimitada al restaurante durante todo el año a The Funky Pizza. Con este brazaletes el cliente podrá disfrutar de los diferentes sabores de pizza que se tengan disponibles ese día y dos gaseosas por entrada. Dentro del lugar los clientes que adquieran este brazaletes podrán hacer parte de las actividades que se tengan preparadas durante el día. Adicionalmente, tendrán prioridad a la hora de inscripción y asistencia a eventos especiales y se crearán regalos y ofertas especiales para celebrar momentos únicos de nuestros suscriptores anuales.

Si los clientes suscritos desean invitar a alguien, tendrán que pagar el brazalete diario, así mismo será si desean beber algo diferente a gaseosa o adquirir otro producto.

Para garantizar al cliente que su experiencia sea inigualable cada día, The Funky Pizza tendrá diferentes actividades ya planificadas y pensadas que variarían para satisfacer los diferentes gustos que tienen nuestros clientes. Las actividades iniciales que se tendrán preparadas son:

- Torneos: dentro de The Funky Pizza se tendrá una zona con consola de videojuegos, las cuales podrán ser usadas por turnos por todos los clientes dentro del restaurante. Pero se realizarán torneos de juegos como Halo, FIFA, Fortnite, etc., en los cuales solo podrán participar los clientes que compren su membresía mensual o anual.
- Juegos de Mesa: se tendrán dispuestos para los clientes diferentes juegos de mesa, que se pueden jugar con un grupo de amigos determinado o que se distribuirán de tal manera que se permita conocer nuevas personas. Entre estos juegos se podrá ver Parqués, Ajedrez, UNO, Escalera, Jenga, Monopolio, Twister, etc.
- Intercambio de Idiomas: se realizarán días en los que se buscará generar conversaciones en diferentes mesas para practicar distintos idiomas mientras se degusta una pizza. Para esto se buscarán profesores o nativos de idiomas como inglés, francés, italiano, español, alemán, etc.
- Eventos: se realizarán eventos donde los clientes interactuarán con diferentes productos nuevos para el mercado que traerán las empresas aliadas, en dichos eventos será prioridad la entrada de los clientes suscritos al lugar. Estos eventos buscarán tener experiencias únicas que los harán identificarse con las diferentes marcas que se presentarán.

- Presentaciones en vivo: se realizarán diferentes presentaciones en vivo para mostrar los nuevos talentos salientes, igualmente se podrán realizar tardes de Karaoke, entre otras actividades sobre una pequeña tarima.

Todas estas actividades buscarán siempre que los consumidores tengan cómo pasar su tiempo de una manera distinta y nueva, generando experiencias únicas, divertidas y entretenidas, que les permitirá conocer nuevas personas o simplemente disfrutar y crear excelentes recuerdos con sus amigos.

Al crear una opción llamativa para los jóvenes y adolescentes, The Funky Pizza será un lugar concurrido, pues se pretende tener a los clientes siempre interesados y enganchados al restaurante con las diferentes actividades y experiencias; así no perderán las ganas de volver al restaurante y se generará fidelización. Por esta razón, se les ofrecerá a las empresas la opción de testear sus productos, servicios o marca a un alto nivel de personas; y así poder realizar pruebas de mercado, investigación de mercados o lanzamientos y testeos con los productos salientes.

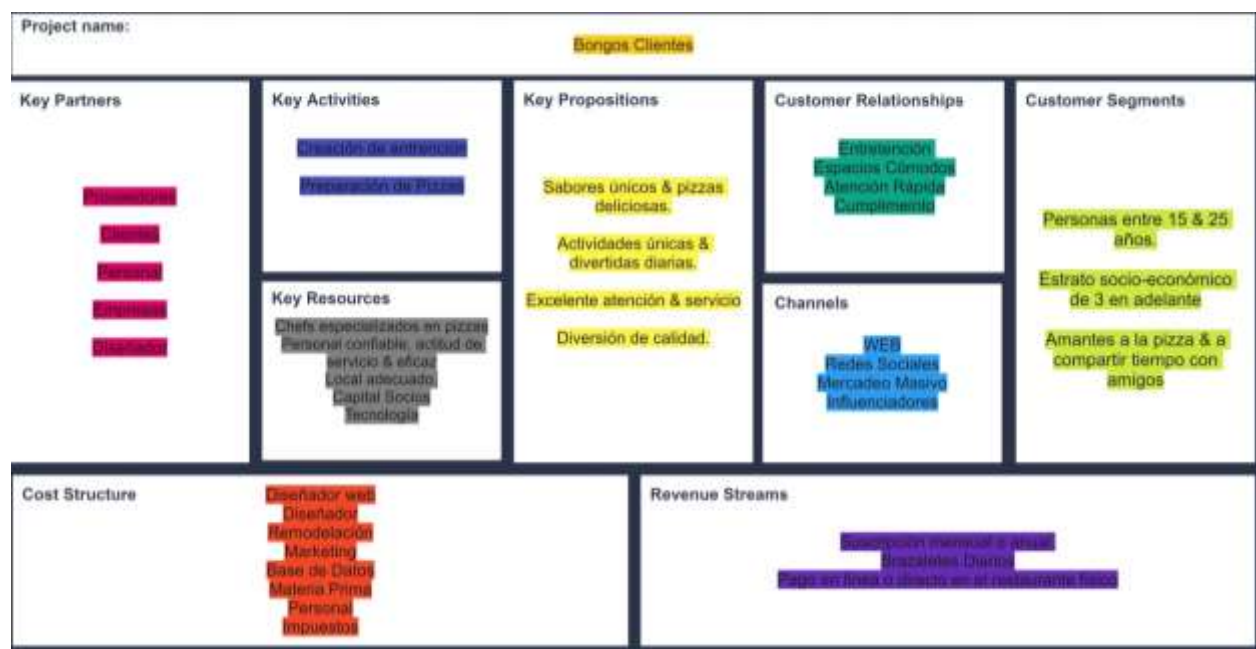
3.2. Modelo de Negocio

The Funky Pizza quiere convertirse en el lugar de moda para los jóvenes y adolescentes, es por esto que tendrá un modelo de negocios enfocado a las suscripciones mensuales o anuales. Esta suscripción permitirá a la persona suscrita a tener privilegios en eventos y disfrutar de comidas, bebidas y entradas al restaurante ilimitadas, y otros beneficios sorpresa que se les informará a lo largo del año.

Sin embargo, se brindará la opción a los clientes de pagar entrada diaria, en donde se les permitirá participar en las actividades del día y podrán comer y beber ilimitadamente dentro del restaurante.

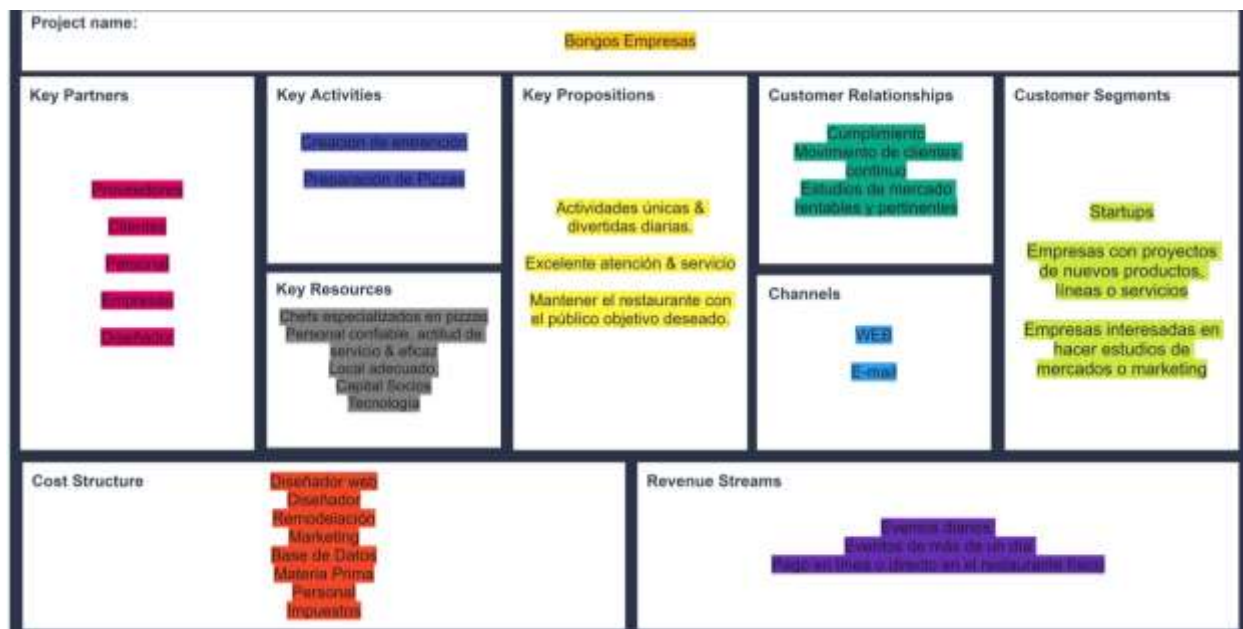
Por otro lado a las empresas se les cobrará dependiendo del evento y los días en los que quieran tener presencia e interacción con los clientes.

Tabla 3
Canvas de The Funky Pizza para los clientes



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4
 Canvas de The Funky Pizza para las empresas



Fuente: Elaboración Propia

3.3. Orientación Estratégica

3.3.1. Propósito

El objetivo de este proyecto es crear un lugar de entretenimiento, en donde los estudiantes puedan reunirse para “pasar el rato”, un lugar para conocer personas nuevas y tener una opción diferente dentro de la ciudad, que a su vez les permita escoger entre diferentes actividades únicas y divertidas.

Por otro lado, le brindará a las empresas la oportunidad de tener en un solo lugar su segmento objetivo y ponerlos a interactuar con sus nuevos productos y así se podrá recolectar información que será analizada luego.

3.3.2. Meta

Con este proyecto queremos lograr ser uno de los lugares preferidos por los jóvenes y adolescentes en la ciudad de Bogotá.

Para el primer año buscaremos tener por lo menos 500 suscritos, una vez se alcance ese número de suscritos, se buscará empezar a trabajar junto con las empresas

The Funky Pizza será una empresa juvenil, por esto tendrá su propia estrategia de mercadeo, en donde se realizarán actividades para fomentar la cultura The Funky Pizza y se crearán diferentes redes sociales para crear nuestra propia comunidad.

3.3.3. Filosofía orientadora

3.3.3.1. Misión

Convertimos tus momentos de aburrición en momentos de diversión.

3.3.3.2. Visión

Con el equipo más comprometido lograremos posicionamiento y reconocimiento, en nuestros clientes y aliados estratégicos, promoviendo nuestros valores alineados con nuestros emocionantes objetivos

3.3.3.3. Valores

- ✓ **Gratitud:** siempre hay un motivo para dar las gracias
- ✓ **Amistad:** mezcla entre la confianza y la lealtad
- ✓ **Serviciales:** enfocados a ser extraordinariamente buenos en la atención.
- ✓ **Compromiso:** buscamos siempre ser los mejores, enfocados siempre en dar lo mejor de nosotros.
- ✓ **Pasión:** siempre hacemos todo desde el corazón.

3.3.3.4. Creencias

- ✓ Creemos en la total capacidad de nuestro equipo, confiamos en su dedicación y compromiso, para hacer de The Funky Pizza un espacio único y, divertido en el que cada persona se sienta feliz.

- ✓ Creemos en el respeto y la tolerancia de los clientes, además de la honestidad en las opiniones que ellos brindan para hacer de The Funky Pizza un lugar sostenible.

3.3.4. Imagen Tangible

3.3.4.1. Página Web

Para facilidad de los usuarios se tendrá disponible una página web de The Funky Pizza, en donde se podrá adquirir información del negocio y se podrán hacer los pagos de las suscripciones, inicialmente la página web será la siguiente <https://vivis15963.wixsite.com/thefunkypizza> y se verá de la siguiente manera:

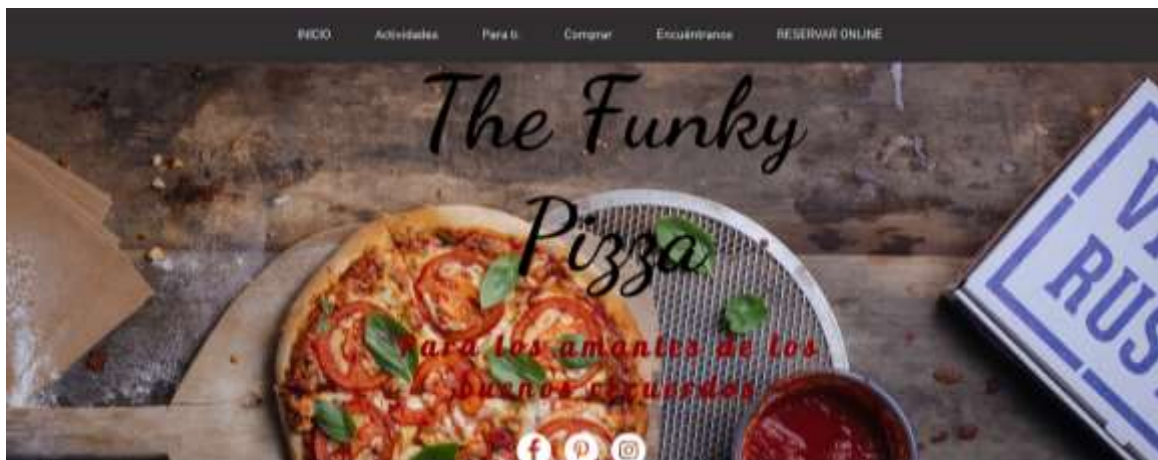


Ilustración 1. The Funky Pizza página inicial. Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 2. The Funky Pizza actividades 1. Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 3. The Funky Pizza actividades 2. Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 4. Explicación The Funky Pizza. Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 5. The Funky Pizza brazaletes. Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 6. The Funky Pizza contacto. Fuente: Elaboración Propia

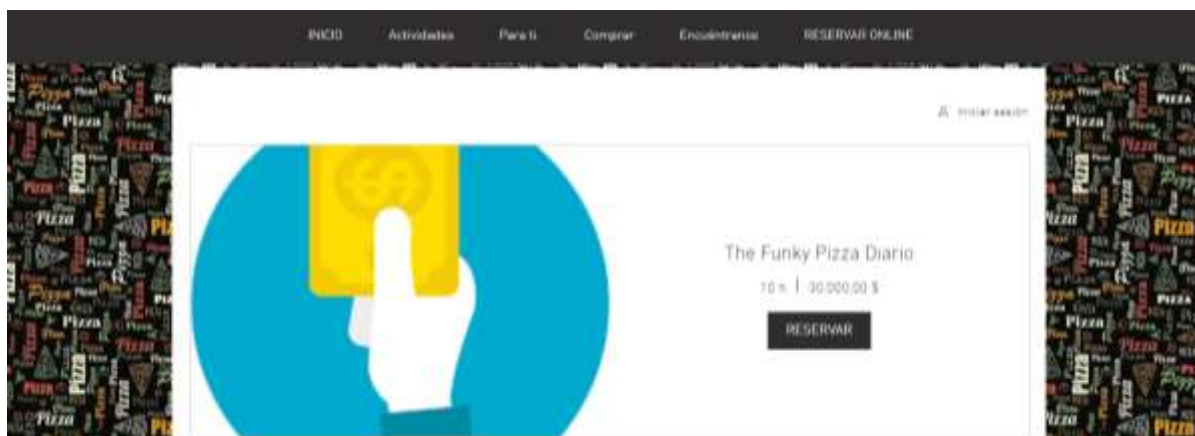


Ilustración 7. The Funky Pizza diarios. Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 8. The Funky Pizza mensual. Fuente: Elaboración Propia

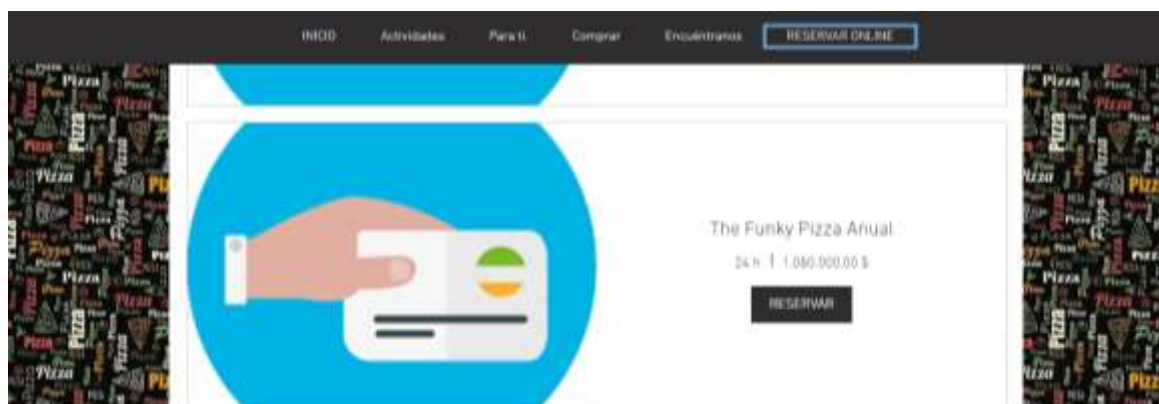


Ilustración 9. The Funky Pizza anual. Fuente: Elaboración Propia

3.3.4.2. Logo

Para The Funky Pizza se buscó un logo que mostrara tranquilidad, comodidad y diversión, un logo que estuviera a la vanguardia y representara modernidad, un logo que con verlo se quede guardado en la mente de las personas generando así reconocimiento y posicionamiento dentro del mercado. Fue así cómo se llegó a lo que hoy en día es el logo de The Funky Pizza:



Ilustración 10. . Logo The Funky Pizza. Fuente: Elaboración Propia

4. PRODUCTO Y SERVICIO

The Funky Pizza es un modelo de negocio nuevo que buscará atender, entender y satisfacer las necesidades tanto de las personas que atiendan al restaurante como de las empresas. Se creará para satisfacer las necesidades de entretenimiento y esparcimiento de los adolescentes de Bogotá y

así mismo ayudar a las empresas con los estudios de mercado que sean necesarios, ya sea con promoción de productos, reconocimiento de marca, entre otros.

De esta manera The Funky Pizza generará dos fuentes de ingresos. Por un lado se cobrará a los estudiantes la entrada al lugar por medio de un brazalete diario o una suscripción que puede ser mensual o anual. Dentro del restaurante los muchachos podrán comer toda la pizza que quisiesen y disfrutar de las actividades que se tengan disponibles para ellos, como juegos en consolas, juegos de mesa, películas, series o shows en vivo. Nuestras pizzas serán las más ricas e innovadoras, pues se realizarán en horno de leña y se tendrá un menú con más de 80 sabores distintos, que se rotarán semanalmente para que nuestros clientes puedan probarlos todos. Las bebidas se cobrarán adicional al servicio prestado, de esta manera se tendrá un ingreso adicional y se podrá llevar un mayor control.

Por otro lado, se generará un ingreso adicional al trabajar con las empresas, para esto se necesitará que The Funky Pizza sea muy reconocido y tenga un movimiento realmente impactante. Una vez se tenga este movimiento se empezará a ofertar el lugar a las empresas para que puedan realizar investigaciones de mercado con las personas que se encuentran allí. Estas investigaciones no podrán ser tan invasivas pues no se querrá molesta a los clientes, así que deberán ser propuestas creativas e innovadoras que de cierta manera hagan disfrutar más al adolescente en su estadía en The Funky Pizza. Algunas de las actividades que se podrán realizar son pruebas gratis del producto, presentación del producto, testeo de producto, entre otros.

Dependiendo de la actividad que necesite la empresa se cobrará por día o por acción realizada gracias al impacto de The Funky Pizza.

5. ANÁLISIS DEL MERCADO

5.1 Descripción del Entorno de Negocios

5.1.1. Sector gastronómico.

El sector gastronómico en Colombia ha sido uno de los que se ha ido fortaleciendo en los últimos años, para el 2015 el sector tuvo un incremento del 22% con 90.000 restaurantes (Ortegón, 2015), lo que ha permitido generar empleo en el país; con un impacto de tal alcance que, según la presidente ejecutiva nacional de Acodres, Claudia Barreto González, el sector gastronómico ha aportado aproximadamente 3.6% al sector turismo, que a su vez ha mantenido una tendencia positiva en la contribución del PIB (Ortegón, 2015).

Este sector se ha fortalecido con la entrada de inversión extranjera que ha permitido el aumento del turismo en el país, gracias a esto se ha cambiado, renovando e innovando en el sector gastronómico, generando así más restaurantes que se van acoplando a las necesidades de cada uno de los diferentes tipos de consumidores, como ejemplo se encuentran más de 130 restaurantes en Bogotá y sus alrededores que son petfriendly. (Ortegón, 2015).

Actualmente las familias como actividad de unión familiar prefieren almorzar en restaurantes y no preparar comida en casa (Colprensa, 2017). Para cumplir con las expectativas de los consumidores, los restaurantes han tenido que ir modificando la capacidad dentro de ellos, Actualmente los establecimientos más visitados se encuentran en Zona G, Zona T y Usaquén, debido a que su capacidad es mayor que en el resto de lugares.

Las nuevas tendencias en el mercado se dirigen hacia la comida rápida, comida en restaurantes para turistas y negociantes, y, adicionalmente, se evidencia un aumento en la comida gourmet por la nueva honda fitness.

Enfocándonos en el sector de las comidas rápidas, más específicamente en el de las pizzas, este ha tenido grandes cambios por compra y ventas de franquicias importantes como lo son Archies, Domino's Pizza y Pizza Hut; además se ha visto afectado por los altos precios de los arriendos de los locales, el precio del dólar y la gran competencia de pizzerías y productos sustitutos que se encuentran en Bogotá.

Pese a todos estos inconvenientes se espera un crecimiento en el sector del 6% promedio anual para el 2020 (Garzón, 21), donde actualmente se están generando 700.000 millones de pesos en el año, por medio de las grandes cadenas, locales de barrio, ventas ambulantes y productos pre-preparados (El Tiempo, 26).

La Pizza ha generado una tendencia creciente en los últimos años, tanto así que el 9 de febrero fue declarado el día internacional de la pizza en Estados Unidos y en el mundo (Days of the year, 2017). Esto ha generado que los países saquen mayor variedad e innoven en este producto, como por ejemplo, el número de pizzas lanzados a nivel mundial con una demanda sin gluten se disparó 58% entre 2012-15, el número de lanzamientos de pizza que contienen harina de arroz como ingrediente alternativo al trigo aumentó del 78% al 90% entre 2014 y 2015. Europa ha sido considerada como el líder en lanzamientos globales de pizza (Industria Alimenticia, 11).

5.1.2. Entretenimiento en Bogotá

Por otro lado, encontramos que en Bogotá para el 2014 la población total entre los 14 y 28 años era de 1'939.565 jóvenes y se proyecta que para el 2020 se tenga un total de 1'950.737 jóvenes (DANE, Observatorio derechos de la juventud, 2014). Para este público las actividades principales que se ofertan en la ciudad como entretención para su tiempo libre que se encontraron, basándonos en los resultados de un buscador que clasifica las actividades según su popularidad y cercanía, fueron las siguientes:

- Lugares religiosos y sagrados.



Ilustración 11. Lugares religiosos y sagrados. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Naturaleza y parques.



Ilustración 12. Naturaleza y parques. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Monumentos y lugares de interés



Ilustración 13. Monumentos y lugares de interés. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Tours y boletos destacados



Ilustración 14. Tours y boletos destacados. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Museos



Ilustración 15. Museos.. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Lugares históricos



Ilustración 16. Lugares históricos. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Las cosas que hacer más populares



Ilustración 17. Las cosas que hacer más populares. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Tours culturales y temáticos



Ilustración 18. Tours culturales y temáticos. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Iglesias y catedrales



Ilustración 19. Iglesias y catedrales. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Edificios con valor arquitectónico



Ilustración 20. Edificios con valor arquitectónico. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Tours de medio día



Ilustración 21. Tours de medio día.. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

- Conciertos y espectáculos



Ilustración 22. Conciertos y espectáculos.. Fuente: (TripAdvisor, 2017)

Con la información anterior se identificó una situación en la que los jóvenes no tienen mayor diversidad de actividades dentro de Bogotá pues las exposiciones o temas en museos y demás centros culturales son poco llamativos o interesantes debido a la manera en que muestran o exponen sus obras. Por otro lado, las otras actividades culturales o sociales requieren de desplazamientos a pueblos cercanos y grandes gastos; limitándolas así a cines, restaurantes y bares. Esta información nos llevó a entender que los jóvenes están restringidos a realizar planes principalmente en bares y discotecas; y si quieren realizar actividades diurnas que no requieran de bebidas alcohólicas o cédula, cuentan solo con visitas a centros comerciales, restaurantes y cines.

De esta manera, podemos concluir que actualmente en Bogotá no existen muchas opciones de actividades de sano entretenimiento, es establecimientos físicos, para elegir o hacer por los jóvenes de 16 a 25 años de edad.

5.2. Descripción del Mercado

5.2.1. Segmento objetivo

Para The Funky Pizza se tiene dos tipos de usuarios distintos, los primeros usuarios son estudiantes de universidades, de estrato 4 en adelante, que quieren buscar diferentes actividades para realizar solos o acompañados en su tiempo libre en la ciudad de Bogotá. Además, a estos estudiantes les gusta comer pizza y quieren experimentar diferentes sabores sin tener que gastar mucho dinero.

Los mayores dolores que presentan los estudiantes, son:

- Imposibilidad de poder probar diversos y nuevos sabores de pizza de una manera libre y económica, pues la única forma para poder cambiar los sabores tradicionales (Pollo & champiñón, carnes y hawaiana) es compartiéndola o dividiéndola con sus acompañantes con el fin de disminuir costos.
- No encontrar espacios entretenidos y modernos que les permitan realizar diversas actividades y compartir tiempo con los distintos grupos de amigos o que les permita de una manera más fácil y entretenida generar nuevas amistades.

Los estudiantes se encuentran en sus casas con sus familias o en las universidades con sus amigos, pensando hacia dónde se van a dirigir a comer o “pasar el rato”; también se pueden encontrar recorriendo la ciudad en busca de una actividad diferente por hacer.

Los estudiantes buscan lugares por internet, buscan opiniones u opciones preguntándoles a sus familiares o amigos, son personas que a través de las aplicaciones buscan los restaurantes acorde a la ubicación o la puntuación que han ido adquiriendo por otros comensales, muchas veces estos estudiantes suelen dirigirse a lugares a donde ya había ido anteriormente y están en constante búsqueda de nuevos lugares en los que se pueda pasar un rato agradable con su grupo de amigos.

Los estudiantes tienden a sentirse frustrados por no tener una actividad diferente por hacer, por otro lado, en las pizzerías actuales se encuentran indecisos y frustrados por no saber cuál sabor escoger dentro de toda las opciones que le pueden brindar y que el usuario quiere probar y no puede.

El problema de los estudiantes se presenta usualmente cada fin de semana en la ciudad de Bogotá, o en el momento de querer hacer algo diferente por alguna celebración o por estar sin nada más que hacer.

Por otra parte, el segundo usuario son las empresas, las cuales quieren un lugar en donde puedan realizar diferentes pruebas o investigación de mercado con un segmento objetivo específico.

El mayor dolor que presentan las empresas, especialmente las startups o las empresas con nuevos productos, servicios o líneas, se encuentra al momento de realizar una investigación de mercado. Actualmente las empresas que quieran realizar un nuevo proyecto, deben contratar una empresa para que les ayude a obtener información de su segmento objetivo por medio de encuestas, focus group, entre otras actividades; pero muchas veces esta información recolectada no es verídica, pues los participante de las actividades, en la mayoría de las veces, dan información que la empresa quiere obtener y no la que verdad piensan del producto; esto se debe a que las personas buscan tener su incentivo el cual puede ser monetario o con productos.

Las empresas se encuentran ubicadas en la ciudad de Bogotá, pueden ser empresas constituidas legalmente o que se encuentran en proceso de construcción, por lo que pueden estar ubicadas en cualquier barrio, universidades o en espacios de co-working.

Para poder realizar estos estudios de mercado, las empresas buscan en internet a personas capacitadas y con buen manejo de investigación de mercado, tienen relaciones con empresas de investigación y estudios de mercado, buscan en la calle a su público objetivo, hacen networking con otras empresas o trabajan en espacios de co-working.

Este tipo de empresas suelen sentir frustración al tener pocos datos recolectados o al manejar información que no es 100% verás, suelen lanzar productos o servicios que no son acorde al segmento y suelen tener un gasto o pérdidas asociado a información que no sea contundente.

El problema de las empresas se presenta al momento de realizar un estudio de mercado para poder lanzar una nueva línea de productos, un nuevo producto, un nuevo servicio. Otras empresas tienen el problema de estarse lanzando al mercado y quererse dar a conocer, pero no tener una retroalimentación de vuelta hace que no sepan si el producto va a tener éxito en el mercado o si va a tener una vida corta.

5.2.2. Necesidades

Para los dos segmentos objetivos mencionados anteriormente, se pueden encontrar demarcadas dos grandes necesidades:

- **Empresas:** muchas de las compañías invierten un capital en investigación de mercados y experiencia al consumidor alrededor de \$3'000.000 por una investigación sencilla y hasta

\$20'000.000 por investigaciones a profundidad, pero para las mismas empresas es difícil encontrar el lugar para entrar en contacto con los mismos clientes y que se tenga una mejor experiencia adicional al producto o servicio que se ofrece.

Para la mayoría de empresas una buena investigación de mercado da como resultado el éxito del producto o servicio que se esté lanzando y el entendimiento de su grupo objetivo puede llevar a cubrir por completo las necesidades de los segmentos y satisfacer la búsqueda del mismo.

Es evidente que en los últimos años la investigación cuantitativa ha ido ganando protagonismo, especialmente debido al crecimiento de la investigación online. Pero, en este contexto, resulta obligatorio destacar que cada vez se observa una mayor integración de las metodologías, por lo que separarlas para reflexionar sobre su alcance será más difícil. (...) No obstante, cada vez existe mayor interrelación entre las acciones online y las offline. Es difícil distinguir entre estrategias on y off porque el consumidor no percibe esa diferenciación. Por ejemplo, busca en Internet servicios y productos que se disfrutan en el “mundo físico”, se compra en tiendas físicas bienes o servicios de los que se informa online, o se compra por Internet productos que se prueban en la tienda física (showrooming). (Guanes, 2016)

- **Jóvenes:** las opciones de actividades sanas para millennials, entre 16-25 años, son limitadas y escasas, la población de millennials en Colombia es alrededor del 32% y no todas las empresas están consciente de su comportamiento o sus gustos.

Es por esto que las actividades no están satisfaciendo la oportunidad de sociabilización que estos consumidores quieren tener.

En la siguiente infografía se mostrará más de las tendencias de los millennials demostrando una clara tendencia por las preferencias de consumo y los principales temas de interés en los que se enfocan este grupo objetivo:

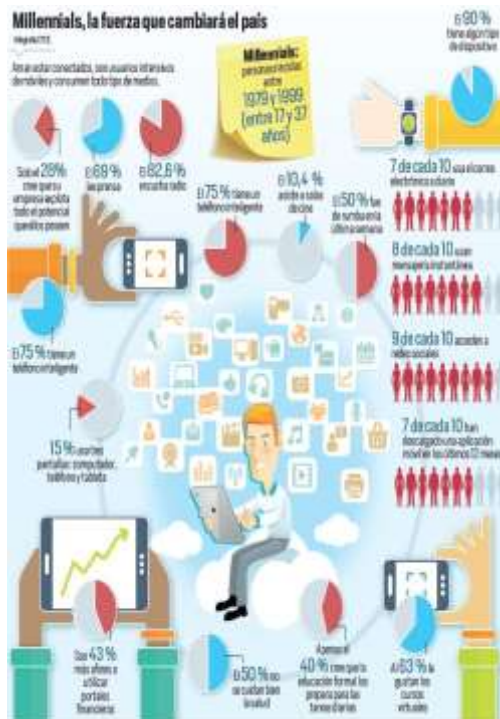


Ilustración 23. Conciertos y espectáculos.. Fuente: (El Tiempo, 2016)

5.2.3. Perfil de usuario

A través de una encuesta realizada a 69 personas entre 15 y 25 años de edad estudiantes o egresados de diferentes universidades o colegios, se pudo completar el perfil de nuestros posibles usuarios y validar si dentro de este target la idea es llamativa. Estos fueron los resultados:

- Perfil demográfico: Nuestros clientes principales serán aquellos que tengan entre 15 -20 años de edad y se encuentran estudiando en los últimos semestres de la universidad principalmente o ya en su primer empleo como egresados. Estos adolescentes aunque se encuentran viviendo dispersamente por las distintas localidades de Bogotá, primordialmente se encuentran ubicados en la localidad de Suba y no encontró una muestra importante que nos indicara si dirigir todo hacia uno solo género pues ambos se sienten atraídos de igual manera por la idea de negocio.

Así mismo, esta encuesta nos hizo entender que nos teníamos que enfocar en 11 principales localidades para hallar el tamaño de mercado, las cuales son: Usaquén, Chapinero, San Cristóbal, Bosa, Kennedy, Engativá, Suba, Barrios Unidos, Teusaquillo, La Candelaria y Ciudad Bolívar. Pero principalmente nos enfocaremos en las localidades de Suba, Usaquén y Engativá; es por esto, que decidimos que nos encontraremos ubicados en barrios como Colina, Cedritos o Usaquén.

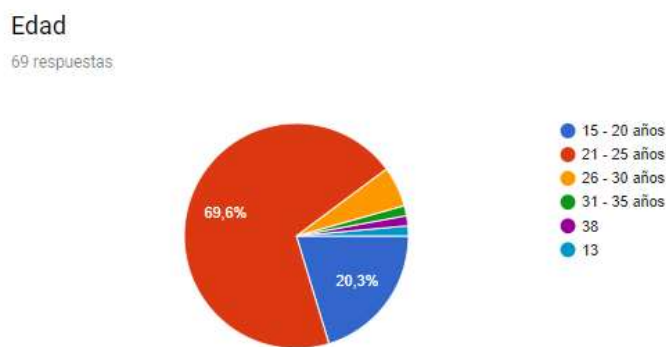


Ilustración 24. Edad Target. Fuente: Elaboración Propia

Género

69 respuestas

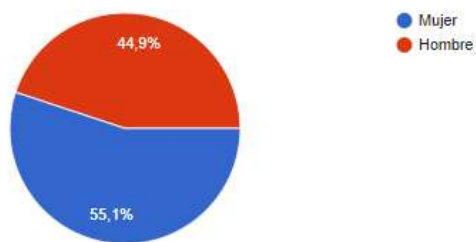


Ilustración 25. Género Target. Fuente: Elaboración Propia

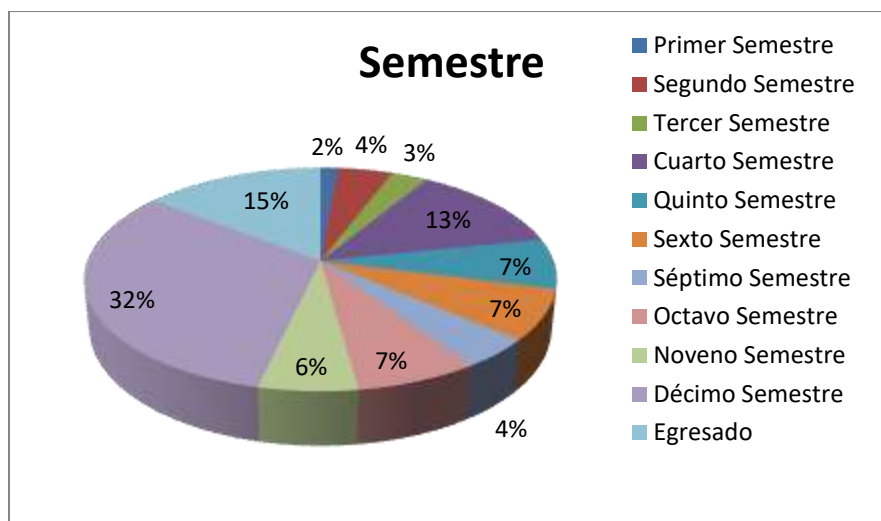


Ilustración 26. Ocupación Target. Fuente: Elaboración Propia

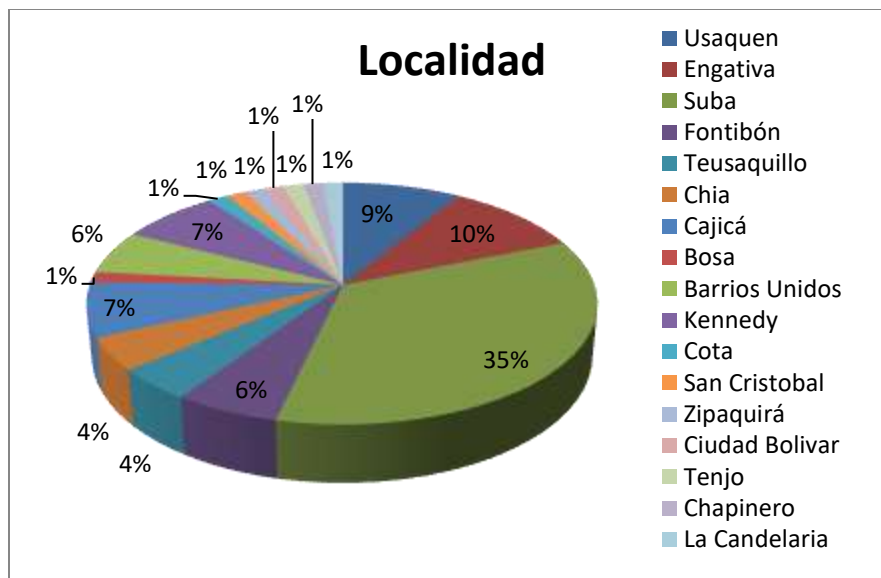


Ilustración 27. Ubicación Target. Fuente: Elaboración Propia

- Perfil Psicográfico: Pudimos identificar que a nuestro futuro cliente le gusta salir con sus amigos cada semana y dentro de las distintas opciones que hay en Bogotá, ellos principalmente salen a restaurantes.

Dentro de sus preferencias casi el 100% gusta de la pizza ya que la comen cada mes y estarían dispuestos a pagar aproximadamente por un precio de \$30.000 un “all you can eat” de pizza.

Con esta información pudimos definir que nuestros clientes amarían encontrar una opción de Rodzio (el cual se explica como un “all you can eat” debido a que es más conocida la práctica de esa manera en Colombia), a la cual podrían ir mensualmente para poder compartir con sus amigos las diferentes actividades, juegos y sabores de pizza únicos que se tengan en el restaurante.

Así mismo pudimos definir el precio de nuestro brazalete diario que será de \$30.000 y entender que ese sería nuestro producto estrella, ya que los mismos adolescentes expusieron su interés en ir una vez al mes al restaurante.

Toda esta información nos ayudó a entender el comportamiento de nuestros clientes, validar la idea y la aceptación de la misma en nuestro segmento objetivo y por último a delimitar nuestro tamaño de mercado.

1. ¿Cuál es la actividad que más te gustan hacer con tus amigos en la tarde?

69 respuestas

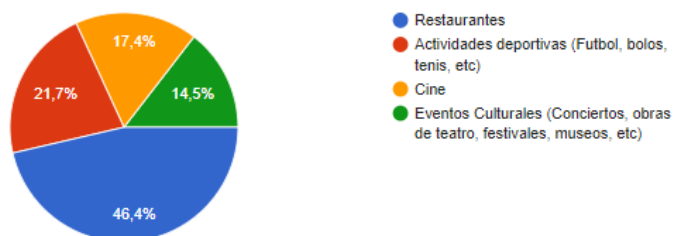


Ilustración 28. Actividades favoritas del Target. Fuente: Elaboración Propia

2. ¿Cada cuánto haces esta actividad?

69 respuestas

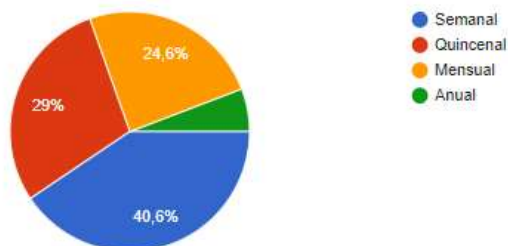


Ilustración 29. Frecuencia de realización de la actividad del Target. Fuente: Elaboración Propia

3. ¿Te gusta la pizza?

69 respuestas



Ilustración 30. Validación preferencia de la pizza del Target. Fuente: Elaboración Propia

4. ¿Cada cuánto come pizza?

59 respuestas

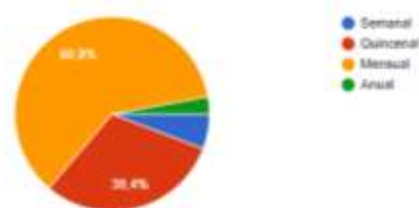


Ilustración 31. Frecuencia de consumo de pizza del Target. Fuente: Elaboración Propia

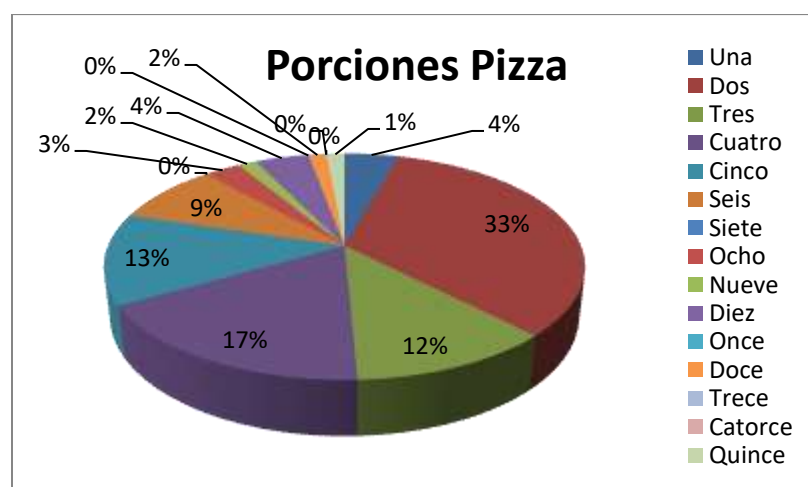


Ilustración 32. Cantidad de porciones de pizza a comer por el Target. Fuente: Elaboración Propia

2. ¿Le llamaría la atención un Rodizio de pizza?

69 respuestas

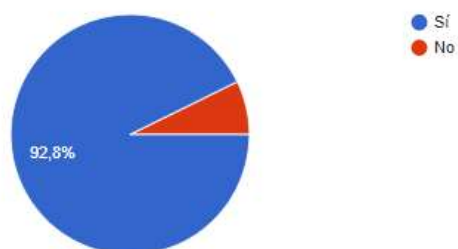


Ilustración 33. Validación del Rodizio en el Target. Fuente: Elaboración Propia

3. ¿Pagaría por este Rodizzio de pizza?

69 respuestas

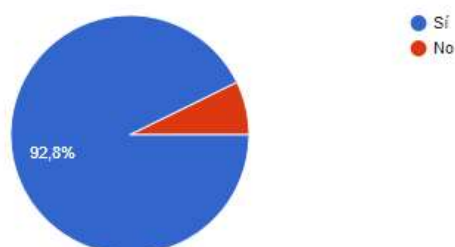


Ilustración 34. Validación de compra del Rodizio en el Target. Fuente: Elaboración Propia

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un día en Bongos, con las actividades y el Rodizzio de pizza incluido?

69 respuestas



Ilustración 35. Precio a pagar escogido por el Target. Fuente: Elaboración Propia

5. ¿Cada cuánto iría?

69 respuestas

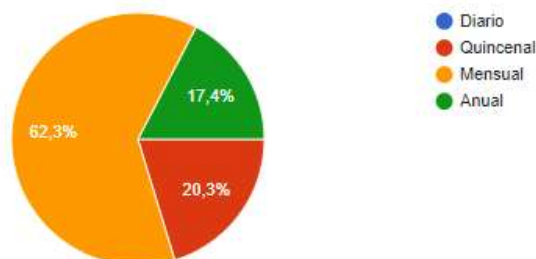


Ilustración 36. Frecuencia de visita a The Funky Pizza por el Target. Fuente: Elaboración Propia

- Tipos de clientes: Al finalizar la encuesta y analizarla, entendimos que hay dos tipos de clientes. Los primeros son todos aquellos que están interesados en la idea de negocio y que quisieran ir una vez al mes, es decir el 98% de los participantes. Ellos mismos son los que de una u otra manera pensarían en pagar una suscripción en el restaurante para estar conectados a The Funky Pizza todo el tiempo.

Los segundos son aquellos los cuales solo con escuchar sobre The Funky Pizza ya encuentran una conexión directa y serían como nuestros “early adopters”, los cuales ya podemos identificar porque serían como nuestros amantes y promotores de la marca. Este total de consumidores representan el 31% de los participantes de la encuesta, pues sin dudar lo se suscribirían y nos dejaron los correos electrónicos para tener información más precisa y oportuna.

8. ¿Le interesaría suscribirse al Restaurante?

69 respuestas

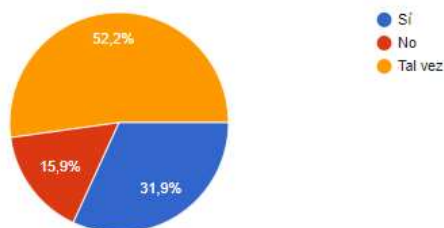


Ilustración 37. Posible suscripción a The Funky Pizza por el Target. Fuente: Elaboración Propia

5.2.4. Tamaño del mercado

Para The Funky Pizza su principal segmento son los estudiantes, pues ellos son los que crearán fidelidad, lealtad, seguridad y confianza en la marca; y gracias a los jóvenes es que se tendrá un público fijo con los cuales se podrá hacer estudios o publicidad de otras empresas. Para el final del 2017 en la ciudad de Bogotá se encontraban 1.948.436 adolescentes de edades entre 13 hasta los 30 años (DANE, Juaco, 2018) y se proyecta un crecimiento de 300.000 para el año 2019. Los millenials de 15 a 25 años se encuentran distribuidos por localidades de la siguiente manera:

- Usaquén: El total de habitantes para esta localidad es de 475.275 (Distrital, 2018), de los cuales 66.962 están dentro de los 15 y 25 años.

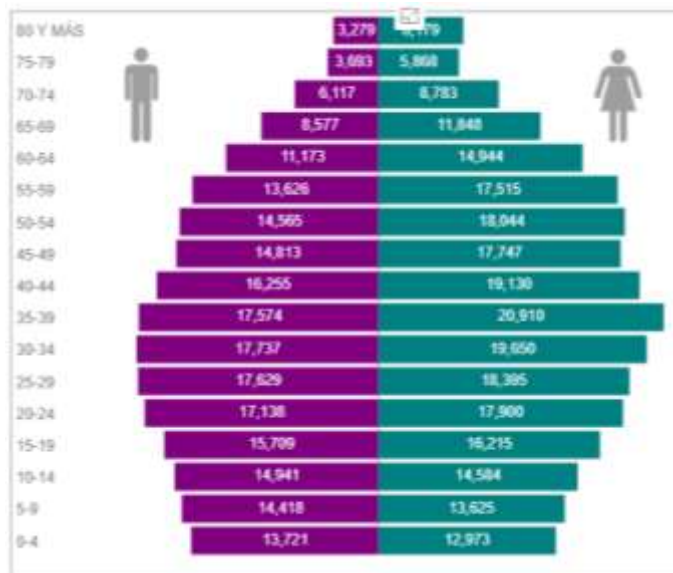


Ilustración 38. Pirámide Poblacional Usaquéen 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Chapinero: El total de habitantes para esta localidad es de 126.192 (Distrital, 2018), de los cuales 16.712 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 39. Pirámide Poblacional Chapinero 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Santa Fe: El total de habitantes para esta localidad es de 93.857 (Distrital, 2018), de los cuales 14.571 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 40. Pirámide Poblacional Santa Fe 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- San Cristóbal: El total de habitantes para esta localidad es de 392.220 (Distrital, 2018), de los cuales 14.571 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 41. Pirámide Poblacional San Cristóbal 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Usme: El total de habitantes para esta localidad es de 342.940 (Distrital, 2018), de los cuales 61.527 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 42. Pirámide Poblacional Usme 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Tunjuelito: El total de habitantes para esta localidad es de 186.383 (Distrital, 2018), de los cuales 29.431 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 43. Pirámide Poblacional Tunjuelito 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Bosa: El total de habitantes para esta localidad es de 753.496 (Distrital, 2018), de los cuales 132.132 están dentro de los 15 y 25 años.

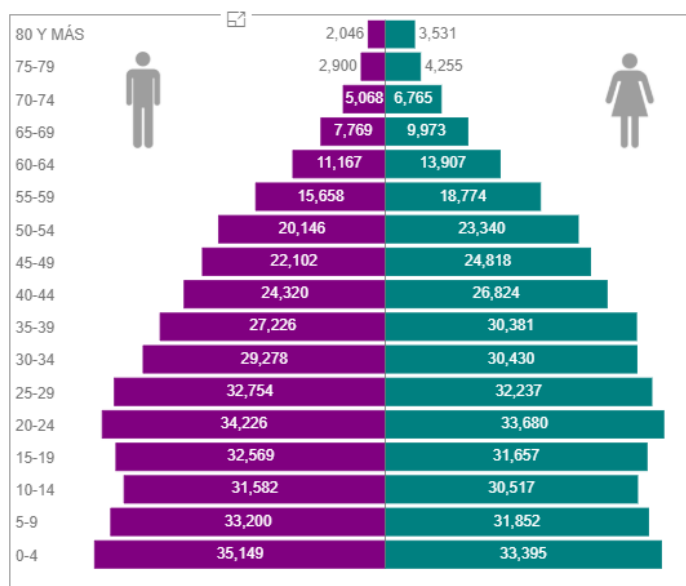


Ilustración 44. Pirámide Poblacional Bosa 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Kennedy: El total de habitantes para esta localidad es de 1'230539 (Distrital, 2018), de los cuales 199.431 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 45. Pirámide Poblacional Kennedy 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Fontibón: El total de habitantes para esta localidad es de 424.038 (Distrital, 2018), de los cuales 65.197 están dentro de los 15 y 25 años.

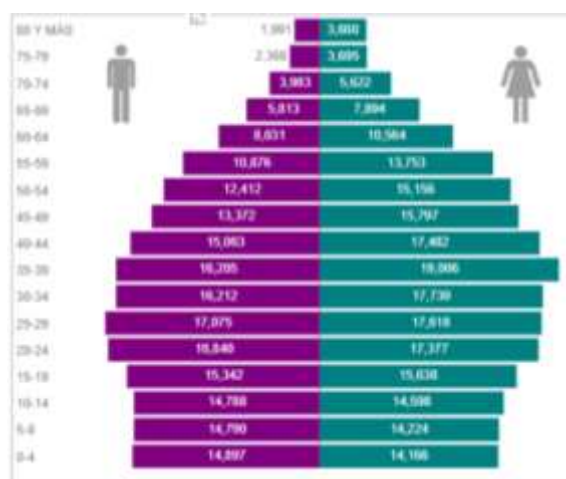


Ilustración 46. Pirámide Poblacional Fontibón 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Engativá: El total de habitantes para esta localidad es de 883.319 (Distrital, 2018), de los cuales 132.531 están dentro de los 15 y 25 años.

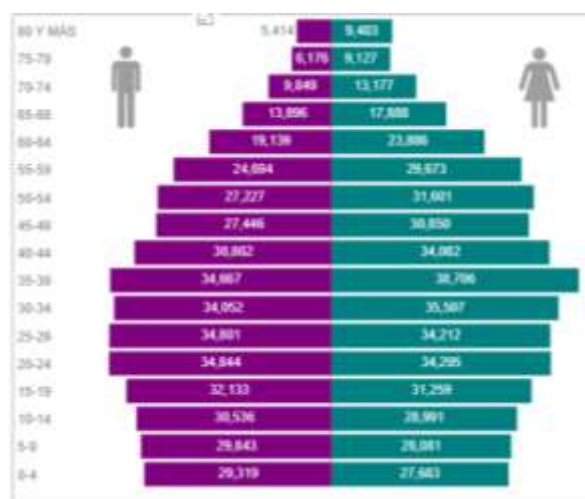


Ilustración 47. Pirámide Poblacional Engativá 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Suba: El total de habitantes para esta localidad es de 1'315.509 (Distrital, 2018), de los cuales 205.427 están dentro de los 15 y 25 años.

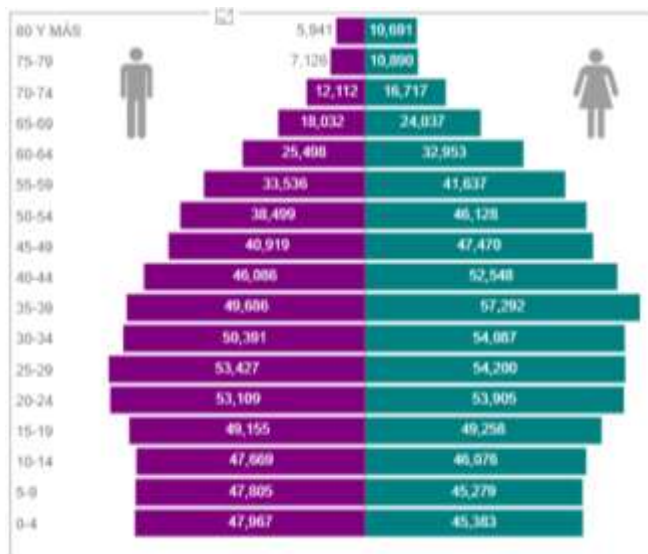


Ilustración 48. Pirámide Poblacional Suba 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Barrios Unidos: El total de habitantes para esta localidad es de 270.280 (Distrital, 2018), de los cuales 35.864 están dentro de los 15 y 25 años.

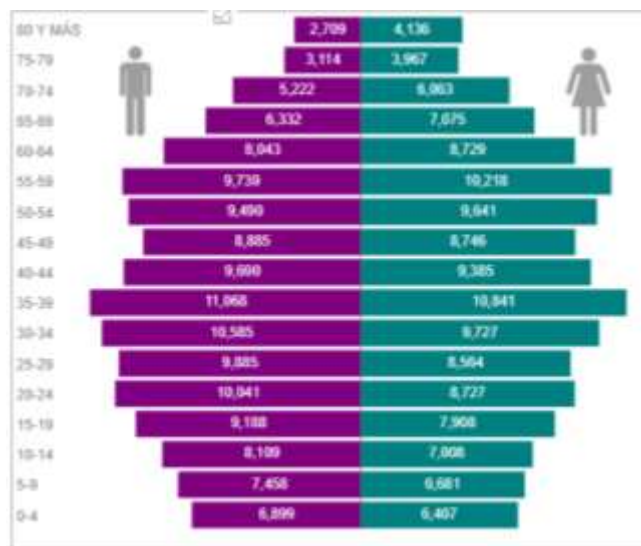


Ilustración 49. Pirámide Poblacional Barrios Unidos 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Teusaquillo: El total de habitantes para esta localidad es de 140.135 (Distrital, 2018), de los cuales 17.219 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 50. Pirámide Poblacional Teusaquillo 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Los Mártires: El total de habitantes para esta localidad es de 93.248 (Distrital, 2018), de los cuales 13.232 están dentro de los 15 y 25 años.

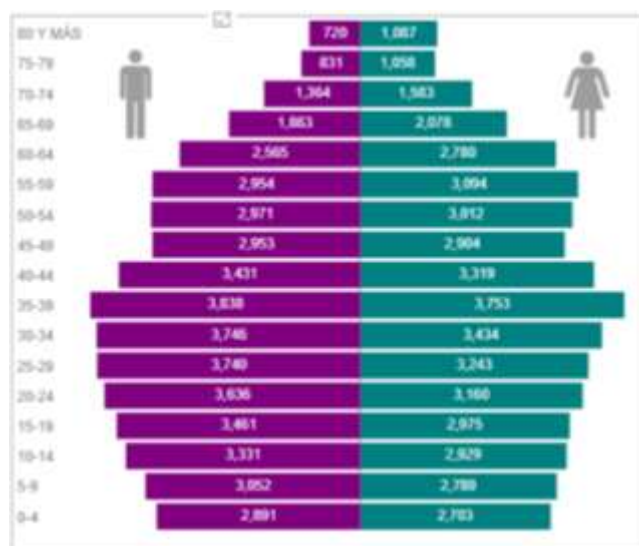


Ilustración 51. Pirámide Poblacional Los Mártires 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Antonio Nariño: El total de habitantes para esta localidad es de 109.199 (Distrital, 2018), de los cuales 16.059 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 52. Pirámide Poblacional Antonio Nariño 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Puente Aranda: El total de habitantes para esta localidad es de 218.555 (Distrital, 2018), de los cuales 31.629 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 53. Pirámide Poblacional Puente Aranda 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- La Candelaria: El total de habitantes para esta localidad es de 22.243 (Distrital, 2018), de los cuales 3.210 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 54. Pirámide Poblacional La Candelaria 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Rafael Uribe Uribe: El total de habitantes para esta localidad es de 348.023 (Distrital, 2018), de los cuales 56.360 están dentro de los 15 y 25 años.



Ilustración 55. Pirámide Poblacional Rafael Uribe Uribe 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Ciudad Bolívar: El total de habitantes para esta localidad es de 748.012 (Distrital, 2018), de los cuales 133.495 están dentro de los 15 y 25 años.

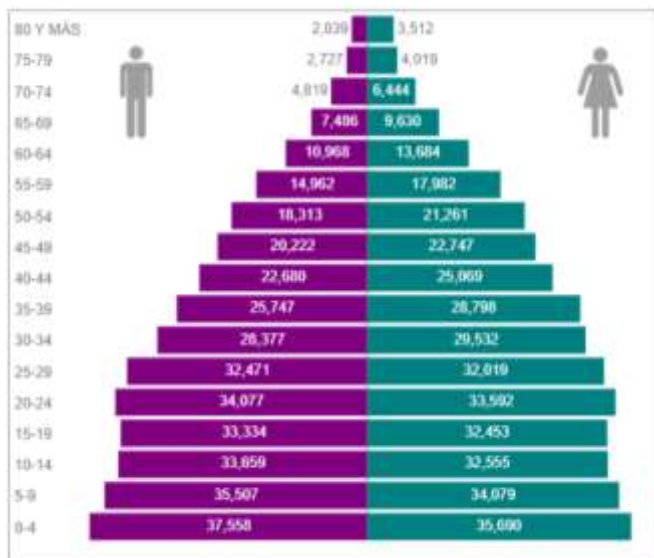


Ilustración 56. Pirámide Poblacional Ciudad Bolívar 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

- Sumapaz: El total de habitantes para esta localidad es de 7.584 (Distrital, 2018), de los cuales 1.232 están dentro de los 15 y 25 años

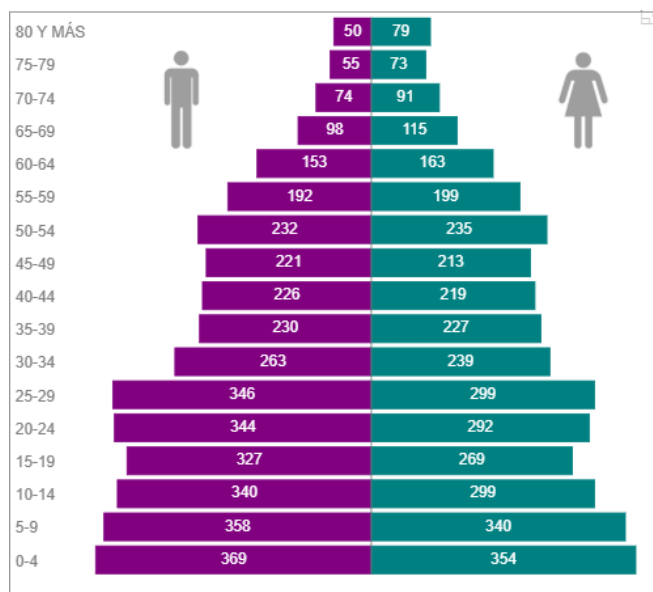


Ilustración 57. Pirámide Poblacional Sumapaz 2018. Fuente: (Saludata, 2018)

Con la información anterior pudimos inferir que el grupo de millenials, entre 15 y 25 años de edad, que entran dentro del segmento que queremos es una población de 1'246.792 personas. Pero de acuerdo a explicado anteriormente nos enfocaremos en 11 localidades, las cuales tienen una población total de 957.554 personas.

Para conformar un tamaño de mercado más específico para The Funky Pizza, dados los resultados obtenidos en la encuesta presentada en el indicador anterior, que se esperará llegar al 5% (47.878 personas) de la población obtenida anteriormente.

Se llegará a esta población con el producto “estrella” que será The Funky Pizza diarios, el cual equivale a \$30.000 y que sería comprado una vez al mes.

Dándonos así el siguiente tamaño de mercado:

$$\begin{aligned}\text{Tamaño de mercado} &= \text{Población Demandada} \times \text{Precio Producto} \times \text{Cantidad} \\ &= 47.878 \times 30.000 \times 12 \\ &= 17.235'972.000 \text{ de pesos.}\end{aligned}$$

Por otro lado, para finales del 2017 Bogotá acabó el año con 728.784 empresas productivas, manteniéndose como principal centro de negocios del país con un crecimiento del 8% (Camara de Comercio de Bogotá, 2018). Así mismo, en Bogotá se concentra el 50% de las startups del país, convirtiéndola de igual modo el mayor centro de emprendimiento del país. (Portafolio, 2018)

5.3. Análisis de la Competencia

En Bogotá se pueden encontrar diferentes restaurantes que a lo largo del año hacen como actividad “novedosa” el famoso “all you can eat”. Esta actividad se puede realizar una vez a la semana, una vez al mes o una vez al año, son muy pocos los restaurantes que durante todo el año ofrecen al usuario la opción de comida ilimitadamente.

De las diferentes opciones que se encuentran en Bogotá, consideramos 6 restaurantes los que pueden ser una competencia directa para The Funky Pizza, estos son:

- Rodizios de carne: este plato se puede encontrar en 5 restaurantes diferentes en la ciudad de Bogotá, consta de 16 tipos de carne diferentes los cuales el comensal puede comer ilimitadamente, adicionalmente se le ofrece arroz, plátano, yuca u otro tipo de acompañantes que tampoco tienen costo adicional. El precio del plato está entre \$40.000 a \$70.000.
- Bier Market: es un restaurante situado en la Carrera 13 # 83-75 en Bogotá, su fuerte son las cervezas, las pizzas y las comidas rápidas. Realiza un “all you can eat” cada jueves desde las 4:00 p.m. hasta agotar existencia y tiene un costo de \$24.000 o de \$29.000 con un vaso de cerveza. (Cívico, 2016)
- Tanoshii Lounge & Sushi Bar: Es un restaurante que hace parte de la cadena hotelera Marriott. Se encuentra ubicado en la Av. El Dorado #69B-53 en Bogotá, en este podrá degustar una amplia variedad de comida japonesa con el mejor sushi de la ciudad (Real Hotels & Resorts, s.f.). Todos los martes se realiza un “all you can eat” desde las 6:00 p.m. hasta las 10 p.m., en la cual podrá comer ilimitadamente todo el sushi que quieras, además de arroces al wok y currys por un precio de \$39.000 sin incluir la bebida (Tulio Recomienda, 2018).

- Pizza por Metro Deluchi: es un restaurante cuya especialidad son las pizzas y las pastas, aunque en su menú se pueden encontrar hamburguesas, milanesas y sopas; cuenta con diferentes puntos en la ciudad de Bogotá. Todos los martes en cualquiera de los puntos se puede disfrutar de toda la pizza y gaseosa que puegas por \$25.000. (Pizza por Metro, s.f.)
- Antica Ristorante: es un restaurante ubicado en la calle 70 # 4 – 45 en Bogotá, cuenta con un ambiente perfecto para compartir con tu pareja, en familia o incluso para celebrar una fecha especial con tus compañeros de trabajo. (Atrapalo, s.f.). Su fuerte son los platos peruanos e italianos. Todos los miércoles y jueves se realiza un “all you can eat” desde las 6:00 p.m. hasta las 10:00 p.m. por un precio de \$31.000 o \$41.000 con cerveza.

En estos restaurantes encontramos los factores críticos de éxito que The Funky Pizza tendrá para el público como factores competitivos y se realizó una matriz competitiva para entender cómo se encuentra el sector y qué factores están fallando para que The Funky Pizza pueda sacar ventaja.

Los factores críticos de éxito a analizar son:

- Tranquilidad: este factor se refiere a un ambiente en donde el usuario pueda disfrutar cada momento que esté en The Funky Pizza, pues no será un lugar con sonidos molestos, se evitarán los encuentros o peleas y se hará sentir al cliente seguro y feliz de estar en The Funky Pizza.
- Comodidad: este factor se refiere a un lugar que cuente con suficiente espacio para poder recibir a todos sus clientes. Este lugar tendrá suficiente espacio entre mesas y con cronogramas claros que permitan que los diferentes espacios no estén llenos sin

espacios para sentarse o caminar, sino por el contrario, que cada lugar tenga la cantidad exacta de personas.

- **Música:** este factor en específico se refiere a que en cada espacio se tenga un tipo de música acorde a la actividad que se esté llevando a cabo. Por otro lado, valora la música en vivo que se pueda tener para amenizar la comida de los clientes.
- **Calidez:** este factor se refiere a que los restaurantes generen una sensación de relajación, que las personas sientan que es acogedor y puedan disfrutar de la compañía junto a la persona o personas con las que se encuentran.
- **Rapidez:** este factor se refiere a que la comida o el pedido lleguen pronto a la mesa, que los meseros o el personal siempre estén atentos de cada usuario y puedan dar soluciones a los problemas que se puedan presentar de una manera rápida y eficaz.
- **Horario Amplio:** este factor se refiere a las diferentes opciones que dé el restaurante para que los usuarios puedan disfrutar del evento y coman todo ilimitadamente. Por otro lado hace referencia a las posibilidades que el restaurante da para que los usuarios puedan entrar y disfrutar de las diferentes actividades y comida que tenga para ofrecer a sus comensales.
- **Calidad:** este factor se refiere a que la comida siempre este en perfecto estado, tanto en presentación como en sabor; que todo el restaurante refleje calidad desde que se entra hasta que se sale, por medio de sus empleados, actividades y productos.
- **Sabor:** este factor se refiere a que la comida siempre tenga el mejor sabor de todos, que no tenga fallas y que se dé al cliente lo que este pidió o se le ofreció.

- Físico: este factor se refiere al establecimiento en sí; valora tanto la decoración y luces, como las mesas, sillas y demás elementos físicos y de estética para el restaurante.
- Menú Variado: este factor se refiere a que el restaurante siempre tenga muchas opciones para sus empleados, sin importar que se maneje solo un producto si se requiere que haya diferentes formas de preparación del producto.

Tabla 5
Matriz Competitiva

Bongos	VS		Rodizios de Carne (El Rodizio, Brazeiro, Brasa Brasil & Viva Brasil)		Bier Market		Buffet King		Tanashii Lounge & Sushi Bar		Pizza por Metro Deluchi		Antico Ristorante	
	Peso		Escala	Puntaje	Escala	Puntaje	Escala	Puntaje	Escala	Puntaje	Escala	Puntaje	Escala	Puntaje
Ambiente	25%	25%	5	0.85	5	0.9	5	0.75	5	0.85	5	0.8	5	0.75
Tranquilidad	10%		3	0.3	4	0.4	4	0.4	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Comodidad	10%		3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Música	5%		5	0.25	4	0.2	1	0.05	3	0.15	4	0.2	3	0.15
Servicio	35%	35%	5	0.75	5	0.9	5	1.25	5	0.9	5	0.9	5	0.9
Calidez	15%		3	0.45	4	0.6	2	0.3	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Rapidez	5%		3	0.15	3	0.15	4	0.2	3	0.15	3	0.15	3	0.15
Horario Amplio	15%		1	0.15	1	0.15	5	0.75	1	0.15	1	0.15	1	0.15
Producto	35%	35%	5	1.3	5	1.1	5	1.3	5	1.3	5	1.1	5	1.3
Calidad	10%		4	0.4	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
Sabor	10%		4	0.4	4	0.4	4	0.4	4	0.4	3	0.3	4	0.4
Físico	3%		4	0.2	4	0.2	4	0.2	4	0.2	4	0.2	4	0.2
Menú Variado	10%		3	0.3	2	0.2	4	0.4	4	0.4	3	0.3	4	0.4
Precio Competitivo	5%	5%	4	0.2	4	0.2	4	0.2	4	0.2	4	0.2	4	0.2
TOTAL		1		3.1		3.1		3.5		3.25		3		3.15

Fuente: Elaboración Propia

En la anterior tabla se puede observar que los factores más débiles son el horario amplio y la comodidad. Esto se debe, por un lado a que los restaurantes al realizar las actividades especiales como “all you can eat” lo hacen en horarios poco cómodos, pues generalmente son en días dentro de la semana y solo dan opción a que las personas puedan disfrutar solo por 4 horas, en las cuales no disfrutan mucho debido a la lentitud de los meseros o de la falta de producto finalizado en la cocina. Por otro lado, los espacios suelen ser muy pequeños y las personas suelen incomodarse con sus “vecinos” de mesa, pues suelen estar muy pegados y tienen que disgustar a los demás al hacerlos parar o moverse cada vez que se sale de su puesto.

Así mismo, podemos encontrar que The Funky Pizza tiene que enfocarse en el grupo de factores críticos para ambiente y producto pues en los que más falla su competencia. Esto quiere decir que para resaltar debe ofrecerles a sus clientes un espacio amplio y organizado, para que de manera tranquila y cómoda sus usuarios puedan participar y hacer parte de las diferentes actividades que The Funky Pizza tiene preparadas para ellos.

Por otro lado, así The Funky Pizza busque generar la mejor experiencia para sus usuarios dentro de su restaurante, no puede dejar de lado el producto y lo que va en torno a este; para tener una ventaja absoluta es necesario crear un producto delicioso, con los mejores ingredientes y de la manera más sabrosa, pero así mismo debe garantizar que la presentación y temperatura se encuentren perfectas, la atención al cliente debe ser intachable y se debe innovar con sabores y un menú muy variado.

5.4. Análisis DOFA

Tabla 6
Análisis DOFA

Debilidades	Fortalezas
No hay un plan de mercadeo absolutamente completo, diseñado para atraer gran cantidad de estudiantes.	Innovación y variación en el menú de pizzas
Dificultad en la fuerza comercial.	Idea pionera en el mercado.
Musculo financiero muy debil.	Equipo completo y competitivo.
Inexperiencia en el mercado	Ecelente relación calidad, precio y sabor
Costos elevados	Precios bajos y competitivos
El dinero para la suscripción proviene de los padres y no de los estudiantes.	Actividades únicas y diferentes
Oportunidades	Amenazas
Nuevas generaciones interesadas en crear nuevas amistades y estar más conectados.	Competencia con variedad de productos y mejoras rápidamente.
Nuevos avances tecnológicos que permiten mejorar la experiencia de los usuarios.	Creación de nuevos negocios con ideas innovadoras.
Crecimeinto en el sector	Empresas con experiencia y fuertes en el sector
Posibles alianzas y crecimiento del negocio	Idea copiable
Crecimiento de población a entretener	Riesgo Financiero

Fuente: Elaboración Propia

6. ESTRATEGIA DE MERCADEO

6.1. Mezcla de Mercadeo

6.1.1. Producto

Para lograr que The Funky Pizza sea el mejor lugar para los jóvenes, ofertaremos como producto principal la pizza. Para lograr una fidelización y lealtad por parte de nuestros clientes, se prometerá realizar las pizzas más ricas, para esto se contratará a un chef especializado en pizzas, se contarán con los mejores ingredientes y siempre se estará a la vanguardia con lo último para las pizzas.

Tendremos como prioridad innovar con sabores, aunque se ofrecerán los tradicionales, buscaremos siempre que se tengan nuevos sabores que permitan a los clientes degustar diferentes tipos de pizza y no aburrirse de los mismos sabores. Dentro de nuestro menú inicial contaremos con los siguientes sabores:

Tabla 7
Sabores Pizzas

Pizzas Saladas	
Queso & Pepperoni	Berenjena & bacon
Margarita	Carnes
Hawaiana	Pizza al pesto
Pollo & Champiñones	Pizza Carbonara
Jamón & Tocineta	Pizzas Vegetarianas
Napolitana	Vegetariana 1
Pizza 4 quesos	Vegetariana 2
Pizza Mexicana	Vegetariana 3
Pizza de tocineta	Vegetariana 4
Pollo Mielmostaza	Vegetariana 5
Pollo BBQ	Vegetariana 6
Pizza de champiñones	Vegetariana 7
Pizza de papa	Vegetariana 8
Pizza Bolognesa	Vegetariana 9
Pizza caprichosa	Vegetariana 10
Pizzas Dulces	
Nutella	Chocolate & frutas
Arequipe	Marshmello & Chcolate
Coco	Chocolate & Helado
Chocolate blanco	Mermelada
Brownie	Chocolate & Kiwi
Cookie - Pizza	

Fuente: Elaboración Propia

A este menú se irán agregando diferentes sabores hasta completar un menú con 200 sabores diferentes. Estos sabores irán rotando cada día y se ofrecerán 8 sabores diferentes por día, para escoger qué sabores se prepararán se realizarán sorteos semanales.

Los clientes tendrán el menú de cada semana, y podrán programar la hora a la que desean ir a The Funky Pizza, con esto sabrán si las actividades en las que quieren participar van a estar con cupos o tendrán que esperar a las otras rondas; de esta manera, se llevará un mayor control sobre las actividades, los grupos y los turnos a realizar en las diferentes actividades disponibles.

Dentro de la suscripción que desee el cliente se le incluirá inicialmente gaseosa como bebida, pero se irá ampliando nuestro menú para poder llegar a un punto donde se ofrecerán productos como cervezas, jugos naturales, batidos, malteadas, entre otros.

Por otro lado, al tener un mayor control en la programación, se tendrá un pronóstico de la cantidad de personas que estarán en The Funky Pizza en determinado día y hora, gracias a esta información se podrá mostrar a las empresas interesadas en realizar un estudio de mercado en el lugar, qué impacto tendrán sus estudios y se podrá cobrar más y hacer estudios más grandes los días en los que más lleno esté The Funky Pizza.

6.1.2. Precio

Teniendo en cuenta el modelo de pérdidas y ganancias estructurado, el medio de pago sería principalmente por medio de un modelo de suscripción.

Sin embargo las opciones al usuario no serán limitadas y se permitirá tener dos opciones de pago más. El precio para los jóvenes variaría de acuerdo a la modalidad de brazalete que quiera adquirir.

- **Brazalete Diario:** este permitirá al cliente una entrada a The Funky Pizza y disfrutar de la pizza y actividades por \$30.000. Este brazalete no incluirá bebida.
- **Brazalete Mensual:** este permitirá al cliente entradas ilimitadas al mes a The Funky Pizza y disfrutar de la pizza y actividades por \$90.000. Este brazalete incluirá una bebida gratis por entrada.
- **Brazalete Anual:** este permitirá al cliente entradas ilimitadas al año a The Funky Pizza y disfrutar de la pizza y actividades por \$1'080.000. Este brazalete incluirá dos bebidas gratis por entrada.

Por otro lado, a las empresas se les va a cobrar dependiendo de la cantidad de personas a las que se les va a llegar de la siguiente manera:

- **Por resultados:** se le cobrará a las empresas según los resultados que se tengan después de haber estado en el restaurante, por ejemplo:
 - Por número de mensajes: cantidad de personas a las que les llegue el mensaje→ \$5.000 cada persona
 - Por número de descargas: cantidad de personas que descarguen la aplicación→ \$5.000 cada persona.
 - Por número de suscriptores: cantidad de personas que se suscriba→ \$5.000
- **Por días:** se les cobrará a las empresas por cada día que estén dentro del almacén, en donde se les cobrará de acuerdo al horario pico que escojan, se les cobrará una tarifa de 3'000.000 aproximadamente por día.

6.1.3. Distribución

Debido a que The Funky Pizza será un lugar físico de distracción en el que las personas podrán pasar un rato divertido y entretenido con sus amigos o las diferentes personas que estarán en el restaurante, se decidió que se empleará la distribución directa, la cual permite que el cliente obtenga el servicio directamente con The Funky Pizza sin necesidad de intermediarios. Para esto, se tendrá preparado para los usuarios de The Funky Pizza un lugar accesible, cómodo, exclusivo y disponible, para garantizar siempre la mejor experiencia que se pueda tener dentro de un restaurante, con amigos y comiendo pizza.

Por otro lado, se usará la misma distribución directa para llegar a las distintas empresas que quieran estar en The Funky Pizza, en donde nosotros mismos mostraremos el potencial de impacto que podrían tener al realizar las investigaciones de mercado en The Funky Pizza, mostraremos las diferentes opciones de actividades que se pueden realizar en The Funky Pizza y las formas de pago que se ofrecen a las empresas.

6.1.4. Comunicación

Al ser The Funky Pizza un lugar para universitarios y adolescentes se realizará una estrategia de comunicación moderna e innovadora, creando presencia en los diferentes lugares en dónde podemos encontrar a nuestro público objetivo y un interés en estos por conocer The Funky Pizza. Es por esto, que se realizarán las siguientes acciones para tener una comunicación efectiva de nuestro servicio, buscando principalmente el voz a voz:

- **Presencia en Redes Sociales:** es fundamental para The Funky Pizza contar con presencia en las distintas redes sociales para poder tener mayor cercanía al público objetivo, por esto vamos a contar con cuentas en Instagram, Facebook, Twitter y Youtube; para cada red social se realizarán diferentes contenidos, con los cuales se buscará resaltar la diversión que tienen los usuarios en The Funky Pizza, con imágenes, videos, concursos, retos y eventos.
- **Actividades llamativas:** para generar más interés en nuestro público objetivo se realizarán actividades novedosas que se presentarán en lugares públicos, como por ejemplo,

“rodadas” en bicicleta con camisas distintivas y folletos en las ciclovías, muestras en parques importantes de Bogotá, desfiles divertidos, entre otras actividades.

- Presencia en zonas importantes: contaremos con presencia y visibilidad de la marca en los lugares más transcurridos por nuestro público objetivo, tales como: la zona T, el chorro de Quevedo, universidades, parque el Virrey, la candelaria, entre otros.
- Influenciadores: se tratará de hacer conexiones con personas influyentes en nuestro público objetivo, tales como profesores, entrenadores, líderes dentro de las universidades, entre otros; con el fin de que estas personas logren influir en la toma de decisiones de nuestros usuarios y terminen adquiriendo el producto.

Por otro lado, se llegará a las empresas con propuestas de manera directa, es decir cómo comúnmente se llama “de puerta en puerta”, una vez se tenga una participación en el mercado y un reconocimiento de marca realmente apropiado para cumplir con las necesidades que tengan las empresas en sus investigaciones de mercado.

6.2. Presupuesto De Mercadeo

6.2.1. Objetivos comerciales

Posicionar a The Funky Pizza como el lugar de entretenimiento sano favorito entre los adolescentes y universitarios, en el cual amen compartir con nuevos amigos y disfruten del sabor de la pizza que los acompañará durante las diferentes actividades que se encuentran a disposición

de los clientes. Además se buscará que The Funky Pizza sea la puerta principal para que las empresas realicen sus investigaciones de mercado o lanzamientos de marca.

6.2.2. Estimativos de ventas

Para cumplir los objetivos planteados, se plantean los siguientes estimativos de ventas, teniendo en cuenta que para el primer año solo se ofertará al mercado las suscripciones a The Funky Pizza y no se prestarán los servicios planteados para las empresas, debido a que es necesario primero posicionar nuestra marca y luego si poder dar un excelente servicio a las empresas.

Para el primer año se espera contar con 600 visitas mensuales al restaurante y en promedio se espera que se mantengan 70 suscripciones mensuales y 24 suscripciones anuales. Dando como resultado que nuestro principal producto sean los Brazaletes diarios, los cuales tendrán una participación del 55% de los ingresos anuales.

Tabla 8
Proyección ventas comidas y bebidas año 1

Comidas & Bebidas Año 1						
Producto	En unidades			En pesos		
	Ventas Mensuales	Ventas Anuales	Porcentaje Anual	Ventas Mensuales	Ventas Anuales	Porcentaje Anual
Brazalete Diario	600	7,200	31%	\$ 18,000,000	\$ 216,000,000	55%
Brazalete Mensual	70	840	4%	\$ 6,300,000	\$ 75,600,000	19%
Brazalete Anual	2	24	0.10%	\$ 2,160,000	\$ 25,920,000	7%
Gaseosas	1,270	15,240	65%	\$ 6,350,000	\$ 76,200,000	19%
Total	1,942	23,304	100%	\$ 32,810,000	\$ 393,720,000	100%

Fuente: Elaboración Propia

Para el segundo año, una vez se haya posicionado The Funky Pizza en el mercado y tenga una clientela fiel y leal que nos permita tener al iniciar el año la misma cantidad de usuarios que el año anterior, se empezarán a ofertas los servicios para las empresas. Para este año se espera un incremento en ventas del 5% en cada suscripción y por ende en las gaseosas, y a su vez, se espera que se puedan contar con empresas que adquieran el servicio por días de tal manera que se tengan programados 6 días con productos de otras empresas al mes, además se espera que hayan empresas interesadas en adquirir el servicio por resultados en el cual se espera llegar a 364 personas cada mes.

Con estos supuestos se tendrá que los brazaletes diarios tendrán el mismo 55% dentro de los ingresos generados por las ventas del restaurante y que el servicio más importante será por días al tener un 91% de los ingresos por las empresas.

Tabla 9

Proyección ventas comidas y bebidas año 2

Comidas & Bebidas Año 2						
Producto	En unidades			En pesos		
	Ventas Mensuales	Ventas Anuales	Porcentaje Anual	Ventas Mensuales	Ventas Anuales	Porcentaje Anual
Brazalete Diario	630	7,560	31%	\$ 18,900,000	\$ 226,800,000	55%
Brazalete Mensual	74	882	4%	\$ 6,615,000	\$ 79,380,000	19%
Brazalete Anual	2	25	0.10%	\$ 2,268,000	\$ 27,216,000	7%
Gaseosas	1,334	16,002	65%	\$ 6,667,500	\$ 80,010,000	19%
Total	2,039	24,469	100%	\$ 34,450,500	\$ 413,406,000	100%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10
Proyección ventas empresas año 2

Empresas Año 2						
Producto	En unidades			En pesos		
	Ventas Mensuales	Ventas Anuales	Porcentaje Anual	Ventas Mensuales	Ventas Anuales	Porcentaje
Por Resultados	364	4,372	98%	\$ 1,821,750	\$ 21,861,000	9%
Por Días	6	72	2%	\$ 18,000,000	\$ 216,000,000	91%
Total	370	4,444	100%	\$ 19,821,750	\$ 237,861,000	100%

Fuente: Elaboración Propia

Al finalizar el segundo año se evaluarán los resultados que se han obtenido con las suscripciones, las gaseosas y los servicios prestados a las empresas para poder tomar decisiones en cuanto a la empresa, además se espera que para el 3 año las ventas vuelvan a incrementar en un 5% o más. Con la siguiente información se analizará y decidirá cuál producto está dando mayor ingreso a la empresa y de ahí se decidirá impulsar con mayor esfuerzo y se hará una campaña de mercadeo más específica. En ese momento también se replantearán las actividades y los sabores de pizza, para así sacar de nuestro cronograma y de nuestro menú aquellos que no son queridos por nuestros clientes, para así mantenerlos motivados y con un gran deseo de volver y pertenecer al club The Funky Pizza.

7. ESTRATEGIA OPERATIVA

7.1. Descripción Técnica de Productos y/o Servicios

The Funky Pizza será un restaurante cómodo y amplio que contará con diferentes ambientes; cada ambiente tendrá diferentes actividades para que los clientes puedan interactuar con diferentes grupos de personas y disfrutar de actividades de interés. Los ambientes iniciales que tendrá The Funky Pizza serán:

- **Zona de videojuegos:** Es un cuarto en donde se tendrá a disposición de los usuarios diferentes consolas de videojuegos para que los usuarios puedan jugar, retarse y hacer diferentes torneos entre los suscritos.
- **Zona de juegos:** Se tendrá a disposición de los usuarios diferentes juegos de mesa para que puedan entretenerse con ellos mientras comen y charlan con los otros usuarios.
- **Zona de películas:** Se dispondrá un espacio en el que se proyectarán diferentes películas a lo largo del día, en dónde se podrán hacer maratones de series o películas según el género y los gustos de los clientes.
- **Zona común:** Se tendrá un espacio común que funcionará como cualquier otro restaurante, en donde se dispondrán mesas para que los usuarios puedan sentarse a hablar y comer pizza con sus amigos.

7.2. Localización y Tamaño de la Empresa

Para comodidad de nuestro grupo objetivo, buscaremos localizar nuestra empresa en una casa amplia con diferentes espacios y zonas comunes, ubicada al norte de Bogotá, por otro lado contaremos con una plataforma digital que estará disponible para el público todo el tiempo.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), se catalogará nuestra empresa como una microempresa pues estará constituida por una planta de personal no superior a los 10 trabajadores. (MinCIT, 2004)

7.3. Procesos

Para garantizar el pleno funcionamiento de The Funky Pizza, los procesos que se realizarán dentro del restaurante son: planeación de actividades, planeación de eventos, producción de pizzas, pedido y almacenamiento de inventario, mercadeo, análisis de la información, ventas y negociación. Estos procesos se realizarán acorde a un calendario mensual que se generará para que cada quién entienda y sepa de las responsabilidades que se tienen con The Funky Pizza.

7.4. Distribución de la Planta

The Funky Pizza Estará distribuido de la siguiente manera:

- Cuarto de Cocina: Contara con una cocina amplia en donde se tenga un nevecon que permita el almacenamiento de frutas, verduras y carnes suficientes para el mes. También tendrá, un horno grande que permita la preparación de pizzas de una manera rápida y cómoda para el chef; así mismo tendrá un espacio amplio para la acomodación y limpieza de los utensilios.

- Cuarto común: Es el salón principal el cual estará amoblado con mesas y sillas de restaurante, que permitirán que las personas puedan dedicarse únicamente (si desean) a comer pizza mientras hablan con sus amigos. En este cuarto se dejará un espacio para que en una pequeña tarima, se presenten diferentes músicos y hagan del momento algo más ameno. Por otro lado, este cuarto tendrá una pequeña caja que servirá para pagar las bebidas que los clientes quieran tomar.
- Cuarto de videojuegos: En este cuarto se podrán a disposición de los clientes las consolas de videojuegos XBOX y PlayStation; además se tendrán los juegos más populares como FIFA, Fortnite, Halo, entre otros. Esto con la finalidad de que los clientes puedan jugar solos y acompañados o participar en los diferentes torneos que se realizarán.
- Cuarto de películas: Se acoplará un cuarto en donde constantemente se estén proyectando diferentes películas o series y se realizarán maratones acorde a los gustos de los clientes.
- Cuarto de charadas: En este cuarto se acoplará para que los usuarios puedan jugar diferentes juegos de mesa como charadas, uno, parques, monopolio, entre otros.
- Cuarto de idiomas: Se tendrá a disposición un cuarto con diferentes mesas, en el que se practicarán diferentes idiomas y se buscará que el monitor guiando la charla sea nativo y tenga el perfil de nuestros clientes.
- Baños: Se contarán con 3 baños para hombres y 3 baños para mujeres acomodados en los diferentes pisos del local.

- Cuarto administrativo: Se dejará un cuarto en donde se pueden realizar las inscripciones a The Funky Pizza, el cual estará disponible en el horario en el que el restaurante se encuentre abierto.

7.5. Identificación de Necesidades de Maquinaria y Equipos

Para el montaje y correcto funcionamiento de The Funky Pizza es necesario contar con los siguientes equipos y maquinaria:

Tabla 11
Equipos y Maquinaria necesarios

Tecnología	Cantidad
Video Beam	1
Pantalla Video Beam	1
Control de acceso peatonal	1
Caja	1
Equipo de sonido	1
Televisores	10
Consolas Video Juegos	10
Maquinaria	Cantidad
Cocina integral	1
Horno de Leña	2
Refrigerador.	1
Batidora.	2
Gramera.	2

Fuente: Elaboración Propia

Estos productos nos permitirán hacer de The Funky Pizza un lugar exitoso, pues garantizarán que tanto los productos como los servicios prestados en el restaurante se realicen de

una manera completa y sin inconvenientes, cumpliendo así con las expectativas y las promesas que The Funky Pizza realizó a sus usuarios.

7.6. Programa de Producción

En The Funky Pizza se realizará un calendario mensual para las actividades a ofrecer a sus clientes, en el cual se detallen horario de las funciones a dar, programación de los músicos que estarán tocando para The Funky Pizza, torneos de videojuegos y los sabores de pizza que se encontrarán por semana. Se dispondrá de un espacio para que los usuarios propongan diferentes actividades

Para escoger los sabores de pizza se realizará un sorteo mes a mes, en dónde se vayan sacando los sabores uno a uno y se van organizando de a grupos de 8 por día, con esto tendremos una oferta variada todos los días y así nuestros clientes podrán probar diferentes sabores y no conformarse con los mismos de siempre. Al tener este sorteo listo, se podrá realizar un pedido de materia prima acorde a las necesidades que se tengan para cada semana.

7.7. Plan de Compras e Inventarios

Inicialmente se realizará un plan de compras e inventarios poco arriesgado para The Funky Pizza, en el cual se compre materia prima para el mes y así garantizar el completo funcionamiento del lugar. Este plan se realizará por los primeros seis meses, en los cuales se entenderá el

movimiento de rotación de materia prima y se aprenderá a manejar las situaciones que se puedan presentar.

Para los siguientes meses, al entender el funcionamiento, se realizará un plan de compras e inventario semanal, en el que cada viernes se compre o solicite la materia prima que se usará cada semana. Para esto, es fundamental contar con los calendarios de actividades y de sabores actualizados mensualmente, con el fin de tener claro qué ingredientes se necesitan más que otros y evitar sobrecostos y desperdicios.

7.8. Gestión de Calidad

Para The Funky Pizza es fundamental cumplir con las expectativas y promesas que se les prometió a las empresas o a los adolescentes, para así satisfacer las necesidades y tener éxito con nuestra propuesta de valor; Es por esto que se tendrán en todos los cuartos del restaurante una caja de sugerencias, en donde los clientes pueden poner los comentarios que se tengan del funcionamiento del restaurante e igualmente se aplicarán las propuestas que se hagan para hacer de The Funky Pizza un mejor lugar.

Por otro lado, The Funky Pizza buscará que su personal sea el mejor, es por esto que en el momento de la contratación se les exigirá que tengan ciertos comportamientos con los clientes y se buscará que tengan unas habilidades y valores en común para hacer que se comparta al interior y exterior del restaurante la misma filosofía.

8. ESTRATEGIA ADMINISTRATIVA

8.1. Estructura Organizacional

8.1.1. Áreas Funcionales

Inicialmente The Funky Pizza tendrá una estructura básica pues su personal no va a superar los 10 empleados, sin embargo, estas personas tendrán a cargo ciertas tareas que ayuden a cumplir con lo necesario para cumplir las metas y objetivos de The Funky Pizza y así mismo tener en forma las principales áreas organizacionales que se mencionarán a continuación:

- **Administrativa:** Dentro de esta área se encontrarán actividades como, control de ingresos y egreso de la empresa, salvaguardar la calidad de los procesos dentro del restaurante, toma de pedidos en caja, asegurar un servicio al cliente óptimo, control de suscripciones y actividades de community manager.
- **Financiera:** Para esta área las actividades a realizar son, llevar a cabo la contaduría del lugar, la cual se manejará contratando un servicio de contaduría; también se deberán hacer las estimaciones de ventas y demás pronósticos.
- **Logística y Producción:** Dentro de esta área se gestionarán los pedidos de materias primas para la elaboración de las pizzas, se tendrán establecer y mantener relaciones con los proveedores, se deberán preparar las pizzas y se deberán realizar los cronogramas mensuales para las actividades y menús que se ofrecerán en The Funky Pizza.

- **Mercadeo y Ventas:** Las actividades a realizar en esta área son, crear negocios con empresas, crear y mantener relaciones con proveedores, fomentar las suscripciones, crear el plan de mercadeo y llevar un control de las redes sociales, dar a conocer la marca y crear un programa de fidelización de clientes.

Cabe aclarar que nuestra empresa no contará con alguna jerarquía demarcada, estamos seguros que todos juntos aportaremos para que The Funky Pizza sea un mejor lugar y sea todo un éxito, es por esto que, siempre escucharemos a nuestro equipo de trabajo y estaremos abiertos a nuevas ideas. Así mismo, para un correcto funcionamiento del lugar entendemos que se deben tener actividades o tareas demarcadas para cada puesto dentro del restaurante.

Por otro lado, a un año se tendrá que reevaluar la estructura organizacional actual, pues esta irá cambiando de acuerdo al crecimiento que vaya teniendo la empresa, para así poder realizar las actividades de una manera más cautelosa sin sobrecargar al equipo que se encuentre laborando en el momento.

8.1.2. Criterios de Organización

Para brindar un excelente servicio a los clientes, The Funky Pizza buscará un personal dispuesto a transmitir los valores que tenemos como compañía dentro y fuera de ella, para esto, se buscarán jóvenes carismáticos, pacientes, responsables, tolerantes, con la mejor disposición y con una excelente actitud hacia el cliente. Estos chicos, deben mantener siempre en mente hacer sentir

al cliente de la mejor manera, brindándoles siempre la ayuda que necesiten y manteniendo el orden y control dentro de The Funky Pizza.

Creemos que para ser un éxito total, también debemos hacer a nuestro equipo de trabajo feliz, garantizando un excelente ambiente laboral y así mismo una excelente retribución. Para esto, se evitarán las jerarquías y se dispondrá un líder de equipo, el cual se enfoque en escuchar y mantener al resto de equipo contento. Por otro lado, se mantendrá una comunicación efectiva, que buscará darle importancia a las ideas u opiniones que los miembros del equipo tengan para facilitar procesos u operaciones dentro de The Funky Pizza; así mismo, se tendrán tareas determinadas para cada puesto dentro de The Funky Pizza, para así se eviten confusiones en las funciones de cada quién, y también se logre impedir que nuestros empleados tengan sobrecarga laboral y niveles de estrés incontrolables.

8.1.3. Diseño del Organigrama y Análisis de Cargos

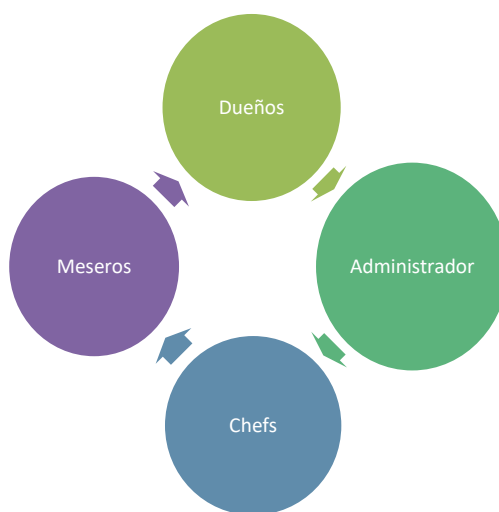


Ilustración 58. Organigrama de The Funky Pizza.Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12
Análisis de cargo - Administrador

Cargo	Funciones	Perfil
Administrador	Gestiona el arqueo de caja además de realizar el cierre y apertura de local	Conocimiento de Excel
	Toma pagos de suscripciones	Buen líder
	Toma pedidos en caja	Responsable
	Analizar y garantizar que cada meta planteada se esté cumpliendo	Ordenado
	Capacita a los empleados	Honesto
	Solucionar problemas que se presentan en la rutina diaria	Bilingüe
	Comunicar problemas mayores a dueños	Puntual
	Mantener información clara para presentar a dueños	Cordial
	Genera cronograma mensual de actividades	Excelente atención al cliente
	Realiza sorteo semanal de sabores de pizza	
	Lidera y supervisa equipo de trabajo	
	Recopila quejas, sugerencias y opiniones de empleados y clientes	
	Coordinación en los eventos	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13
Análisis de cargo - Pizzeros

Cargo	Funciones	Perfil
Pizzeros	Realiza los pedidos a los proveedores	Apasionados por las pizzas
	Preparación de pizzas	Bilingüe
	Almacenamiento de la materia prima	A la vanguardia
	Lleva registro del inventario para abastecimiento	Experiencia como pizzero
	Evita desperdicios y sobreabastecimiento	Ordenado
	Mantener puesto de trabajo aseado y ordenado	Puntual
	Cumple con todas las normas sanitarias y fitosanitarias	
	Establecer buenas relaciones con los proveedores	
	Mantener relaciones con los proveedores	
	Innovar en recetas	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14
Análisis de cargo - Meseros

Cargo	Funciones	Perfil
Meseros Tiempo Completo	Repartir publicidad	Carismáticos y sociables
	Atención al cliente	Excelente atención al cliente
	Toma de fotos y videos para crear contenido en las redes sociales	Responsables
	Mantener orden y limpieza en las diferentes áreas de Bongos	Cordial
	Asegurar funcionamiento de actividades	Respetuosos
	Repartir pizzas.	Tolerantes
	Apoyo en eventos	Bilingüe
Meseros Adicionales	Repartir publicidad	Carismáticos y sociables
	Atención al cliente	Excelente atención al
	Mantener orden y limpieza en las diferentes áreas de Bongos	Responsables
	Repartir pizzas.	Respetuosos
	Apoyo en eventos	Tolerantes

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15
Análisis de cargo – Dueños

Cargo	Funciones
Dueños	Toma de decisiones
	Preparar los estados financieros
	Pago de nómina
	Manejo y creación de mercadeo para la empresa
	Creación de excelente ambiente laboral
	Análisis de quejas, reclamos u opiniones de los empleados o clientes
	Creación de alianzas con empresas
	Acciones para incentivar la demanda de jóvenes

Fuente: Elaboración Propia

8.2. Estructura de Personal

8.2.1. Política de contratación

En The Funky Pizza queremos encontrar al mejor candidato para cada vacante, es por esto que para escoger a nuestro equipo de trabajo se realizarán las siguientes actividades de acuerdo a la vacante:

- **Mesero:** Se realizará una simulación de las actividades y las diferentes situaciones en las que pueden verse envueltos, de acuerdo al rendimiento, comportamiento y soluciones que logren plantear se escogerán los mejores candidatos para The Funky Pizza.
- **Administrador:** Los interesados tendrán que someterse a la misma actividad que los meseros, además se les colocará unas tareas adicionales; los mejores tendrán que presentar una prueba en Excel y de ahí se escogerá el mejor candidato para la vacante.
- **Pizzeros:** Para aquellos que quieran trabajar en The Funky Pizza como pizzeros, tendrán que participar en el concurso diseñado como prueba para la vacante. Estos pizzeros tendrán que realizar la mejor pizza para un público que finalmente hará una votación escogiendo así a nuestros dos pizzeros.

Por otro lado, los postulantes y The Funky Pizza deben cumplir con los siguientes requisitos en el momento de escoger a los miembros del equipo:

- Los postulantes deben ser mayor de edad, debido a que en ocasiones se trabajará en horarios nocturnos y se manejarán bebidas alcohólicas.

- No se tendrá en cuenta género, religión o ideologías políticas al momento de la contratación.
- Los postulantes deben someterse a las actividades planeadas para el proceso de selección, de lo contrario no podrán ser contratados.

Una vez se hayan contratado se realizará un proceso de inducción de una semana, en el que se les presentará el restaurante, se les explicarán los procesos, las funciones y los valores de The Funky Pizza, se les mostrará cómo usar cada equipo tecnológico y se les explicarán horarios y uniformes a llevar. Después de esto estarán 3 meses en periodo de prueba para verificar que si sean los candidatos idóneos para nuestro equipo en The Funky Pizza.

8.2.2. Política salarial

Después de que los candidatos pasen los procesos de selección y sean escogidos para ser parte del equipo en The Funky Pizza se pasará a la firma de contrato, el cual será a término indefinido con subsidio de transporte para todas las vacantes y con las prestaciones sociales vigentes estipuladas por la ley colombiana para los miembros del equipo que trabajen tiempo completo. Por otro lado, los meseros adicionales serán contratados para que trabajen de jueves a domingo en horario de servicio de The Funky Pizza, a estas personas se les garantizará el pago diario de \$30.000 más el subsidio de transporte mensual, dejando así los salarios estipulados de la siguiente manera:

Tabla 16
Política Salarial

Cargo	Cantidad	Salario Base	Transporte	Seguridad Social	Salario Total	Nómina
Administrador	1	\$ 1,000,000	\$ 74,000	\$ 231,383	\$ 1,305,383	\$ 1,305,383
Pizzeros	2	\$ 1,000,000	\$ 74,000	\$ 225,776	\$ 1,299,776	\$ 2,599,553
Meseros tiempo completo	5	\$ 800,000	\$ 74,000	\$ 130,586	\$ 1,004,586	\$ 5,022,928
Meseros adicionales	2	\$ 480,000	\$ 74,000	\$ -	\$ 554,000	\$ 1,108,000
TOTAL SALARIOS MENSUALES					\$	4,163,744

Fuente: Elaboración Propia

Las jornadas laborales serán de nueve horas diarias, ocho horas trabajadas y una hora de almuerzo, de martes a jueves de 12:00 pm a 9:00 pm. Y de jueves a domingo de 1:00 pm a 10:00 pm; así mismo, los empleados de tiempo completo contarán con 2 días de descanso rotatorios.

El incremento salarial dependerá del crecimiento del negocio y de la responsabilidad y compromiso de cada empleado con The Funky Pizza, pues creemos que motivando nuestro equipo tanto con remuneración salarial como con incentivos no materiales, se generará una mejor experiencia para nuestros clientes.

9. PLAN ECONÓMICO

9.1. Plan de Inversiones

9.1.1. Presupuesto de Inversión Fija

Para poder ofrecer el mejor servicio dentro de The Funky Pizza, se tendrá que incurrir en la siguiente inversión para que el restaurante esté equipado completamente y no se presenten problemas a la hora de producir las pizzas o prestar el servicio a los adolescentes o a las empresas. Es por esto, que se tendrán que adquirir los siguientes muebles y enseres para la adecuación del local

Tabla 17
Inversión inicial - Muebles y enseres

Inversión Inicial			
Muebles y enseres			
Producto	Cantidad	Precio	Total
Mesas grandes	25	\$ 200,000	\$ 5,000,000
Sillas	100	\$ 50,000	\$ 5,000,000
Menaje			\$ 400,000
Uniformes	10	\$ 50,000	\$ 500,000
Utensilios Cocina			\$ 2,520,000
Remodelación	1	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
			\$ 18,420,000

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los muebles y enseres a comprar tendremos que adquirir los siguientes elementos de menaje y utensilios de cocina para la fabricación y venta de la pizza:

Tabla 18
Menaje y utensilios de cocina

Menaje	Cantidad	Precio	Total
Platos	100	\$ 1,000	\$ 100,000
Tenedores	100	\$ 1,000	\$ 100,000
Cubiertos	100	\$ 1,000	\$ 100,000
Cucharas Postres	100	\$ 1,000	\$ 100,000
Bandejas	10	\$ 30,000	\$ 300,000
			\$ 400,000
Utensilios cocina	Cantidad	Precio	Total
Cortadora de Pizzas	6	\$ 30,000	\$ 180,000
Pala de Pizza	10	\$ 150,000	\$ 1,500,000
Espátula	5	\$ 30,000	\$ 150,000
Brocha	5	\$ 30,000	\$ 150,000
Rodillo	3	\$ 80,000	\$ 240,000
Rodillo Punzador	3	\$ 100,000	\$ 300,000
			\$ 2,520,000

Fuente: Elaboración Propia

Adicionalmente, se tendrán que comprar y adaptar la siguiente maquinaria y tecnología al local:

Tabla 19
Inversión activos fijos – Maquinaria y tecnología

Inversión Activos Fijos Tangibles			
Maquinaria	Cantidad	Precio	Total
Cocina integral	1	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000.00
Horno de Leña	2	\$ 4,000,000	\$ 8,000,000
Refrigerador.	1	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000.00
Batidora.	2	\$ 250,000	\$ 500,000.00
Gramera.	2	\$ 250,000	\$ 500,000.00
			\$ 22,000,000.00
Tecnología	Cantidad	Precio	Total
Video Beam	1	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000.00
Pantalla Video Beam	1	\$ 200,000	\$ 200,000.00
Control de acceso peatonal	1	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000
Caja	1	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000.00
Equipo de sonido	1	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000.00
Televisores	10	\$ 1,200,000	\$ 12,000,000.00
Consolas Video Juegos	10	\$ 1,500,000	\$ 15,000,000.00
			\$ 42,200,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Por último, se tendrán que tener en cuenta los costos de constitución del restaurante, los cuales se verán representados en la siguiente tabla:

Tabla 20
Inversión activos fijos – Intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES			
Matrícula mercantil	1	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000.00
Diseño web y app.	1	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000.00
Gastos inscripción/registro	1	\$ 500,000	\$ 500,000.00
			4,500,000

Fuente: Elaboración Propia

Con la información presentada anteriormente se tiene que para la puesta en marcha de The Funky Pizza se tendrá que realizar una inversión de activos fijos tangibles compuestos por: muebles y enseres, maquinaria y tecnología de \$82.620.000, y por activos fijos intangibles los cuales cubren los costos de constitución de \$4.500.000. Como resultado tenemos que los activos fijos de The Funky Pizza son de \$87.120.000 como inversión inicial.

9.1.2. Presupuesto de capital de trabajo

Para asegurar que en The Funky Pizza se puedan realizar las pizzas y las actividades planteadas anteriormente como objeto social, se calculó la necesidad de capital de trabajo fundamental para su operación, usando como base un 10% de los costos de funcionamiento, dando como resultado la siguiente tabla:

Tabla 21
Presupuesto de capital de trabajo

Costos de Funcionamiento				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
	\$ 430,342,693	\$ 458,471,709	\$ 487,080,377	\$ 516,943,302
Inversión capital de trabajo				
Necesidad capital de trabajo				10% Costos
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Necesidad capital de trabajo	\$ -	\$ 43,034,269	\$ 45,847,171	\$ 48,708,038

Fuente: Elaboración Propia

Con el fin de cumplir con la necesidad de capital de trabajo estimada para el primer año y la inversión de activos fijos mencionadas anteriormente, será necesario adquirir un crédito bancario, debido a que como aporte inicial de las socias solo se recibirán \$20.000.000 aproximadamente. Para esto se espera realizar un préstamo de \$110.000.000 con una tasa de interés del 13% efectivo anual y un plazo de pago de dos años; generando así cuotas mensuales de \$5.200.000 aproximadamente.

Tabla 22
Préstamo

VP	F=	\$ 110,000,000
TASA MES	i=	1.02%
TASA EA		13%
NPER	n=	24
Pago	A=	\$ 5,192,694

Fuente: Elaboración Propia

9.2. Estructura de Costos

9.2.1. Estructura de los costos empresariales

La estructura de The Funky Pizza estará compuesta por dos partes, la primera son los costos variables y fijos que son los gastos que van relacionados directamente con la operación del restaurante y se mostrarán en las siguientes tablas:

Tabla 23
Costos Materia Prima

Costos Materia Prima	
Ingredientes	Cantidad Mes
Harina de trigo (Lb)	200
Sal (kilo)	10
Miel (litro)	3
Levadura instantánea (100gr)	4
Mantequilla (250gr)	250
Huevos (canasta)	6
Chocolate de leche (1000 gr)	7
Chocolate Blanco (1000 gr)	8
Pollo (500 gr)	50
Carne (500gr)	80
Tocineta (400gr)	40
Tomate (22000gr)	2
Mazorca (50000gr)	1
Pimentón (1000gr)	10
Berenjena (1000gr)	5
Cebolla cabezona (50000gr)	1
Espinaca (10000gr)	1
Frijol (50000gr)	1
Aguacate (1000gr)	100
Banano (30000gr)	1
Coco (12000gr)	10
Fresa (1000gr)	20
Piña (11000gr)	2

Uva (12500gr)	2
Platano (1000gr)	20
Queso Mozzarella (2500gr)	20
Queso Provolone (75gr)	40
Queso Gruyere (250gr)	20
Queso paipa (500gr)	20
Queso Parmesano (100gr)	80
Pitillos	40
Servilletas	100
Cartones	2,000
Vasos	20
Aderezos	2
Gaseosas	1,600

Fuente: Elaboración Propia

La segunda parte está conformada por los gastos fijos de funcionamiento, los cuales son los que no están relacionados directamente con las funciones principales del negocio, pero son necesarios para que todos los procesos al interior se puedan realizar satisfactoriamente.

Tabla 24
Gastos

Gastos Servicios
Agua
Luz
Gas
Internet
Nómina
Arriendo

Fuente: Elaboración Propia

9.2.2. Presupuesto de costos operacionales

Para nuestros primeros años tendremos los siguientes presupuestos para los costos y gastos necesarios para mantener en funcionamiento a The Funky Pizza:

Tabla 25
Presupuesto costos materia prima

Costos Materia Prima		
Ingredientes	Cantidad Mes	Precio Mes
Harina de trigo (Lb)	200	\$ 240,000
Sal (kilo)	10	\$ 35,000
Miel (litro)	3	\$ 30,000
Levadura instantánea (100gr)	4	\$ 12,000
Mantequilla (250gr)	250	\$ 375,000
Huevos (canasta)	6	\$ 48,000
Chocolate de leche (1000 gr)	7	\$ 84,000
Chocolate Blanco (1000 gr)	8	\$ 88,000
Pollo (500 gr)	50	\$ 300,000
Carne (500gr)	80	\$ 640,000
Tocineta (400gr)	40	\$ 720,000
Tomate (22000gr)	2	\$ 40,000
Mazorca (50000gr)	1	\$ 65,000
Pimentón (1000gr)	10	\$ 25,000
Berenjena (1000gr)	5	\$ 6,000
Cebolla cabezona (50000gr)	1	\$ 50,000
Espinaca (10000gr)	1	\$ 15,000
Frijol (50000gr)	1	\$ 105,000
Aguacate (1000gr)	100	\$ 200,000
Banano (30000gr)	1	\$ 40,000
Coco (12000gr)	10	\$ 250,000
Fresa (1000gr)	20	\$ 100,000
Piña (11000gr)	2	\$ 36,000
Uva (12500gr)	2	\$ 90,000
Platano (1000gr)	20	\$ 24,000

Queso Mozzarella (2500gr)	20	\$	700,000
Queso Provolone (75gr)	40	\$	180,000
Queso Gruyere (250gr)	20	\$	280,000
Queso paipa (500gr)	20	\$	240,000
Queso Parmesano (100gr)	80	\$	240,000
Pitillos	40	\$	120,000
Servilletas	100	\$	400,000
Cartones	2,000	\$	1,600,000
Vasos	20	\$	1,200,000
Aderezos	2	\$	400,000
Gaseosas	1,600	\$	4,000,000
Total Materia Prima			\$ 12,978,000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26

Presupuesto Gastos servicios mensuales

Gastos Servicios Mensual				
Agua	\$	500,000		
Luz	\$	400,000		
Gas	\$	250,000		
Internet	\$	200,000		
Total Servicios				\$ 1,350,000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27

Presupuesto gastos arriendo

Costos Arriendo		
Arriendo mensual de una casa de 320 metros		\$ 10,000,000
Año 1	\$ 120,000,000	
Año 2	\$ 124,800,000	
Año 3	\$ 129,792,000	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28
Presupuesto costos sin nómina incluida

Total Año Costos sin nómina	
Año 1	\$ 291,936,000
Año 2	\$ 428,413,440
Año 3	\$ 575,341,978

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 29
Estructura nómina año 1

AÑO 1				
CARGOS	Cantidad	Salario Base	Transporte	Salario Total
Administrador	1	\$ 1,000,000	\$ 74,000	\$ 1,074,000
Pizzeros	2	\$ 1,000,000	\$ 74,000	\$ 2,148,000
Meseros tiempo completo	5	\$ 800,000	\$ 74,000	\$ 4,370,000
Meseros adicionales	2	\$ 480,000	\$ 74,000	\$ 1,108,000
TOTAL SALARIOS MENSUALES				7,592,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 30
Presupuesto nómina año 1

Nomina año 1	Mes	Año
Salario	7,592,000.00	91,104,000.00
Seguridad Social	1,335,863.06	16,030,356.75
Prestaciones Sociales Semestrales	3,796,000.00	7,592,000.00
Prestaciones Sociales Anuales	14,654,400.00	14,654,400.00
Aportes Parafiscales	303,680	3,644,160.00
TOTAL		133,024,916.75

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 31
Estructura nómina año 2

AÑO 2				
CARGOS	Cantidad	Salario Base	Transporte	Salario Total
Administrador	1	\$ 1,040,000	\$ 74,000	\$ 1,114,000
Auxiliar de Cocina	2	\$ 1,040,000	\$ 74,000	\$ 2,228,000
Meseros tiempo completo	5	\$ 832,000	\$ 74,000	\$ 4,530,000
Meseros adicionales	2	\$ 499,200	\$ 80,000	\$ 1,158,400
TOTAL SALARIOS MENSUALES				7,872,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 32
Presupuesto nómina año 2

Nomina año 2	Mes	Año
Salario	\$ 7,872,000	\$ 94,464,000
Seguridad Social	\$ 2,325,704	\$ 27,908,444
Prestaciones Sociales Semestrales	\$ 3,936,000	\$ 7,872,000
Prestaciones Sociales Anuales	\$ 15,194,400	\$ 15,194,400
Aportes Parafiscales	\$ 314,880	\$ 3,778,560
TOTAL		\$ 149,217,404

Fuente: Elaboración Propia

9.2.3. Determinación del Margen de Contribución

El margen de contribución unitario nos permite saber por cada peso que se está vendiendo qué porcentaje equivale a la utilidad. Para determinar el de The Funky Pizza, se establecieron ciertas generalidades:

- La unidad equivale a un día dentro de The Funky Pizza.
- El precio diario del brazalete mensual y del brazalete anual es de \$3.000.
- Los costos de la gaseosa y del brazalete describen cuánto tiene que pagar The Funky Pizza por vender la unidad de cada uno.
- La nómina se toma usando únicamente los sueldos bases.

Tabla 33

Margen de contribución unitario

Margen de Contribución Unitario	
Precio Brazalete Diario	\$ 30,000
Precio Brazalete Mensual	\$ 90,000
Precio Brazalete Anual	\$ 1,080,000
Costo Gaseosa	\$ 3,000
Costo Brazalete	\$ 15,000
Totales	
Costos Totales	\$ 18,000
Ingresos Totales	\$ 18,000
Total Margen de Contribución Unitario	50.00%

Fuente: Elaboración Propia

9.3. Determinación del Punto de Equilibrio

Para hallar el punto de equilibrio se tuvieron en cuenta las mismas generalizaciones demarcadas anteriormente:

- La unidad equivale a un día dentro de The Funky Pizza.
- El precio diario del brazalete mensual y del brazalete anual es de \$3.000.

- Los costos de la gaseosa y del brazalete describen cuánto tiene que pagar The Funky Pizza por vender la unidad de cada uno.
- La nómina se toma usando únicamente los sueldos bases.

Se decidió obtener el punto de equilibrio de dos maneras diferentes: primero se sacó el punto de equilibrio mensual teniendo en cuenta únicamente los costos fijos de funcionamiento y nos arrojó la siguiente información:

Tabla 34

Punto de equilibrio mensual usando únicamente los costos fijos

Punto Equilibrio			
Costos Fijos			
Salario	\$ 9,231,543	Margen de Contribución Unitario	56%
Gas	\$ 500,000	Total Costos fijos	\$ 20,581,543
Luz	\$ 650,000		
Internet	\$ 200,000	Punto Equilibrio	
Arriendo	\$ 10,000,000	Unidades	894.85
Total Costos fijos	\$ 20,581,543	Pesos	\$ 36,688,838

Fuente: Elaboración Propia

Segundo, se sacó el punto de equilibrio anual teniendo en cuenta los costos y gastos fijos de funcionamiento, para el cual tuvimos la siguiente información:

Tabla 35
Punto de equilibrio anual usando los costos y gastos fijos

Punto Equilibrio			
Gastos fijos			
Salario	\$ 110,778,517	Margen de Contribución Unitario	56%
Gas	\$ 6,000,000	Gasto en intereses	\$ 331,927,161
Luz	\$ 7,800,000		
Internet	\$ 2,400,000		
Arriendo	\$ 120,000,000		
Total Gastos fijos	246,978,517		
Otros Gastos			
Gasto en intereses	\$ 10,025,179.19		
Comisiones	\$ 18,153,500.00		
Impuestos	\$ 56,769,965.19		
Total Otros gasto	\$ 84,948,644.37		
Gran total	331,927,161.13		
		Punto Equilibrio	
		Unidades	14,431.62
		Pesos	\$ 591,696,244

Fuente: Elaboración Propia

10. PLAN FINANCIERO

10.1. Los Estados Financieros

10.1.1. El Balance

Tabla 36
Balance inicial The Funky Pizza

	Año 1
Activo	
Caja y Bancos	\$ 19,348,351.11
Cuentas por Cobrar	\$ 0.00
Inventario final	\$ 7,200,000.00
Total Activo Corriente	\$ 26,548,351.11
Activos fijos	\$ 87,120,000.00
Depreciación acumulada	\$ 17,424,000.00

Activos fijos netos	\$ 69,696,000.00
Total Activos	\$ 96,244,351.11
Pasivo y Capital	
Obligaciones Bancarias	\$ 62,905,547.05
Provisión Impuestos	\$ 0.00
Total pasivos	\$ 62,905,547.05
Capital Suscrito y Pagado	\$ 21,000,000.00
Perdida/Utilidad Acumulada	-\$ 65,597,195.94
Total Patrimonio	-\$ 44,597,195.94
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 18,308,351.11

Fuente: Elaboración Propia

10.1.2. Estado de Resultados

Tabla 37

Estado de resultados inicial The Funky Pizza

	Año 1
Ventas	\$ 363,070,000.00
+Inventario inicial materia prima	\$ 0.00
+Compras materia prima	\$ 163,620,000.00
-Inventario final de materia prima	\$ 7,200,000.00
=Materiales directos consumidos	\$ 156,420,000.00
+Mano de obra directa	\$ 99,700,665.08
+Costos indirectos de fabricación	\$ 124,850,000.00
=Costo de productos fabricados	\$ 380,970,665.08
+Inventario inicial de productos en proceso	\$ 0.00
-Inventario final de productos en proceso	\$ 0.00
=Costo de productos terminados	\$ 380,970,665.08
+Inventario inicial de producto terminado	\$ 0.00
-Inventario final de producto terminado	\$ 0.00
Costo de ventas	\$ 380,970,665.08
Utilidad Bruta	-\$ 17,900,665.08
Depreciación y Amortización	\$ 8,440,000
Gastos de administración y ventas	\$ 29,231,351.68

Utilidad Operacional	-\$ 55,572,016.75
<i>Gastos financieros</i>	\$ 10,025,179.19
Utilidad Antes de Impuestos	-\$ 65,597,195.94
<i>Impuestos (35%)</i>	\$ 0.00
Utilidad Neta	-\$ 65,597,195.94

Fuente: Elaboración Propia

Para este punto es importante aclarar que aunque la utilidad neta esté dando negativa, es una situación que no se postergará y dependerá directamente del rendimiento que tenga The Funky Pizza en las ventas del primer año. Esta utilidad puede generar una utilidad mayor si se realiza un gran trabajo de mercadeo y se generan más suscripciones o visitas diarias que las previstas anteriormente.

Por otra parte, para esta situación, se analizarán diferentes opciones para solventarla una de ellas es la adquisición de un préstamo adicional al final del último año para poder cumplir con las obligaciones administrativas y operacionales de The Funky Pizza.

10.1.3. Flujo de Caja

Tabla 38

Flujo de caja inicial The Funky Pizza

<i>The Funky Pizza S.A.S</i>	<i>Año 1</i>
FLUJO DE TESORERIA	1
Ingresos Brazaletes	\$ 363,070,000
Ingresos Empresas	\$ -
-Cartera Mes	\$ -
+Cartera recuperada	
Total Ingresos	\$ 363,070,000

Materiales	
+Inventario Inicial Pizzas	\$ 0
+Inventario Inicial Gaseosas	\$ 0
+Compras Mes Pizzas	\$ 120,510,000
+Compras Mes Gaseosas	\$ 43,110,000
-Inventario Final Salchichas (siempre es el inventario de seguridad)	\$ 6,000,000
-Inventario Final Panes	\$ 1,200,000
Mano de obra (incluyendo prestaciones)	\$ 110,778,517
Costos indirectos de fabricación	\$ 124,850,000
Agua	\$ 5,500,000
Luz & Gas	\$ 7,150,000
Internet	\$ 2,200,000
Arriendo	\$ 110,000,000
Comisión por venta de pizzas	\$ 18,153,500
Total Egresos Operativos	\$ 417,402,017
FLUJO DE CAJA NETO OPERATIVO	-\$ 54,332,017

Fuente: Elaboración Propia

10.2. Análisis de la Rentabilidad Económica de la Inversión

10.2.1. Valor presente neto (VPN)

Tabla 39
Valor presente neto The Funky Pizza

INTERES ESPERADO		
WACC	14%	ea
INVERSIÓN FIJA	\$ 87,120,000	
INVERSIÓN K DE TRABAJO	\$ 43,028,308	
PRÉSTAMO	\$ 110,000,000	
INVERSIÓN NETA	\$ 20,148,308	
Riesgo	5.5%	
TOTAL INTERES	20%	ea
Interes mercado financiero	4.5%	ea
Interés Crédito	16%	ea
Valor Presente de la inversión	\$ 20,148,308	
Valor Presente de los ingresos	\$ 104,164,720	
VALOR PRESENTE NETO	\$ 84,016,412	

Fuente: Elaboración Propia

El valor presente de la inversión nos da \$84.016.412 lo que nos indica que The Funky Pizza será un proyecto rentable, pues estará rentando a una tasa superior a la tasa de oportunidad; así como también, está generando ingresos suficientes para poder ser sostenible y autosuficiente.

10.2.2. Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 40

Tasa interna de retorno y relación beneficio – costo The Funky Pizza

INTERES ESPERADO	
WACC	14% ea
INVERSIÓN FIJA	\$ 87,120,000
INVERSIÓN K DE TRABAJO	\$ 43,028,308
PRÉSTAMO	\$ 110,000,000
INVERSIÓN NETA	\$ 20,148,308
Riesgo	5.5%
TOTAL INTERES	20% ea
Interes mercado financiero	4.5% ea
Interés Crédito	16% ea
B/C	\$ 5.170
TIR	150.19% ea 7.94% mv

Fuente: Elaboración Propia

Nos podemos dar cuenta con la información señalada anteriormente que por cada peso que se invierta en The Funky Pizza se adquirirá más de lo invertido, demostrando así que el proyecto generará riqueza a los socios.

Así mismo, podemos notar que el proyecto tendrá un rendimiento mensual del 7% al mes, lo que cumple con los objetivos que se tenían planteados inicialmente.

10.2.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Con la información presentada anteriormente, se pudo identificar que la inversión que se hará para constituir a The Funky Pizza se recuperará en un año, 10 meses y 28 días, teniendo como base la inversión en valor presente.

10.3. Proyección de los Estados Financieros a Tres Años

Para los siguientes numerales cabe aclarar que se tuvieron en cuenta ventas de servicios para las empresas a partir del segundo año, debido a esto se ve un incremento en ventas y utilidades, y por ende en el patrimonio, bastante significativo del año 1 al año 2.

10.3.1. Estado de resultados proyectado

Tabla 41

Estado de resultados proyectados The Funky Pizza.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	\$ 363,070,000.00	\$ 635,530,500.00	\$ 698,827,376.25
+Inventario inicial materia prima	\$ 0.00	\$ 7,200,000.00	\$ 7,200,000.00
+Compras materia prima	\$ 163,620,000.00	\$ 186,338,880.00	\$ 186,338,880.00
-Inventario final de materia prima	\$ 7,200,000.00	\$ 7,200,000.00	\$ 7,200,000.00
=Materiales directos consumidos	\$ 156,420,000.00	\$ 186,338,880.00	\$ 186,338,880.00
+Mano de obra directa	\$ 99,700,665.08	\$ 103,688,691.68	\$ 107,836,239.35
+Costos indirectos de fabricación	\$ 124,850,000.00	\$ 136,200,000.00	\$ 136,200,000.00
=Costo de productos fabricados	\$ 380,970,665.08	\$ 426,227,571.68	\$ 430,375,119.35
+Inventario inicial de productos en proceso	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
-Inventario final de productos en proceso	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
=Costo de productos terminados	\$ 380,970,665.08	\$ 426,227,571.68	\$ 430,375,119.35
+Inventario inicial de producto terminado	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
-Inventario final de producto terminado	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Costo de ventas	\$ 380,970,665.08	\$ 426,227,571.68	\$ 430,375,119.35
Utilidad Bruta	-\$ 17,900,665.08	\$ 209,302,928.32	\$ 268,452,256.90
Depreciación y amortización	\$ 8,440,000	\$ 8,440,000	\$ 8,440,000
Gastos de administración y ventas	\$ 29,231,351.68	\$ 34,116,173.18	\$ 34,116,173.18
Utilidad Operacional	-\$ 55,572,016.75	\$ 166,746,755.13	\$ 225,896,083.72

<i>Gastos financieros</i>	\$ 10,025,179.19	\$ 4,546,854.60	\$ 0.00
<i>Utilidad Antes de Impuestos</i>	-\$ 65,597,195.94	\$ 162,199,900.54	\$ 225,896,083.72
<i>Impuestos (35%)</i>	\$ 0.00	\$ 56,769,965.19	\$ 79,063,629.30
<i>Utilidad Neta</i>	-\$ 65,597,195.94	\$ 105,429,935.35	\$ 146,832,454.42

Fuente: Elaboración Propia

10.3.2. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 42

Flujo de caja proyectado The Funky Pizza

<i>The Funky Pizza S.A.S</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>
FLUJO DE TESORERIA	1	2	3
Ingresos Brazaletes	\$ 363,070,000	\$ 401,530,500	\$ 442,687,376
Ingresos Empresas	\$ -	\$ 234,000,000	\$ 256,140,000
-Cartera Mes	\$ -	\$ -	\$ -
+Cartera recuperada			
Total Ingresos	\$ 363,070,000	\$ 635,530,500	\$ 698,827,376
Materiales			
+Inventario Inicial Pizzas	\$ 0	\$ 0	\$ 0
+Inventario Inicial Gaseosas	\$ 0	\$ 0	\$ 0
+Compras Mes Pizzas	\$ 120,510,000	\$ 136,412,640	\$ 136,412,640
+Compras Mes Gaseosas	\$ 43,110,000	\$ 49,926,240	\$ 49,926,240
-Inventario Final Salchichas (siempre es el inventario de seguridad)	\$ 6,000,000	\$ 6,000,000	\$ 6,000,000
-Inventario Final Panes	\$ 1,200,000	\$ 1,200,000	\$ 1,200,000
Mano de obra (incluyendo prestaciones)	\$ 110,778,517	\$ 115,209,657	\$ 119,818,044
Costos indirectos de fabricación	\$ 124,850,000	\$ 136,200,000	\$ 136,200,000
Agua	\$ 5,500,000	\$ 6,000,000	\$ 6,000,000
Luz & Gas	\$ 7,150,000	\$ 7,800,000	\$ 7,800,000
Internet	\$ 2,200,000	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000
Arriendo	\$ 110,000,000	\$ 120,000,000	\$ 120,000,000

Comisión por venta de pizzas	\$ 18,153,500	\$ 20,076,525	\$ 22,134,369
Total Egresos Operativos	\$ 417,402,017	\$ 457,825,062	\$ 464,491,293
FLUJO DE CAJA NETO OPERATIVO	-\$ 54,332,017	\$ 177,705,438	\$ 234,336,084
Egresos No Operacionales (nada que ver con el negocio; las multas)	\$ -	\$ -	\$ -
Act. Fijos Amortizables	\$ 200,000	\$ 0	\$ 0
Total Egreso no Operacional	\$ 200,000	\$ 0	\$ 0
CAJA INCLUYENDO EGRESO NO OPERACIONAL	-\$ 54,532,017	\$ 177,705,438	\$ 234,336,084
Aportes socios	\$ 21,000,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Creditos obtenidos	\$ 110,000,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Subtotal ingresos financieros			
Intereses	\$ 10,025,179.19	\$ 4,546,854.60	\$ 0.00
Capital	\$ 47,094,452.95	\$ 57,765,471.37	\$ 0.00
Total Egresos Financieros	\$ 57,119,632.14	\$ 62,312,325.97	\$ 0.00
Caja del período	\$ 19,348,351.11	\$ 115,393,111.61	\$ 234,336,083.72
Caja inicial	\$ 906,072,497.17	\$ 888,812,937.64	\$ 2,523,767,303.57
Caja neta acumulada			
Impuestos			
Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ -
Total Impuestos	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Caja del período despues de Impuestos	\$ 19,348,351.11	\$ 115,393,111.61	\$ 234,336,083.72
Caja inicial	\$ 906,072,497.17	\$ 1,002,274,327.15	\$ 3,055,059,793.04
Caja neta acumulada después de impuestos	\$ 886,724,146.06	\$ 886,881,215.54	\$ 2,820,723,709.32

Fuente: Elaboración Propia

10.3.3. Balance proyectado

Tabla 43
Balance proyectado The Funky Pizza

	Año 1	Año 2	Año 3
Activo			
Caja y Bancos	\$ 19,348,351.11	\$ 115,393,111.61	\$ 234,336,083.72
Cuentas por Cobrar	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Inventario final	\$ 7,200,000.00	\$ 7,200,000.00	\$ 7,200,000.00
Total Activo Corriente	\$ 26,548,351.11	\$ 122,593,111.61	\$ 241,536,083.72
Activos fijos	\$ 87,120,000.00	\$ 87,120,000.00	\$ 87,120,000.00
Depreciación acumulada	\$ 17,424,000.00	\$ 34,848,000	\$ 52,272,000
Activos fijos netos	\$ 69,696,000.00	\$ 52,272,000.00	\$ 34,848,000.00
Total Activos	\$ 96,244,351.11	\$ 174,865,111.61	\$ 276,384,083.72
Pasivo y Capital			
Obligaciones Bancarias	\$ 62,905,547.05	\$ 5,140,075.68	\$ 0.00
Provisión Impuestos	\$ 0.00	\$ 56,769,965.19	\$ 79,063,629.30
Total pasivos	\$ 62,905,547.05	\$ 61,910,040.86	\$ 79,063,629.30
Capital Suscrito y Pagado	\$ 21,000,000.00	-\$ 44,597,195.94	\$ 60,832,739.41
Perdida/Utilidad Acumulada	-\$ 65,597,195.94	\$ 105,429,935.35	\$ 146,832,454.42
Total Patrimonio	-\$ 44,597,195.94	\$ 60,832,739.41	\$ 207,665,193.83
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 18,308,351.11	\$ 122,742,780.27	\$ 286,728,823.13

Fuente: Elaboración Propia

10.4. Distribución de las Utilidades

La distribución de las utilidades se realizará en el momento en que la empresa se encuentre funcionando de una manera autónoma, se espera que sea en el tercer año. Para este momento se realizará una repartición de las utilidades de la siguiente manera: 40% dividido por montos iguales entre las dos socias y el 60% restante se reinvertirá en The Funky Pizza, de acuerdo a las necesidades que se presenten para ese momento. Al año siguiente se replantearán los porcentajes de repartición de utilidades.

11. ASPECTOS DE LEGALIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN.

Para The Funky Pizza se escogió utilizar la sociedad por acciones simplificada (S.A.S), debido a que esta permite que sea más de una persona la que crea la empresa y tiene ciertas ventajas como que no haya un límite estipulado para los aportes de los socios, además en caso de pérdidas, los accionistas solo deben responder por una cantidad de dinero igual al que aportaron en el momento de la inversión inicial. Para poder formar esta sociedad se debe realizar por medio de documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario con los accionistas presentes, en donde se indique en el documento de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como 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 (Camara de comercio de Palmira, 2018)

Así mismo, The Funky Pizza será un establecimiento de régimen común debido a que este restaurante venderá productos y servicios que son gravados con el IVA. Con esta característica tendremos que cumplir con las siguientes obligaciones: 1. registrarse ante el RUT, 2. Expedir factura o su equivalente con todos los requisitos de ley, 3. Presentar una declaración bimensual del impuesto al IVA y 4. Presentar siempre declaración de renta (Ramírez, 2017).

Una vez definidas y constitucionalizadas estas dos características se debe hacer el registro de la empresa en la Cámara de Comercio, para esto se tienen los siguientes pasos:

- Realizar asesoramiento: la Cámara de Comercio y la Alcaldía de Bogotá tienen un equipo capacitado que presta asesorías gratuitas a los emprendedores para aclarar todas las

dudas sobre actividades que se desarrollan como persona jurídica. (Camara de Comercio de Bogotá, 2017)

- Consultas: se deben realizar las consultas e impresiones de loa documentos necesarios para la constitución de la empresa entre los cuales se encuentran: Original del documento de identidad, el formulario del Registro Único Tributario RUT, el formulario de Registro Único Empresarial y Social (RUES), la carátula única empresarial y anexos según corresponda (Persona Natural, Persona Jurídica, Establecimiento de Comercio, Proponente) y por último el formulario del registro con otras entidades (Camara de Comercio de Bogotá, 2017). Así mismo se deben verificar virtualmente los siguientes aspectos: que el nombre del establecimiento a usar no se encuentra registrado, se debe hacer una consulta de marca, se debe consultar la actividad económica de la empresa y en la Secretaría Distrital de Planeación se debe revisar si la actividad que se va a iniciar puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento (Camara de Comercio de Bogotá, 2017).

- RUT: Se debe hacer el registro del RUT, pues con este se va a llevar un control de impuestos tanto de la empresa como de los accionistas

- Documento de constitución: Se debe realizar un documento de constitución ya sea una minuta de constitución o una escritura pública, dependiendo de la cantidad de personas trabajando en el negocio o de los ingresos que tenga el negocio.

- Formularios: Se debe realizar el diligenciamiento de los formularios RUES para formalizar la empresa (Camara de Comercio de Bogotá, 2017).

- **Formalización:** Una vez se tengan todos los documentos y los anteriores pasos realizados, se deben llevar los formularios y demás papeles legales a cualquier sede de la Cámara de Comercio de Bogotá, cancelar los derechos de matrícula y la empresa queda legalmente constitucionalizada en el país (Camara de Comercio de Bogotá, 2017).

Después de haber realizado el proceso de registro de la empresa es necesario hacer un registro de marca en la Superintendencia de Industria y Comercio, para realizar este proceso se tienen los siguientes pasos:

- **Informarse:** El emprendedor debe leer y conocer aspectos básicos como qué es una marca y qué se puede registrar como marca (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017).
- **Consultar los antecedentes marcarios:** El emprendedor antes de pasar una solicitud debe hacer una consulta para saber si existen marcas semejantes o idénticas registradas o en trámite con el fin de que no se obstaculizar el registro de su marca (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017).
- **Clasificar los productos y/o servicios:** El emprendedor debe elegir los productos o servicios que distinguirá la marca y clasificarlos según la Clasificación Internacional de Niza (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017).
- **Presentar la solicitud:** Después de haber realizado los pasos anteriores y verificado que su marca es única, el emprendedor podrá pasar la solicitud manera electrónica o en físico y deberá realizar el pago necesario para terminar con el trámite (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017).

- Seguimiento del trámite: El trámite de una solicitud de marca, debe cumplir con una serie de requisitos formales de presentación, plazos para los distintos trámites, publicación en la gaceta oficial, pagos de tasas, etc. Por esto, el solicitante necesita conocer las normas legales vigentes (Decisión 486 de 2000 y Circular Única de la Superintendencia de Industria Y Comercio. Título X) y hacer un cuidadoso seguimiento del trámite, para no incumplir los plazos previstos (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017).

Por último, se debe tener presente que el establecimiento debe cumplir con unas normas sanitarias, fitosanitarias y de operación debido a que se estarán manejando productos de consumo, es por esto que el establecimiento debe tener un control juicioso en canto a la limpieza, orden e higiene con los productos, los instrumentos y el local en general. Para lograr que nuestro local pueda ser certificado con normas INVIMA y jamás tenga problemas de sellamientos por higiene se tomarán las siguientes medidas desde el momento de constitución:

- Capacitación al equipo de las normas de higiene que se deben tener en el momento de interactuar con el producto y dependiendo de la zona en la que se esté.
- Delimitación de espacios y abastecimiento de productos de aseo necesarios.
- Creación de reglas de limpieza y orden obligatorias en las distintas zonas del restaurante.
- Ambiente de trabajo idóneo que evite accidentes o riesgo de pérdida de producto y garantice seguridad para los miembros del equipo de trabajo.

- Organización de implementos de cocina acorde a la facilidad de manipulación y rapidez en el momento de necesitarse.
- Supervisión diaria de las diferentes zonas para garantizar que todo esté funcionando correctamente y de una manera organizada y limpia.
- Garantizar que la materia prima este almacenada de la mejor manera, asegurando que se cumpla con las cadenas de conservación de frío para productos de nevera y espacios perfectos para los demás productos.

12. BIBLIOGRAFÍA

- Atrapalo*. (s.f.). Recuperado el 25 de mayo de 2018, de https://www.atrapalo.com.co/restaurantes/antica-ristorante_f50035.html
- Camara de Comercio de Bogotá*. (2017). Recuperado el 10 de noviembre de 2018, de http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/consulta_be_juridica.html
- Camara de Comercio de Bogotá*. (2018). Recuperado el 27 de agosto de 2018, de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2018/Enero/Bogota-Region-cerro-2017-con-728.784-empresas-y-establecimientos-de-comercio>
- Camara de comercio de Palmira*. (2018). Recuperado el 10 de noviembre de 2018, de <https://www.ccpalmira.org.co/portal/articulos-de-menu/633-tipo-de-sociedades>
- Civico*. (18 de febrero de 2016). Recuperado el 02 de diciembre de 2017, de <https://www.civico.com/bogota/noticias/coma-todo-lo-que-quiera-y-pague-lo-mismo-en-estos-restaurantes>
- Colprensa. (31 de octubre de 2017). *El país*. Recuperado el 27 de enero de 2018, de <https://www.elpais.com.co/economia/colombianos-cada-vez-gastan-mas-en-comida-por-fuera-de-casa.html>
- DANE. (2014). *Observatorio derechos de la juventud*. Recuperado el 27 de mayo de 2017, de <http://www.idipron.gov.co/wordpress/wp-content/uploads/2014/12/Boletin-Demografia-3.pdf>
- DANE. (2018). *Juaco*. Recuperado el 27 de agosto de 2018, de http://obs.colombiajoven.gov.co/Observatorio/Observatorio.aspx?rpt=Buyel7PqAptVw9lwUXO_Fw==
- Days of the year*. (2017). Recuperado el 10 de mayo de 2017, de <https://www.daysoftheyear.com/days/pizza-day/>
- Distrital, V. (2018). *Ficha Local*. Bogotá.
- El Tiempo*. (2016). Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16492903>.
- El Tiempo*. (2016 de junio de 26). Recuperado el 29 de mayo de 2018, de <http://www.eltiempo.com/economia/empresas/negocio-de-pizza-en-colombia/16629732>

- Garzón, R. L. (2016 de junio de 21). *El Tiempo*. Recuperado el 29 de mayo de 2018, de <http://www.eltiempo.com/economia/empresas/las-ventas-de-pizza-en-colombia/16625228>
- Guanes, R. (15 de octubre de 2016). *ibex*. Recuperado el 22 de mayo de 2018, de <http://ibexconsulting.mx/tendencias-en-el-sector-de-investigacion-de-mercados/>
- Industria Alimenticia*. (2016 de febrero de 11). Recuperado el 29 de mayo de 2018, de <http://www.industriaalimenticia.com/articulos/88180-tendencias-y-principales-pa%C3%ADses-innovadores-de-pizza-en-el-mundo>
- MinCIT*. (2004). Recuperado el 15 de octubre de 2018, de http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresaial_micro_pequena_mediana_o_grande
- Ortegón, D. G. (16 de Junio de 2015). *La República*. Recuperado el 29 de mayo de 2018, de http://www.larepublica.co/el-sector-gastron%C3%B3mico-creci%C3%B3-22-en-el-%C3%BAltimo-a%C3%B1o-con-90000-restaurantes_266206
- Pizza por Metro*. (s.f.). Recuperado el 25 de mayo de 2018, de <http://www.deluchi.co/home-page/actividades/martes-sin-limite/>
- Portafolio. (21 de febrero de 2018). Recuperado el 27 de agosto de 2018, de <https://www.portafolio.co/economia/bogota-capital-del-emprendimiento-514531>
- Ramírez, F. (25 de septiembre de 2017). *Vendiendo.co*. Recuperado el 10 de noviembre de 2018, de <https://vendiendo.co/blogs/regimen-comun-simplificado-diferencias/>
- Real Hotels & Resorts*. (s.f.). Recuperado el 25 de mayo de 2018, de http://www.realhotelsandresorts.com/co/marriott_bogota/esp/tanoshi
- Saludata. (2018). *Observatorio de Salud de Bogotá*. Recuperado el 10 de abril de 2019, de <http://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>
- Superintendencia de Industria y Comercio*. (2017). Recuperado el 10 de noviembre de 2018, de <http://www.sic.gov.co/pasos-para-solicitar-el-registro-de-una-marca>
- TripAdvisor*. (2017). Recuperado el 06 de junio de 2017, de <https://www.tripadvisor.co/Attractions-g294074-Activities-Bogota.html>
- Tulio Recomienda*. (03 de febrero de 2018). Recuperado el 25 de mayo de 2018, de <https://tuliorecomienda.wordpress.com/2018/02/03/sushi-pizza-all-you-can-eat/>