

	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>					  	
	<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-05</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>1 de 2</b>

Neiva, 16 de Junio de 2016

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Maria Juliana Muñoz Cordoba, con C.C. No. 1.018.428.511, Diana Patricia Carvajal Prada, con C.C. No. 65.782.117, autores del trabajo de grado titulado Plan De Negocios Para La Creación De La Pizzeria Infantil Bambinos En La Ciudad De Neiva.

presentado y aprobado en el año 2016 como requisito para optar al título de Especialista en Alta Gerencia autorizamos al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.

- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.

- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

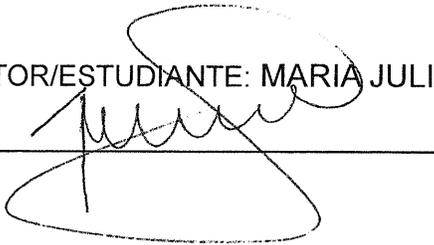
	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>				  		
	<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-05</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2 de 2</b>

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE: DIANA PATRICIA CARVAJA PRADA

Firma: Diana Patricia Carvajal Prada.

EL AUTOR/ESTUDIANTE: MARIA JULIANA MUÑOZ CORDOBA

Firma: 

	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>						  
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>1 de 3</b>

**TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA PIZZERIA INFANTIL BAMBINOS EN LA CIUDAD DE NEIVA**

**AUTOR O AUTORES: DIANA PATRICIA CARVAJAL PRADA Y MARIA JULIANA MUÑOZ CORDOBA**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
CARVAJAL PRADA	DIANA PATRICIA
MUÑOZ CORDOBA	MARIA JULIANA

**DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

**ASESOR (ES):**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Zapata Dominguez	Alvaro

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE: ESPECIALISTA EN ALTA GERENCIA**

**FACULTAD: FACULTAD DE ECONOMIA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROGRAMA O POSGRADO: ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA**

**CIUDAD: NEIVA                      AÑO DE PRESENTACIÓN: 2016    NÚMERO DE PÁGINAS: 79**

**TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):**

Diagramas \_\_X\_ Fotografías\_\_ Grabaciones en discos\_\_ Ilustraciones en general\_\_ Grabados\_\_  
 Láminas\_\_ Litografías\_\_ Mapas \_\_X\_ Música impresa\_\_ Planos \_\_X\_ Retratos\_\_ Sin ilustraciones\_\_  
 Tablas o Cuadros \_\_X\_

**SOFTWARE** requerido y/o especializado para la lectura del documento: PDF

	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>						  
	<b>DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2 de 3</b>

**MATERIAL ANEXO:** PLANOS, PERFILES DE CARGO, HOJAS DE VIDA Y CUESTIONARIO

**PREMIO O DISTINCIÓN** (*En caso de ser LAUREADAS o Meritoria*):

**PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:**

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1 Pizzería Infantil	Children's pizzeria
2 Diversión	Fun
3 Análisis de Mercado	Market Analysis
4 Análisis Técnico	Operational Analysis
5 Análisis Financiero	Financial Analysis

**RESUMEN DEL CONTENIDO:** (Máximo 250 palabras)

En la ciudad de Neiva se proyecta abrir una pizzeria infantil dedicada a ofrecer diversión, entretenimiento, unión familiar a través de un espacio en el cual Los pequeños tienen la posibilidad de aprender a preparar su propia pizza como verdaderos chefs.

El tamaño del Mercado para este proyecto está determinado por número de niños y niñas que residen en la ciudad de Neiva. Teniendo en cuenta las proyecciones del DANE, para el año 2016 habitan 56.014 menores entre 5 y 14 años, los cuales 28.344 son hombres y 27.670 son mujeres. Cifra equivalente al 16% de la población total de la ciudad. Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, este proyecto estimo una demanda equivalente al cinco por ciento de los 56.014 menores es decir 2800 menores lo que corresponde al 0,81418% de la población total de la ciudad de Neiva.

El análisis operativo contempla el proceso productivo de la pizza el cual está compuesto por las siguientes operaciones: recepción del pedido, elaboración de masa, preparación del molde, agregar ingredientes, horneado, cortar y empacar. La maquinaria y equipo tiene como característica el material de acero inoxidable, además de ser máquinas de alta precisión y con alto nivel de productividad. La pizzería estará ubicada en el barrio altico de la ciudad de Neiva.

El análisis de la organización está dado en un adicional capitulo el cual contempla misión, visión, objetivos, políticas, valores, organigrama, perfil de cargos, matriz DOFA (Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas).

Por último, se establece el análisis financiero en el cual se proyectan las ventas para los seis primeros meses del negocio desde Julio hasta diciembre del año 2016. También se realiza una proyección de la nómina para el mismo periodo de tiempo para todos los empleados de la empresa se tienen en cuenta prestaciones sociales, aportes parafiscales y aportes patronales. Establecido la inversión en capital de trabajo, se realiza el

	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>						  
	<b>DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>3 de 3</b>

flujo de fondos mensual.

**ABSTRACT:** (Máximo 250 palabras)

It is planning to open a children's pizzeria dedicated to providing fun, entertainment, family togetherness through a space in which children have the opportunity to learn to prepare their own pizza like real chefs.

Market size for this project is determined by number of children residing in the city of Neiva. Given the projections of the DANE, 2016 inhabit 56,014 children between 5 to 14 years, 28,344 are men and 27,670 which are women. equivalent to 16% of the total city population figure, however, and taking into account economic factors, competitive positioning and business risks input.

Given the foregoing, this project estimated demand equivalent to five percent of the 56,014 minors under 2800 ie corresponding to 0.81418% of the total population of the city of Neiva.

Operational analysis contemplates the production process of the pizza which is composed of the following: receipt of order, mass processing, preparation of the mold, add ingredients, baking, cutting and packing. The machinery and equipment is distinguished by stainless steel material, besides being high precision machines and high productivity.

The analysis of the organization is given in a chapter which includes additional mission, vision, objectives, policies, values, chart, profile managers, matrix SWOT (weaknesses, opportunities, strengths and threats).

Finally, the financial analysis in which sales for the first six months of business project from July to December 2016 projected payroll for the same period for all employees is also performed set company takes into account social benefits, payroll taxes and employer contributions. Established investment in working capital, the monthly cash flow is realized.

**APROBACION DE LA TESIS**

Nombre Presidente Jurado: ELIAS RAMIREZ PLAZAS

Firma:



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA PIZZERIA INFANTIL  
BAMBINOS EN LA CIUDAD DE NEIVA**

Presentado por:

DIANA PATRICIA CARVAJAL PRADA

MARIA JULIANA MUÑOZ CORDOBA

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE ECONOMIA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

NEIVA

2016

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA PIZZERIA INFANTIL  
BAMBINOS EN LA CIUDAD DE NEIVA**

Presentado por:

DIANA PATRICIA CARVAJAL PRADA

MARIA JULIANA MUÑOZ CORDOBA

Trabajo de grado para obtener el título de Especialista en Alta Gerencia

Asesor: Alvaro Zapata Dominguez, PH.D. en Administración

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

FACULTAD DE ECONOMIA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

NEIVA

2016

## Tabla de contenido

<b>Resumen Ejecutivo.....</b>	<b>1</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>4</b>
1. Formulación Problema.....	5
1.1.Descripción del Problema.....	5
1.2. Justificación.....	5
1.3.Amplitud del problema.....	7
1.4.Delimitación.....	7
1.5.Pregunta.....	8
1.6.Hipótesis .....	8
1.7.Objetivos .....	8
1.7.1. Objetivo general.....	8
1.7.2. Objetivos específicos.....	8
2. Marco Teórico .....	9
3. Metodología.....	12
3.1.Método de investigación.....	12
3.2.Técnicas de investigación.....	12
3.3.Instrumento .....	13
3.4.Fuentes .....	13
4. Desarrollo plan de Negocios.....	14
4.1.Plan de mercado.....	14
4.1.1. Análisis del sector de actividad económica de la empresa.....	14
4.1.1.1. Perspectivas del sector.....	16
4.1.1.2. Factores positivos y negativos del entorno.....	16
4.1.1.3. Modelo de Michael Porter.....	17
4.1.2. Análisis de mercado.....	17
4.1.2.1. Análisis del producto.....	17
4.1.2.2. Análisis del servicio.....	18
4.1.2.3. Análisis de cliente.....	18
4.1.2.4. Análisis de competencia.....	18
4.1.2.5. Tamaño del mercado total considerado.....	19
4.1.2.6. Tamaño de mi mercado.....	21

4.1.3. Plan de mercado.....	27
4.1.3.1. Fijación precios.....	27
4.1.3.2. Estrategia de venta.....	28
4.1.3.3. Estrategia Promocional.....	28
4.2. El plan de operaciones.....	28
4.2.1. Análisis del producto.....	28
4.2.1.1. Especificaciones del producto.....	28
4.2.2. Condiciones generales para el desarrollo del producto.....	29
4.2.3. Maquinaria y Equipo.....	31
4.2.3.1. Accesorio.....	33
4.2.4. Ubicación geográfica.....	33
4.2.5. Vías de acceso.....	34
4.2.6. Área requerida.....	34
4.2.7. Posibles proveedores.....	34
4.3. Requisitos para la creación de empresa.....	34
4.4. Inversiones.....	35
4.5. Equipo y organización.....	37
4.5.1. Misión.....	37
4.5.2. Visión.....	37
4.5.3. Objetivos.....	38
4.5.4. Políticas.....	38
4.5.5. Valores.....	38
4.6. Organigrama.....	39
4.7. Perfiles de los cargos.....	39
4.7.1. Gerente general.....	39

4.7.2. Supervisor.....	39
4.7.3. Cocinero.....	39
4.7.4. Telefonista y cajero.....	39
4.7.5. Mesero.....	40
4.7.6. Limpieza.....	40
4.7.7. Domiciliarios.....	40
4.8. Gastos de personal.....	40
5. DOFA.....	41
6. Estrategias de captación de mercador.....	43
7. Análisis Financiero.....	44
8. Conclusiones.....	47
9. Bibliografía.....	48
10. Anexos.....	49

**LISTA DE TABLAS**

Tabla 1. Modelos análisis teóricos	9
Tabla 2. Estimaciones de población y proyección de poblaciones	19
Tabla 3. Edades simples de 0 a 26	20
Tabla 4. Frecuencia pregunta 1	22
Tabla 5. Frecuencia pregunta 3	23
Tabla 6. Frecuencia pregunta 4	24
Tabla 7. Frecuencia pregunta 5	24
Tabla 8. Frecuencia pregunta 7	26
Tabla 9. Frecuencia pregunta 8	26
Tabla 10. Frecuencia pregunta 9	27
Tabla 11. Inversiones	36

## LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. Pregunta 2	23
Grafica 2. Pregunta 6	25

## Resumen Ejecutivo

En la ciudad de Neiva se proyecta abrir una pizzeria infantil dedicada a ofrecer diversión, entretenimiento, unión familiar a través de un espacio en el cual Los pequeños tienen la posibilidad de aprender a preparar su propia pizza como verdaderos chef.

Este proyecto está planeado para ser atendido por recreadores expertos que se encarguen de que los niños pasen un momento inolvidable a través una divertida experiencia donde se viven momentos de relajación y esparcimiento, con actividades lúdico-recreativas que permitan fortalecer en los pequeños prácticas como el trabajo en equipo igualmente su interacción y comunicación con otras personas.

Actualmente la ciudad vive un boom gastronómico, cuenta con una amplia gama de restaurantes, pero pocas son las opciones exclusivas para los niños quienes aunque no tienen poder adquisitivo para comprar, sí son los encargados de direccionar las elecciones que hacen sus padres.

El tamaño del Mercado para este proyecto está determinado por número de niños y niñas que residen en la ciudad de Neiva. Teniendo en cuenta las proyecciones del DANE, para el año 2016 habitan 56.014 menores entre 5 y 14 años, los cuales 28.344 son hombres y 27.670 son mujeres. Cifra equivalente al 16% de la población total de la ciudad, sin embargo y teniendo en cuenta los factores económicos, el posicionamiento de la competencia y los riesgos de entrada del negocio.

Con el fin de estimar la demanda se aplicaron encuestas a padres de familias como acudientes de los menores, el instrumento utilizado tuvo en cuenta las siguientes dimensiones: composición familiar, competencia, producto, preferencias o gustos, frecuencia de consume y precio.

Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, este proyecto estimo una demanda equivalente al cinco por ciento de los 56.014 menores es decir 2800 menores lo que corresponde al 0,81418% de la población total de la ciudad de Neiva.

La fijación de precios estuvo determinada a través de una referenciación de los precios de la competencia. La estrategia promocional a utilizar está compuesta por: paquetes, celebración de fiestas infantiles y regalos en el día de cumpleaños.

El análisis operativo contempla el proceso productivo de la pizza el cual está compuesto por las siguientes operaciones: recepción del pedido, elaboración de masa, preparación del molde, agregar ingredientes, horneado, cortar y empacar. Adicional se deben tener en cuenta medidas sanitarias para la adecuación de las instalaciones ya que por ser un producto alimenticio debe ser manipulado en espacios con estrictas condiciones de higiene. Como por ejemplo: el correcto Lavado de manos y antebrazos, cuantas veces sea necesario antes de iniciar labores, cuando cambie de actividad o después de utilizar el servicio sanitario. Uñas cortas, limpias y sin esmalte. Cabello limpio, recogido y cubierto por gorro. Uso de ropa de trabajo limpia (uniforme, delantal).

La maquinaria y equipo tiene como característica el material de acero inoxidable, además de ser máquinas de alta precisión y con alto nivel de productividad.

La pizzería estará ubicada en el barrio altico de la ciudad de Neiva, a continuación se realizan los detalles de la ubicación: El tránsito de peatones es concurrido Proximidad de avenidas y plazas de gran movimiento de vehículos, como lo son el hospital general, la zona de comidas, queda cerca a la estación del ferrocarril, al estadio, terminal de transportes, facilidad de parqueadero frente al negocio, facilidad de acceso de clientes, a pie, en autobús, carro.

Los aspectos legales para la constitución de la pizzería son establecidos por la cámara de comercio, en primer lugar se debe definir el nombre, el cual está establecido como BAMBINOS PIZZERIA, a continuación se debe revisar si el nombre que se va a utilizar esta registrado a nivel nacional verificándolo ante el registro único empresarial. Como Segundo paso se debe consultar si la marca está disponible en la superintendencia de industria y comercio, identificar que producto y que servicios voy a proteger con la marca, de acuerdo con la clasificación NIZA, también hay que verificar si se encuentran parecidos o similares, también se puede solicitar antecedentes marcarios ante la superintendencia de Industria y Comercio, una vez se está seguro de que no se encuentra resultados se solicita el formulario. Posterior a esto se debe consultar la actividad económica que se va a realizar H552100 expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurantes. Consultar el uso de suelo, se verifica ante la secretaria de planeación de cada ciudad en este caso la de Neiva, para saber si la actividad que se va a iniciar puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento. Realizar inscripción en el registro único tributario RUT ante la DIAN. Elaboración de documento de constitución documento privado articulo 22 Ley 1014 del 2006. Diligenciar formulario de registro único empresarial, ante la cámara de comercio de Neiva. Presentar la solicitud de matrícula mercantil en la cámara de comercio de Neiva. Pagar derechos de autor y conexos en SAYCO Y ACIMPRO, este pago se realiza anualmente. Concepto técnico del cuerpo oficial de bomberos. Solicitar conceptos sanitarios. Hacer curso de manipulación de alimentos.

El análisis de la organización está dado en un adicional capitulo el cual contempla misión, visión, objetivos, políticas, valores, organigrama, perfil de cargos, matriz DOFA (Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas).

Por último se establece el análisis financiero en el cual se proyectan las ventas para los seis primeros meses del negocio desde Julio hasta Diciembre del año 2016. También se realiza una proyección de la nómina para el mismo periodo de tiempo para todos los empleados de la empresa se tienen en cuenta prestaciones sociales, aportes parafiscales y aportes patronales. Establecido la inversión en capital de trabajo, se realiza el flujo de fondos mensual.

Finalmente se concluye la ciudad de Neiva es una ciudad que presenta un crecimiento económico importante a nivel nacional, cuenta con una ubicación geográfica privilegiada, por lo cual varios negocios han abierto las puertas al público, lo que la convierte en una opción potencial para explorar el Mercado de los restaurants infantiles. En este plan de negocios se proyecta un flujo de fondos positivo, sin embargo al ser una nueva propuesta se identifican potenciales riesgos como la falta de experiencia y de reconocimiento por lo cual se debe diseñar una estrategia de captación de mercados para poder entrar y posicionar el nombre de la pizzería en la mente de los consumidores.

## INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo plantea un plan de negocios para personas emprendedoras, donde se analiza la situación del mercado, la inversión que se debe tener para crear la empresa BAMBINOS PIZZA, dedicada a ofrecer diversión, entretenimiento, unión familiar, teniendo en cuenta el plan de gobierno de Neiva y sus posibles alcances a nivel local y regional. Debido a que la ciudad está creciendo, se está incentivando el turismo, además la ciudad no cuenta con un sitio donde los niños encuentren una sana diversión y comida saludable.

Se plantean las estrategias, el plan de inversión, las instalaciones acordes a la normatividad nacional para el montaje de un restaurante, también incentivar el empleo de la ciudad.

## 1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

### 1.1.DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El aumento de restaurantes en la ciudad de Neiva es notorio, diferentes tipos de negocios han abierto las puertas al público en los últimos años, los cuales ofrecen variedad de comidas ya sea nacional e internacional, desde comida mexicana, española, argentina, cubana, peruana hasta árabe y oriental. Han permitido que la economía de la ciudad presente una variación positiva e importante. Hoy en día los neivanos cuenta con más de una opción de restaurantes que ofrecen además de diversos menús, un servicio diferenciado en calidad y atención, precios muy competitivos y tiempos de espera cada vez menores.

Lugares acondicionados para parejas, amigos, compañeros de universidad, de trabajo y demás tipo de población que cuentan con la posibilidad de consumir alimentos, casi siempre estos espacios están diseñados para personas mayores de edad, en los cuales se puede contar con una amplia carta de licores, zona para fumadores, zonas wifi, presentaciones de eventos en vivo que incluyen bandas y diferentes curiosidades.

Difícil es encontrar en esta ciudad un lugar donde grandes y pequeños puedan compartir momentos en familia, ahí radica la idea de emprendimiento de un plan de negocios que permita evaluar la viabilidad y rentabilidad de incursionar en el sector gastronómico con **BAMBINOS PIZZERIA**, una empresa que ofrecerá a la familia la posibilidad de consumir lo que con sus propias manos han elaborado, claramente con la supervisión de los expertos en la materia los cuales se encargaran de dar el toque final a la creación del alimento y que como valor agregado ofrecerán la mejor atención tanto a los menores que la producirán como a sus acompañantes.

### 1.2.JUSTIFICACIÓN

El presente plan de negocios se justifica porque:

- Es innegable que el negocio de los restaurantes está en pleno furor, actualmente la ciudad de Neiva cuenta con una amplia gama de restaurantes, pero pocas son las opciones exclusivas para los más pequeños de la casa.

- Los restaurantes infantiles son un mercado inexplorado en la ciudad y aunque los niños no tienen poder adquisitivo para comprar, sí son los encargados de direccionar las elecciones que hacen sus padres.
- Según las estimaciones del DANE, 12,8 millones de menores de 14 años, de los cuales 1,8 millones viven en Neiva son clientes potenciales.
- Desarrollar un lugar donde se pueda crear una experiencia única: hacer la comida divertida, convertir a la pizzería en el sitio más atractivo para los niños de la ciudad; brindándoles un lugar donde disfruten a la par que cultivan sus valores, construyendo hábitos de alimentación saludables.
- Promover la interacción familiar de una forma creativa consiguiendo que todos los miembros de la familia se unan para divertirse al desarrollar sus habilidades motoras al preparar los alimentos. La cocina es un espacio que ofrece oportunidades a los niños para usar los sentidos físicos: vista, audición, olfato, tacto y gusto. Numerosas investigaciones científicas han demostrado los beneficios que tiene aprender a cocinar durante la infancia. El estudio de la Universidad de Colorado publicado en The Journal of Nutrition Education and Behavior destaca la importancia de incluir la cocina en el currículo escolar ya que "promueve la salud y las habilidades sociales así como prepara a los estudiantes para la vida adulta".

Es importante resaltar algunos de los beneficios de aprender a cocinar en la infancia:

1. Cocinar es un modo para que los niños adquieran el sentido del logro y mejoren su autoestima.
2. Al compartir las diferentes labores de la cocina, los pequeños empiezan a trabajar en equipo.
3. Es una forma práctica para aprender y reforzar el contenido de asignaturas como matemáticas, geografía, y ciencias.
4. El tiempo ocupado en la cocina también alienta la interacción y comunicación entre padres e hijos.
5. Cocinar desarrolla hábitos saludables de alimentación que en futuro le significarán, al adolescente y al adulto, una vida sana.

### **1.3.AMPLITUD DEL PROBLEMA**

El buen momento que vive la industria gastronómica en la ciudad de Neiva resulta como consecuencia de un mayor poder adquisitivo entre los miembros de la región, momento irreplicable para el sector, con un gran potencial pues hoy los consumidores cuentan con más recursos y la comida por fuera de casa se convierte en una excelente opción de entretenimiento. Las familias enteras programan salidas con el fin de reunirse y compartir ratos agradables, adicional de degustar un plato que puede variar según las preferencias de los consumidores.

El boom gastronómico que se vive actualmente se reconoce al público infantil como el nuevo objeto del deseo para desarrollar una infraestructura que mezcla comida con entretenimiento. Nuevos formatos de restaurantes se han establecido como opción para complacer a los niños. Actualmente en el país, restaurantes como Archies en la ciudad de Bogota invitan a los comensales a disfrutar de club pizzeritos en el cual los pequeños disfrutan de la experiencia de fabricar su propia comida.

“Estudios de la Asociación Estadounidense de Investigación del Consumo indican que los pequeños son los responsables de poco más de 30% de las decisiones de gasto de un hogar y, si se tiene en cuenta que tan solo en Bogotá el gremio de los restauranteros y la revista La Barra estiman que en 2012 se facturaron \$564.000 millones en este tipo de negocios, es más que entendible que en solo seis meses se hayan abierto tres restaurantes familiares, que se suman a las remodelaciones de zonas de comidas de centros comerciales. Todos con el mismo objetivo: atraer al apetecido consumidor menor de edad”. Menores que tienen como preferencia la comida rápida, razón que argumenta que tan “solo en el año pasado los colombianos comieron en promedio 12,5 pizzas por persona, de acuerdo con datos de los propios empresarios”.

### **1.4.DELIMITACIÓN**

El plan de negocio se desarrollara en tres dimensiones: el análisis de mercados, análisis técnico hasta el análisis financiero.

El análisis de mercados comprende el análisis del sector de actividad económica de la empresa, análisis del mercado propiamente dicho y plan de mercadeo.

Análisis técnico por su parte abarca: el análisis del producto, facilidades, equipos y maquinarias, distribución de espacios, plan de producción, plan de consumo, plan de compras y sistemas de control de producción, calidad y costos.

Finalmente el análisis financiero incluye el flujo de caja, estado de resultados, balance y estrategias financieras

## **1.5. PREGUNTA**

¿Es factible la creación de una pizzería infantil en la ciudad de Neiva?

## **1.6. HIPÓTESIS**

La viabilidad del proyecto es satisfactoria y la idea de emprendimiento empresarial es exitosa para la puesta en marcha de BAMINOS PIZZERIA en la ciudad de Neiva.

## **1.7. OBJETIVOS**

1.7.1. Objetivo general: desarrollar un plan de negocio para la creación de una pizzería infantil en la ciudad de Neiva.

1.7.2. Objetivos específicos

- 1) Desarrollar un análisis de mercado
- 2) Desarrollar un análisis técnico
- 3) Desarrollar un análisis financiero

## 2. MARCO TEÓRICO

El modelo de Plan de Negocios a utilizar es el concebido por Rodrigo Varela en su libro “Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas”.

El autor expone dentro de sus tesis unas etapas que se deben cumplir para poder estructurar unos componentes básicos del proceso empresarial enfocados siempre en una idea de negocio como uno de los ejes en donde los otros componentes se desarrollan.

**MODELO DE ANALISIS TEÓRICO PLAN DE NEGOCIO** (Análisis de Mercado, Análisis Técnico y Análisis Financiero)

Tabla 1.

<b>DIMENSIONES</b>	<b>COMPONENTES</b>	<b>ELEMENTOS</b>
Análisis de Mercado	Análisis del sector de actividad económica de la empresa.	<p>Diagnóstico del estado actual del sector.</p> <p>Perspectivas del sector.</p> <p>Factores positivos y negativos del entorno.</p> <p>Factores que mueven el mercado, como tendencias económicas, sociales, culturales que afectan al sector.</p> <p><b>MODELO DE MICHAEL PORTER:</b></p> <p>Barreras de entrada en el sector.</p> <p>Rivalidades entre competidores.</p> <p>Poder de negociación de clientes y proveedores.</p> <p>Amenaza de ingreso de nuevos productos o de sustitutos.</p> <p>Amenaza de ingreso de nuevas empresas.</p>
	Análisis del mercado	Análisis de producto/servicio.

DIMENSIONES	COMPONENTES	ELEMENTOS
	propiamente dicho	<p>Análisis de clientes.</p> <p>Análisis de competencia.</p> <p>Tamaño del mercado total considerado.</p> <p>Tamaño de mi mercado.</p>
	Plan de mercadeo	<p>Estrategia de precio.</p> <p>Estrategia de venta.</p> <p>Estrategia promocional.</p> <p>Estrategia de distribución.</p> <p>Políticas de servicio.</p> <p>Tácticas de ventas.</p> <p>Planes de contingencia.</p>
Análisis técnico	Análisis del producto	<p>Condiciones generales para el desarrollo del producto.</p> <p>Especificaciones del producto.</p>
	Facilidades	<p>Ubicación geográfica.</p> <p>Facilidades de servicios.</p> <p>Posición relativa a proveedores y clientes.</p> <p>Facilidades de transporte.</p> <p>Legislación local.</p> <p>Vías de acceso.</p> <p>Área requerida.</p> <p>Condiciones de operación.</p> <p>Posibilidades de expansión.</p>
	Equipos y maquinarias	<p>Especificación del proceso.</p> <p>Tipos de equipos y maquinarias.</p> <p>Tamaño de equipos y maquinarias.</p> <p>Posibles proveedores de equipos y maquinarias.</p> <p>Necesidades de infraestructura.</p>

<b>DIMENSIONES</b>	<b>COMPONENTES</b>	<b>ELEMENTOS</b>
		<p>Forma de adquisición de equipos.</p> <p>Políticas de mantenimiento.</p> <p>Formas de operación.</p>
	Distribución de espacios	<p>Departamentos o zonas básicas.</p> <p>Limitaciones y exigencias de cercanía.</p> <p>Distribución de equipos por departamento.</p> <p>Diagrama de flujo de producción.</p> <p>Plano de distribución.</p>
	Plan de producción	Elaboración del plan mediante ecuaciones según el plan de ventas.
	Plan de compras	Proveedores potenciales.
	Sistemas de control de producción , calidad y costos	<p>Propiedades básicas del producto.</p> <p>Procesos críticos en calidad y en costos.</p> <p>Puntos de inspección de calidad y en costos.</p> <p>Equipos de control de calidad.</p> <p>Personal para control de costos.</p>
Análisis financiero	Flujo de caja	Tabla de flujo de caja
	Estado de resultados	Tabla de estado de resultados
	Estrategias financieras	Fuentes de financiación.

## **SINTESIS DEL CONTEXTO TEORICO GENERAL**

En síntesis el problema de esta investigación es: poca oferta de restaurantes familiares, especialistas en diversión para niños en la ciudad de Neiva. Esta idea de emprendimiento surge con el fin de evaluar académicamente la factibilidad y rentabilidad de la creación de una pizzería familiar en la cual se vincule a todos los comensales elaborando sus propios alimentos, el proyecto se estructurará en tres dimensiones las cuales son de carácter de: mercados, técnico y financiero. Cada una de estas dimensiones es resultado del marco teórico aplicable para el desarrollo del trabajo.

## **3. METODOLOGÍA**

### **3.1. METODOS DE INVESTIGACIÓN**

- Deductivo: porque a través del libro “Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas” de Rodrigo Varela se desarrollara un plan de negocios para la creación de una pizzería infantil en la ciudad de Neiva.
- Cualitativo: porque se estudiara el comportamiento del consumidor a través de un contacto prolongado e intenso en situaciones que reflejan la vida cotidiana de individuos, grupos sociedades y organizaciones. entrevistas en profundidad, observación directa y análisis de datos. Myles y Huberman (2002).

### **3.2. TECNICAS DE INVESTIGACION**

Ramirez Plazas y Paramo Morales plantean que: “Para recolectar información en la investigación cualitativa, Patton (2002) precisa que debe utilizarse las siguientes prácticas intelectuales: Entrevistas en profundidad: estas proporcionan citas sobre experiencias, opiniones, sentimientos y conocimientos de las personas estudiadas.

Observación directa: los datos tomados de la observación consisten en detalladas descripciones de las actividades, los comportamientos, y las acciones de compra y venta. Esta observación puede ser participante y no participante.

Análisis de datos: consiste en distinguir, rechazar y organizar los datos de tal manera que se puedan extraer conclusiones y verificarlas, mediante reagrupamientos, codificaciones, revisión de temas y resúmenes.

Conclusiones: deben ser verificadas y validadas en la medida en que el trabajo se desarrolla.”

De igual manera se procederá a elaborar un instrumento para realizar una consulta sobre las preferencias de comidas.

### **3.3. INSTRUMENTO**

Como instrumento se utilizara la encuesta. La guía se elaborara teniendo en cuenta las siguientes dimensiones:

- **COMPOSICION FAMILIAR:** Si la familia cuenta con menores de edad,
- **COMPETENCIA:** Cuáles son los restaurantes de la ciudad de Neiva más frecuentados por la familia y si en ellos hay espacio para la recreación de los niños.
- **PRODUCTO:** cuál es la comida rápida preferida por los menores? comen pizza? cuales sabores de pizza favoritos?
- **PREFERENCIAS O GUSTOS:** cuales son las actividades preferidas desarrolladas por los niños fuera de casa? los pequeños disfrutan cocinar o desean ayudar en la cocina?
- **FRECUENCIA DE CONSUMO:** con qué frecuencia suelen salir de casa a comer?
- **PRECIO:** hasta que cantidad estaría dispuesto a gastar por un rato de entretenimiento para sus hijos?

### **3.4. FUENTES**

Como fuente primaria se recurrirá a compañeras de trabajo, familiares amigos y conocidos de diferentes estratos.

Como fuente secundaria se utilizara los datos otorgados por departamento administrativo de planeación de la ciudad de Neiva, junto con los datos recogidos en la cámara de comercio de Neiva sobre la industria alimenticia y restaurantera.

## **4. DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIO**

### **4.1 Plan De Mercado**

#### **4.1.1 Análisis del sector de actividad económica de la empresa.**

Diagnóstico del estado actual del sector.

El comercio en la ciudad de Neiva es muy activo ya que por su localización geográfica estratégica, se ha convertido en el eje de la economía de los departamentos del Huila, Caquetá y Putumayo. Actualmente diferentes plataformas comerciales, nacionales y extranjeras evalúan la posibilidad de invertir sus capitales al observar el gran potencial económico de la ciudad.

En el campo gastronómico reconocidas cadenas de restaurantes nacionales como Sandwich Qubano, Don Jediondo y Mrwok, han hecho el lanzamiento de sus negocios, posicionado la gastronomía como un nuevo sector de la economía que se ha venido desarrollando de manera importante en la ciudad.

A nivel nacional, según fuente de la revista Dinero: “La gastronomía ocupa el décimo puesto entre los sectores económicos que aportan al PIB colombiano, por encima de la educación y las telecomunicaciones. En 2000 se registraron ventas por \$7,9 billones anuales, mientras que en 2010 ascendieron a \$19,9 billones, según información del DANE los restaurantes constituyen el tercer gasto en los hogares colombianos, después del mercado, el arriendo y la vivienda. Lo anterior obedece a la diversidad de oferta, hay para todos los gustos en cuanto a sabores, precios y tendencias”.

Situación que se debe a diferentes factores, especialmente socioculturales y de desarrollo. “Se ha visto que la gente ya destina una parte de sus ingresos a comer fuera de la casa. Actualmente el rol de la mujer, quien cumple más papeles dentro del ámbito laboral que en el hogar. Los roles van cambiando y la gente busca alimentarse por fuera. Lo otro es el crecimiento que ha tenido la

ciudad, lo que hace que la gente no tenga tiempo para desplazarse a su casa, y tenga que comer por fuera. Además, el consumidor ha ido aumentando sus gastos de consumo en entretenimiento”.

En los últimos años, en la ciudad de Neiva se ha intensificado la variedad de la oferta gastronómica, en respuesta a un proceso de mundialización cultural y de globalización económica, al punto que hoy se accede a preparaciones originarias casi de cualquier lugar del mundo. Actualmente estos son algunos de los restaurantes más reconocidos en la ciudad:

- Nagasaki, comida japonesa
- Guantánamo, comida cubana
- Emiliano zapata, comida mexicana
- Nazca, comida peruana
- Amplia variedad, comida china
- La pampa, comida argentina
- La mia casa, comida italiana
- Gran vinos, comida española
- Donner kebab, comida arabe

Los restaurantes de comidas rápidas han tenido apertura importante como por ejemplo el negocio de hamburguesas, La Granja Burguer, el cual abrió sus puertas a los opitas en el año 2011.

Ofreciendo excelentes precios a sus clientes, además de un amplio menú de hamburguesas, ofrece opciones saludables como diferentes tipos de ensaladas, lo que hace de este el lugar de moda de la ciudad.

Otros negocios que crecen rápidamente son los inspirados en las tendencias de cuidado personal, como por ejemplo el restaurante: Ceresfit, el cual se encuentra ubicado en el oriente de la ciudad y ofrece a sus comensales platos ricos en proteínas y fibras. Motivo por el cual se convierten en la mejor opción para los más preocupados por la salud y la apariencia física.

#### 4.1.1.2 **Perspectivas del Sector.**

La gastronomía, es considerada como una de las actividades más dinámicas del comercio, la oferta de restaurantes va en ascenso, dicho comportamiento se debe a que los inversionistas están viendo una oportunidad importante de retorno, se perciben excelentes perspectivas para este negocio en el mercado local.

La oferta de restaurantes en Neiva se ha concentrado principalmente en cuatro áreas: Avenida la Toma; calle 8 Entre carreras 10y 12 y barrio altico; centro comercial san Pedro plaza y centro comercial san Juan plaza; aunque debido a la poca disponibilidad de locales, cada vez surgen nuevas zonas como Barrio Sevilla y Carrera 7.

Sin embargo no se puede desconocer la excesiva oferta de restaurantes del mismo tipo, lo cual hace que la competencia sea más exigente en cuanto a calidad, innovación y diversificación en la oferta. Esta situación contrasta con el cierre de restaurantes como WOK en la zona del barrio altico y Nazca Express en la avenida la toma.

#### 4.1.1.3 **Factores Positivos y Negativos Del Entorno.**

Los siguientes se consideran algunos de los aspectos positivos: mayor consumo de los hogares, gran influencia de los menores a la hora de gastar. Los colombianos no han dejado de gastar. El negocio de los restaurantes está en pleno furor. El consumo en restaurantes y hoteles creció. El segmento infantil ofrece una gran oportunidad para desarrollar nuevas líneas y orientarse hacia nichos de mercado específicos

Por otro lado se enuncia los siguientes factores negativos: los niños son cada vez más críticos y exigentes en cuanto a lo que les ofrecen. Más allá del juguete, buscan que la marca les garantice calidad en los productos, que sea responsable con el medio ambiente y que les genere valor. El consumo, el ticket promedio, ha bajado un poco desde 2013. Muchos negocios han mantenido sus precios durante años pero sus ingredientes sí han subido y están con una competencia agresiva, donde solo los fuertes sobreviven.

#### 4.1.1.4 **MODELO DE MICHAEL PORTER:**

- Barreras de entrada en el sector. La falta de reconocimiento en el mercado y posicionamiento débil en la mente de los clientes.
- Rivalidades entre competidores. Grandes superficies como El corral abirra nueva sucursal en el centro comercial Santa Lucia Plaza igualmente grandes restaurantes como Qbano tienen planeado hacer la apertura de sus locales en el presente año.
- Poder de negociación de clientes y proveedores.
- Amenaza de ingreso de nuevos productos o de sustitutos.
- Amenaza de ingreso de nuevas empresas. Continuo crecimiento del sector de restaurantes de comidas rápidas a nivel local. Apertura de dos grandes centros comerciales: santa lucia plaza y Unicentro. Ambos con amplias ofertas gastronómicas para sus clientes.

#### 4.1.2 **Análisis del mercado propiamente dicho**

##### 4.1.2.1 **Análisis de producto**

La pizza ha sido definida como un producto alimenticio hecho a base de: masa de harina de trigo, sal, agua y levadura, casi siempre en forma redonda y que se adereza con especias, puré de tomate, queso y frecuentemente con otros ingredientes como salame, jamón, piña, pollo, champiñones.

Es un producto que combina diferentes sabores para que pueda ser degustada por todo tipo de público, pasando por sabores dulces, salados o agridulces. Adaptándose a la gastronomía criolla, diferentes restaurantes han incursionado con recetas que incorporan ingredientes característicos de las regiones como por ejemplo: la pizza de bocadillo con queso, la pizza campesina con carne y maíz tierno o la criolla de pollo.

**BAMBINOSPIZZERIA**, la carta de presentación tendrá una variación de productos definida en producción de pizza de queso y pepperoni, jamón y queso, Hawaiiana, Pollo y champiñones, los productos acompañantes, como jugos, estarán en la carta pero no tendrán la posibilidad de ser preparados por lo pequeños, de la misma manera, se tendrán bebidas gaseosas de las diferentes marcas que existen el mercado en dispensadores administrados por los colaboradores de la

empresa puesto que esto permitirá controlar el consumo, ya que los menos no alcanza a medir el gasto y consumo del líquido.

#### 4.1.2.2 **Análisis del servicio:**

Para los pequeños clientes se ofrecerá un delantal y un gorro que simule el uniforme de un verdadero chef y como por si fuera poco, al pagar el consumo se les suministrará una fotografía como recuerdo de momentos inolvidables, este registro fotográfico estará marcado con los logos de **BAMBINOSPIZZERIA**.

#### 4.1.2.3 **Análisis de clientes.**

El perfil de los clientes en una pizzería es bastante mixto y abarca todas las clases sociales (baja, media, alta) y grupos de edad (niños, jóvenes, adultos, adultos de la tercera edad).

Así que se busca la transformación de nuestra pizzería en un lugar divertido y acogedor, donde la gente se reúne para disfrutar de una buena pizza.

Habitualmente este tipo de negocios trata de dirigirse a todo tipo de público, tratando de dirigirse al mayor número de personas posible y de atender a públicos que tienen distintos horarios para lograr reducir los tiempos ociosos. Jóvenes, que acuden a las pizzerías como una manera de reunirse con sus amigos y que no les cueste demasiado dinero. Trabajadores que comen fuera de casa por trabajo o por no apetecerle ponerse a cocinar.

Sin embargo, esta propuesta está enfocada especialmente a los pequeños, quienes podrán disfrutar de una nueva experiencia inolvidable, en la cual aprenderán a preparar su propia pizza como verdaderos chefs.

#### 4.1.2.4 **Análisis de competencia.**

Para recolectar esta información se hizo una investigación, sobre los restaurantes ubicados en la ciudad de Neiva que actualmente ofrecen pizza o negocios que cuente con un espacio de recreación infantil. Se tuvieron en cuenta aspectos básicos como: menú, precio y atracciones infantiles ofrecidas.

A continuación se enuncian los principales restaurantes que poseen un porcentaje significativo en el mercado además del reconocimiento de los clientes:

- La Granja Burguer. Sus sucursales se encuentran localizadas en la avenida Tenerife, el barrio buganviles y la avenida la toma.
- Asadero Las vegas. “Herederos de una Tradición”, famoso restaurante de la ciudad se caracteriza principalmente por la venta de pollo asado, sin embargo ofrece una amplia carta. Cuenta con el servicio de domicilio, además de ofrecer la aplicación del restaurante en googleplay y appstore.
- Champy pizza
- Krosty
- Frupys

#### 4.1.2.5 Tamaño del mercado total considerado.

La ciudad de Neiva para el año 2016 cuenta con 344.026 habitantes según las proyecciones del último censo realizado en el país por el DANE. Los cuales están compuestos por 164.582 hombres y 179.444 mujeres.

Tabla 2. Estimaciones de población 1985-2005 y proyecciones de población 2005-2020 nacional, departamental y municipal por sexo.

<b>Neiva 2016</b>			
<b>Grupos de edad</b>	<b>Total</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
<b>Total</b>	<b>344.026</b>	<b>164.582</b>	<b>179.444</b>
0-4	25.790	13.133	12.657
5-9	27.234	13.813	13.421
10-14	28.780	14.531	14.249
15-19	29.791	14.704	15.087
20-24	31.842	15.664	16.178

<b>Neiva 2016</b>			
<b>Grupos de edad</b>	<b>Total</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
25-29	29.870	14.774	15.096
30-34	27.774	13.764	14.010
35-39	23.893	11.419	12.474
40-44	20.819	9.452	11.367
45-49	20.723	9.269	11.454
50-54	20.806	9.313	11.493
55-59	17.518	7.868	9.650
60-64	13.479	6.032	7.447
65-69	9.930	4.342	5.588
70-74	6.576	2.845	3.731
75-79	4.520	1.869	2.651
80 Y MÁS	4.681	1.790	2.891

Tabla 3. Edades simples de 0 a 26 años para el año 2016

<b>2016</b>			
<b>Neiva</b>	<b>Total</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
0			
1	5.103	2.601	2.502
2	5.156	2.625	2.531
3	5.210	2.650	2.560
4	5.267	2.677	2.590
5	5.319	2.699	2.620
6	5.382	2.730	2.652
7	5.446	2.762	2.684
8	5.511	2.795	2.716
9	5.576	2.827	2.749
10	5.644	2.861	2.783
11	5.716	2.898	2.818

2016			
Neiva	Total	Hombres	Mujeres
12	5.775	2.923	2.852
13	5.811	2.928	2.883
14	5.834	2.921	2.913
15	5.857	2.915	2.942
16	5.863	2.900	2.963
17	5.907	2.909	2.998
18	6.013	2.956	3.057
19	6.151	3.024	3.127
20	6.273	3.083	3.190
21	6.400	3.146	3.254
22	6.458	3.176	3.282
23	6.413	3.156	3.257
24	6.298	3.103	3.195
25	6.183	3.050	3.133
26	6.051	2.988	3.063

#### 4.1.2.6. Tamaño de mi mercado.

El tamaño del mercado está determinado por el número de niños y niñas que residen en la ciudad de Neiva, teniendo en cuenta esta información y las proyecciones del DANE, en la ciudad de Neiva para el año 2016 habitan 56.014 menores entre 5 y 14 años, los cuales 28.344 son hombres y 27.670 son mujeres. Cifra equivalente al 16% de la población total de la ciudad, sin embargo y teniendo en cuenta los factores económicos, el posicionamiento de la competencia y los riesgos de entrada del negocio. Este proyecto estima una demanda equivalente al cinco por ciento de los 56.014 menores es decir 2800 menores lo que corresponde al 0,81418% de la población total de la ciudad de Neiva.

Con el fin de estimar la demanda se aplicaron 55 encuestas a padres de familias como acudientes de los menores, lo que representa el 2% de la población objetivo.

Una vez recopilada la información de las encuestas, se procede a realizar el respectivo análisis de datos por cada uno de los nueve numerales del instrumento:

1) En su familia tienen menores de 14 años?

El objetivo de la pregunta número uno es conocer la composición familiar de la persona que diligencio el formulario. Además de segmentar el grupo de potenciales clientes del negocio.

Tabla 4. Frecuencia Pregunta 1

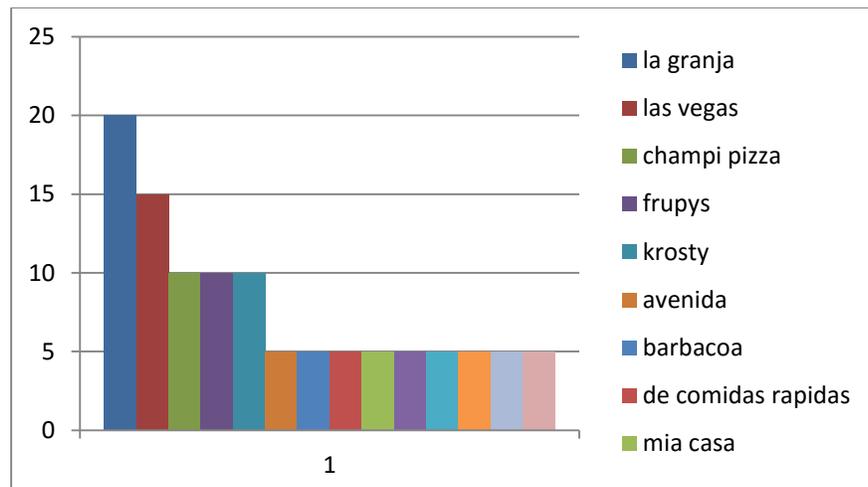
Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Si	50	91%
No	5	9%
Total	55	100%

Según la información recopilada de las 55 personas encuestadas 50 poseen entre los miembros de su familia menores de 14 años, por lo que se consideran potenciales clientes del negocio.

2) Cuáles son los restaurantes más frecuentados por la familia?

Este enunciado se encuentra dentro de la dimensión: Competencia, tiene como fin conocer a nuestros competidores, sabiendo el porcentaje de recordación en la mente de los consumidores y el posicionamiento que tiene en los hogares.

Grafica 1. Frecuencia Pregunta 2



Los resultados demuestran que el restaurante La granja Burger es el más visitado por los neivanos, además de ofrecer cómodos precios cuenta con instalaciones físicas atractivas para los menores y presenta amplia cobertura local. También se demuestra que los restaurantes de tradición como el restaurante las vegas, se mantienen en el ranking de los más visitados. Por último nuestro principal competidor directo es el restaurante champi pizza el cual en su menú además del tradicional platillo ofrece diferentes opciones a los comensales.

### 3)Cuál es la comida rápida favorita de los niños de la familia?

La dimensión de esta pregunta es PRODUCTO. Conocer si el producto que se desea vender tiene aceptación entre el público infantil.

Tabla 5. Frecuencia Pregunta 3

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
Hamburguesa	20	36%
Perro caliente	0	0%
Pizza	35	64%
Total	55	100%

De las 55 personas encuestadas 35 de ellas consideran la pizza como la comida rápida favorita. Lo que representa una preferencia del 64% del producto en el mercado.

#### 4) Los niños consumen pizza?

Este enunciado tiene como fin brindar la información del número de clientes potenciales del negocio.

Tabla 6. Frecuencia Pregunta 4

respuesta	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Si	50	91%
no	5	9%
Total	55	100%

De las 55 personas encuestadas, 5 de ellas no consumen el producto, lo que representa el 9% de la población. Mientras que el 91% de la población respondieron afirmativamente.

#### 5)Cuál es el tamaño que escoge en el momento de la compra en una pizzería?

En esta pregunta se busca indagar en qué presentación las personas adquieren el producto, para las respuestas, se tienen en cuenta las opciones que ofrecen los competidores en diferentes restaurantes. En esta pregunta hubo 6 personas que no contestaron

Tabla 7. Frecuencia Pregunta 5

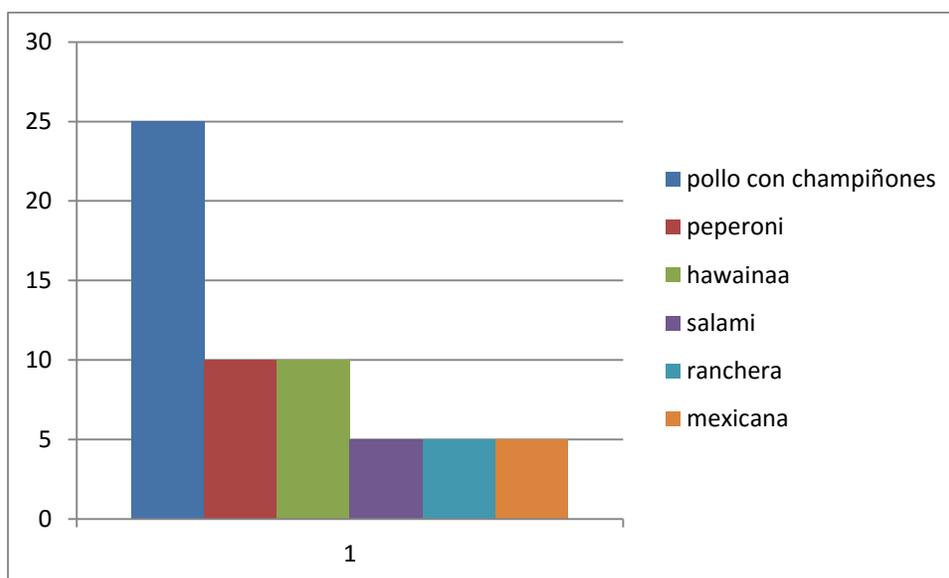
respuesta	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Porción personal	30	61%
tamaño mediano	15	31%
tamaño grande	4	8%
Total	49	100%

Se puede concluir que de las 49 personas que respondieron esta pregunta, 30 personas equivalente al 61% adquiere el producto en tamaño mediano, presentación que predomina sobre las otras tres respuestas con un amplio porcentaje de participación.

6) Cuál es el sabor de la pizza favorito de los niños?

En este enunciado se busca conocer los gustos o preferencias de los potenciales consumidores.

Grafica 2. Frecuencia Pregunta 6



El sabor de pizza favorito entre el público es el de pollo con champiñones, peperoni y hawaiana.

7) A los niños les gusta cocinar o les gusta ayudar en la cocina?

Con esta pregunta se concluirá la parte del mercado con la que el negocio puede llegar a conquistar.

Tabla 8. Frecuencia Pregunta 7

respuesta	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Si	35	64%
no	20	36%
Total	55	100%

De las 55 personas que respondieron la encuesta 35 de ellas consideran que cocinar es una actividad que los niños tienen como una de sus preferencias. Con lo cual se puede afirmar el 64% de la población infantil le gusta preparar o ayudar a realizar los alimentos.

8) Cuál es la frecuencia con la que salen a comer fuera de casa?

Esta pregunta se realiza con el fin de conocer la frecuencia con la que las familias salen a comer fuera de casa y así proyectar la demanda futura a tener.

Tabla 9. Frecuencia Pregunta 8

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
1 vez al mes	5	9%
2 veces al mes	15	27%
3 veces al mes	15	27%
más de tres veces al mes	20	36%
Total	55	100%

De las 55 personas, 20 de ellas equivalente al 36% de la población realizan más de tres salidas al mes para comer fuera de casa. Sin embargo y con un bajo rango se identifican 5 personas equivalente al 9% de la población que tan solo realiza una salida al mes.

9) Cuando come pizza, cual es el valor promedio que gasta en el consumo?

Con esta pregunta se analiza el precio de compra que estaría dispuesto a pagar el cliente por el producto.

Tabla 10. Frecuencia Pregunta 9

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
10000 pesos	0	0%
20000 pesos	25	45%
30000 pesos	15	27%
más de 30000 pesos	15	27%
Total	55	100%

Finalmente se puede concluir que las personas están dispuestas a pagar un precio de hasta \$30.000, en una salida familiar a comer pizza.

#### 4.1.3 Plan de mercadeo

##### 4.1.3.1 Fijación de precios.

Para establecer la estrategia de precio se identifica dos tipos de consumidores: grupo familiares y personas solas.

Para el grupo familiar con menores: El valor se fija por la actividad y la comida en el restaurante incluye la pizza que prepara el niño, un jugo de cajita, el juguete de temporada y un helado con diferentes toppings para decorar.

Personas solas: se tiene en cuenta un valor equivalente al precio de la competencia.

### **4.1.3.2 Estrategia de venta.**

#### **4.1.3.3. Estrategia promocional.**

- **Paquete:** Se planea ofrecer un paquete en el cual se haga referencia al lugar como un espacio donde los pequeños son los creadores de su propia pizza. Los niños y niñas contarán con la atención de un personal calificado que se encarga de orientarlos y cuidarlos en la elaboración de la pizza.

Celebración de fiestas infantiles, alternativa que ofrece la empresa a la hora de organizar una recepción de cumpleaños o celebración como el día del niño o Halloween. El servicio incluye globos, recreación, ponqué, un nutritivo menú de la preferencia de los padres y el homenajeado. El restaurante se hace cargo de las Invitaciones, las cuales se entregan desde el momento en que se hace la reserva. También se dispone de un anfitrión para atender a los invitados y un afiche de bienvenida a la entrada con el nombre del homenajeado. La fiesta se realiza en las instalaciones del restaurante. La recreación es personalizada y se realiza para un mínimo de 15 niños; dura un tiempo máximo 3 horas.

- **Regalos:** El día del cumpleaños se obsequiara una pizza y un helado. Adicional si es el cumpleaños de alguno de los miembros de la familia como el padre o madre se obtendrá un descuento especial sobre el valor total de la cuenta además de un delicioso helado para ellos.

## **4.2. EL PLAN DE OPERACIONES**

### **4.2.1 Análisis del producto**

#### **4.2.1.1Especificaciones del producto:**

La pizza originalmente es un platillo italiano, que con el paso del tiempo se ha extendido por todo el mundo al considerarse, en la mayoría de los países, como un comida rápida, además de que es consumida por todas las personas sin importar su estrato social.

Ingredientes para preparación de masa de la Pizza:

➤ Harina

➤ Agua

➤ Levadura

➤ Aceite de oliva

Con respecto al resto de ingredientes que se necesita para la preparación de una pizza depende del sabor, por ejemplo:

- Pizza de Ensalada, ingredientes: 150 gr. de lechuga, 10 tomates cherry, Aceitunas, Espárragos, 1 cebolla, 1 lata de atún, Tomate frito
- Pizza Hawaiana, Ingredientes: 1 lata de piña, 100 gr. de taquitos de jamón, Tomate frito, 150 gr. de queso mozzarella rallado, Orégano.
- Pizza de Pepperoni: 100 gr. de pepperoni, 100 gr. de salami, 1 lata de tomate triturado, 100 gr. de queso, parmesano rallado, 150 gr. de queso mozzarella rallado.

#### 4.2.2. Condiciones generales para el desarrollo del producto.

Aunque la elaboración del producto es muy sencilla, es necesario realizar controles de higiene y sanidad de alimentos, personal, utensilios y naturalmente de las instalaciones para obtener un producto de óptima calidad.

Las siguientes medidas sanitarias, se deben tener en cuenta para la adecuación de las instalaciones del lugar, ya que por ser un producto alimenticio debe ser manipulado en espacios con estrictas condiciones de higiene.

Como primera medida se debe realizar durante el tiempo respectivo la desinfección diaria del espacio de preparación del producto, esta se inicia con la ordenación de los elementos presentes en el lugar de trabajo. Sigue un barrido de mugre gruesa presente en el piso y áreas vecinas como

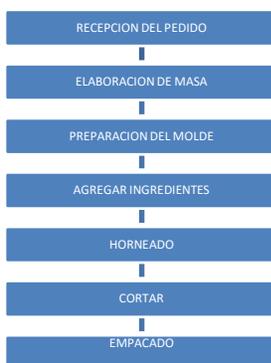
techos, paredes, puertas, rejillas y sifones. Se comenzara por las áreas altas (techos) e ir bajando hasta terminar en el piso y los sifones.

Además de las actividades de aseo realizadas anteriormente, se deben tener en cuenta aspectos higiénicos por los operarios presentes en el proceso y que entraron en contacto con los alimentos:

- Lavado de manos y antebrazos, cuantas veces sea necesario antes de iniciar labores, cuando cambie de actividad o después de utilizar el servicio sanitario.
- Uñas cortas, limpias y sin esmalte.
- Cabello limpio, recogido y cubierto por gorro.
- Uso de ropa de trabajo limpia (uniforme, delantal).

Además, tanto los operarios como cualquier persona que entre a la cocina no tiene permitido el uso de accesorios como aretes, pulseras, anillos y/o piercing visible.

Cumpliendo los anteriores parámetros de higiene y salubridad, se explica en el siguiente diagrama de bloques las operaciones de preparación de la pizza.



A continuación se explican en detalle cada una de las actividades para elaboración del producto.

- Recepción del pedido.
- Elaboración de masa.
- Preparación del molde
- Agregar ingredientes. Sobre la masa estirada se distribuyen los ingredientes base: salsa de tomates y queso, de acuerdo a los patrones asignados. Sobre éstos van los ingredientes

seleccionados por el cliente, hay una variedad para elegir: Piña, pollo, cebolla, tomate, Jamón, carne, champiñones y queso.

- Horneado. El proceso en el horno tiene una duración de exactamente 5 minutos, a una temperatura de casi 500° C, ofreciendo así una garantía total sanitaria en el producto final.
- Corte y Empaque Una vez fuera del Horno se corta la pizza en porciones y se coloca en una caja adecuada, quedando lista para su entrega.

#### 4.2.3. MAQUINARIA Y EQUIPO

- BATIDORA Y AMASADORA PROFESIONAL:



##### CARACTERISTICAS:

- Marca Bia
- Linea profesional
- Capacidad de 5.2 litros
- Acabado de lujo
- Bowl removible de acero inoxidable
- Tapa transparente para evitar salpicaduras  
Mientras se está batiendo
- Patas de goma tipo ventosa anti-resbalante
- Voltaje 110V-60Hz
- Power 800W
- Peso 7.5 Kg
- Velocidad variable 350-550rpm
- 6 niveles de velocidad + nivel de pulso
- Sensor de velocidad electrónico

- Mecanismo de engranajes robusto

- LAMINADORA DE MASA



Las laminadoras son equipamientos industriales de panificación y pastelería diseñados para laminar masas de diferentes espesores, substituyendo el trabajo manual a través de un sistema mecanizado. Las laminadoras son compuestas por:

Mesas con telas de determinadas dimensiones movidas lateralmente, accionadas por manípulos e pedales eléctricos

Rodillos de laminado que regulan el espesor pretendido, accionados por un manípulo Correlación de procesos tecnológicos que permiten a sus operadores el control del proceso de laminado (mandos de velocidades, aplicación de unidades de corte)

Las laminadoras de masa son máquinas de alta precisión y con altos niveles de productividad.

- MESA DE PREPARACION PARA PIZZA



- HORNO DE PIZZA



#### 4.2.3.1 ACCESORIOS

- PALA PARA PIZZAS
- CEPILLO PARA HORNOS PIZZAS
- RALLADOR DE QUESO MANIVELA

#### 4.2.4 UBICACIÓN GEOGRAFICA

La pizzería cuenta con los siguientes detalles de ubicación:

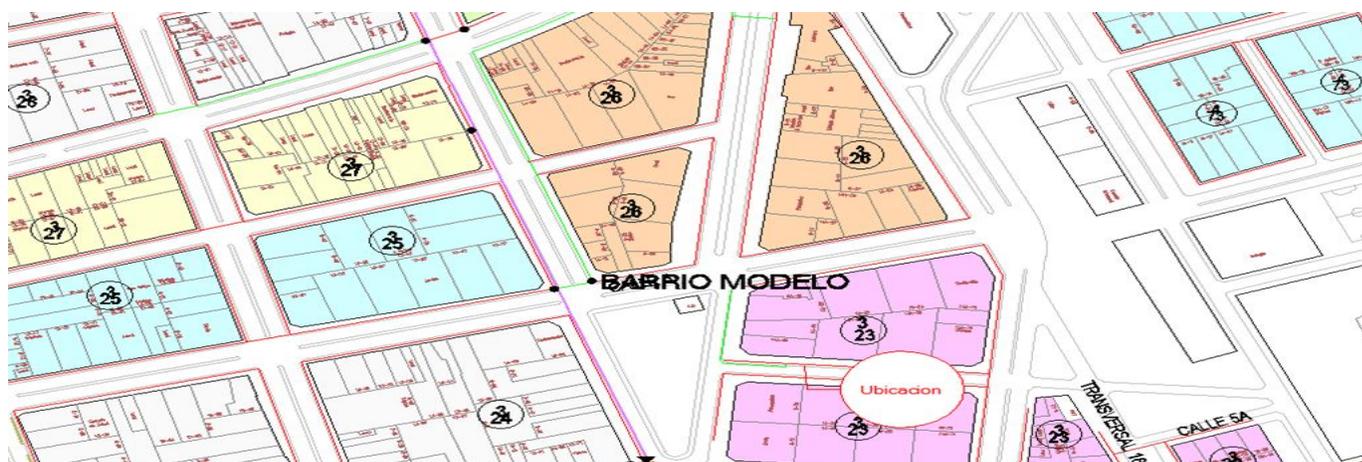
- El tránsito de peatones es concurrido
- Proximidad de avenidas y plazas de gran movimiento de vehículos, como lo son el hospital general, la zona de comidas, queda cerca a la estación del ferrocarril, al estadio, terminal de transportes.
- Facilidad de parqueadero frente al negocio
- Facilidad de acceso de clientes, a pie, en autobús, carro.
- Condiciones de urbanización, limpieza e infraestructura de la zona.

Ciudad: Neiva.

Barrio: Altico de la ciudad

Dirección: calle 5a # 14a - 54

#### 4.2.5 VIAS DE ACCESO



4.2.6 **AREA REQUERIDA.** Total de 400 metros cuadrados.

4.2.7 **POSIBLES PROVEEDORES:** Los proveedores que tendríamos serán surabastos, mercaneiva, almacenes de grandes superficies, salsamentaría las BRISAS, productos Postobon, Coca Cola, Condor. Al mismo tiempo debemos indagar sobre nuestros proveedores de maquinaria y equipos recopilar información precisa sobre las características técnicas de los equipos (congeladores, refrigeradores, hornos, etc.) y, además de los precios y condiciones de pago, asegúrese de que posea una garantía y asistencia técnica ofrecida por el fabricante. También se debe realizar la lista de proveedores que nos garanticen la harina de trigo, queso y bebidas, de preferencia debe ser comprado directamente de los fabricantes. Los productos no perecederos se pueden almacenar durante un período más largo como el maíz, champiñones, jamón, pepperoni, aceitunas, y queso se pueden comprar al por mayor.

#### 4.3. REQUISITOS PARA CREACIÓN DE EMPRESA

Lo primero que se debe definir es el tipo de empresa que se va a constituir, para este caso en específico se constituirá a través de persona natural debido a que no hay que desplegar estructura jurídica ni de administración compleja y se responde con el patrimonio ante cualquier acción realizada.

1. Definir el nombre: se debe revisar si el nombre que se va a utilizar esta registrado a nivel nacional verificándolo ante el registro único empresarial.
2. Consultar si la marca está disponible en la superintendencia de industria y comercio, identificar que producto y que servicios voy a proteger con la marca, de acuerdo con la clasificación NIZA, también hay que verificar si se encuentran parecidos o similares, también se puede solicitar antecedentes marcarios ante la superintendencia de Industria y Comercio, una vez se está seguro de que no se encuentra resultados se solicita el formulario
3. Consultar la actividad económica que se va a realizar H552100 expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurantes.
4. Consultar el uso de suelo, se verifica ante la secretaria de planeación de cada ciudad en este caso la de Neiva, para saber si la actividad que se va a iniciar puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento.
5. Realizar inscripción en el registro único tributario RUT ante la DIAN
6. Elaboración de documento de constitución documento privado articulo 22 Ley 1014 del 2006.
7. Diligenciar formulario de registro único empresarial, ante la cámara de comercio de Neiva.
8. Presentar la solicitud de matrícula mercantil en la cámara de comercio de Neiva
9. Pagar derechos de autor y conexos en SAYCO Y ACIMPRO, este pago se realiza anualmente.
10. Concepto técnico del cuerpo oficial de bomberos.
11. Solicitar conceptos sanitarios
12. Hacer curso de manipulación de alimentos.

#### 4.4. - **Inversiones:**

Precio Lote.

Ubicado en la calle 5a # 14a - 54 del Barrio El Altico en la ciudad de Neiva el lote mide 20 mts. x 20 mts. Con un total de 400 metros cuadrados.

Con un costo por metro cuadrado de \$1.250.000 pesos el costo total del predio es de \$500.000.000 de pesos. (Este costo puede ser variable según la necesidad de ajustar el costo del proyecto)

Costo del proyecto de diseño arquitectónico incluyendo estudios complementarios como son diseño estructural, hidrosanitario y electrico, así como la gestión de la licencia de obra. \$ 20.000.000 pesos

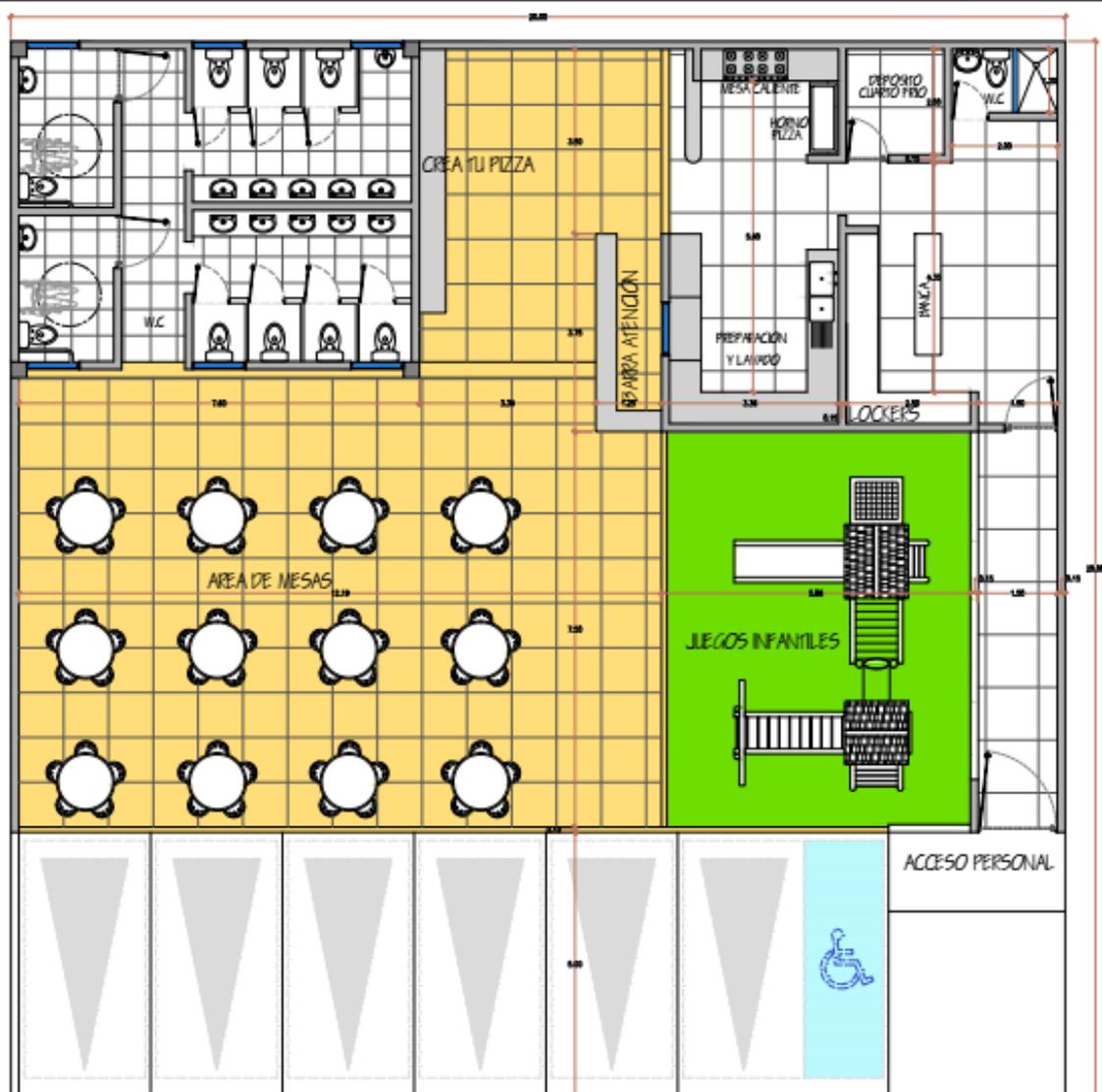
Total área construida 300 metros cuadrados. Costo por metro cuadrado \$950.000 Total: \$ 285.000.000

El área construida es menor por que se resta el área de paramentos o donde se ubicaron los parqueaderos, pero están incluidos en el precio de la obra.

**Tabla 11 Inversiones**

NÚMERO	INVERSIÓN INICIAL	DETALLE	MONTO (MINIMO)
1	Publicidad y promociones	volantes, logo, menú, avisos	1000000
2	Mobiliario	mesas y sillas	800000
3	Equipo	Horno, estufa, nevera, congelador, horno micro ondas, utensilios de cocina, vajilla, vasos	3500000
4	Sonido	Equipo, Parlantes, Instalaciones	1000000
5	Total del predio	Metro cuadrado a \$1.250.000 son 400 metros cuadrados	500000000
6	Diseño Estructural	Diseño hidrosanitario electrico	20000000

7	Construcción	300 metros cuadrados construidos, costo metro cuadrado \$950.000	285000000
TOTAL			811300000



#### 4.5. Equipo y Organización:

4.5.1- **Misión:** Proveer a nuestros clientes una experiencia divertida, a través de la innovación y el servicio diferenciado, apoyándonos en el liderazgo, trabajo en equipo, capacitación y uso eficiente de los recursos.

4.5.2. **Visión:** Ser reconocidos en la región surcolombiana por ser la Pizzeria familiar que además de satisfacer paladares conquista el corazón de los padres a través de la sazón de sus hijos.

4.5.3. **Objetivos:**

- Satisfacción total a nuestros clientes especialmente de los más pequeños
- Innovar sabores generación nuevas opciones de sabores para los comensales
- Cumplir con nuestra promesa de calidad y excelencia en nuestros productos
- Fomentar el desarrollo profesional entre los miembros de la Pizzeria
- Penetración en el mercado y posicionamiento de la marca
- Satisfacción cien por ciento al cliente

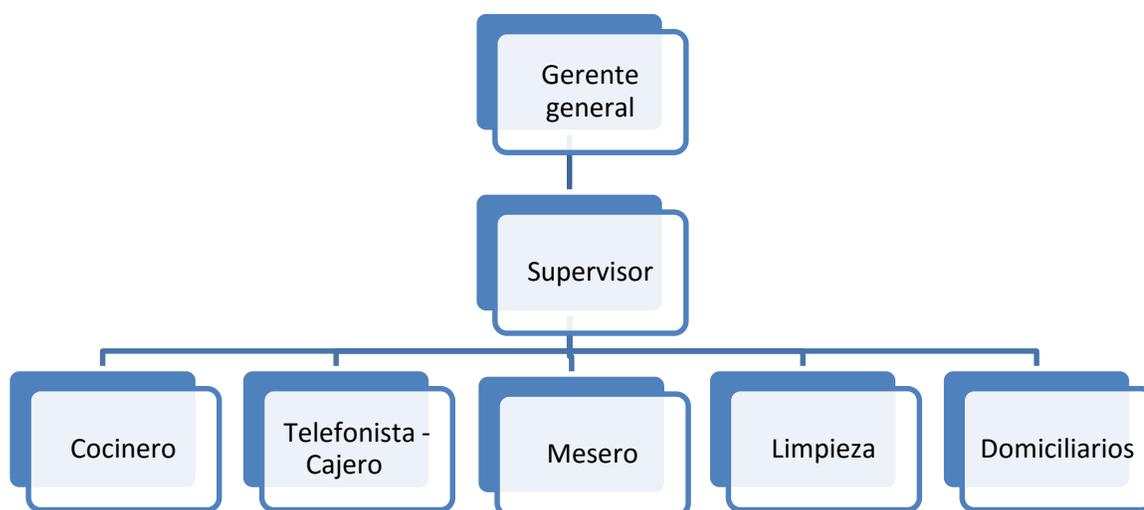
4.5.4. **Políticas:**

- Jerarquía
- Orden
- Equidad
- Iniciativa
- Unión personal
- Disciplina
- Unidad de dirección

4.5.5. **Valores:**

- Trabajo en equipo
- Pasión al cliente
- Integridad moral
- Responsabilidad social
- Reconocimiento
- Devoción por el trabajo
- Excelencia
- Familia

#### 4.6. Organigrama



#### 4.7. Perfiles de los cargos:

4.7.1 – **Gerente General:** controlar los asuntos financieros, toma de decisiones, diseñar programas y estrategias de mejora, asegurar rentabilidad.

4.7.2 – **Supervisor:** vigilar que se cumplan los horarios de trabajo, supervisar los tiempo de preparación y entrega, organizar y controlar la rotación del personal, contratación y

capacitación del personal, controlar y suministrar materia prima, garantizar la buena atención al cliente.

4.7.3 – **Cocineros:** Preparación de Pizza y otros alimentos, asegurar la calidad en la preparación, preparar en tiempo y forma los pedidos, hacer uso adecuado de los ingredientes.

4.7.4 – **Telefonista / Cajero:** tomar los pedidos del cliente por teléfono o en barra de atención personal, brindar una atención cordial y eficiente, confirmar el pedido, el tiempo de entrega, costo y domicilio en caso de que el pedido sea por teléfono, mencionar promociones, hacer correcto cobro por la venta y expedir ticket de compra.

4.7.5 – **Meseros:** servir los alimentos, abastecer de salsas y condimentos a los clientes, auxiliar a los cocineros en el suministro de ingredientes cuando se requiera.

4.7.6.- **Limpieza:** realizar y vigilar la limpieza del establecimiento, asegurar la limpieza en las áreas de cocina, baño y comedor desde el inicio hasta el cierre.

4.7.7. **Domiciliarios:** entregar el pedido a tiempo en el domicilio del cliente, hacer uso adecuado del medio de transporte de la empresa, entregar el ticket de compra, hacer cobro de pedido, entregar pago al área de caja, usar elementos de protección al momento de utilizar la moto.

#### **4.8. Gastos del personal:**

Para el 2016 el **salario mínimo mensual vigente tiene un valor de 689.455 pesos**, lo cual equivale a un aumento del 7% con respecto al año anterior. Fue determinado mediante decreto por el Gobierno Nacional y se encuentra reglamentado a través del Decreto 2552 del 30 de Diciembre de 2015:

***Artículo 1. Salario Mínimo Legal Mensual para el año 2016. Fijar a partir del primero (1°) de enero de 2016, como Salario Mínimo Legal Mensual para los trabajadores de los sectores urbano y rural, la suma de SEISCIENTOS OCHENTA Y NUEVE MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA Y CINCO pesos moneda corriente (\$689.455.00)***

El aumento del salario mínimo se hace teniendo en cuenta, entre otras cosas, la meta de la inflación establecida por el banco de la república, la producción acordada por el comité tripartido de productividad, el índice de precios del consumidor y el incremento del producto interno bruto.

### **Auxilio de transporte**

El valor del **auxilio de transporte es de 77.700 pesos**, el cual equivale a un incremento de 5%. Fue reglamentado a través del Decreto 2553 del 30 de Diciembre del 2015:

*Artículo 1. Auxilio de transporte. Fijar a partir del primero (1°) de enero de dos mil dieciséis (2016), el auxilio de transporte a que tienen derecho los servidores públicos y los trabajadores particulares que devenguen hasta dos (2) veces el Salario Mínimo Legal Mensual Vigente, en la suma de SETENTA Y SIETE MIL SETECIENTOS pesos mensuales (\$ 77.700.00), que se pagará por los empleadores en todos los lugares del país, donde se preste el servicio público de transporte.*

## **5. DOFA**

Debilidades:

- Ser nuevos en el mercado y no tener el reconocimiento de los clientes.

Oportunidades:

- El gusto y la preferencia que tienen las personas hacia las comida rápidas
- El poco tiempo que gasta la preparación de este tipo de comida
- Las personas cada vez tienen menos tiempo para comer.
- El desmesurado gusto del mercado infantil por este tipo de comida
- La preferencia de las personas por visitar restaurante informales

Fortalezas:

- La pizzería cuenta con personal capacitado para realizar de una manera eficiente y eficaz su labor.

- Los beneficios que se brindan a los empleados permite que ellos se sientan comprometidos con la organización
- La excelente calidad de los productos que se ofrecen al público, gracias a la exhaustiva selección de materia prima y la implementación de estándares que garanticen resultados constantes
- Precios asequibles a los consumidores.

Amenazas:

- La tendencia actual de la comida saludable en la que se descarta la comida rápida.
- La creciente competencia.
- El aumento del precio de los alimentos.
- La oferta de comidas rápidas a muy bajos costos (vendedores informales que venden en la calle)
- Las temporadas de escases de productos de los alimentos.

FO:

- Capacitación del personal
- Renovación constante de promociones
- Diseño de nuevos productos

FA:

- Creación de más productos
- Creación de más ofertas

DO:

- Entrega del pedido en el menor tiempo posible
- Calidad de los productos ofrecidos
- Creatividad en las presentaciones de los productos

DA:

- Publicidad de apertura en el mercado

- Promociones de productos
- Organización de eventos

## 6. Estrategia de Captación de Mercado:

Para la estrategia de captación del mercado se implementaran:

Realizar publicidad con un mes anticipación de la apertura, distribuir panfletos, pegar carteles, anuncios en línea, anuncios en los canales de televisión local, anuncios en periódicos locales, anuncios en radio con promociones.

- Promociones.
- Publicidad.
- Atención y servicio al cliente personalizado.
- Venta directa.
- Imagen corporativa.
- Desarrollo de nuevos productos
- Mezcla de productos
- Herramientas de publicidad de estilo de vida dirigido al público objetivo
- Recursos racionales, el cliente tendrá en su mesa productos de calidad atendido de forma personalizada
- Recursos emocionales, haremos sentir que la empresa no solo da un buen servicio, sino que brinda amistad y confort en el lugar.
- Entregar cupones de descuentos a los comensales para que regresen.

## 7. ANALISIS FINANCIERO

DESCRIPCION DE PRODUCTO	PRESENTACIONES				
	PERSONAL	JUNIOR	NORMAL	GRANDE	GIGANTE
HAWAINA	\$ 12,000	\$ 14,500	\$ 20,000	\$ 30,000	\$ 40,000
TROPICAL - CIRUELAS PINA PAPAYUELA	\$ 13,000	\$ 14,900	\$ 21,500	\$ 28,000	\$ 37,000
VEGETALES	\$ 13,000	\$ 14,900	\$ 21,500	\$ 28,000	\$ 37,000
PEPERONI AMERICANO	\$ 14,900	\$ 17,900	\$ 31,500	\$ 40,900	\$ 45,500
QUESO	\$ 10,000	\$ 12,900	\$ 21,900	\$ 28,500	\$ 34,500
NAPOLITANA	\$ 12,500	\$ 14,900	\$ 25,500	\$ 32,500	\$ 38,500
PRIMAVERA	\$ 18,000	\$ 25,500	\$ 25,500	\$ 32,500	\$ 38,500
PROMEDIO	\$ 13,343	\$ 16,500	\$ 23,914	\$ 31,486	\$ 38,714
GANACIA PROMEDIO POR PRESENTACIÓN	\$ 6,671	\$ 8,250	\$ 11,957	\$ 15,743	\$ 19,357

PROYECCIÓN DE VENTAS Y UTILIDADES	PRESENTACIONES					TOTAL	POSIBLES EVENTO	VENTAS DE OTROS PRODUCTOS (Gasesosa, helados, granizados, limonadas, agua)
	PERSONAL	JUNIOR	NORMAL	GRANDE	GIGANTE			
SEMANA	14	12	15	11	10	62	1	230%(\$2500)
PRECIO PROMEDIO SEMANAL	\$ 186,800	\$ 247,500	\$ 597,850	\$ 566,730	\$ 387,140	\$ 1,986,020	\$ 450,000	\$ 575,000
MES	56	48	60	44	40	248	4	
PRECIO PROMEDIO MENSUAL	\$ 10,460,800	\$ 11,880,000	\$ 35,871,000	\$ 24,936,120	\$ 15,485,600	\$ 492,532,960	\$ 1,800,000	\$ 2,300,000

PROYECCIÓN POR MESES	PIZZAS	EVENTOS	OTROS PRODUCTOS	TOTAL MENSUAL
JULIO	\$ 492,532,960	\$ 1,800,000	\$ 2,300,000	\$ 496,632,960
AGOSTO	\$ 492,532,960	\$ 1,800,000	\$ 2,300,000	\$ 496,632,960
SEPTIEMBRE	\$ 492,532,960	\$ 1,800,000	\$ 2,300,000	\$ 496,632,960
OCTUBRE	\$ 492,532,960	\$ 1,800,000	\$ 2,300,000	\$ 496,632,960
NOVIEMBRE	\$ 492,532,960	\$ 1,800,000	\$ 2,300,000	\$ 496,632,960
DICIEMBRE	\$ 492,532,960	\$ 1,800,000	\$ 2,300,000	\$ 496,632,960
TOTAL DE 6 MESES 2016	\$ 2,955,197,760	\$ 10,800,000	\$ 13,800,000	\$ 2,979,797,760

NOMINA	SALARIO MENSUAL	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	SALARIO MES	SALARIO 6 MESES
GERENTE GENERAL	\$ 3,500,000		\$ 3,500,000	\$ 21,000,000
SUPERVISOR	\$ 2,000,000		\$ 2,000,000	\$ 12,000,000
COCINERO	\$ 1,000,000	\$ 77,700	\$ 1,077,700	\$ 6,466,200
LIMPIEZA	\$ 689,450	\$ 77,700	\$ 767,150	\$ 4,566,900
CAJERO / RECEPCIONISTA	\$ 689,450	\$ 77,700	\$ 767,150	\$ 4,566,900
MESERO	\$ 689,450	\$ 77,700	\$ 767,150	\$ 4,566,900
DOMICILIARIO	\$ 689,450	\$ 77,700	\$ 767,150	\$ 4,566,900
TOTAL NOMINA	\$ 9,257,800	\$ 388,500	\$ 9,646,300	\$ 57,733,800
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>				
CESANTIAS	8.33%		\$ 803,537	\$ 4,821,222
PRIMA DE SERVICIOS	8.33%		\$ 803,537	\$ 4,821,222
VACACIONES	4.17%		\$ 402,251	\$ 2,413,506
INTERESES A CESANTIAS	1%		\$ 96,463	\$ 578,778
TOTAL PRESTACIONES SOCIALES			\$ 2,105,788	\$ 12,634,728
<b>APORTES PARAFISCALES</b>				
SENA	4%		\$ 385,852	\$ 2,315,112
COMFAMILIAR	2%		\$ 192,926	\$ 1,157,556
I.C.B.F.	3%		\$ 289,389	\$ 1,736,334
TOTAL APORTES PARAFISCALES			\$ 868,167	\$ 5,209,002
<b>APORTES PATRONALES</b>				
SALUD	8%		\$ 771,704	\$ 4,630,224
PESIÓN	10,13%		\$ 977,170	\$ 5,863,020
ARP	0.20%		\$ 19,293	\$ 115,758
TOTAL APORTES PATRONALES			\$ 1,768,167	\$ 10,609,002
<b>OTROS GASTOS RELACIONADOS CON RRHH</b>				
DOTACIÓN		\$ 300,000		
TOTAL OTROS GASTOS				\$ 300,000
TOTAL DE RECURSOS HUMANOS DE 6 MESES				\$ 86,486,532

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MES	VALOR 6 MESES
Servicios públicos	\$ 2,300,000	\$ 13,800,000
Salarios (prestaciones /para fiscales)	\$ 14,144,255	\$ 84,865,530
Internet y telefonía	\$ 200,000	\$ 1,200,000
Publicidad y presentacion	\$ 850,000	\$ 5,100,000
Papeleria y Utiles	\$ 190,000	\$ 1,140,000
Seguros y Vigilancia	\$ 270,000	\$ 1,620,000
TOTAL	\$ 17,954,255	\$ 107,725,530

FLUJO DE FONDOS MENSUAL	
ACTIVIDADES	COSTOS
VENTAS	\$ 492,532,960.000
EGRESOS GASTOS	
SALARIOS	\$ 14,144,255.0
OTROS ( Servicios públicos, Internet, telefonía, publicidad, presentación, papelería, útiles, seguros, vigilancia)	\$ 3,810,000
FLUJO DE FONDOS	\$ 474,578,705.0

## 8. CONCLUSIONES

Neiva ha tenido un crecimiento en la constitución de empresas por tamaño, ha crecido a una tasa promedio anual del 13,4% durante el periodo 2010-2013. Las mípymes, participan con el 50%, seguida de las microempresas con el 48,9%. Durante los últimos tres años, no se crearon empresas grandes, mientras que en 2012 y 2013 se constituyeron una empresa mediana por año. El crecimiento en la constitución empresarial, está explicado por el crecimiento en la creación de las microempresas (13,2%) y de las mipymes (13,5%).

Con respecto a la inversión en capital, este ha venido creciendo a una tasa promedio anual de 7% durante el periodo 2011-2013. La inversión en la creación de empresas mypimes, presentó un crecimiento promedio anual de 25,2%, por encima del crecimiento en la inversión en microempresas (8,7%). Con relación a las empresas grandes, solo se creó una en 2011, la cual se constituyó con un capital inicial que representó el 84,6% del total de la inversión de ese año. A nivel agregado, las mypimes son las empresas que se constituyen con el mayor capital, representan en promedio el 39% del total de la inversión durante el periodo 2010-2013, lo cual resulta conveniente en la medida que son el tipo de empresas con mayor nivel de constitución. Las microempresas representan el 18% de la inversión total.

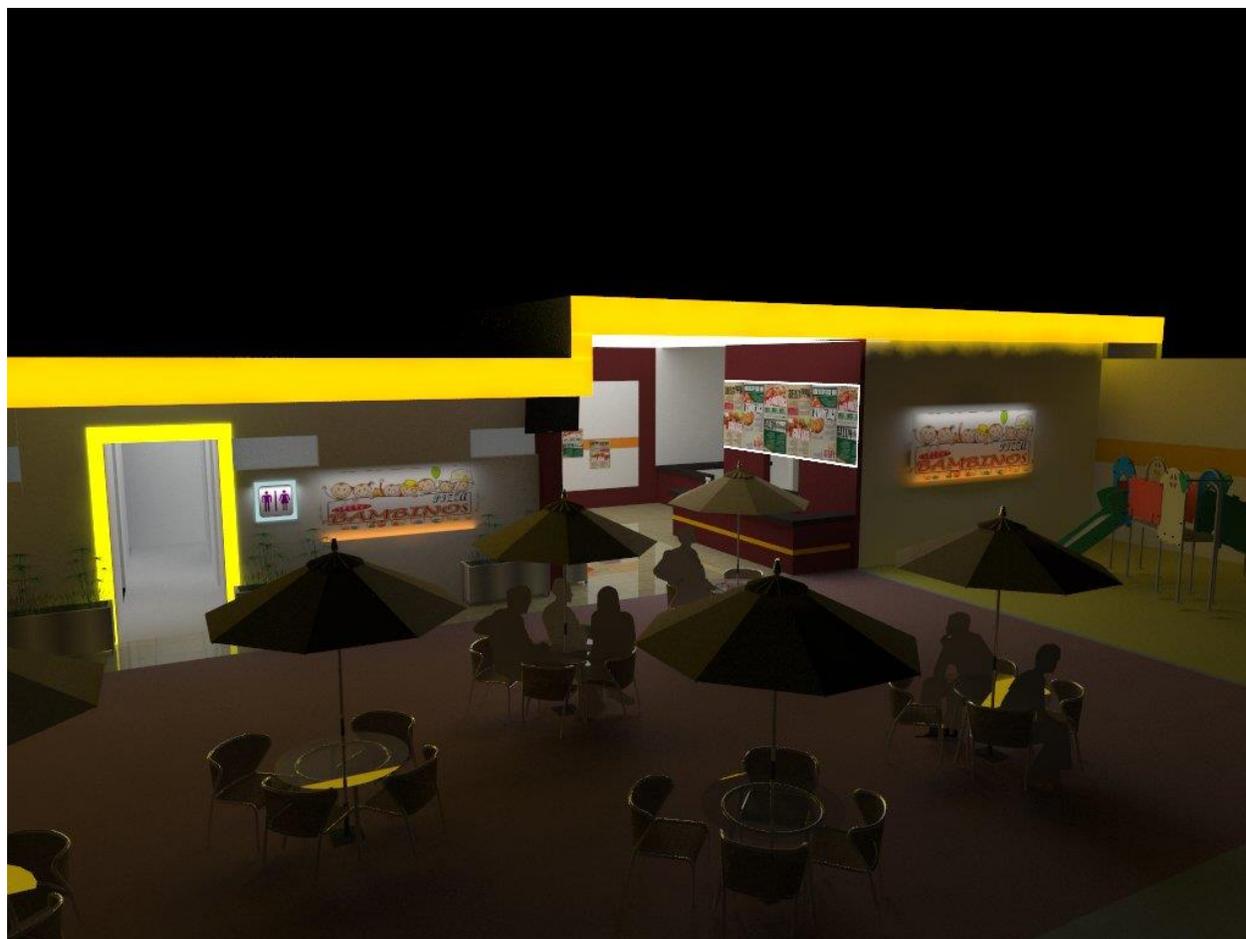
En la ciudad de Neiva se presenta un crecimiento del 200% en turismo (pasando de 3 empresas en el 2013 a 9 empresas para el año 2014). Neiva es el municipio con mayor oferta de servicios de alojamiento con 60 empresas que representan un total de 1.363 habitaciones y 2.214 camas.

Por tal motivo es importante la creación de una pizzería que cuente con todos los servicios que ofrecemos, para dar satisfacción a los habitantes y visitantes de la ciudad

## 9. BIBLIOGRAFIA

- ❖ Ramirez Plazas, Elias y Paramo Morales, Dagoberto, la investigación del marketing y la toma de decisiones gerenciales, Editorial Surcolombiana. (2009)
- ❖ Varela V. Rodrigo, Libro Innovación empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas. Tercera Edición, Pearson Educación de Colombia, Ltda. 2008
- ❖ DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística
- ❖ Cámara de Comercio de Neiva
- ❖ Alcaldía de Neiva, Plan de Gobierno 2016 – 2019
- ❖ Ministerio de trabajo
- ❖ <http://www.dinero.com/edicion-impresamercadeo/articulo/la-estrategia-restaurantes/85074>
- ❖ <http://www.dinero.com/edicion-impresanegocios/articulo/abren-restaurantes-para-ninos/193551>
- ❖ <http://www.dinero.com/empresas/articulo/por-que-estan-cerrando-tantos-restaurantes/222183>
- ❖ <http://www.karenpizza.com/>
- ❖ <http://www.dane.gov.co/index.php/esp/busqueda-informacion?searchword=poblacion%20en%20colombia&searchphrase=all>
- ❖ <http://www.archies.co/>
- ❖ [https://www.masterdirect.com/store/products.php?category\\_id=68%20&country\\_code=US](https://www.masterdirect.com/store/products.php?category_id=68%20&country_code=US)
- ❖ <http://www.cocinasindustriales.com/equipo-necesario-para-una-pizzeria>

## 10. ANEXOS











### PERFILES DE LOS CARGOS

<b>Título del puesto</b>	Gerente General
<b>Jefe Inmediato</b>	Dueños de la empresa
<b>Escolaridad</b>	Especialista, Profesional en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas y Afines
<b>Idioma o Lengua</b>	Inglés, 50%
<b>Experiencia</b>	Mínima de dos años Administrando restaurante, manejo de personal
<b>Áreas de conocimiento específico</b>	Administración general, Manejo de presupuesto, manejo de nómina, compras, control interno, estrategias de ventas, manejo de proveedores
<b>Habilidades Y Competencias</b>	Habilidad persuasora y de negociación
	Flexibilidad mental de criterios
	Orientación al cliente interno/externo
	Facilidad para la obtención y análisis de información
	Habilidades sociales
	Visión estratégica
	Establecer relaciones interpersonales positivas con las personas que trata. Amabilidad y disposición. Capacidad para trabajar en equipo. Capacidad para fomentar el orden, limpieza y organización. Contribuir a la comunicación asertiva. Optimizar y controlar los recursos materiales asignados.
<b>SALARIO</b>	\$3.500.000=

<b>Título del puesto</b>	Supervisor
<b>Jefe Inmediato</b>	Dueños de la empresa - Gerente General
<b>Escolaridad</b>	Profesional en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas y Afines
<b>Experiencia</b>	Mínima de 1 año Administrando personal, preferiblemente en restaurantes
<b>Áreas de conocimiento específico</b>	Administración general, Manejo de presupuesto, manejo de nómina, compras, control interno, manejo de proveedores
<b>Habilidades Y Competencias</b>	Habilidad persuasora y de negociación
	Flexibilidad mental de criterios
	Orientación al cliente interno/externo
	Facilidad para la obtención y análisis de información
	Habilidades sociales
	Visión estratégica, Revisar el estado de los equipos, maquinarias y reportar novedades e irregularidades a gerencia operativa
	Establecer relaciones interpersonales positivas con las personas que trata. Amabilidad y disposición. Capacidad para trabajar en equipo. Capacidad para fomentar el orden, limpieza y organización. Contribuir a la comunicación asertiva. Optimizar y controlar los recursos materiales asignados.
<b>SALARIO</b>	\$2.000.000=

<b>Título del puesto</b>	Cocinero
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente General - supervisor
<b>Escolaridad</b>	Bachiller, Técnico O Tecnólogo en Gastronomía
<b>Experiencia</b>	Mínima de 1 año preparación de comidas, preferiblemente en pizza, comida italiana.
<b>Áreas de conocimiento específico</b>	Administración, preparación de comida, manejo de personal
<b>Habilidades Y Competencias</b>	Coordinar todo lo relativo al personal de cocina
	· Elaborar las requisiciones de cocina para pasarlas al administrador
	· Realiza el inventario de materia prima de su centro de producción y responde por el mismo
	· Supervisa la calidad del producto durante la elaboración y recepción del mismo
	· Aplica procedimientos para garantizar la adecuada rotación de materia prima
	· Supervisa la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad
	· Supervisa el trabajo de su equipo en cocina.
<b>SALARIO</b>	\$1.000.000=

<b>Título del puesto</b>	Limpieza
<b>Jefe Inmediato</b>	supervisor
<b>Escolaridad</b>	Básica primaria - bachiller
<b>Experiencia</b>	Con o sin experiencia mínima de 6 meses
<b>Áreas de conocimiento específico</b>	Aseo, servicio al cliente
<b>Habilidades Y Competencias</b>	Encargado de labores de limpieza y mantenimiento general en el área de cocina
<b>SALARIO</b>	Mínimo legal vigente

<b>Título del puesto</b>	Mesero
<b>Jefe Inmediato</b>	Supervisor
<b>Escolaridad</b>	Bachiller
<b>Experiencia</b>	Mínima de 6 meses
<b>Áreas de conocimiento específico</b>	Organización, servicio al cliente, servicio a la mesa
<b>Habilidades Y Competencias</b>	· Es el responsable ante el administrador del correcto funcionamiento del servicio del salón
	· Supervisar el cumplimiento de los procedimientos y normas establecidas por la empresa en el salón.
	· Conocer los ingredientes y tiempos de preparación de las preparaciones que se ofrecen en la carta
	· Supervisar que los meseros sirvan a los clientes los pedidos con la mayor brevedad posible.
	· Despedir a los clientes e invitarlos a un pronto regreso.
	· Realizar requisiciones de material necesario para servicio
	· Recibir las quejas y sugerencias de los clientes
	· Reporta devoluciones, cancelaciones y cambios de platos que hayan sido ordenados.
· Supervisa el montaje de las mesas	
<b>SALARIO</b>	El mínimo legal vigente más bonificaciones

<b>Título del puesto</b>	Domiciliario
<b>Jefe Inmediato</b>	Supervisor
<b>Escolaridad</b>	Bachiller
<b>Experiencia</b>	mínima de 6 meses
<b>Áreas de conocimiento específico</b>	Ubicación geográfica, servicio al cliente
<b>Habilidades Y Competencias</b>	Distribuir los productos de la pizzería a los domicilios de cada uno de los clientes
	· Recaudar el dinero de los pedidos y entregarlo a la caja en el punto de venta
	· Verificar Las direcciones de los pedidos antes de salir a entregarlos
	· Llevar junto con el pedido las facturas de venta a los clientes
	· Trabajo en equipo
· Trabajo bajo presión	
<b>SALARIO</b>	Salario mínimo legal vigente

<b>Título del puesto</b>	Cajero - Telefonista
<b>Jefe Inmediato</b>	Supervisor
<b>Escolaridad</b>	Bachiller
<b>Experiencia</b>	Mínimo de 1 año
<b>Áreas de conocimiento específico</b>	Manejo de efectivo, manejo de medios electrónicos de pagos
<b>Habilidades Y Competencias</b>	Atención y servicio al cliente.
	Recepción de pagos por todos los medios (efectivo, tarjeta débito, tarjeta crédito)
	Cierres de caja
	Generación de facturas
	Verificar que el fondo fijo sea igual al reportado al final del servicio
	Elaborar la planilla donde se registra el motivo y descargo de dinero
<b>SALARIO</b>	Mínimo legal vigente

## HOJAS DE VIDA



**DIANA PATRICIA CARVAJAL PRADA**

**PSICÓLOGA**

**Calle 51 # 3W – 33 Urbanización Colinas del Norte- Neiva- Huila**

**Celulares: 3173835989**

**Correo electrónico: [dianapatriciacarvajalprada@yahoo.es](mailto:dianapatriciacarvajalprada@yahoo.es)**

Estudiante de segundo semestre de Especialización en Alta Gerencia, Profesional en Psicología con conocimientos en selección, pruebas psicotécnicas, salud ocupacional, contratación, liquidación, bienestar, reclutamiento, contratación, procesos disciplinarios, liquidación, salud ocupacional, capacitaciones con experiencia laboral como Psicóloga, psicóloga de selección, directora de bienestar universitario donde se trabajó bienestar, toda la parte cultural y psicológica de todo el personal tanto estudiantes como docentes, con capacidad para trabajar bajo presión, trabajo en equipo, liderazgo, comunicación asertiva, iniciativa, emprendimiento, buenas relaciones interpersonales, proactiva, dinámica. Con interés en realizar estudios de maestría en Administración.

### DATOS PERSONALES

NOMBRES:	DIANA PATRICIA
APELLIDOS:	CARVAJAL PRADA
FECHA DE NACIMIENTO:	2 de Noviembre de 1978
LUGAR DE NACIMIENTO:	BOGOTA
DOCUMENTO DE IDENTIDAD:	CC. 65.782.117 de Ibagué.
ESTADO CIVIL:	CASADA

CERTIFICACIÓN DE INSCRIPCIÓN PROFESIONAL EN PSICOLÓGIA: 100190

CERTIFICACIÓN DE INSCRIPCIÓN PROFESIONAL TECNÓLOGA EN DIBUJO  
ARQUITECTÓNICO Y DE INGENIERIA: 7081000157 TLM

**FORMACIÓN ACADÉMICA**

POST GRADO: ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

2016

UNIVERSITARIOS

Universidad de Ibagué “CORUNIVERSITARIA”

Psicología

2006

Universidad Del Tolima

Dibujo Arquitectónico y de Ingeniería

2000

SECUNDARIOS

Liceo Nacional. Ibagué – Tolima

1995

## SEMINARIOS DE ACTUALIZACIÓN

- DIDÁCTICA DE TALLERES DE DESARROLLO PERSONAL: ORIENTACIÓN  
DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN Duración: 8 horas  
UNIVERSIDAD DE IBAGUÉ DEL 14 y 21 de Marzo de 2009
  
- SELECCIÓN DE PERSONAL BASADO EN COMPETENCIAS  
Duración: 32 horas  
UNIVERSIDAD DE IBAGUÉ  
DEL 7 DE JUNIO AL 5 DE JULIO DE 2008
- SALUD OCUPACIONAL  
Duración 40 Horas  
  
SENA- REGIONAL HUILA  
  
FINALIZÓ: el 5 de Junio de 2008
  
- 1ER. CONGRESO DEL COLEGIO COLOMBIANO DE PSICOLOGOS  
“PSICOLOGIA Y SOCIEDAD DESAFIOS CONTEMPORANEOS”  
  
Bogotá 12 y 13 de Octubre de 2007
- TALLER DE SALUD OCUPACIONAL EN AT Y EP  
SEGURO SOCIAL – PROTECCIÓN LABORAL 16 de Febrero 2006
- CURSO DE ITALIANO  
  
UNIVERSIDAD DE IBAGUE CORUNIVERSITARIA 2004
  
- III ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS DEL COMPORTAMIENTO  
Universidad Nacional de Colombia Bogotá 5 y 6 de Septiembre de 2003
- “EXPOACADEMIA 2002”  
  
Fundación Universitaria KONRAD LORENZ  
  
Bogotá del 15 al 28 de Octubre de 2002
- Seminario de Profundización en Costos y Presupuestos  
  
Universidad del Tolima  
  
Noviembre de 1999

➤ Curso de Autocad

Universidad del Tolima

2000

## **EXPERIENCIA LABORAL**

### **SOLTEMPO**

**Empleada en misión para: COMFAMILIAR HUILA**

**Área de trabajo: AGENCIA DE EMPLEO**

**Cargo: PSICOLOGA**

Fecha de ingreso: 2 de febrero de 2016 – Actualmente.

Teléfono: 8722088

### **TEMPOSUR**

**Empleada en misión para: COMFAMILIAR HUILA**

**Área de trabajo: AGENCIA DE EMPLEO**

**Cargo: PSICOLOGA**

Fecha de ingreso: 27 de Julio de 2015 –1 de febrero de 2016

Teléfono: 8722088

### **SOLTEMPO**

**Empleada en misión para: COMFAMILIAR HUILA**

**Área de trabajo: AGENCIA DE EMPLEO**

**Cargo: PSICOLOGA – INTERMEDIACIÓN LABORAL**

Fecha de ingreso: 7 de Julio de 2014 – 6 de julio de 2015

Teléfono: 8722088

**SOLUCIONES INMEDIATAS S.A.**

Fecha de ingreso: 30 julio de 2009 Hasta 28 de febrero de 2014

Cargo: ANALISTA DE SELECCIÓN

Encargada de la oficina de la empresa en la ciudad

Teléfono: (1) 742 07 77- Bogotá

Neiva (Huila)

**INPROCOM S.A.S.**

Fecha de ingreso: 01 de Febrero de 2010 hasta el 30 de septiembre 2010

Cargo: OPERADORA GIS – para proyecto ACUEDUCTO DE NEIVA

Jefe Inmediato: PIEDAD ARCE ROJAS

Teléfono: 316 224 13 92

Neiva (Huila)

**INPROCOM LTDA.**

Fecha de ingreso: 01 de Septiembre de 2008 hasta el 28 de febrero 2009

Cargo: DIBUJANTE ENCARGA DE MANEJAR EL ARGIS – para proyecto ACUEDUCTO DE NEIVA

Jefe Inmediato: RICARDO RUBIANO

Teléfono: 300 656 87 87

Neiva (Huila)

**CETA LTDA.**

Fecha de Ingreso: 1 de febrero de 2008 Hasta 20 de Mayo 2009

Cargo: PSICOLOGA y ASESORA COMERCIAL OFICINA DE NEIVA por 20 días

Jefe Inmediato: ELIZABETH YUSTY PARRA

Teléfono: 871 17 50 - 317 40 38 666

Neiva (Huila)

**ORGANIZACIÓN SERVICIOS Y ASESORIAS LTDA.**

Fecha de ingreso: 29 de septiembre de 2007

Fecha de retiro: 30 de diciembre de 2008

Cargo: PSICOLOGA FRE LANCE

Jefe inmediato: MARIA ISABEL GUERRERO GONZALEZ

Teléfono: 621 3798—6213736 Bogotá

Neiva (Huila)

**ACTIVOS S.A.**

Cargo: PSICOLOGA DE SELECCIÓN EN LA SUCURSAL DE NEIVA

Fecha de ingreso: 27 de mayo de 2008

Fecha de retiro: 31 julio de 2008

Teléfono: 8719085

Neiva (Huila)

**HUMANOS INTERNACIONAL y PROVEEMOS LTDA.**

Fecha de ingreso: 30 de julio de 2007

Fecha de retiro: 31 de diciembre de 2007

Cargo: PSICOLOGA FRE LANCE

Jefe inmediato: CAROLINA DELVASTO

Celular: 314 4701661

Neiva (Huila)

**Corporación de Educación del Norte del Tolima “COREDUCCIÓN”**

Fecha de ingreso: 28 de febrero de 2007

Fecha de finalización de contrato 15 de Junio 2007

Cargo: DIRECTORA DE BIENESTAR UNIVERSITARIO

Jefe inmediato: RUTH MENDEZ GALLON

Vicerrectora Académica

Teléfono: 251 32 66

Honda (Tolima)

### **DIAN-IBAGUE**

Fecha de ingreso: 1 de febrero de 2006

Fecha de retiro: 30 de noviembre de 2006

Cargo: PSICOLOGA

Jefe inmediato: AURA MABEL BELTRAN QUINTERO

Teléfono: 2 61 19 30

## HOJA DE VIDA



**MARIA JULIANA MUÑOZ CORDOBA**

**INGENIERA INDUSTRIAL**

**Dirección: Calle 6ª No 29ª-20 Apto 306 Neiva – Huila**

**Celular: 3014851272**

**E-mail: mariajulianamuoz.mm@gmail.com**

### PERFIL

Estudiante de último semestre de Especialización en Alta Gerencia, profesional en Ingeniería Industrial, Auditor Interno Integral. Con conocimientos en Sistemas Integrados en Gestión en Seguridad, Salud, Ambiente y Calidad, (NTC OHSAS 18001, NTC ISO 14001 Y NTC ISO 9001), administración de recursos humanos e inglés. Con experiencia laboral como coordinadora de nómina, capacitación de personal, elaboración informes de vigilancia de contratación, reporte de acciones de mejora, acompañamiento de auditorías, planeación estratégica de control de calidad; con sentido de la responsabilidad, manejo confidencial de la información y relaciones interpersonales.

### DATOS PERSONALES

<b>NOMBRE</b>	MARIA JULIANA MUÑOZ CORDOBA
<b>DOCUMENTO DE IDENTIDAD</b>	1.018.428.511 de Bogotá D.C
<b>FECHA DE NACIMIENTO</b>	2 de Septiembre de 1989
<b>LUGAR DE NACIMIENTO</b>	San Agustín, Huila
<b>ESTADO CIVIL</b>	Soltera

### FORMACIÓN ACADÉMICA

<b>Universitarios:</b>	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA Especialización en Alta Gerencia
------------------------	---

**Universitarios:** En curso  
UNIVERSIDAD DE AMÉRICA  
Ingeniería Industrial  
Año de finalización 2011

**Estudios Secundarios:** COLEGIO LA PRESENTACIÓN DE NEIVA  
Bachillerato Académico  
Año de finalización 2005

## EXPERIENCIA LABORAL

- **GOBERNACION DEL HUILA**

**CARGO: Profesional Universitario Grado 05 Oficina de Nomina**

**Funciones dentro de la Organización:**

Velar por el Ingreso de las novedades de personal y nomina para la liquidación correcta y oportuna de los salarios y prestaciones del personal docente, directivo docente y administrativos perteneciente a la Secretaria de Educación del Huila.

Revisar las liquidaciones del pago mensual de salarios a docentes, directivos docentes y administrativos perteneciente a la Secretaria de Educación del Huila.

Verificación de los soportes generados por el pago de la nómina y cada uno de los informes para la formalización y oficialización con el área encargada de presupuesto para que se ejecuten los tramites de pago respectivo.

Realizar la liquidación de la pre nómina y nómina, con el fin de garantizar el pago oportuno y real de los salarios y prestaciones del personal.

**JEFE INMEDIATO:** LIDIA AYA AYA

**TELEFONO:** 8671300 Ext 1410

Fecha de Inicio de labores: Diciembre 2014 – Actualmente

- **HOSPITAL HERNANDO MONCALEANO PERDOMO- NEIVA**

**CARGO: Profesional Universitario Oficina Asesora de Planeación**

**CARGO: Contratista**

**Funciones dentro de la Organización:**

Revisión y Ajuste Manuales de Procesos y Procedimientos de la Institución. Actualización Mapa de Riesgos Institucional.

**JEFE INMEDIATO:** CESAR ALBERTO POLANIA SILVA

**TELEFONO:** 3108620767

Fecha de Inicio de labores: Agosto 2014 – Diciembre 2014

- **GOBERNACION DEL HUILA**

**CARGO:** Contratista

**Funciones dentro de la Organización:**

Rediseño en el Seguimiento a la Contratación del Departamento vigencias 2012 y 2013.

Diseño y desarrollo de campañas de ética laboral. Cuyos resultados repercutieron en un cambio de cultura organizacional.

Reducción en el tiempo de respuesta a los requerimientos de los ciudadanos a través de la gestión de peticiones, sugerencias, quejas y reclamos presentados ante la Entidad.

Implementación al Seguimiento al plan Anticorrupción y de Atención al ciudadano teniendo en cuenta los mandamientos establecidos por la secretaria de Transparencia de la Presidencia de la República.

**JEFE INMEDIATO:** MARISOL GUTIERREZ TRUJILLO

**TELEFONO:** 3164062753

Fecha de Inicio de labores: Febrero 2013 – Fecha de finalización: Agosto 2013

- **3001 DEPORTES**

**CARGO:** Practicante

**Funciones dentro de la Organización:**

Implementación de indicadores para el área comercial y de ventas.

Rediseño de descripción de puestos.

Fijación de procedimientos y procesos en el área de ventas y producción.

**JEFE INMEDIATO:** AMPARO CORDOBA DE DUSSAN

**TELEFONO:** 8750117

Fecha de Inicio de labores: Mayo 2009 – Fecha de finalización: Noviembre 2009

<b>TALLERES Y CURSOS</b>
--------------------------

Curso: MANEJO DE HERRAMIENTAS MICROSOFT OFFICE 2010, dictado por servicio nacional de aprendizaje (SENA) duración 40 horas; fecha de realización Noviembre 2015..

Curso: GESTION DE TALENTO HUMANO, dictado por servicio nacional de aprendizaje (SENA) duración 40 horas; fecha de realización Septiembre 2014.

Seminario: “CONTROL INTERNO, para la eficiencia y transparencia en la gestión pública”, dictado por la Secretaria De Evaluación Y Control de la alcaldía de Medellín, duración 10 horas; fecha de realización Agosto del 2013.

Curso: Administración de Recursos Humanos, dictado por servicio nacional de aprendizaje (SENA) duración 40 horas; fecha de realización Junio del 2013.

Curso: Ingles de Negocios, dictado por UNIQUE SCHOOL en Nueva Zelanda, duración 3 semanas; fecha de realización entre Octubre de 2012 y Noviembre de 2012.

Curso: Ingles General, dictado por UNIQUE SCHOOL en Nueva Zelanda, duración 36 semanas; fecha de realización entre Febrero de 2012 y Octubre de 2012.

Diplomado: Programa de formación de líderes en sistemas de gestión integral bajo el enfoque de las normas ISO 9001:2008, ISO 14000:2004 y OSHAS 18001:2007, dictado por S.G.S en Colombia, duración 40 horas; fecha de realización Agosto del 2011.

## ENCUESTA

Buenos Días, soy estudiante de la Universidad Surcolombiana, actualmente estoy realizando un estudio sobre preferencias de comidas rápidas y lugares de entretenimiento más frecuentados por las familias en la ciudad de Neiva, motivo por el cual solicito de su valioso tiempo para responder la encuesta. Gracias por su colaboración.

Instrucciones:

Lee cuidadosamente cada una de las preguntas y marca con una **X** en la casilla correspondiente la respuesta que mejor describa su opinión. No debe quedar ninguna pregunta en blanco.

Recuerda que las respuestas son opiniones basadas en la experiencia personal, por lo tanto ***no hay respuestas correctas o incorrectas.***

1) En su familia tienen menores de 14 años

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

2) Cuáles son los restaurantes más frecuentados por la familia? \_\_\_\_\_

3)Cuál es la comida rápida favorita de los niños de la familia?

- a) hamburguesa
- b) perro caliente
- c) pizza

4) Los niños consumen pizza?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

5) Cuáles es el tamaño que escoge en el momento de la compra en una pizzería?

- a) Porción personal
- b) Tamaño mediano ( 4 porciones)
- c) Tamaño grande (8 porciones)

6)Cuál es el sabor de la pizza favorito de los niños?\_\_\_\_\_

7) A los niños les gusta cocinar o les gusta ayudar en la cocina?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

8) cual es la frecuencia con la que salen a comer fuera de casa

- a) 1 vez al mes
- b) 2 veces al mes

- c) 3 veces al mes
- d) Más de tres veces al mes

9) cuando come pizza, cual es el valor promedio que gasta en el consumo?

- a) 10000 pesos
- b) 20000 pesos
- c) 30000 pesos
- d) Más de 30000 pesos