



Plan De Expansión Para Ampliar La
Presencia Geográfica De La Plaza De Comida
Distrito Container A Apartadó, Sub Región Del
Urabá.

Tipo de trabajo (Trabajo de Grado).

Autor.

Virna Sofia Ruiz Mosquera

Bogotá D.C.

2023



Plan De Expansión Para Ampliar La
Presencia Geográfica De La Plaza De Comida
Distrito Container A Apartadó, Sub Región Del
Urabá.

Tipo de trabajo (Emprendimiento)

Autor.

Virna Sofía Ruiz Mosquera

Tutor.

Luis Alberto Buitrago Jiménez

Maestría en Emprendimiento e Innovación

Escuela de Administración

23 de enero de 2023

Bogotá, Colombia

2023

Tabla de contenido

Declaración de originalidad y autonomía	5
Declaración de exoneración de responsabilidad	6
Lista de imágenes.....	7
Lista de tablas	8
Lista de cuadros	10
Lista de Ilustraciones	11
Lista de anexos.....	12
Resumen Ejecutivo	13
Abstract.....	14
1. Introducción	15
2. Concepto de negocio.....	18
2.1 Descripción de la idea de negocio	18
2.1.1 Valores:	19
2.1.2 Declaración de misión de la empresa.....	19
2.1.3 Visión	19
2.1.4 Objetivos:	20
2.1.5 Mercado Objetivo.....	21
2.1.6 Industria y/o sector.:.....	23
2.2 Portafolio de productos y/o servicios	25
2.3 Fuentes de ingresos.....	40
2.4 Portafolio de clientes	40
2.5 Cocina de proximidad o km 0 en Distrito Container.	43
2.6 Gestión Sostenible de la empresa Distrito Container.	43
2.7 Posicionamiento en el mercado	50

3.	Descripción de los elementos organizacionales del emprendimiento.....	52
3.1	Propiedad y junta directiva (estructura organizacional)	52
3.2	Recursos humanos y/o empleados que requiere el emprendimiento	52
3.4	Procesos de negocio.....	59
3.5	Aspectos legales a considerar para la puesta en marcha del emprendimiento	64
4.	Descripción de las operaciones requeridas por el emprendimiento.....	66
4.1	Instalaciones que requiere el emprendimiento.....	66
4.2	Infraestructura tecnológica y de TIC requerida por el emprendimiento.....	66
4.3	Descripción de los requerimientos de producción y distribución del emprendimiento	67
4.4	Estrategias de financiación del emprendimiento	70
4.5	Plan financiero del emprendimiento	72
5.	Estrategia para el relacionamiento con los clientes y grupos de interés	80
5.1	Estrategia de marca (Branding)	80
5.2	Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento	82
5.3	Proceso de ventas y servicios.....	83
5.4	Plan de mercadeo	85
5.4.1	Investigación de mercado.....	85
5.4.2	Barreras de entrada.....	87
5.4.3	Amenazas y oportunidades	87
5.4.4	Competidores claves	90
5.4.5	Precios	92
5.4.6	Canales de distribución	95
5.5	Red de contactos	96
	Referencias bibliográficas	98
	Anexos.....	100

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo gravedad de juramento, que he escrito el presente tesis de maestría por mi propia cuenta, y que por lo tanto, su contenido es original. Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este tesis de maestría no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Virna', is centered on the page. The signature is fluid and cursive.

Virna Sofia Ruiz Mosquera

Firmado en Bogotá, D.C. el 8 de diciembre de 2022

Declaración de exoneración de responsabilidad

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

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Virna', is centered on the page. The signature is written in a cursive style with a large initial 'V'.

Virna Sofía Mosquera

Firmado en Bogotá, D.C. el 8 de diciembre de 2022

Lista de imágenes

Imagen 1 Área Azul / Expendio de licores: La Micheladería	27
Imagen 2 Vista general Concepto Distrito Container: Áreas amarillas y azul.....	28
Imagen 3 Concepto Integral Distrito Container	28
Imagen 4 Degustación de cocteles y micheladas en Distrito Container.....	31
Imagen 5 Celebración de eventos/cumpleaños en Distrito Container.....	34
Imagen 6. Plan familia y socialización con amigos en Distrito Container.....	34
Imagen 7 Degustación de deliciosos platos en Distrito Container	34

Lista de tablas

Tabla 1 Distribución de personal x sede.....	52
Tabla 2. Descripción del cargo Gerente General.....	53
Tabla 3 Descripción del cargo Administrador.....	54
Tabla 4. Descripción del cargo Cajero	55
Tabla 5. Descripción del cargo Bartender	56
Tabla 6. Descripción del cargo Cocinero	56
Tabla 7 Descripción del cargo Meseros	57
Tabla 8. Relación de personal bajo figura de honorarios profesionales Distrito Container.	58
Tabla 9. Caracterización de equipos tecnológicos a emplearse en sede Apartadó.....	66
Tabla 10. Análisis de principales proveedores	68
Tabla 11. Proyección clientes/mercado Apartadó	72
Tabla 12 Análisis de comportamiento de flujos de caja.....	74
Tabla 13 Flujo de fondos y rentabilidad del proyecto.....	75
Tabla 14. Evaluación financiera del proyecto.	76
Tabla 15 Análisis de mercado. Escenario pesimista	77
Tabla 16. Evaluación financiera. Escenario pesimista.	77
Tabla 17. Flujo de caja netos. Escenario pesimista	78
Tabla 18. Flujos de fondos del proyecto. Escenario pesimista.....	79
Tabla 19 Matriz Dofa	88
Tabla 20 Análisis competitivo.....	90
Tabla 21. Estrategia de precios Distrito Container/Apartadó.....	93

Tabla 22 Estrategia de precios basada en valor.....	93
Tabla 23 Evaluación de los canales de distribución.....	95

Lista de cuadros

Cuadro 1 Datos relevantes en el crecimiento y desarrollo local del sector gastronómico de Turbo.	24
Cuadro 2 Listado de locales que ofrecen opciones gastronómicas en Distrito Turbo.....	36
Cuadro 3. Caracterización del sector gastronómico Municipio Apartadó.	38
Cuadro 4. Medidas de buenas prácticas ambientales en Distrito Container.....	44
Cuadro 5. Inversión del proyecto	71

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Segmentación de mercado.....	21
Ilustración 2 Layout Distrito Container.....	26
Ilustración 3 Área Amarilla / Expendio de comida de mar: El submarino Amarillo	27
Ilustración 4 Menú Distrito Container – Platos fuertes	29
Ilustración 5 Menú Distrito Container -Para compartir y comidas rápidas gourmet	29
Ilustración 6. Lista de cócteles, micheladas, y otras bebidas frías	31
Ilustración 7. Menú de Experiencias Club Container.....	33
Ilustración 8. Vista panorámica de la plaza de comidas “Distrito Container	35
Ilustración 9. Ubicación espacial de restaurantes en Turbo	37
Ilustración 10. Ubicación espacial de restaurantes en Apartadó	39
Ilustración 11 Buyer Persona Turista	41
Ilustración 12 Buyer persona cliente local	42
Ilustración 13 Lienzo de propuesta de valor.....	51
Ilustración 14 Sistema de producción integral – Distrito Container	60
Ilustración 15 Procesos operacionales del Negocio – Distrito Container	62
Ilustración 16. Distancia en Km entre Turbo y Apartadó	69
Ilustración 18 Brandbook Distrito Container	81
Ilustración 19. Lista de precios promedios oferta Distrito Container	84
Ilustración 20 Análisis Gráfico de mercado TAM-SAM-SOM	86

Lista de anexos

Anexo 1. BrandBook Distrito Container.	100
Anexo 2. Visibilidad en redes sociales.	108
Anexo 3. Soportes financieros del proyecto	109

Resumen Ejecutivo

Plan de expansión para ampliar la presencia geográfica de la plaza de comida Distrito Container a Apartadó, sub región del Urabá

El siguiente proyecto basado en un plan de expansión para generar la primera presencia geográfica operativa de la plaza de comida Distrito Container en el municipio Apartadó, busca replicar el modelo de negocio que tiene la empresa actualmente en Turbo con una trayectoria de cuatro años. Los resultados han sido positivos que validan la existencia de un mercado potencial y han logrado consolidar un concepto de modelo de negocio y de empresa, proporcionando a nuestros clientes un servicio dinámico, fresco y juvenil. Se ha estructurado sobre dos ofertas, definidas como zona amarilla representada por el sub marino amarillo especializada en productos del mar y la zona azul denominada La Micheladería enfocada en preparación de cocteles y bebidas, incluyendo planes atractivos elaborados para sorprender a la familia, amigos y al turista que desea conocer a través de la gastronomía los sabores del Urabá Antioqueño. Con un concepto sostenible, empleando contenedores marítimos usados acondicionados para el expendio de alimentos, enaltecemos la gastronomía del Urabá como una de las principales expresiones de la riqueza ambiental y cultural Antioquia. La sede de Apartadó proyecta una ganancia operativa de 64.893.802 pesos para el año 1; 92.166.979 pesos para el año 2 y 157.317.869 \$ para el año 3, con una inversión inicial de 156.139.971 pesos asumida 100% con capital privado y una estructura de costos basada en la estandarización de recetas y parametrización del proceso productivo, con precios que varían en función del producto, oscilando en un promedio de 40/50 mil pesos por plato y 18 mil pesos por coctel, lo que sitúa a Distrito Container en la gama de precios Medio-Alta, competitivo con otros restaurantes que ofrecen productos similares en el Municipio. De acuerdo a lo anterior, se proyecta para el primer trimestre 2023 contar el local funcionando en Apartadó, así como continuar con los tramites de registro de marca copyright para Distrito Container.

Palabras clave: Plaza de comida, emprendimiento, modelo de cocina de proximidad.

Abstract

Expansion plan to expand the geographical presence of the Distrito Container food court to Apartadó, Urabá sub-region

The following project based on an expansion plan to expand the operational geographic presence of the Distrito Container food court in the Apartadó municipality, seeks to replicate the business model that the company currently has in Turbo with a four-year history, with positive results. that validate the existence of a potential market that enjoys the concept of the company, providing our clients with a dynamic, fresh and youthful service, structured on two offers, defined as a yellow zone represented by the yellow submarine specializing in seafood and the blue zone called La Micheladería focused on the preparation of cocktails and drinks, including attractive plans designed to surprise family, friends and tourists who want to discover the flavors of Urabá Antioquia through gastronomy. With a sustainable concept, using used maritime containers conditioned for the sale of food, we exalt the gastronomy of Urabá as one of the main expressions of Antioquia's environmental and cultural wealth. The Apartadó headquarters projects an operating profit of 64,893,802 pesos for year 1; 92,166,979 pesos for year 2 and \$157,317,869 for year 3, with an initial investment of 156,139,971 pesos assumed 100% with private capital and a cost structure based on the standardization of recipes and parameterization of the production process, with prices that vary depending on the product, ranging from an average of 40/50 thousand pesos per dish and 18 thousand pesos per cocktail, which places Distrito Container in the Medium-High price range, competitive with other restaurants that offer products similar in the municipality. According to the above, it is projected for the first quarter of 2023 to have the premises operating in Apartadó, as well as to continue with the copyright trademark registration procedures for the Container District.

Keywords: Food court, entrepreneurship, proximity kitchen model.

1. Introducción

Distrito Container es un concepto gastronómico que nace en el 2018 en el municipio portuario de Turbo en Antioquía, como un modelo disruptivo en la zona como su nombre lo indica su estructura física responde a la utilización de Containers marinos para nuestras instalaciones. Como emprendedores nuestra idea inspiracional estuvo construida bajo la motivación de ofrecer platos relacionados con productos del mar bajo un concepto menos formal y diferente que un restaurant tradicional, así se consolidaron dos elementos que definen las principales características de este concepto, uno es un establecimiento de comida identificado con el modelo de cocina especializado conocido como cocina de proximidad o 0 km y segundo es un food court o plaza de comida.

Se estructuró con dos opciones y sub marcas representativas, una identificada como la zona amarilla con comida de mar bajo nombre el Submarino Amarillo y la bebida en la zona azul bajo el nombre la Micheladería, complementarios hasta en su servicio y colorido. Ambos con un espacio común al aire libre para consumir y disfrutar, con amigos, familia y en pareja. Durante estos cuatro años y a pesar de la crisis sanitaria mundial ocurrida con el Covid-19 y la pandemia que se desencadenó, Distrito Container se consolidó en el municipio Turbo y bajo los mismos valores de vocación de servicio, sostenibilidad e innovación consideramos escalar el negocio expandiendo la presencia física de nuestras operaciones en la región del Urabá al municipio de Apartadó.

El emprendimiento Distrito Container Apartado será una plaza de comida de 62 metros cuadrados en donde estarán ubicados las dos zonas (dos containeres) con sus submarcas "Submarino Amarillo" y "La Micheladería". La capacidad de atención será de 60 personas con servicio de parqueadero y baños incluidos; todo esto concebido para crear una zona gastronómica que además de servicio de alimentos y bebidas, provea esparcimiento y diversión.

Se trazó como objetivo principal desarrollar un plan de expansión para ampliar la presencia geográfica de la plaza de comida "Distrito Container" a Apartadó en la sub región de Urabá, desarrollando varios objetivos específicos que iniciaban con diseñar el modelo de negocios de manera tal que los procesos internos estén sistematizados, estandarizando y parametrizando, tanto la operatividad del negocio como las recetas.

Así mismo, se caracterizó el mercado de Apartadó para conocer exactamente número de población, cantidad, tipos y clase de restaurantes presentes en la zona. Igualmente, este plan de expansión de Turbo a Apartadó debió abordar los temas logísticos, legales, evaluando las alianzas estratégicas para establecer acuerdos con proveedores de Turbo y Apartadó, a fin de garantizar poder cumplir con una de nuestras principales características que es el modelo de cocina de proximidad o 0 km.

A la par, la expansión de Distrito Container hacia a Apartadó tiene como objetivos en brindar la satisfacción a los clientes a través de una experiencia gastronómica conectada a los sabores de la zona del pacífico y caribe colombiano, en especial con productos del mar, disfrutando de actividades mensuales para aquellos que se sumen al Club Container, y disfrutando además servicios de alimentación y bebida para celebraciones entre familiares y amigos. Todo ello bajo un servicio relacionado con la tecnología de la información (menús en carteleras digitales o código QR y aceptación de criptomonedas como método de pago).

Como público objetivo en concepto está dirigido a dos tipos de clientes, entre 21 y 50 años, entre habitantes de Apartadó y turistas que visitan la sub región de Urabá, para conocer e impregnarse de su cultura.

En este sentido, consideramos que como emprendedores expandir nuestra presencia en la sub región de Urabá es una oportunidad aprovechable para construir un modelo de negocios exitoso y replicable que maneja tres variables, la tradición culinaria del pacífico-caribeño colombiano, la innovación en atención al cliente y por último el respeto a los criterios de sostenibilidad en cuanto a impacto por su huella ambiental.

Es por ello, que como proyecto de expansión seleccionamos el municipio Apartadó por tener la mayor perspectiva de crecimiento, el cual de acuerdo a (Camara de Comercio de Medellín, 2021) en el informe perfil socioeconómico de la sub región de Urabá, destaca por tener una población que habita en más del 80% en zonas urbanas, con el índice de calidad de vida más elevado de la zona (64.28%), con el tercer índice de pobreza más bajo de la región (3.01%), y con un aporte del 26.14% del PIB de Urabá.

De hecho, desde el año 2017 Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) considera que el sector servicio está creciendo y evolucionando, en especial los pequeños negocios se están transformado en emprendimientos que aportan valor en lo económico, desde el punto de vista social generan puestos de empleos, y culturalmente puesto que emprendimientos

como Distrito Container permiten la degustación de buenos alimentos, capaces de mostrar la riqueza cultural y la diversidad productiva de un territorio, constituyéndose en un negocio de gastronomía sostenible.

En este orden de ideas, otros elementos que se tomaron en cuenta para decidir expandir hacia el municipio Apartadó fueron, es su Plan de Desarrollo 2020-2023 el cual contempla transformarlo en un territorio con ciudades sostenibles, conectando con nuestro modelo de negocios de cocina de proximidad o 0 km, concepto que apoya a los pequeños productores y colabora en el mantenimiento de la diversidad alimenticia del territorio.

Por otro lado, Apartadó tiene excelentes perspectivas de crecimiento económico, en virtud de los planes de construcción del nuevo centro comercial el terminal de transporte, la construcción del nuevo hospital y la ciudadela industrial. En cuanto al alcance, con la nueva sede de Apartadó operativa, consolidaríamos nuestro modelo de negocio

Como beneficios, Distrito Containers en Apartadó busca la satisfacción de nuestros clientes, tanto habitantes que actualmente tienen que desplazarse 26.8 KM para deleitarse con especialidades de platos de comida de mar en un espacio alegre, entretenido, colorido, dinámico que invita al disfrute, como turista que buscan conocer gastronómicamente a la región a través de su fusión de sabores del pacífico-caribeño colombiano.

2. Concepto de negocio

2.1 Descripción de la idea de negocio

Distrito Container es un modelo de negocio gastronómico que se plasma en un concepto comercial de una plaza de comida que abarca el restaurant especializado en productos del mar denominado "Submarino Amarillo" (zona amarilla) y la Coctelería La Micheladería (zona azul), actualmente funcionando en el Distrito de Turbo, Departamento de Antioquia.

Nació el 10 de mayo del año 2018, con un pensamiento creativo basado en cocina de proximidad, (National Geographic, 2017), también conocida como cocina de cercanía o 0 km, con pescados y marisco frescos de mayor calidad comprados cada día a pescadores de la zona, así como verduras y vegetales; apoyando de esta forma, el uso de productos y productores locales, puesto que “actualmente existe una tendencia hacia la gastronomía sostenible que se deriva de la necesidad del consumidor por alimentarse con un producto natural, saludable, de origen local y que valore al agricultor”. (Vanegas, 2020) p7.

De acuerdo a lo antes expuesto, los insumos, alimentos e ingredientes locales provenientes de la zona de Urabá se constituyen en un recurso que genera, entre otros beneficios, atracción a los turistas quienes buscan un espacio placentero para degustar platos tradicionales y de temporada que le permitan conocer la región a través de los sabores del pacífico colombiano mezclados con los productos de la tierra como el banano.

Así mismo, ofrecemos a los habitantes de Turbo momentos de disfrute evocando sus recuerdos mediante el rescate de su memoria gastronómica exaltando los sabores tradicionales de la comida de mar de Urabá con experiencias innovadoras y de calidad, en un local alegre e ideal para entretenerse, charlar, socializando con amigos y familiares.

En este sentido, Distrito Container busca resaltar las tradiciones gastronómicas de la zona, garantizando un producto más sostenible, fresco y que involucra al entorno, ofreciendo al cliente una vivencia llena de la cultura de Urabá; aportando a la creación del ecosistema turístico gastronómico del Distrito de Turbo, a través de un espacio atractivo donde se puede socializar con la compañía de amigos y familia, deleitarse con bebidas a la carta mientras se degustan deliciosos platos de comida de mar.

Fortalecer la tradición gastronómica, favorece la construcción de la marca país de Urabá y Colombia. En este sentido, vemos a Distrito Container como parte de la evolución histórico gastronómica de la región, donde los ingredientes tradicionales con platos típicos integran la identidad Urabaense; permitiéndole, por un lado, al cliente local reforzar su sentido de pertenencia, y por otra parte contribuir a la difusión de este patrimonio cultural intangible a través de la experiencia que vive el turista.

2.1.1 Valores:

- i. **Identidad con innovación:** Rescatamos nuestra identidad cultural con innovación, creando nuevas experiencias con sabores tradicionales.
- ii. **Frescura y amistad:** Nos divertimos junto a nuestros clientes todos los días en un ambiente lleno alegría, colores y buena vibra.
- iii. **Vocación de servicio y trabajo en equipo:** Nos enfocamos en equipo en colocar atención a los detalles creando experiencias placenteras alrededor de un buen servicio al cliente.
- iv. **Acción y pasión:** Amamos nuestro trabajo y hacemos que ese sentimiento trascienda al servicio que recibe el cliente.
- v. **Sostenibilidad:** Nuestro modelo de negocio basado en cocina de proximidad nos acerca a productores locales, permitiendo ofrecerle al cliente productos frescos y de temporada.

2.1.2 Declaración de misión de la empresa

“Proveer a nuestros clientes la mejor experiencia gastronómica en comida de mar, cócteles y micheladas con platos representativos del ADN gastronómico del Urabá, bajo un enfoque de sostenibilidad apoyado en un modelo de cocina 0 KM de proximidad, ofreciendo alimentos, bebidas y servicios de calidad en un ambiente colmado de diversión que incluyen cualidades dignas de ser fotografiadas, compartidas y comentadas en las redes sociales”.

2.1.3 Visión

“Expandir la presencia geográfica hasta el Municipio Apartadó de la plaza de comida Distrito Container posicionándola como una zona gastronómica con un concepto o modelo culinario de cocina de proximidad con recetas propias de platos de mar inspirados en las raíces pacífico-caribeñas de Colombia.”

De allí que, estamos enfocados en mantenernos fieles a la creatividad e innovación con la que estamos rescatando y manteniendo los sabores de Urabá para los clientes que buscan alegrarse con experiencias sociales, compartir con amigos, degustar platos exquisitos de comida de mar, hacer turismo gastronómico y dejarse sorprender por la tradición de una zona llena de riquezas culturales.

2.1.4 Objetivos:

Objetivo General: Desarrollar el Plan de expansión para ampliar la presencia geográfica de la plaza de comida "Distrito Container" a Apartadó-Sub región de Urabá.

Objetivos Específicos:

- a. Diseñar un modelo de negocio con una dinámica operativa efectiva que sistematice los procesos internos de la Plaza de Comidas Distrito Container.
- b. Estandarizar procesos y recetas para parametrizar la operación de elaboración de los platos y bebidas de la plaza de Comida Distrito Container.
- c. Caracterizar el mercado de Apartadó para la instalación de la nueva sede de Distrito Container.
- d. Desarrollar plan de acción para abordar temas logísticos y de índole legal referente a la instalación de la nueva sede de Distrito Container en Apartadó.
- e. Coordinar alianzas y negociaciones con proveedores locales en Apartadó y Turbo que suministren insumos frescos para el desarrollo del concepto de cocina 0Km.
- f. Facilitar a nuestros clientes en Apartadó tanto como locales como turistas experiencias placenteras en un espacio alegre por medio de actividades mensuales del Club Container.
- g. Coordinar alianzas estratégicas con empresas en Apartadó de animación de fiestas para hacer eventos mensuales dirigidos a la familia.
- h. Implementar menús digitales con un servicio innovador empleando códigos QR o carteleras digitales (digital boards), diversificando a su vez métodos de pago a través del uso de criptomonedas.
- i. Capacitar en habilidades técnicas y competencias blandas a los integrantes del equipo en la nueva sede de Apartadó.
- j. Diversificar la base de ingresos de Distrito Container con nuevos productos de temporada.

- k. Visibilizar los desafíos de la plaza de comida Distrito Container en el corto, mediano y largo plazo en Apartadó, generando un plan de acción tendente a reducirlos.

2.1.5 Mercado Objetivo

Mercado Objetivo Actual/Turbo:

Distrito Container atiende un público diverso, consciente de que su oferta de servicios está orientada tanto a turistas que buscan espacios para conocer la región y su cultura a través de su gastronomía, como habitantes de Turbo que disfrutan reunirse en un ambiente agradable, lleno de frescura con buena música para degustar comida de mar que evoque sus recuerdos o tan solo pasar el rato socializando con cocteles y micheladas preparadas en el sitio.

Tal y como se puede observar en la ilustración 1, el mercado segmentando o nichos de negocio para el presente proyecto, incluye como se mencionó anteriormente, el sector de los turistas que buscan conocer la zona a través de la gastronomía local, los residentes de la zona que buscan comer opciones de mar, y los residentes de la zona que buscan socializar con amigos y pasar el rato.

Ilustración 1 Segmentación de mercado

INDUSTRIAS GASTRONÓMICAS EN LA SUB REGIÓN DE URABÁ		
Turistas que buscan conocer la zona a través de la gastronomía local.	Residentes de la zona que buscan comer opciones de mar.	Residentes de la zona que buscan socializar con amigos y pasar el rato.

Fuente: Elaboración propia (2022).

Ambos tipos de clientes, coinciden en un espacio único y pionero en Turbo, Distrito Container que introdujo el concepto de contenedores marítimos acondicionados para ofrecer un servicio integral de alimentos y bebidas. Tal como lo reseña un reciente artículo en el sitio web LinkedIn que señala que “Los contenedores trascendieron y evolucionaron su uso. Hoy son elementos altamente llamativos, funcionales y atractivos que se emplean en una amplia variedad de negocios”. (Valencia, 2022).

Por tanto, ambos tipos de clientes buscan opciones únicas. En el caso del cliente local, sus necesidades subyacen en torno a un espacio para disfrutar el rato con amigos y familia, así como degustar deliciosa comida de mar con preparaciones novedosas. Por su parte, la necesidad del turista radica en conocer la localidad a través de su gastronomía y disfrutar las tradiciones del pacífico-caribeño colombiano.

Mercado Objetivo proyectado nueva sede Apartadó:

Básicamente, Distrito Container se ha caracterizado por brindar servicio a pobladores de un radio menor a 40 km, entre ellos habitantes de Apartadó quienes recorren una distancia relativamente corta para degustar los platos que se elaboran en el local. Este municipio es reconocido como el más poblado de la Subregión del Urabá, con una población de 127.744 habitantes para el año 2020, de los cuales el 83,97% viven en zonas urbanas y el 16,03% habitan en zonas rurales. (DANE, 2020); en su mayoría, representado por el 46% (59.049 personas) se encuentran en un rango de edad entre 21 y 59 años.

La economía de Apartadó, proyectada en su Plan de Desarrollo 2020-2023 tiene como uno de sus ejes fundamentales convertir “el territorio en sus áreas urbanas y rurales en ciudades sostenibles resilientes para la vida humana, con una mirada holística, con sustentabilidad ambiental, socio cultural, espacial, y económica; se potencia cada dimensión y crea una sinergia que permite convertir desafíos en oportunidades, superándolos en corto tiempo. Entre ellas el uso de la bicicleta, redes de comunicación eficientes, peatonalización, espacios con equipamientos articulados con las actividades sociales, y energías alternativas con innovación y desarrollo sostenible; todo esto, con uno de los ejes estructurantes, Apartadó de cara al río” (Alcaldía Municipio Apartadó, 2020) pp. 26.

Por otro lado, dentro del Plan de Desarrollo, se encuentra el programa “Empréndete Apartadó” donde se impulsa la instalación de nuevos negocios de cara a brindar soluciones con aporte creativo que fortalezcan el entorno social de los pobladores y generen atractivo al turista de la zona, entendiendo a estos no solo como aquellos que tienen como destino final el Municipio, sino como todos los que transitan por el principal corredor vial del Departamento para conocer las bellezas, cultura e historia de la Subregión del Urabá Antioqueño, desde Apartadó hasta Turbo.

Estas razones, llevaron a Distrito Container a plantearse aprovechar las oportunidades de un mercado no explorado hasta el momento como Apartadó, con el cual había establecido conexiones en su sede principal, atendiendo sus habitantes y escuchando las necesidades de estos, quienes en reiteradas ocasiones manifestaron el valor agregado que sería contar con una sucursal en la ciudad para no tener que trasladarse fuera de esta para llegar al mismo.

En este sentido, al igual que en Municipio de Turbo en Apartadó se pueden diferenciar dos tipos de clientes, los habitantes de una región económicamente activa que requieren espacios de distracción, esparcimiento para relajarse al salir del trabajo, compartiendo de encuentros amenos con amigos y familia; y los turistas que buscan reconocer las bondades de la región a través de su gastronomía, sintiéndose parte de su historia al degustar platos preparados con detalles buscando recrear la pasión caribeña y sus costumbres.

2.1.6 Industria y/o sector.:

Sede Actual:

Turbo, plaza donde actualmente se encuentra ubicado Distrito Container es el distrito portuario, logístico, industrial, turístico y comercial del departamento de Antioquia en Colombia, localizado específicamente en la subregión del Urabá; en términos económicos está enfocado en la construcción de dos puertos internacionales que permitirán la ampliación de su comercio y el establecimiento de nuevas industrias en el País.

Esta realidad, lo convierten en un área con enorme potencial de crecimiento demográfico, operativo e industrial, que requerirá de una infraestructura de servicios que satisfaga a una población en franco desarrollo; donde, el sector gastronómico tiene evidentes rasgos de fortalecimiento con la diversificación de la oferta e instalación de pequeñas, medianas y grandes cadenas que buscan aprovechar las oportunidades que surgen de este nuevo público.

Tal es el caso, del impacto positivo del crecimiento del sector gastronómico, que según cifras reportadas por la Cámara de Comercio de Turbo, (Cámara de Comercio de Turbo, 2021) evidencian un incremento porcentual para el año 2021 del 38% en la instalación y funcionamientos de locales con respecto al año 2020. Existiendo de acuerdo al inventario realizado, un total de 40 locales registrados que prestan servicios de restaurante, bar, heladería, entre otros.

Cuadro 1 Datos relevantes en el crecimiento y desarrollo local del sector gastronómico de Turbo.

Año	Dato inicial en N° de establecimientos	crecimiento %	N° de Empleos generados directamente	N° de Empleos generados Indirectamente
2020	25	20%	145	75
2021	40	38%	287	80

Fuente: Cámara de comercio de Turbo (2021)

De acuerdo a las consideraciones anteriores, (Gutiérrez, 2021) expresa como la industria gastronómica está tomando fuerza en la economía colombiana, reflejando un incremento en los sectores de servicios de comida y bebidas de acuerdo a informe presentado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en el año 2017.

En este sentido, la gastronomía, es definida por la Real Academia Española (RAE) como el “conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar”, en el caso de Turbo y toda la sub región de Urabá esta posee evidentemente elementos diferenciadores, convirtiéndose en un vehículo para recrear su cultura, mostrando sus costumbres y las distintas transformaciones que las influencias externas han ido proporcionando a lo largo de los años.

En el caso específico de Distrito Container, este concepto de negocio es pionero en Turbo, introduciendo el uso de contenedores marítimos adecuados para el expendio de alimentos y coctelería, diferenciándose de su competencia por la innovación con la que mezclan ingredientes tradicionales como el suero costeño, piñas, plátano, yuca, leche de coco, ají dulce, cilantro, ron de caldas, hogao, por mencionar algunos, en la elaboración de exquisitos platos de comida de mar, que dan como resultado recetas únicas preparadas bajo un modelo de cocina de proximidad.

Visto desde estas perspectivas, en Distrito Container buscamos aportar elementos innovadores para resaltar la identidad culinaria de la zona, rescatando tradiciones con creatividad, fusionando costumbres con elementos novedosos que se convierten en un atractivo para esos clientes que día a día demandan espacios donde poder comer y disfrutar la comida y bebida, compartir con amigos y familiares, así como impregnarse de cultura Urabaense.

Posicionamiento proyectado nueva sede Apartadó:

Para el presente proyecto, que busca desarrollar el Plan de expansión para ampliar la presencia geográfica de la plaza de comida "Distrito Container" instalando una nueva sede en Apartadó-Sub región del Urabá, la industria gastronómica representa un sector en crecimiento, que

ha mostrado indicios de salir de la informalidad, entrando en el sector de emprendimientos legalmente constituidos que son capaces de aportar valor económico, social, cultural y sustentable al Municipio. (Camara de Comercio de Urabá, 2021).

Con un mercado, donde más del 80% de la población se encuentra situado en áreas urbanas, con un Plan de Desarrollo Apartadó, Ciudad Líder 2020 – 2023 diseñado por la Alcaldía del Municipio que contempla ejecutar proyectos estratégicos, como la construcción del centro comercial el terminal de transporte, la construcción del nuevo hospital y la ciudadela industrial, por mencionar algunos de los planes que hacen parte del programa.

En materia turística, Apartadó contempla su programa “Apartadó me encanta”, establecido en su Plan de Desarrollo (Alcaldía Municipio Apartadó, 2020) que incluye la viabilización del Puerto ecoturístico Puerto Girón. Por otro lado, el Municipio logró identificar en el pre nombrado documento la existencia de déficit de espacios recreativos culturales, déficit de espacios públicos causado indirectamente por falta de planeación del comercio informal y desordenado, proyectando la construcción de una sólida infraestructura productiva y de comercialización, donde se dinamice la actividad económica y se abran espacios para la promoción y acceso efectivo a procesos culturales y artísticos en la zona.

Estos escenarios, se convierten en espacios atractivos para la escalabilidad de Distrito Container, quienes aprovechando las bondades coyunturales de un mercado que evidencia necesidades instalarán la segunda sede en este Municipio, que al igual que en Turbo, la oferta de productos y servicios que ofrecemos representaría una innovación que resaltará los valores de la gastronomía pacífico-caribeña con elementos creativos, que eleven la cultura, el disfrute en familia dentro de un espacio fresco, alegre y espontaneo donde los clientes, tanto locales como turistas podrán compartir en torno a un buen plato de comida, tomando un coctel refrescante y conociendo mucho más la historia del Urabá Antioqueño.

2.2 Portafolio de productos y/o servicios

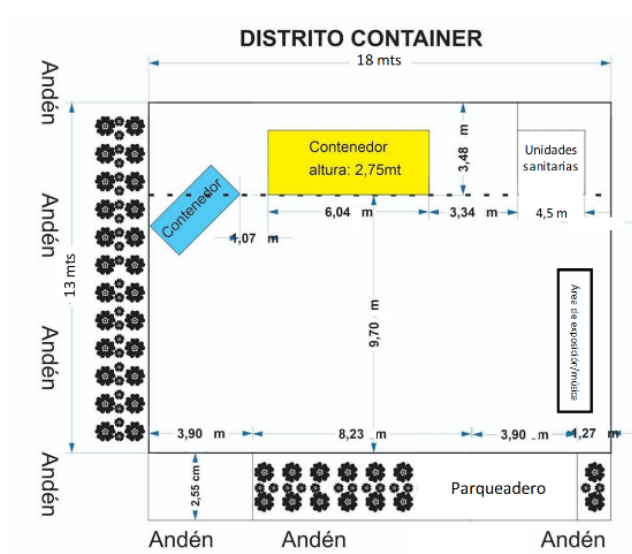
Logística Operativa:

La logística operativa que requiere Distrito Container para poder ofrecer sus productos y servicios debe tener características básicas referidas al espacio físico para instalar el local,

ubicación y acceso a servicios e infraestructura; de allí que el modelo de negocio establece condiciones que deben cumplirse para poder operar correctamente, las cuales mencionaremos a continuación:

- a) Espacio físico: Área abierta con dimensiones de 18 metros de largo x 13 metros de largo. Un área de mesas de 9,70 metros de ancho y 18 metros de largo. Dos unidades sanitarias de 4.5 metros y 3,11 metros de altura. Dos contenedores identificados por colores: la zona amarilla representando el sector gastronómico especializado en comida de mar y la zona azul referida a la barra de cocteles y micheladas.

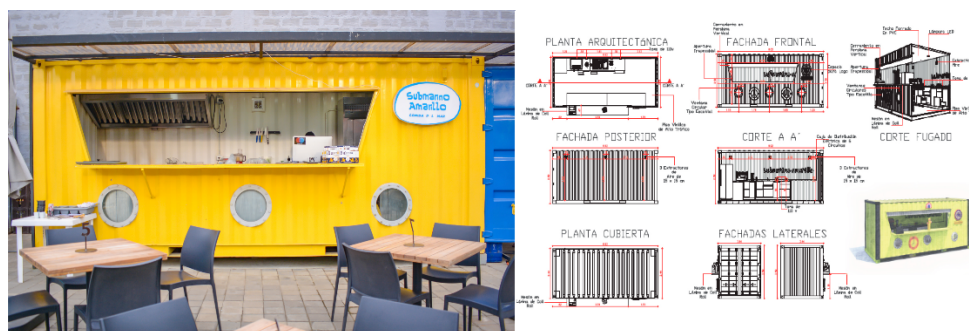
Ilustración 2 Layout Distrito Container



Fuente: Elaboración propia (2022)

- b) Ubicación y acceso a servicios: Espacio transitado, con acceso peatonal y vehicular. Área para parquear vehículos y motos.
- c) Infraestructura: Local abierto sin techar para poder colocar mesas y sillas. Capacidad 15 mesas x 4 sillas c/u: Aforo total 60 personas.
- d) Contenedores marítimos: 01 Contenedor principal de 20 Pies para suministro de alimentos, con diseño estructural similar al de un submarino color amarillo. Y un 01 contenedor secundario de 10 Pies para suministro de licores, cocteles, y cervezas micheladas, color azul.

Ilustración 3 Área Amarilla / Expendio de comida de mar: El submarino Amarillo



Fuente: Elaboración propia (2022)

Imagen 1 Área Azul / Expendio de licores: La Micheladería



Fuente: Elaboración propia (2022)

De acuerdo a las consideraciones anteriores, es importante resaltar que en la plaza de comida Distrito Container coexisten los colores con un modelo de negocio donde se integran la **zona amarilla bajo la marca El Sub Marino Amarillo**, en él serán elaborados los platos con insumos frescos basados en un modelo de cocina de proximidad, como pescados, mariscos, plátanos e ingredientes de mayor calidad, donde estamos apoyando el ecosistema emprendedor de Turbo y próximamente el de Apartadó empleando proveedores locales, buscando con ello también garantizar un producto más sostenible, inspirados en la cultura Urabaense. (ver ilustración 3)

Y la **zona azul, bajo la marca La Micheladería** donde se elaborarán, jugos, sodas y deliciosos cocteles con presentaciones innovadoras para deleitar a nuestros clientes. (ver imagen 1).

Imagen 2 Vista general Concepto Distrito Container: Áreas amarillas y azul



Fuente: Elaboración propia (2022).

Imagen 3 Concepto Integral Distrito Container



Fuente: Elaboración propia (2022).

En resumen, Distrito Container es concebida como una zona gastronómica basada en un modelo de cocina de proximidad donde se integran sus dos marcas insignes El Sub Marino Amarillo (Zona Amarilla) con recetas y platos de mar inspirados en las raíces pacífico-caribeñas de Colombia, y La Micheladería (Zona Azul) donde se ofrecen cocteles, licores, bebidas frías y micheladas refrescante para deleitarse entre amigos y familiares. (ver imagen 2 y 3).

Tipos de Productos:

A. ZONA AMARILLA: Expendio de Alimentos bajo la marca El Submarino Amarillo.

El Menú que ofrece Distrito Container a través de su marca el Sub Marino Amarillo está estructurado 3 tipos de Presentaciones: Platos fuertes, para Compartir, y Comida rápida Gourmet.

Ilustración 4 Menú Distrito Container – Platos fuertes



Fuente: Elaboración propia. (2022)

Ilustración 5 Menú Distrito Container -Para compartir y comidas rápidas gourmet



Fuente Elaboración propia (2022)

Para mejorar la experiencia del cliente y dar un valor agregado en nuestra atención siguiendo el modelo de negocio se suministrará al cliente la mayor cantidad de información

relacionada con el origen de los productos cuando se presenten las cartas digitales o por código QR, además de capacitar al personal de atención al público al respecto.

Todos nuestros productos, son preparados al momento que el cliente hace su selección, garantizando frescura y calidad en los mismos. Como opción gastronómica, se destaca porque actualmente en Turbo no existe una oferta variada que ofrezca en forma integral el servicio de comida de mar y cocteles, así como música alegre en un espacio al aire libre propicio para pasar el rato. Esta realidad, hace que los clientes sientan la necesidad de encontrar lugares donde degustar estos platos elaborados con alimentos de primera calidad combinando sabores tradicionales con toques creativos e innovadores.

Tal es el caso, de nuestra famosa Cangreburger, que es una hamburguesa preparada con crujiente carne de cangrejo y langostino apanado entre pan campesino acompañado de queso cheddar, vegetales, salsa dulce de pimentón y salsa de la casa, con el valor diferencial del uso de ingredientes tradicionales mezclados a través de preparaciones innovadoras y creativas.

Por otro lado, dentro de las mejoras estamos introduciendo un riguroso proceso de estandarización de recetas y procesos operativos, orientada a producir alimentos con una calidad uniforme, buscando con ello no generar dependencia del personal, sino en recetas probadas con excelentes resultados costo-beneficio-presentación y sabor.

Esta estandarización rigurosa de recetas y parametrización de procesos operativos, genera ahorro de tiempo, en cada una de las etapas: compra de insumos, preparación y presentación del producto final al cliente, a quien le aseguramos que tanto el plato como la bebida que elijan degustar en Turbo tendrá el mismo sabor que el que disfruten en nuestra próxima sede en el Municipio Apartadó.

Adicional, la estandarización facilita la implementación del control de desperdicio, generando ahorro de dinero, puesto que las recetas y el manejo de alimentos nos permiten determinar el margen de merma de cada porción, plato servido y bebida preparada, brindando la oportunidad de reutilizarlos dependiendo de las opciones que podamos encontrar. Así mismo, simplificamos el cálculo de los costos de menú, organizamos almacén, mejoramos la presentación al cliente, entre otros beneficios.

B. ZONA AZUL: Expendio de Cocteles, licores y micheladas bajo la marca La Micheladería.

Adicionalmente, el cliente puede consumir una variedad de cocteles, y bebidas frías que le acompañan en su degustación o como opción para compartir socializando con amigos y familiares. Es así como en la zona azul La Micheladería presenta su creativa carta de cocteles, licores y micheladas (ver ilustración 6)

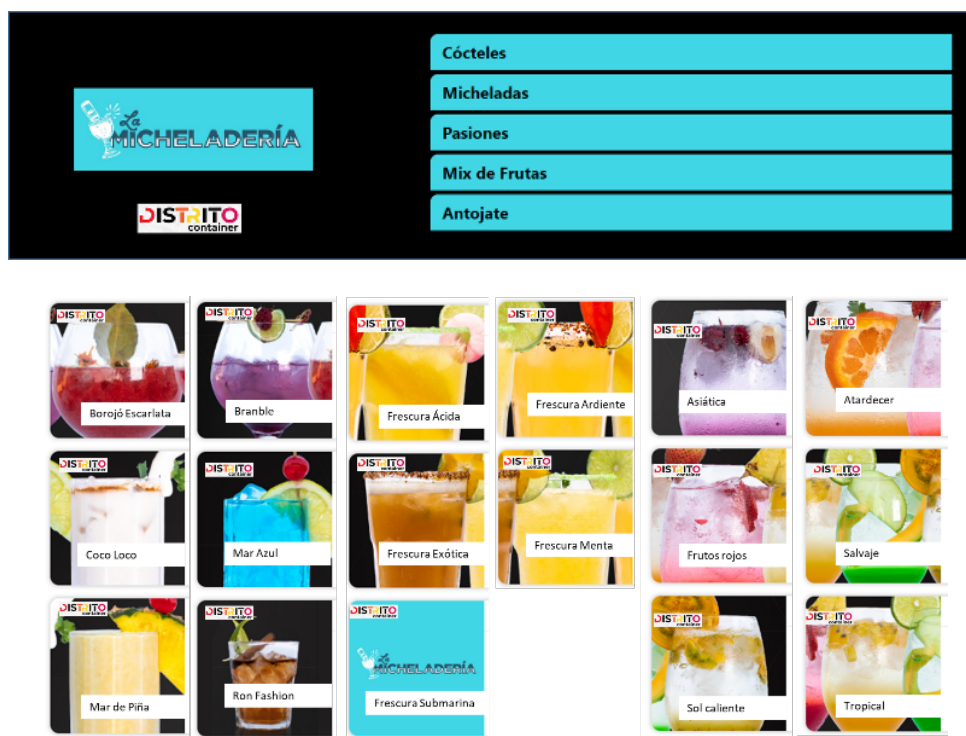
Imagen 4 Degustación de cocteles y micheladas en Distrito Container



Fuente: Elaboración propia. (2022)

Con un menú variado y estandarizado ofrecemos cocteles, micheladas, pasiones, mix de frutas y nuestro famoso antojate, donde el cliente se deleita con bebidas refrescantes preparadas con originalidad y frescura.

Ilustración 6. Lista de cócteles, micheladas, y otras bebidas frías



Fuente: Elaboración propia (2022)

C. Experiencias Club Container. Elemento innovador para la sede Apartadó.

El restaurant Distrito Container ofrecerá una Experiencias a través del *Club Container*, el cual será concebido como un servicio de membresía que ofrecerá distintas opciones culinarias, de coctelería y disfrute cultural, con descuentos para los miembros en el consumo y la celebraciones, precios especiales para eventos, exposiciones y conciertos, convirtiéndose en un elemento diferenciador con respecto a la sede de Turbo, brindando experiencias basadas en la comida, la creatividad, innovación y la incorporación de tradiciones y actividades del entorno de la región.

¿Cómo funcionará Club Container?

- **Membresía:** la membresía será de dos tipos personal o familiar. La membresía personal tendrá un costo de \$20.000 (COP) renovable trimestralmente, por la cual el cliente obtiene una cuponera donde podrá seleccionar combos, platos especiales, acompañantes, y cocteles con precios únicos e irrepetibles; La membresía familiar tendrá un costo de \$50.000 pesos para grupos superiores a 3 personas y máximo 6.

- **Recompensa a la fidelidad:** los miembros del Club Container una vez cumplidos los primeros 3 meses recibirán como recompensa a su fidelidad el acceso a eventos diseñados solo para los miembros por lo que les llegará a sus Smartphone y correos una notificación informativa, así como descuentos especiales en las reservas para eventos especiales, cumpleaños y reuniones (ver imagen 5).

- **Acceso al menú de experiencias Club Container:** los miembros además del menú y cócteles habituales del Submarino Amarillo y la Micheladería tendrán acceso al menú de experiencias Club Container (ver Ilustración 7) que ofrecerá tres alternativas:

- a) El Plan Familia: con un menú de tres opciones para escoger hamburguesas, Nuggets y Micheladas.
- b) El Plan Recorre Urabá: el más innovador de los planes, donde por ejemplo se incorporará la tabla de picoteo marino donde el cliente degustará preparaciones que evoquen la historia culinaria de la zona, con planes para 2, 4 y 6 personas, con una variedad de elementos representativos del Urabá Antioqueño.
- c) Plan Una Noche para Recordar: Este Plan, está diseñado para compartir bien sea entre amigos o pareja, donde por ejemplo se impulsa la oferta solo para mujeres, con la opción Ladys

Night; el plan Solteros para que amigos y familiares encuentren espacios donde reunirse; el plan Tú y Yo destinado a una escapada romántica, y por último el plan Una Probadita los clientes podrán degustar una variedad de cocteles.

- **Funcionalidades y conectividad:** El club implementará métodos de cobro diversos, con la digitalización y uso de código QR o carteleras digitales (digital boards) de nuestros menús, aceptando criptomonedas y aplicaciones de pago P2P (peer to peer) como Paypal, Zelle o Binance.

Ilustración 7. Menú de Experiencias Club Container



Fuente: Elaboración propia (2022)

- **Eventos especiales:** con acceso vip a los miembros de Club Container, donde el cliente podrá disfrutar de conciertos, exposiciones artísticas, artesanales, concurso, y eventos musicales relacionadas con el patrimonio cultural Urabaense. Este concepto vendrá a convertirse en un elemento para rescatar y fortalecer el emprendimiento cultural local, con la apertura para que artistas, artesanos, y pequeños empresarios expongan sus obras y expongan sus servicios en general, transformándonos en una vitrina cultural que integra a los pobladores de Apartadó a nuestra oferta gastronómica.

Imagen 5 Celebración de eventos/cumpleaños en Distrito Container



Fuente: Elaboración propia (2022)

Imagen 6. Plan familia y socialización con amigos en Distrito Container



Fuente: Elaboración propia (2022)

Imagen 7 Degustación de deliciosos platos en Distrito Container



Fuente: Elaboración propia (2022)

De esta manera, el Club Container será una propuesta diferente con respecto a la oferta gastronómica de la zona que permitirá crecer, fidelizar clientela y escalar en el sistema gastronómico local y como propuesta de negocio, integrando a la localidad a la experiencia que pretende brindar la empresa.

Cabe destacar, que la crisis provocada por el covid-19 transformo la forma de hacer negocios; bajo este escenario, en Distrito Container valoramos el aprendizaje obtenido, entendiendo que el cliente más allá de comer o beber, busca vivir una experiencia humana, donde sus necesidades sean tomadas en cuenta, considerando opciones para compartir en familia, integrando a los pequeños al concepto de negocio; donde, puedan apreciar la cultura de la zona sin tener que otorgarle la formalidad de asistir a un museo, o ir a un “bar” para disfrutar cocteles, bebidas, micheladas u otras opciones.

En este particular, el cliente de Turbo y más recientemente lo hemos validado con el cliente de Apartadó, estos buscan “disfrutar”, relajarse al salir del trabajo, encontrar menús variados con ingredientes locales; por su parte el turista quiere conocer gastronómicamente la zona que visita llevándose un recuerdo basado en los sabores que probó, y disfrutando los eventos que le permitan sentirse protagonistas de lo que están viviendo.

Distrito Container, es el único negocio en Turbo especializado en comida de mar, con un modelo de cocina 0km, con ingredientes frescos que maneja el concepto de contenedores como espacios gastronómicos acompañados de cocteles y micheladas, servidos en un espacio al aire libre, juvenil, fresco y relajado, tal como se muestra en la ilustración.

Ilustración 8. Vista panorámica de la plaza de comidas “Distrito Container



Fuente: Elaboración propia (2022)

No obstante, en el caso de la nueva sede a instalarse en Apartadó de acuerdo a datos de la (Cámara de Comercio de Turbo, 2021) y las investigaciones realizadas en el sector gastronómico de este municipio, existen otros restaurantes que ofrecen el servicio de comida de mar (ver cuadro 1 y 2), sin embargo, no manejan el concepto de contenedores, no tienen espacios al aire libre y no cuentan con una barra móvil donde servir tragos.

Por otro lado, las preparaciones ofrecidas en Distrito Container, son elaboradas como hemos mencionado anteriormente, con ingredientes locales añadiendo elementos innovadores a las recetas obteniendo preparaciones como: el carnaval de langostinos, las canaletas de róbalo, el ceviche mangle, el cóctel playa dulce, los langostinos caribeños y el róbalo al golfo, por mencionar algunos de nuestras opciones.

Cuadro 2 Listado de locales que ofrecen opciones gastronómicas en Distrito Turbo.

Item	Razon social del Establecimiento	Gama	Sector Gastronómico					Servicio			Ambiente/Local			Parqueadero	Reseñas Servicio al cliente
			Comida de mar	Cocina internacional	Comida típica / Corrientazo	Comida rápida	Coctelería /Tragos	Consumo en el local	Domicilio/p ara llevar	Eventos	Abierto	Cerrado	Mixto		
1	Distrito Container	Media- alta	x				x	x	x	x	x			x	4,6
4	Cholas Bar-Restaurante	Media- alta	x	x			x	x	x	x		x		x	4,3
7	Platano Verde	Media	x				x	x	x			x			4,2
3	Bistro Burger Gourmet	Media		x			x	x	x	x	x		x	x	4,3
5	Mundo Hamburguesa	Media					x		x				x		4
9	Restaurante el Marinero	Media-Baja	x		x			x	x	x		x			4,2
10	Restaurante Dos Mares	Media	x				x	x	x	x		x			4
12	Ares Restaurante	Media	x				x	x	x	x		x			4,5
13	Restaurante Bar New York	Media		x			x	x	x	x		x			4,1
14	Bocas Grill	Media		x			x	x	x	x		x	x	x	4,5
24	Asadero La Rinconada	Media-Baja			x	x	x	x	x						4,5
25	Roots Bar	Media-Baja	x		x		x	x	x			x	x		4,1
17	Chukunate Restaurante & Bar	Media	x		x		x	x	x			x			4,2
18	Restaurante Los Almendros	Media	x				x	x	x			x	x		5
31	Dulce Gelato	Media					x	x	x				x		4,2
11	El sabor Currambaero	Baja					x	x	x			x			4
6	Mr Quesudos y Parrilla	Baja			x	x		x	x				x		4,4
8	Restaurante El Paisa Turbo	Baja					x	x	x			x			4,4
2	Restaurante La Villa Gourmet	Baja			x			x			x			x	3
15	Asadero Y Restaurante Ecce Homo	Baja			x			x	x						4,1
16	Restaurante El Sinvergüenza	Baja	x		x			x	x				x	x	4,8
19	Parche&coma	Baja			x	x		x	x	x					4,6
20	Restaurante Estadero Capilla Del Mar	Baja	x		x			x	x						4,1
21	Restaurante el Muelle turístico	Baja			x			x	x						3,9
22	Asados de mi raza	Baja			x			x	x						4
23	Chorizos la 100	Baja			x	x		x	x						5
26	Pollo Kentucky	Baja			x			x	x				x		4,2
27	Pollo árabe	Baja			x	x		x	x						4,1
28	Restaurante Costa Azul	Baja	x		x			x	x				x		
29	El mejor Marisco	Baja	x		x			x	x				x		
32	Paliquesos	Baja			x	x		x	x				x		
33	Restaurante pisisi	Baja			x			x	x			x			
34	Los Reyes de la salchipapa	Baja					x	x	x			x			
35	Bora Bora Tropicals	Baja					x	x	x			x			
36	Las delicias de Shalom	Baja			x	x		x	x				x		
37	Rico Pan	Baja					x	x	x				x		
38	Chip suey	Baja			x	x		x	x				x		
39	El sabor quillero	Baja			x			x	x			x	x		
40	Las Delicias de shadday	Baja			x			x	x			x			
41	Tinos Burger	Baja					x	x	x				x		
42	Pastel pan	Baja					x	x	x				x		
43	Max pollo	Baja					x	x					x		
44	La cigarra	Baja			x	x		x	x				x		
45	Krosty Broster	Baja			x	x		x	x					x	
46	Picnic rivera	Baja					x		x				x		
47	Pollo mello	Baja					x	x	x				x		
48	Las mas melas	Baja			x	x		x	x				x		
49	El Comedor Criollo	Baja			x			x	x			x			
50	Delicias la mama	Baja			x			x	x			x			
51	La Salvajada Sinuana	Baja					x	x	x			x			
52	Tacomible	Baja					x	x	x				x		
53	Las Delicias de Elis	Baja					x	x	x				x		

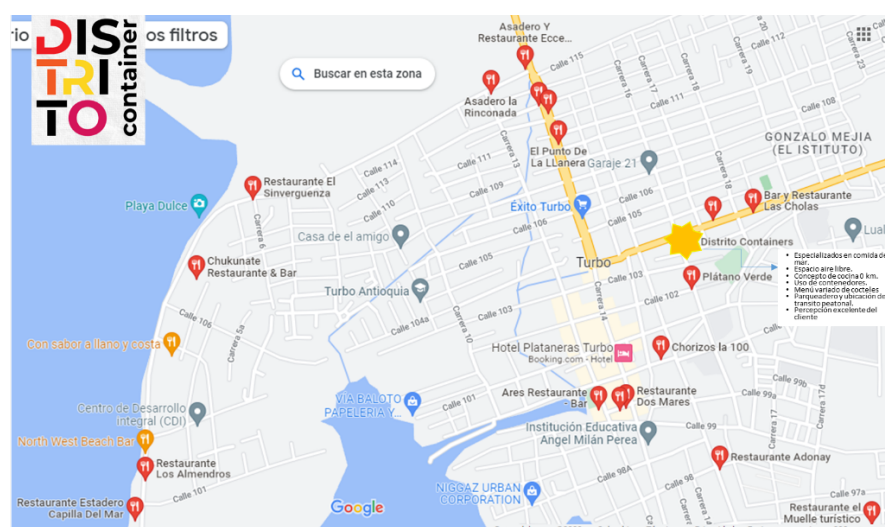
Nota: De la fila 48 a la 53 no aparecen referenciados en google maps.

Fuente: Cámara de Comercio Turbo y Google maps. (2021)

Como se puede observar en el cuadro anterior, Distrito Container en Turbo representa una oferta de servicios única, con un concepto abierto especializado en comida de mar, con servicio en el local, para llevar, a domicilio, con expendio de cocteles y otros servicios como eventos, con estacionamiento y una percepción del servicio positiva por parte del cliente.

Como competencia directa en cuanto al sector gastronómico están los establecimientos el Marinero y restaurante Dos Mares, especializados en comida de mar y mariscos, con una percepción débil del servicio, por cuanto las opiniones de sus clientes coinciden en que la relación precio- calidad no concuerda, esperando comida de más calidad y con una mejor presentación. Otro local que podría competir con Distrito Container en cuanto a la gastronomía es Ares restaurante, que si bien es cierto no son especializados en comida de mar, tienen en su menú opciones para este tipo de alimentos; sin embargo, es un local cerrado y no tienen parqueadero, tampoco manejan opciones menú de experiencias, por mencionar algunas diferencias.

Ilustración 9. Ubicación espacial de restaurantes en Turbo



Fuente: Google maps

Con respecto al Municipio Apartadó, donde se proyecta ampliar la presencia geográfica de la plaza de comida Distrito Container, el análisis del sector permitió evidenciar que, las opciones de locales especializados en comida de mar son escasas, sin embargo existen establecimientos de gama alta que deleitan los paladares de sus clientes con platos de comida fusión caracterizados por una excelente ejecución; así mismo estos restaurantes tienen el servicio de coctelería y bebidas alcohólicas, permiten la realización de eventos cuentan con servicio de estacionamiento, pero no

manejan el concepto de espacio al aire libre, ni contenedores como áreas de trabajo innovadoras para el expendio de alimentos y tragos (ver cuadro 3)

Por otro lado, el cuadro número 3 muestra que, el Municipio Apartadó presenta un nivel competitivo mucho más alto que el mercado de Turbo, por cuanto tan solo el 33% de los restaurantes caracterizados son de gama baja. Al contrario de Turbo, donde el 46% corresponden a este segmento. (Camara de Comercio de Medellín, 2021).

Cuadro 3. Caracterización del sector gastronómico Municipio Apartadó.

Razon social del Establecimiento	Gama	Sector Gastronómico						Servicio			Ambiente/Local			Parque adero	Reseñas Servicio al cliente
		Comida de mar	Fusión	Cocina internacional	Comida típica/Corrientazo	Comida rápida	Coctelería/Tragos	Consumo en el local	Para llevar/Domicilio	Eventos	Abierto	Cerrado	Mixto		
Artesano Gourmet	Alta	X	X				X	x	X	x			X	x	4,7
Amaz Bar restaurant	Alta		X				X	X	x	X		X		X	4,6
Sikaru 3/4 Resto - Bar	Alta		X				X	X		X			X		4,7
Restaurante bar punto y pasta	Media			X			X	X	X			X			4,5
Las Delicias Del Mar	Media	X						X	X		X				4,2
Sazon De Mi Casita	Media				X			X	X			X			4,3
El Bodegón - Parrilla Gourmet	Media			X				X	X			X			4,5
Brasas de Madera	Media				x			X	X		X				4,9
Matanga Burger Ortiz	Media					X		X	X			X			4,5
Pikeo Picnic	Media					X	X	X	X		X				4,3
La Naviera	Media			X				X	X			x			4,5
3/4 Gourmet	Media			X			X	X	X			X			4,6
El Parque	Baja				x	x		X	X			X			4,2
Las Mazamoras de Urabá	Baja				x			X	X			X			4,1
Perrada Mexicana	Baja					x		X	X			X			4,2
Sabor Casero Uraba	Baja				x			X	X				x		5
El calvo parrilla bar	Baja				x		x	X	X		x				4,4
Sabor Vacano	Baja				x			X	X				x		4,2

Fuente: Elaboración propia – Google maps.(2022)

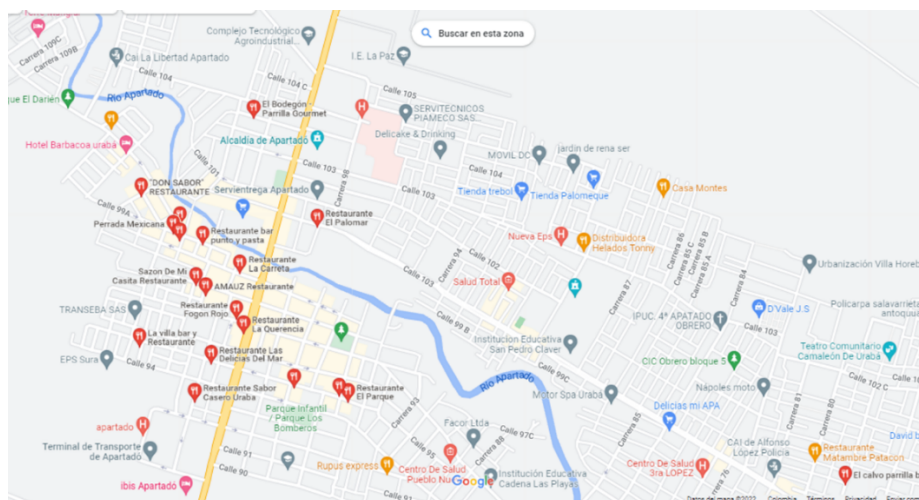
De allí que, para lograr nuestro objetivo de posicionarnos en el Municipio Apartadó uno de los elementos diferenciadores de Distrito Container serán nuestros menús de experiencias, los eventos mensuales con música en vivo, el Club Container y las atracciones para niños, sumadas a las exposiciones en alianza con artistas de la zona donde expondremos obras que enaltezcan el patrimonio turístico del Urabá.

En resumen, en Distrito Container ofrecemos para el Municipio Apartadó algo más que platos y bebidas, tenemos un modelo de negocio basado en brindar una “vivencia gastronómica cultural” a nuestros clientes.

En relación a la ubicación geográfica donde posicionaremos a Distrito Container en el Municipio Apartado, estamos evaluando dos opciones, ambas deben cumplir con los requerimientos logísticos que se establecieron anteriormente en cuanto a espacio físico, local, vialidad, servicios, entre otros. La primera cercana al restaurante “La Carreta” y la segunda

alrededor del Servientrega de Apartadó. Dichas opciones están siendo evaluadas desde el punto de visto logístico y financiero.

Ilustración 10. Ubicación espacial de restaurantes en Apartadó



Fuente: Google maps.

En cuanto a nuestra estructura de costos, la misma está basada en la estandarización de recetas y parametrización del proceso productivo, buscando respetar un margen de ganancia acorde al sector gastronómico de Turbo y Apartadó. Contempla en su estructura:

- Costos directos incluyendo la materia prima tales como pescados, mariscos, moluscos, vegetales, frutas, bananos, yuca, papa, entre otros alimentos. La mano de obra directa.
- Costos indirectos, como el arriendo del local, el servicio de energía eléctrica, agua, gas, vigilancia, ambientación.

Los precios varían en función de las recetas, porciones y plato seleccionado, oscilando en un promedio de 40/50 mil pesos por plato y 18 mil pesos por coctel, lo que sitúa a Distrito Container en la gama de precios Medio-Alta, competitivo con otros restaurantes o plazas de comida que ofrecen productos similares a los nuestros, como se pudo observar en los cuadros 2 y 3.

Dentro de la estructura de costos, como costos fijos el arrendamiento del local representará un valor resaltante. Los contenedores son activos propios de la empresa, incluyendo el mobiliario que hacen parte de la inversión inicial para la instalación de la nueva sede en Apartadó. En cuanto al personal capacitado, se requieren 10 personas para operar en Turbo y 09 personas para operar

en Apartadó, entre las áreas operativas y administrativas del local, adicional al gerente general que coordinará ambas operaciones

La ganancia operativa proyectada al final del año 3 sobre los costos totales es del 16% con una caja final al cierre del mismo año de 105.402.972 y una recuperación de la inversión inicial promedio de 2 años y medio.

2.3 Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos en Distrito Container están determinadas por:

- **Venta de platos en base a comida de mar.** Precio promedio de venta por plato que varía desde 30 mil pesos hasta 45 mil pesos en los platos fuertes. En las opciones para compartir los precios oscilan entre 30 mil pesos y 110 mil pesos. Y por último la comida rápida gourmet con un promedio de 23 mil pesos por plato.
- **Venta de cocteles, micheladas y bebidas frías,** con precios desde 10 mil hasta 20 mil pesos en bebidas preparadas y cocteles.
- **Venta de experiencias del club container.**

2.4 Portafolio de clientes

En Distrito Container hemos identificado dos tipos de clientes potenciales, turistas y residentes de la zona, diferenciados en sus necesidades, características y motivadores principales, los cuales se describen a continuación.

Ilustración 11 Buyer Persona Turista



BUYER PERSONA TURISTA

DATOS BÁSICOS	NOMBRE:	RICARDO
	EDAD:	32 AÑOS
	SEXO:	MASCULINO
	PROFESIÓN / OFICIO:	CONSULTOR
	CARGO:	NEGOCIO PROPIO
	ESTADO CIVIL / HIJOS	CASADO, TIENE UN HIJO

PERSONALIDAD DEL CLIENTE	
QUE ES LO QUE MÁS LE GUSTA?	VER CRECER A SU HIJO.
QUE ES LO QUE MÁS LE DISGUSTA?	NO PODER COMPARTIR CON SU HIJO MOMENTOS IMPORTANTES. PERDERSE LA INFANCIA DE SU HIJO.
HOBBYS:	HACER DEPORTE Y TURISMO CON SU FAMILIA.
EN QUE OCUPA EL TIEMPO	TRABAJANDO COMO CONSULTOR DE NEGOCIO Y EN SU FAMILIA.
PROYECTOS:	SER UN CONSULTOR RECONOCIDO EN EL ÁREA DE COMERCIO INTERNACIONAL.
SUÑOS:	RECORRER TODA COLOMBIA Y MOSTRAR A SU HIJO LAS BELLEZAS DEL PAÍS, ANTES QUE SU HIJO SEA INDEPENDIENTE Y EMPIECE A ARMAR SUS PROPIOS PLANES.
METAS:	TRABAJAR PARA UNA EMPRESA TRANSNACIONAL Y PODER ENCONTRAR EL TIEMPO PARA COMPARTIR CON SU HIJO Y ESPOSA.

DOLOR MÁS GRANDE DE TU CLIENTE	
DESCRIBE EL DOLOR MÁS GRANDE DE TU CLIENTE	TENER POCO TIEMPO PARA PASAR VACACIONES CON SU HIJO Y ESPOSA, Y QUIERE QUE ESE TIEMPO SEA DE CALIDAD Y NUTRITIVO. QUE LA CULTURA COLOMBIANA SE PIERDA Y DILUYA EN NUEVAS MODAS, Y NO PODER MOSTRARLAS A SU HIJO. DEJAR ESE LEGADO.
PREOCUPACIONES / BARRERAS	
¿QUÉ LE PREOCUPA A TU CLIENTE? ¿QUÉ LE DETIENE A ALCANZAR SUS METAS?	NO ENCONTRAR LUGARES EMBLEMÁTICOS REPRESENTATIVOS DE LAS REGIONES QUE VISITA, PARA PODER MOSTRAR A SU HIJO LA HISTORIA Y CULTURA DE SU PAÍS. EL TIEMPO PARA DISFRUTAR DE VACACIONES ANUALES ES ESCASO.

NECESIDADES/PROBLEMA	
QUE NECESIDADES/PROBLEMA TIENE TU CLIENTE	QUIERE PASAR MÁS VACACIONES CON SU HIJO/ESPOSA, RECORRER COLOMBIA Y MOSTRARLES LAS TRADICIONES. QUIERE ENCONTRAR LUGARES EMBLEMÁTICOS DE LAS REGIONES QUE VISITA QUE BRINDEN OPCIONES GASTRONÓMICAS ADECUADAS, CON SABORES TRADICIONALES, ESPECIALMENTE COMIDA DE MAR QUE ES SU FAVORITA. QUIERE VARIEDAD EN EL MENÚ Y EN EL ESPACIO PARA QUE EL PUEDA DISFRUTAR CON SU ESPOSA, Y SU HIJO TAMBIÉN LO HAGA.
SOLUCIÓN QUE APORTAS	
QUE SOLUCIÓN LE OFRECES A TU CLIENTE CON TU PRODUCTO	TENER UN ESPACIO DE ESTILO "CASUAL Y FRESCO" DONDE CONOCER LAS TRADICIONES DEL ATLÁNTICO COLOMBIANO. DISFRUTAR VIVENCIAS GASTRONÓMICAS CON LA COMIDA DE MAR, CON PLATOS INNOVADORES PREPARADOS CON INGREDIENTES TRADICIONALES DE URABÁ. DISFRUTAR EVENTOS PARA COMPARTIR EN FAMILIA, CON MÚSICA EN VIVO Y EXPOSICIONES LOCALES QUE RESALTEN LA CULTURA DE URABÁ LOS FINES DE SEMANA, ASÍ COMO ANIMACIÓN INFANTIL Y FIESTAS PARA NIÑOS UNA VEZ AL MES.

RESULTADOS QUE OBTENDRÁ CON TU SOLUCIÓN	
¿QUÉ RESULTADOS OBTENDRÁ TU CLIENTE CON TU SOLUCIÓN?	1. Conocer Urabá a través de su comida. 2. Conectarse con el sentir local disfrutando en un espacio fresco, familiar, agradable y dinámico. 3. Degustar platos tradicionales del Atlántico Colombiano preparados con innovación y creatividad. 4. Encontrar un lugar que exalte las tradiciones locales. 5. Aprovechar los eventos para niños para que su hijo se integre a la diversión. 6. Vivir la experiencia de la visita, con una atención personalizada que le guiará a través de la historia culinaria de Urabá. 7. Diversificación de la forma de pago con opciones varias para que pueda pagar lo que consume.

Fuente: Elaboración propia (2022)

Como se evidencia en la descripción, el turista tiene la necesidad de conocer la localidad a través de su gastronomía y disfrutar las tradiciones del Caribe y Pacífico colombiano en su visita a Turbo junto a su familia.

En el caso del cliente local, sus necesidades subyacen en torno a un espacio para disfrutar el rato con amigos y familia, así como degustar deliciosa comida de mar con preparaciones novedosas.

Ilustración 12 Buyer persona cliente local



BUYER PERSONA CLIENTE LOCAL

D O L O R M Á S G R A N D E D E T U C L I E N T E	
DESCRIBE EL DOLOR MÁS GRANDE DE TU CLIENTE	TRABAJA DURO, Y AL SALIR DEL TRABAJO NO ENCUENTRA LUGARES AGRADABLES " FRESCOS" PARA CONVERSAR Y REUNIRSE CON AMIGOS PARA DESESTRESARSE. SU COMIDA FAVORITA ES LA DE MAR, PERO DICE QUE LO QUE ABUNDAN SON LOCALES QUE OFRECEN MÁS DE LO MISMO. LE MOLESTA PERDER EL TIEMPO HACIENDO COLAS EN RESTAURANTEE Y QUE AL LLEGAR LA ATIENDAN MALO BRINDEN UN SERVICIO DE BAJA CALIDAD.
P R E O C U P A C I O N E S / B A R R E R A S	
¿QUÉ LE PREOCUPA A TU CLIENTE? ¿Qué LE DETIENE A ALCANZAR SUS METAS?	NO ENCONTRAR UN LUGAR QUE LE OFREZCA LA COMIDA QUE QUIERE Y A LA VEZ LE PERMITA LIBERAR EL ESTRÉS DIARIO, PUESTO QUE SE SIENTE AGOBIADA POR EL TRABAJO. NO ENCONTRAR FORMAS DE RELAJARSE AL SALIR DEL TRABAJO. NO ENCUENTRA UN LOCAL QUE LE HAGA RECORDAR LA COCINA DE SU ABUELA.

P E R S O N A L I D A D D E L C L I E N T E	
QUE ES LO QUE MÁS LE GUSTA?	INNOVAR, SERVIR Y DISFRUTAR CON LA FAMILIA.
QUE ES LO QUE MÁS LE DISGUSTA?	ESTAR FUERA DE LOS STANDARES, SENTIRSE ESTRESADA POR EL TRABAJO DIARIO.
HOBBYS:	REUNIRSE CON AMIGOS/FAMILIA, CANTAR, BAILAR Y TROTAR.
EN QUE OCUPA EL TIEMPO	TRABAJANDO PARA ORGANIZAR SU NEGOCIO Y REUNIÉNDOSE CON SU FAMILIA.
PROYECTOS:	MANTENER UNA CARTERA DE CLIENTES RECURRENTES QUE ELEVEN LOS INGRESOS DE SU NEGOCIO.
SUEÑOS:	DISFRUTAR A SU FAMILIA Y HACER CRECER SU NEGOCIO.
METAS:	HACER CRECER SU NEGOCIO, MIENTRAS DISFRUTA LA VIDA

N E C E S I D A D E S / P R O B L E M A	
QUE NECESIDADES/PROBLEMA TIENE TU CLIENTE	EXPRESA ALTOS NIVELES DE ESTRÉS Y PRESIÓN LABORAL. Y NO ENCUENTRA ESPACIOS PARA REUNIRSE CON SUS AMIGOS Y FAMILIA AL SALIR DEL TRABAJO. LE ENCANTA LA COMIDA DE MAR, PERO NO SABE COCINARLA. SIENTE QUE NO HAY LUGARES EN TURBO QUE COCINEN PLATOS TRADICIONALES COMO LE HACIA SU ABUELA. NO TIENE TIEMPO PARA HACER COLAS O TRASLADARSE A OTROS MUNICIPIOS PARA ENCONTRAR RESTAURANTES QUE LE GUSTE
S O L U C I Ó N Q U E A P O R T A S	
QUE SOLUCION LE OFRECES A TU CLIENTE CON TU PRODUCTO	TENER UN ESPACIO DE ESTILO "CASUAL Y FRESCO" DONDE COMPARTIR CON AMIGOS Y FAMILIA. DISFRUTAR VIVENCIAS GASTRONOMICAS CON LA COMIDA DE MAR, CON PLATOS INNOVADORES PREPARADOS CON INGREDIENTES TRADICIONALES DE URABÁ. SER PARTE DEL CLUB CONTAINER APROVECHANDO SUS BENEFICIOS: PUNTOS CANJEABLES POR PRODUCTOS, EVENTOS MENSUALES, MÚSICA EN VIVO, EXPOSICIONES LOCALES QUE RESALTEN LA CULTURA DE URABÁ Y FIESTAS PARA NIÑOS UNA VEZ AL MES.

R E S U L T A D O S Q U E O B T E N D R Á C O N T U S O L U C I Ó N	
¿QUÉ RESULTADOS OBTENDRÁ TU CLIENTE CON TU SOLUCIÓN?	1. Divertirse en un espacio fresco, agradable y dinámico. 2. Contar con un lugar donde disfrutar buena música mientras se reúne con familiares y amigos. 3. Degustar su comida favorita con platos de comida de mar preparados con innovación e ingredientes tradicionales de Urabá. 4. Encontrar un lugar que exalte las tradiciones locales 5. Aprovechar las bondades del club container para acumular puntos por recurrencia de visitas, disfrutar eventos mensuales, exposiciones, fiestas infantiles y música en vivo. 6. Sentirse parte del Club por la atención personalizada que recibe. 7. Diversificación de la forma de pago con opciones varias para que pueda pagar lo que consume.

Fuente: Elaboración propia (2022)

Ambas localidades, tanto Turbo como próximamente Apartadó tienen Buyer personas similares por cuanto, los habitantes de estos sectores buscan satisfacer las mismas necesidades e incluso en muchas oportunidades se trasladan entre ambas ciudades para encontrar diversión y variedad. En cuanto a los turistas, su visita no va referida a una localidad en específica, sino hacia una región, y tanto Turbo como Apartadó hacen parte de la misma, como costumbres, valores, idiosincrasia e identidad similar.

2.5 Cocina de proximidad o km 0 en Distrito Container.

La cocina de proximidad o km 0 se trata de una tendencia gastronómica que apoya el empleo de productos y productores locales fortaleciendo el concepto de cocinas sostenibles que cada día ocupa más importancia en el mercado de la restauración (Jiménez, 2020). En Distrito Container vamos de la mano con esta tendencia pues la utilización de productos locales garantiza el consumo de alimentos que no han viajado cientos o miles de kilómetros por lo tanto garantiza su frescura pues las propiedades organolépticas no pueden ser alteradas por pasar mucho tiempo en cámaras frigoríficas e igualmente al haber poco empleo de medios de transporte la huella de carbono disminuye.

Para sostener este concepto se incorporará en los menús digitales y de código QR la presentación del origen exacto de los productos utilizados que correspondan a km 0, por ejemplo:

- Ceviche submarino del Golfo de Urabá.
- Langostinos caribeños acompañados con chips de plátano verde apartadoseños.
- Canaletes de róbalo turbeños acompañados con salsa tártara de la casa y patacones de plátano verde.
- Róbalo al golfo.

En el caso de la Micheladería el concepto de km 0 se manejará en la elaboración de los cócteles como el Borojó Escarlata, Coco Loco o Mar De Piña.

Por otra al apoyar a los productores de la sub-región de Urabá no solo se favorece el desarrollo de la economía local, sino que también se contribuye en la construcción de un territorio ambientalmente sostenible y desde lo social se favorece la prosperidad social con la generación de nuevos empleos.

2.6 Gestión Sostenible de la empresa Distrito Container.

Hoy en día, la comunidad internacional reconoce que con una adecuada planificación cualquier actividad económica contribuye al desarrollo económico y al alivio de la pobreza. La subregión geográfica de Urabá y en específico el Urabá antioqueño donde se encuentra Apartadó dentro de sus políticas de desarrollo económico social está planificado para ser uno de los focos de desarrollo de Colombia (Instituto de Ciencia Política Hernán Echavarría Olózaga, 2018) y para ello deben asegurarse actividades económicas viables a largo plazo además de respetar la autenticidad sociocultural de la comunidad.

Distrito Container, empresa perteneciente al rubro de la restauración cumplirá con los requisitos ambientales, socioculturales y económicos necesarios para colaborar en la construcción del territorio sostenible de Apartadó. Como resultado de la aplicación de las buenas prácticas ambientales en Distrito Container, nos proponemos reducir las pérdidas en materia prima, tener un consumo de agua y energía eléctrica responsable, generación de residuos en bajos niveles, minimizar el impacto ambiental de nuestras operaciones y construir una empresa que toma en cuenta los tres pilares de la sostenibilidad (lo ambiental, lo económico y lo social).

Para ello se diseñaron las siguientes medidas detalladas en el cuadro 4 producto del seguimiento de las recomendaciones establecidas en los documentos *Guías de buenas prácticas en sostenibilidad para prestadores de servicios turísticos en naturaleza* y el *Manual buenas prácticas ambientales en el Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio de Colombia*.

Cuadro 4. Medidas de buenas prácticas ambientales en Distrito Container

RECURSO	MEDIDAS
<p style="text-align: center;">AGUA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar un control de consumo y su costo mensual. - Instalar sistemas reductores en los caudales de agua (lavaplatos, lavamanos, grifos de jardinería. - Instalar grifos con temporizador en los baños. - Instalar sistemas sanitarios eficientes para reducir el volumen de descarga. - Instalar un sistema de reutilización del agua de lluvia para utilizarla en las áreas verdes. - Realizar inspecciones constantes de las tuberías para detectar fugas y filtraciones. - No verter en los desagües restos de aceites o grasas.

	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer un sistema de limpieza efectivo que evite realizar limpiezas a profundidad pues consumen mayor cantidad de agua. - Seleccionar productos de limpieza biodegradables, preferiblemente bajos en fosfatos y cloro. - Instalar paneles informativos en los baños y la cocina para sensibilizar sobre el uso consciente del agua. - Realizar la limpieza de las verduras y frutas en recipientes para evitar el uso del chorro continuo.
<p>GENERACIÓN DE RESIDUOS Y EMISIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer estrategias de reducción, reutilización y reciclaje. - Emplear el uso de dispensadores de jabón líquidos en vez de jabones individuales en barra para minimizar la generación de desechos y reducir costos. - Procurar comprar productos a granel, para evitar la generación de productos de empaques y/o envases. - Comprar solo las verduras, hortalizas y frutas que vayan a utilizarse, para evitar que se deterioren y se conviertan en residuos orgánicos. - En las compras dar preferencia a aquellos productos no sobreempacados y con certificación ambiental. - Emplear dispensadores recargables para los condimentos, salsas, azúcar, etc., en vez

	<p>de paquetes individuales, que generan mayor cantidad de empaques.</p> <ul style="list-style-type: none">- Emplear el uso de utensilios reutilizables en lugar de desechables.- Evitar el uso de productos en aerosol (limpiadores y desodorantes ambientales) que contengan clorofluorocarbonados (CFC) pues contribuyen al deterioro de la capa de ozono.- Sacar la basura de acuerdo con el sistema de recolección, evitando su acumulación.- Reducir el uso de papel en el trabajo administrativo y de preferencia comprar reciclable.- Establecer en ambos Containers puntos ecológicos para la clasificación de los residuos: caneca verde para productos ordinarios y los residuos no reciclables como icopor, envases tetrapack, papel aluminio, papel engrasado, chicle, servilletas, envolturas de comida, restos de comida, entre otros ; caneca azul para residuos plásticos como las bolsas, botellas de gaseosa y agua (PET) blanco, verde y azul, vasos de yogures, tapas, envases, copas de acrílico, empaques de productos de limpieza, bolsas de detergentes, bolsas de leche, entre otros; y caneca gris para cartón y papel limpio y seco como cuadernos,
--	--

	periódicos, documentos de oficina, cajas y empaques de cartón, sobres, carpetas, etc.
ENERGÍA	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar un control del consumo y costo mensual utilizando calculadoras energéticas online en el servicio eléctrico. - Llevar un control del consumo y costo mensual del gas para identificar posibles ahorros en la producción de la cocina. - Instalar equipos eléctricos y electrodomésticos etiquetados como eficientes energéticamente de preferencia A o B. - Establecer revisiones periódicas de los equipos y cambiar aquellos que estén obsoletos. - Desenchufar por la noche o cuando no haya servicio aquellos equipos que no necesitan energía eléctrica constante (cafeteras, batidoras, etc.). - Establecer el mantenimiento preventivo de los equipos eléctricos y electrodomésticos para optimizar su uso y consumo. - Realizar limpieza de los filtros de aire acondicionado semanalmente. - Instalar luminarias LED en todas las áreas y LED solares en el parqueadero, área de aforo y exposiciones. - Diagnosticar las áreas de desempeño para iluminarlas de acuerdo a las tareas que se realizan.

	<ul style="list-style-type: none"> - Instalar sensores en los baños que activen la luz cuando se requiera. - Pintar las áreas internas de colores claros para que el uso de luz artificial no sea intenso. - En la cocina utilizar el tamaño de las ollas y sartenes debe corresponder al tamaño del fogón para evitar desperdicio de gas. - Situar los equipos de refrigeración y congelación alejados de fuentes de calor. - Asegurar que los electrodomésticos como son los hornos, frigoríficos y congeladores cierren herméticamente.
<p>COMPRAS Y CONSUMO DE PRODUCTOS Y MATERIAS PRIMAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar la compra de productos de origen local o de máximo a 100 km, si tienen Denominación de Origen mejor. - Preferir a los pequeños productores, en especial aquellos que ofrezcan alimentos con buenas prácticas de cultivo y manipulación. - Llevar un control de los productos secos para consumirlos antes de su caducidad. - Reducir la cantidad de alimentos que se desperdician o en su caso encontrar fórmulas para su uso, consumo alternativo o compostaje. - Intentar que los productos envasados tengan un embalaje biodegradable/reciclable.

	<ul style="list-style-type: none"> - Elegir materiales sostenibles y de alta durabilidad para el mobiliario (mesas, sillas, revestimientos y accesorios).
<p>IMPACTO ACÚSTICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formar al personal para reducir los niveles de ruido al máximo, por ejemplo, con el movimiento de sillas, golpes innecesarios, voces, etc. - Controlar el ruido que generan los aparatos eléctricos (aire acondicionado, cafeteras, etc.). - Establecer medidas correctoras en aquellas zonas que mayor ruido generen para crear un mejor ambiente laboral y generar una mejor experiencia del cliente. - La música ambiental en el local no debe perturbar a los vecinos. - Cumplir con los horarios municipales de funcionamiento para no alterar la calidad del sueño de los residentes. - En la zona amarilla, así como la Michalería (zona azul) es importante que los empleados mantengan un volumen bajo en sus conversaciones.

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tomando en cuenta estas medidas Distrito Container considera las recomendaciones de la Organización de las Naciones Unidas sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en especial los objetivos ocho (8) sobre promover el desarrollo económico sostenible e incluyente y el doce (12) sobre asegurar patrones de producción y consumo sostenibles en donde la adopción de patrones de consumo responsables contribuirá a disminuir las desigualdades globales, la generación de residuos y disminución del hambre promoviendo la gastronomía local.

2.7 Posicionamiento en el mercado

Distrito Container es una empresa joven, con una gama de productos y servicios que satisface el gusto de nuestros clientes. Tenemos una personalidad impactante y extrovertida, la cual buscamos transmitir en cada uno de nuestros productos, con experiencias llenas de colores, rompiendo los esquemas tradicionales con la disrupción de un concepto que cree en las raíces Urabaense pinceladas de innovación y creatividad.

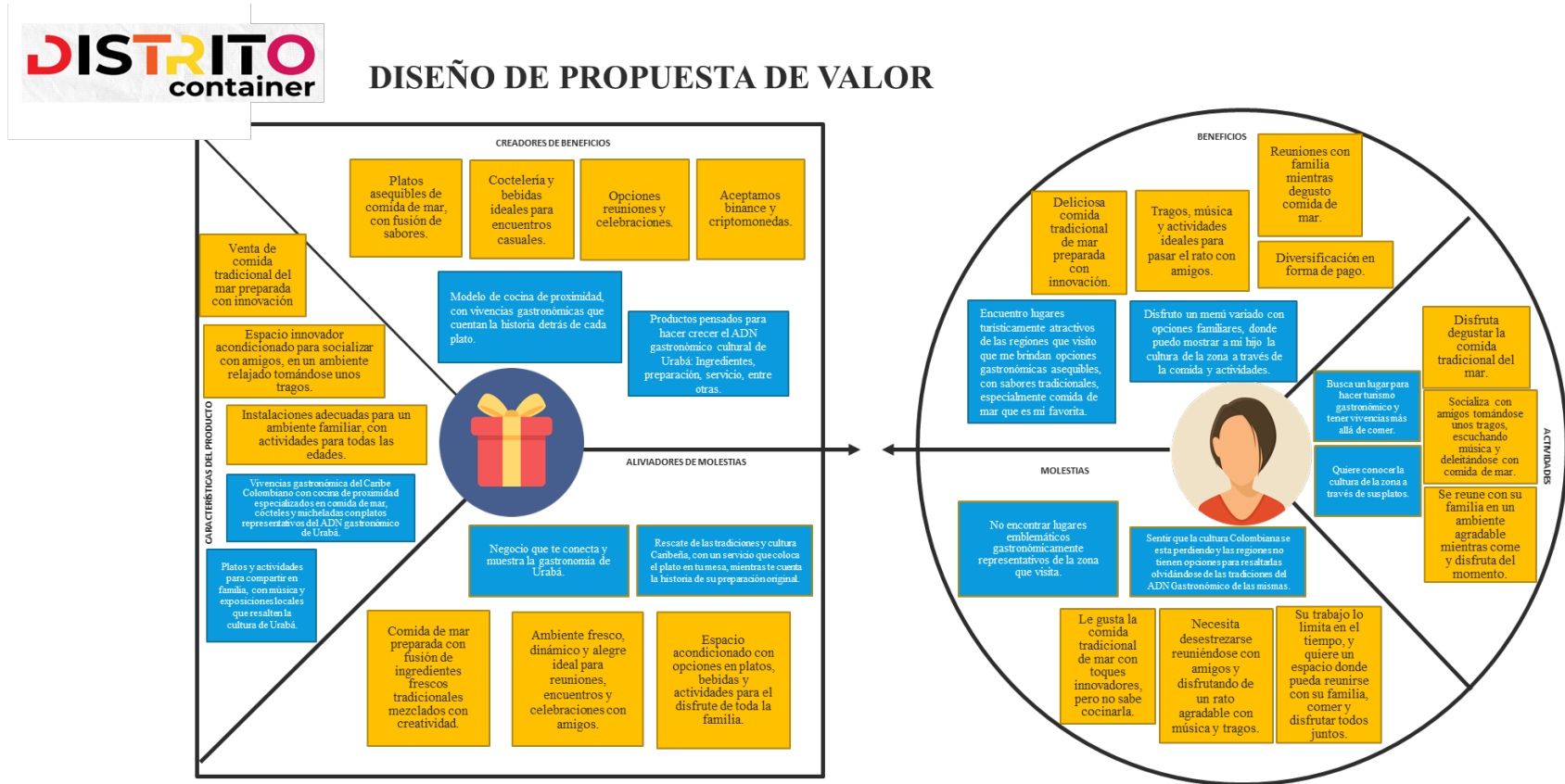
Somos amigables, y acompañamos a nuestros clientes a vivir momentos placenteros a través de los 5 sentidos, creando experiencias con sabores diferentes, con comidas de mar y bebidas que nos referencien como de las mejores gastronomías típicas de Urabá. Somos aspiracionales, porque sabemos lo que queremos, y colocamos enfoque y pasión en cada uno de los procesos que realizamos.

Queremos convertirnos en la mejor forma de empezar un fin de semana, para ello estamos trabajando en un relanzamiento de marca, redefiniendo el concepto y apostando por una propuesta innovadora que aporte valor, satisfaga necesidades y apunte hacia los motivadores de nuestros clientes.

En este enfoque, proporcionaremos a nuestros clientes un servicio de gastronomía sostenible que incluye como la implementación de ideas tecnológicas como la disminución de menús físicos por medio de su digitalización y uso con código QR, la diversificación en la forma de pago aceptando criptomonedas y aplicaciones de pago P2P, el fortaleciendo la marca mediante las redes sociales y la creación del Club Container para fidelizar al cliente y hacerlos parte de nuestra familia.

Bajo este concepto, buscamos exaltar la gastronomía del Urabá como una de las principales expresiones de la riqueza ambiental y cultural de la zona, para ello la tradición se fusionará con platos de cocina que reflejarán el sincretismo cultural de la zona. Nuestro menú proporcionará "vivencias gastronómicas" tal como lo evidenciamos en el lienzo de propuesta de valor anexo (Ver ilustración 13), donde hemos indicado con color azul a las necesidades y especificaciones del cliente turista, y en color amarillo al local.

Ilustración 13 Lienzo de propuesta de valor



distritocontainers

Fuente: Elaboración propia (2022) .

3. Descripción de los elementos organizacionales del emprendimiento

3.1 Propiedad y junta directiva (estructura organizacional)

La forma jurídica de Distrito Container tiene una estructura legal como una empresa Unipersonal, conformada por una persona constituida desde el año 2018.

Se seleccionó esta figura porque permite proteger el patrimonio familiar y personal, con estatutos flexibles, sin necesidad de constituir una Junta Directiva, así como tampoco requiere la figura de un Revisor Fiscal.

Distrito Container posee actualmente cámara de comercio, Rut, e inscripción ante DIAN; así como inscripción de los 10 empleados que laboraban en el negocio en el Sistema de la Seguridad Social.

3.2 Recursos humanos y/o empleados que requiere el emprendimiento

Hoy en día Distrito Container cuenta con once (11) personas trabajando directamente en la empresa, vinculados bajo la figura de contrato a término indefinido, todos pasaron por el periodo de prueba que señala la ley; devengan un salario por concepto de la labor realizada; adicional a los beneficios establecidos en la norma como prestaciones sociales, descansos remunerados y aportes parafiscales. Para la apertura de la sede en el Municipio Apartado, se estima la contratación de 9 personas, bajo las mismas condiciones laborales, ocupando la misma distribución de funciones. (ver tabla 1)

La dirección de la empresa está a cargo de un (01) gerente general, quien, siendo el representante legal, tiene las más amplias facultades para integrar y ejecutar esfuerzos para lograr ser la mejor y más competitiva plaza de comidas especializada en productos del mar con servicio de coctelería de Urabá, logrando solidez empresarial con crecimiento sostenido y sustentabilidad gastronómica.

Tabla 1 Distribución de personal x sede

Función	Cantidad x Ubicación geográfica.	
	Sede actual Turbo	Próxima sede Apartadó
Gerente General	1	
Administrador	1	1
Cocineros	4	3
Bartender	1	1
Cajero	1	1
Meseros	3	3

Fuente: Elaboración propia. (2022)

Distrito Container cuenta con un proceso de selección de personal, que implica el cumplimiento del reglamento interno de la empresa, requiriendo para su evaluación la presentación de los siguientes documentos antes de iniciar la contratación respectiva:

- i. Documento de identidad: Cédula de ciudadanía, tarjeta, o PPT según sea el caso.
- ii. Hoja de vida, incluyendo certificados de estudios cursados y título obtenido.
- iii. Certificado de los empleadores anteriores donde haya laborado, indicando funciones desempeñadas, tiempo de servicio y sueldo promedio.
- iv. Otros documentos que se requieran para su vinculación al Sistema de Seguridad Social Integral y a la Caja de Compensación Familiar.

El reglamento de trabajo interno es un documento que contempla la normativa de la empresa, el cual es entregado al empleado conjuntamente con el contrato de trabajo. De acuerdo a esta normativa, los dos (2) primeros meses del contrato de trabajo constituyen el periodo de prueba, en donde buscamos validar las habilidades y competencias del trabajador y le brindamos la posibilidad de evaluar la aceptación de las condiciones de trabajo (CST, art. 76)

A continuación, detallamos un perfil de los puestos de trabajo, funciones, competencias, habilidades y responsabilidades del personal de Distrito Container:

Tabla 2. Descripción del cargo Gerente General.

Gerencia General					
Cargo	Gerente general	Reporta a:	Gerencia general	Supervisión	Todo el personal
Perfil del cargo:	Licenciado en administración, comercialización, mercadeo o carrera afin, con 4 años de experiencia.				
Idiomas	Español fluido. / Ingles intermedio (no indispensable)				
Objetivos de gestión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integrar y ejecutar esfuerzos para lograr ser la mejor y más competitiva plaza de comidas de mar y cocteles de la región. 2. Lograr la solidez empresarial con crecimiento sostenido y sustentabilidad reconocida. 				
Áreas y procesos asignados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan Operativo Anual (POA) / Objetivos 2. Planes de Acción /Indicadores 3. Plan Financiero/ Presupuesto 4. Plan de Inversión. 5. Administración de la Gestión y Control del POA. 				

	6. Aprobación de Reglamento interno de la empresa / Manuales Internos. 7. Impulsar nuevos negocios / Acuerdos / Inversiones.
Funciones	1. Buscar la asesoría financiera requerida para la adecuada administración de la Empresa y sus proyectos de negocios, incluyendo financiamiento para crecimiento. 2. Conocer en forma oportuna y simplificada la ejecución y situación financiera de la empresa. 3. Definir plan de trabajo con necesidades y objetivos adecuados en una estructura dinámica y ágil. 4. Lograr una comunicación efectiva entre los empleados para la armonía y la eficiencia. 5. Establecer controles a nivel general para lograr un trabajo coordinad 6. Contratar asesores externos para una respuesta rápida de la empresa (cuando sea necesario) Buscar asesoría en las áreas donde tenemos poca experiencia
Competencias	Conocimiento indispensable en el área de manejo de personal, logística y costos de restaurante. Orientado a resultados, con capacidad de liderazgo ágil. Promotor de confianza y motivación. Análisis y planificación estratégica. Alto grado de responsabilidad.
Habilidades	Trabajo en equipo. Comunicación. Toma de decisión. Iniciativa. Gestión del tiempo y productividad. Alineación de equipos.

Fuente: Elaboración propia (2022).

Tabla 3 Descripción del cargo Administrador.

Administración					
Cargo	Administración	Reporta a:	Gerencia general	Supervisión	Todo el personal
Perfil del cargo:	Licenciado en administración, mercadeo o carrera afín, con 2 años de experiencia.				
Idiomas	Español fluido.				
Áreas y procesos asignados	1. Inventario y almacén. 2. Manejo de proveedores. 3. Control de cuentas por pagar. 4. Supervisión de estandarización de recetas / fijación de precios. 5. Control de desperdicios y mermas. 6. Presupuesto y Control del POA. Indicadores de cumplimiento 7. Revisión y cumplimiento de Manuales Internos.				

	<ol style="list-style-type: none"> 8. Reportes mensuales para cierres contables, financieros y fiscales. 9. Nómina y gestión de talento humano.
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Controlar los pedidos, rotación de inventario y manejo de almacén. 2. Validar la estandarización de recetas, platos y cocteles. 3. Validar cierre de caja diario y reporte de ingresos. 4. Organizar y supervisar los turnos del personal/ manejo de nómina. 5. Definir plan de trabajo con necesidades y objetivos adecuados en una estructura dinámica y ágil. 6. Crear informes detallados sobre los costos, egresos e ingresos semanales / mensuales. 7. Velar por el cumplimiento del reglamento interno de trabajo. 8. Otras funciones que se requieran para aportar al logro de los objetivos de la empresa.
Competencias	<p>Manejo de costos, logística e inventarios. Gestión de personal. Análisis de datos y reportes. Liderazgo ágil. Resolución de conflictos.</p>
Habilidades	<p>Trabajo en equipo. Comunicación. Pensamiento ágil. Creatividad e Iniciativa. Gestión del tiempo y productividad. Alineación de equipos.</p>

Fuente: Elaboración propia (2022).

Tabla 4. Descripción del cargo Cajero

Caja y efectivo					
Cargo	Cajero	Reporta a:	Administración	Supervisión	Ninguno
Perfil del cargo:	Graduado universitario / cursante del 4to semestre o superior.				
Idiomas	Español fluido.				
Áreas y procesos asignados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Caja y Banco. 2. Manejo de efectivo/cuentas por cobrar. 				
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manejo y gestión de caja diaria. 2. Cierre de caja diario, con reporte de ingresos. 3. Control y gestión de ingresos por tipo: efectivo, tarjetas, transferencia. 4. Velar por el cumplimiento del reglamento interno de trabajo. 5. Otras funciones que se requieran para aportar al logro de los objetivos de la empresa. 				

Competencias	Manejo de caja y control de efectivo. Análisis de datos y reportes. Liderazgo ágil. Resolución de conflictos.
Habilidades	Trabajo en equipo. Comunicación. Pensamiento ágil. Gestión del tiempo y productividad.

Fuente: Elaboración propia (2022).

Tabla 5. Descripción del cargo Bartender

Coctelería					
Cargo	Bartender	Reporta a:	Administración	Supervisión	Ninguno
Perfil del cargo:	Graduado universitario / cursante del 4to semestre o superior.				
Idiomas	Español fluido.				
Áreas y procesos asignados	1. Coctelería. 2. Licores.				
Funciones	1. Controlar el inventario de licores/frutas e insumos para bebidas. 2. Mezclar y servir bebidas con y sin alcohol siguiendo las recetas. 3. Coordinar las operaciones del bar, ordenar y mantener los suministros de licores, gaseosas, sodas, y frutas. 4. Organizar y mantener la limpieza del bar. 5. Preparar los implementos de trabajo para poder satisfacer la demanda. 6. Elaborar decoraciones para las bebidas (pelar y picar frutas) 7. Otras funciones que se requieran para aportar al logro de los objetivos de la empresa.				
Competencias	Manejo de personal, trato con público, manejo de estrés, trabajo bajo presión.				
Habilidades	Trabajo en equipo. Comunicación. Pensamiento ágil. Gestión del tiempo y productividad.				

Fuente: Elaboración propia (2022).

Tabla 6. Descripción del cargo Cocinero

Cocina					
Cargo	Cocinero	Reporta a:	Administrador	Supervisión	Ninguna.
Perfil del cargo:	Personal con experiencia en cocina de mar, con mínimo 2 años de experiencia.				
Idiomas	Español fluido.				
Áreas y procesos asignados	1. Cocina.				
Funciones	1. Coordina y preparar los alimentos considerando la estandarización de recetas del restaurante. 2. Responde a la exigencia de los comensales. 3. Organizar los platos y los decora para servir. 4. Mantiene comunicación permanente con todo el equipo de trabajo. 5. Mantiene el área de trabajo limpia.				

	6. Colabora en la elaboración de inventarios y logística operativa de cocina.
Competencias	Logística y costos de alimentos. Dinámica, capacidad para manejar el estrés, multitareas y polivalente. Proactiva.
Habilidades	Trabajo en equipo. Comunicación. Toma de decisión. Iniciativa. Gestión del tiempo y productividad.

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 7 Descripción del cargo Meseros

Atención al público					
Cargo	Meseros	Reporta a:	Administrador	Supervisión	Ninguna.
Perfil del cargo:	Bachiller con 2 años de experiencia.				
Idiomas	Español fluido.				
Áreas y procesos asignados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Venta directa y atención al cliente. 2. Servicio en mesa. 3. Cobros de alimentos y bebidas. 				
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Darles la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas 2. Conocer el menú del restaurante para sugerir platos a los comensales. 3. Ser el enlace entre la cocina y el cliente. 4. Servir los alimentos y velar por el disfrute de los clientes. 5. Cerciorarse que los platos estén preparados y decorados. 6. Hacerse cargo de cualquier incidente con los clientes. 7. Mantener una comunicación efectiva con el cliente y los compañeros 8. Ordenar la disposición del mobiliario del restaurante. 9. Retirar los platos y la cubertería de las mesas y limpiar y reordenar las mesas una vez se hayan levantado los clientes. 				
Competencias	<p>Capacidad de comunicación y trabajo en equipo, promotor de confianza y motivación, carismático, manejo de la tecnología, con alto grado de responsabilidad. Conocimientos básicos de protocolo y buena actitud para el servicio al cliente</p> <p>Capacidad para manejar el estrés.</p>				
Habilidades	Toma de decisión. Iniciativa. Gestión del tiempo y productividad.				

Fuente: Elaboración propia. (2022).

Por otro lado, existen actividades de alto valor que son contratadas bajo la figura de honorarios profesionales como servicios tercerizados, tal como se muestra en la tabla 8

Tabla 8. Relación de personal bajo figura de honorarios profesionales Distrito Container.

Nombre del miembro del equipo	Habilidad específica	¿Por qué es relevante?
Consultor legal/Abogado	Bases legales, contratos.	Verificará el cumplimiento del marco regulatorio legal vigente
Contador Público	Tributaria y fiscal	Coordinación de cumplimiento de normativa fiscal, tributaria ante la Dian y Entes Departamentales.
Comunity Manager	Manejo de RR. SS.	Diseño y gestión de estrategia de marketing digital.
Coach Ejecutivo/Consultor de recursos humanos.	Coaching Ejecutivo y organizacional	Fortalecimiento competencias blandas del personal.
Webmaster	Programador web	Actualización de sitio Web

Fuente: Elaboración propia (2022)

Ahora bien, en Distrito Container nuestros colaboradores representan uno de los ejes fundamentales del negocio, entendiendo que cada uno de ellos forman parte del engranaje que moviliza la estructura de la empresa. Por eso, nos ocupamos en diseñar un plan capacitación anual como base para el crecimiento personal y profesional, a través de la implementación de un programa para alineación de equipos de alto desempeño, enfatizando en el desarrollo de su autonomía, confianza, colaboración, pensamiento crítico, manejo del estrés, gestión emocional y liderazgo ágil en entornos cambiantes.

Este programa se ejecuta en forma bimensual, con un modelo innovador de enseñanza y encuentros dinámicos, donde a través de seminarios y Team Building se ha logrado estructurar un plan de capacitación que integra los valores, objetivos, visión y misión de Distrito Container; buscando con ello, aportar al crecimiento individual de los colaboradores, potenciar sus habilidades fortaleciendo sus competencias, de cara a brindar el mejor servicio a nuestros clientes, inspirándolos de esta forma a crecer conjuntamente con la empresa.

3.3 Descripción de socios y/o alianzas que requiere el emprendimiento

Los socios y/o aliados de Distrito Container, se constituyen principalmente por proveedores locales de la zona que distribuyen productos de mar y hortalizas frescas. Así mismo, dentro del modelo de negocio que se está desarrollando las Cámaras de Comercio, tanto de Turbo como Apartadó, Gobernación y Alcaldías juegan un papel fundamental para capacitar al personal y brindar asesoría en materia de gestión turística gastronómica, así como organismos del Estado como INNpulsia y el Fondo Emprender, para potenciar el ADN emprendedor de nuestra empresa.

De igual forma, estamos estructurado dicho modelo con acciones para concretar en el corto plazo alianzas con empresas de Delivery con los que podamos llevar el producto en óptima calidad a nuestros clientes. Por otro lado, como alternativa a la prestación de nuestros servicios en el mediano plazo evaluar concretar unir esfuerzos con empresas de Catering y eventos, con miras a incursionar en ese mercado.

3.4 Procesos de negocio

Distrito Container funciona bajo un enfoque operativo diseñado para crecer junto con la región con su modelo de cocina de proximidad, adquiriendo los insumos a productores locales. Para esquematizarlo hemos diseñado nuestro sistema de producción integral que se muestra a continuación, donde convergen los procesos transversales del negocio, que aplican para toda la operación, los cuales incluyen:

1. Análisis de la competencia y calibración del mercado
2. Definición de productos y estandarización de operaciones (recetas y procedimientos)
3. Cálculo de Costos y contribución marginal.
4. Compras e inventario.

En la ilustración 14 se puede apreciar el sistema de producción integral que hace parte del modelo de negocio establecido para la empresa.

Ilustración 14 Sistema de producción integral – Distrito Container

SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL
Plan de Negocios 2022-2023

DISTRITO
container

FastFood & Drinks
La mejor gastronomía típica



Procesos Transversales del negocio

1. Competencia y medición de mercado.
2. Productos, Estandarización de recetas y operatividad de cocina.
3. Costos y contribución marginal:
-Alianza con proveedores/negociación
4. Compras e inventarios.



Procesos Transversales del negocio

ETAPA 1 COMPETENCIA	ETAPA 2 PRODUCTOS	ETAPA 3 COSTOS Y CONTRIBUCIÓN MARGINAL	ETAPA 4 COMPRAS E INVENTARIO
Análisis de la competencia y medición de mercado para fijar estrategias.	Definición de productos y Estandarización de recetas. Parametrización de operaciones	Cálculo de costos, validación de alianzas y negociación con proveedores para optimizar precio-calidad.	De acuerdo a la estandarización, parametrización operativa y negociación con proveedores estructurar sistema de compras y rotación de inventarios.
			

DISTRITO container

SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL

Plan de Negocios 2022-2023

ETAPA 1

Competencia y medición de mercado.

Analisis y procesamiento de información.

Mapeo de competencias en la localidad donde operará la sede.

Estudio de precios de la competencia por producto, calidad y servicio en el sector.

Determinación de Motivadores de cliente de la zona.

Procesamiento de la información.

Determinación de estrategia competitiva.



SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL

Plan de Negocios 2022-2023

ETAPA 2

Productos.

Definición de productos y Estandarización de recetas.

Estructuración de menú, definiendo platos y bebidas a ofrecer.

Definición de recetas. Pruebas en la elaboración del producto final

Estandarización de recetas y parametrización operativa del producto final.

Pruebas y validación de presentación del plato/bebida a ofrecer.



SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL

Plan de Negocios 2022-2023

ETAPA 3

Costos y contribución marginal

Cálculo de costos, y fijación de precio de venta adquiriendo productos de calidad a un precio competitivo.

Negociación con proveedores evaluando valor/calidad/entrega.

Construcción de estructura de costos por plato/bebida en base a insumos y sus cantidades estandarizadas por plato.

Definición de precio de venta del producto final.

Análisis de la contribución marginal por plato.



SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL

Plan de Negocios 2022-2023

ETAPA 4

Compras e inventario.

De acuerdo a la estandarización de recetas y negociación con proveedores estructurar sistema de compras y rotación de inventarios.

- Determinación de dueños del proceso
- Validación del sistema de pedidos, rotación de inventarios y almacenaje:
 - Stocks mínimos y máximos
 - Días de pedidos y recibo a proveedores.
 - Condiciones de almacenaje por tipo de insumo.
- Mapeo de reposición de utensilios, equipos de cocina y platería.
- Orden de documentación para procesar pagos.

DIS TRITO container
SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL
Plan de Negocios 2022-2023

Fuente: Elaboración propia (2022)


Como complemento, la empresa se rige a través de procesos operacionales directos del negocio, que incluye: Toma de pedidos, Elaboración de platos, Presentación, Servicio, Cobranza y limpieza.

Ilustración 15 Procesos operacionales del Negocio – Distrito Container

Procesos operacionales DIRECTOS DEL NEGOCIO

DIS TRITO container

Procesos operacionales directos del negocio



- 1.- Toma de pedido
- 2.- Elaboración
- 3.- Presentación
- 4.- Servicio
- 5.- Cobranza
- 6.- Limpieza

DIS TRITO container
SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL
Plan de Negocios 2022-2023

PASO 1

Toma de pedido.

Presentar al cliente menus fisicos y/o codigos QR para selección de su orden.

- Mantenimiento de mesas y sillas limpias y en orden. Bienvenida.
- Presentación de menus fisicos y/o código QR al cliente para selección de producto.
- Orientación sobre plato/ bebidas. Ofrecer degustaciones.
- Toma de pedido, indicando tiempo de espera.
- Remisión de pedido a cocina/bar para elaboración de producto final.

DIS TRITO container
SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL
Plan de Negocios 2022-2023

PASO2

Elaboración

En base a estaración de recetas preparar mise en place previamente.

- Elaboración previa del mise en place.
- Selección de ingredientes del mise en place, de acuerdo a pedido.
- Ejecución del producto siguiendo receta estandarizada, empleando técnica indicada.
- Validación de tiempos de cocción/terminos y sugerencias del cliente.

DIS
TRITO
container

SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL

Plan de Negocios 2022-2023

PASO3

Presentación

En base a estaración de recetas

- Elejir platería, vajilla, y copas adecuadas.
- Presentar plato/bebida cuidando detalles, de acuerdo al estandar.
- Notificación de la terminación de la presentación del plato/bebida para entregar al cliente.
- Limpieza de area de cocina una vez entregado el pedido.

DIS
TRITO
container

SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL

Plan de Negocios 2022-2023

PASO4

Servicio

Conectando con el cliente, contando la historia detras de cada plato/bebida.

- Recibir producto terminado directo de cocina/bar.
- Presentar al cliente.
- Compartir breve historia del plato/bebida:
 - Ingredientes.
 - Origen del plato/bebida
 - Formas tradicionales de prepararlas.
 - Innovación de Distrito Container.
- Estar atentos a requerimientos del cliente.
- Retirar al momento que el cliente indique.

DIS
TRITO
container

SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL

Plan de Negocios 2022-2023

PASO5

Cobranza

Todo buen servicio merece una recompeza.

- Presentar facturación de acuerdo a lo consumido.
- Preguntar forma de pago, indicando opciones: Transferencia, efectivo, Datafono, Binance, entre otras.
- De acuerdo a lo señalado por el cliente proceder al cobro y remitir a caja comprobante de pago.
- Completar proceso, entregando factura comercial al cliente.

DIS
TR
TO
container

SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL

Plan de Negocios 2022-2023

PASO6

Limpieza

Prepararse para el próximo cliente

- Limpieza de mesas y sillas
- Ordenar de acuerdo a la distribución del local.
- Mantener limpieza de baños y áreas del local.

DIS
TR
TO
container

SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRAL

Plan de Negocios 2022-2023

Fuente: Elaboración propia (2022)

Estos procesos operacionales directos del negocio conforman las operatividades de Distrito Container, corresponden básicamente a los procesos de preparación de platos y bebidas que varían dependiendo de la base del producto seleccionado por el cliente, incluyendo presentación del producto y atención de los clientes por parte de los meseros.

3.5 Aspectos legales a considerar para la puesta en marcha del emprendimiento

En Distrito Container hemos dado cumplimiento a las normativas que rigen la actividad comercial en Colombia. Contamos con registro en cámara de comercio, licencia para expendio de cocteles y bebidas alcohólicas.

Recientemente recibimos el depósito de la Enseña Comercial expedido por la Superintendencia de Industria y Comercio donde se distinguen las siguientes actividades:

“Servicios de restaurante, servicios de bebidas y comidas preparadas, bar. La operación completa del negocio de comidas en restaurantes, eventos, ferias, la compra y venta de comidas e insumos para las mismas, servicios de alimentación, cocina gourmet, servicios prestados por establecimientos que se dedican a procurar alimentos y bebidas para consumo en el sitio y para llevar. Actividades de esparcimiento y culturales. Actividades relacionadas en las clases 29, 30, 32, 33, 35, 41 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza.”

Somos cotizantes de seguridad social, riesgo, y pensión, de acuerdo a las especificaciones de las leyes colombianas. Contamos con el aval “condicionado” reportado como apto para expendio de comida de la más reciente inspección de salud.

Tenemos póliza de seguro a todo riesgo empresarial vigente con SURA por un valor de 235.000.000 pesos para resguardo de bienes, mercancías fijas, edificio, dinero efectivo, maquinaria y equipos, con especificación de la sede del Distrito de Turbo. Y póliza de Responsabilidad civil daños a terceros por un valor de 100.000.000 de pesos.

Dentro de los objetivos a corto plazo para el primer trimestre del 2023 podemos definir, la solicitud de registro de marca copyright para Distrito Container. Por otro lado, con la apertura de la sede en el Municipio Apartadó para marzo 2023 se tramitará la documentación necesaria para esta nueva sede, la cual contará igualmente con póliza de seguro, y permisos sanitarios respectivos.

4. Descripción de las operaciones requeridas por el emprendimiento

4.1 Instalaciones que requiere el emprendimiento

Distrito Container requiere un espacio físico demarcado por un área abierta con dimensiones de 18 metros de largo x 13 metros de largo, con un espacio para mesas de 9,70 metros de ancho y 18 metros de largo. (ver ilustración 2)

Requiere dos unidades sanitarias de 4.5 metros y 3,11 metros de altura, así como dos contenedores marítimos identificados por colores:

01 Contenedor principal de 20 Pies (la zona amarilla) para suministro de alimentos, con diseño estructural similar al de un submarino color amarillo. Y un 01 contenedor secundario de 10 Pies (zona azul) para suministro de licores, cocteles, y cervezas micheladas, color azul.

Logísticamente debe contar con una ubicación en un área transitada, con acceso peatonal y vehicular y un área para parquear vehículos y motos. Dentro de su infraestructura la sede de Apartadó contará con un aforo para 60 personas distribuidos en 15 mesas con 4 sillas cada una, en un espacio donde coexista el mobiliario con la naturaleza contando con áreas verdes distribuidas en todo el local.

4.2 Infraestructura tecnológica y de TIC requerida por el emprendimiento

La operatividad de Distrito Container que se instalará en el Municipio Apartadó requiere equipos de última tecnología que le brinden soporte y garantía a la hora de ejecutar los procesos. Dentro de los equipos se tiene planteado adquirir 01 Computador All In One LENOVO 23,8" Pulgadas AIO 3 - AMD Ryzen 7 - RAM 8GB - Disco SSD 512GB para el área de facturación y pedido. Y dos equipos portátiles AMD Ryzen 7 para las labores administrativas y procesos transversales del negocio.

Para ilustrarlo presentamos a continuación una tabla contentiva de los equipos, sus características y área donde funcionarán, incluyendo una estimación del costo.

Tabla 9. Caracterización de equipos tecnológicos a emplearse en sede Apartadó

Equipo	Área de trabajo	Costo estimado	Cantidad.
Computador All In One LENOVO 23,8" Pulgadas	Pedido y facturación	4.000.000 pesos	01

AIO 3 - AMD Ryzen 7 - RAM 8GB - Disco SSD 512GB			
Computador Portátil HP 15.6" Pulgadas ef2519la AMD Ryzen 5 - RAM 8GB - Disco SSD 512 GB - Plateado	Administración e inventario.	1.800.000 pesos	01
Computador Portátil HP 15.6" Pulgadas ef2519la AMD Ryzen 5 - RAM 8GB - Disco SSD 512 GB - Plateado	Gerencia General	1.800.000 pesos	01
Impresora EPSON M1120	Administración	1.100.000 pesos	01
Impresora Térmica Pos 80mm De Alta Velocidad Con Cortadora	Facturación	320.000 pesos	02
Terminal De Pago - Función TPS900	Facturación	480.000 pesos	02
Conexión internet Direct TV	Todo el negocio	80.000 pesos al mes.	02
Software de facturación y administración proveedor. Datecno-	Todo el negocio /administración y facturación		01

Fuente: Elaboración propia (2022)

Adicional a estos equipos, se requiere actualizar la página web dominio <https://www.districtocontainers.com/> en función del presente proyecto y la proyección de escalabilidad del negocio. La conectividad es prioridad, para ello se empleará como proveedor de servicios de internet a Direct TV quienes en el Municipio Apartadó cuentan con fibra óptica y velocidad de conexión de hasta 200 megas.

4.3 Descripción de los requerimientos de producción y distribución del emprendimiento

Como se mencionó en la sección de procesos, la operatividad de Distrito Container está enmarcada en 4 procesos transversales y 6 procesos directos, los cuales describen la dinámica logística-procedimental del negocio. En este sentido, para elaborar los distintos productos que se ofrecen en Distrito Container los procesos transversales de negociación con proveedores, compras y rotación de inventarios, se constituyen en elementos fundamentales para garantizar el modelo de cocina de proximidad con que opera la empresa.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, a través de la tabla 10 se puede observar el análisis comparativo de los principales proveedores y productos con los cuales trabaja la empresa, dónde se evidencia la importancia para Distrito Container de apegarse al modelo de cocina de proximidad, en virtud de la alta rotación de sus inventarios, con compras interdiarias a negocios locales para garantizar frescura y calidad. La selección de los mismos se realizó en base a su cercanía, entrega, precio, calidad del producto y condiciones de pago.

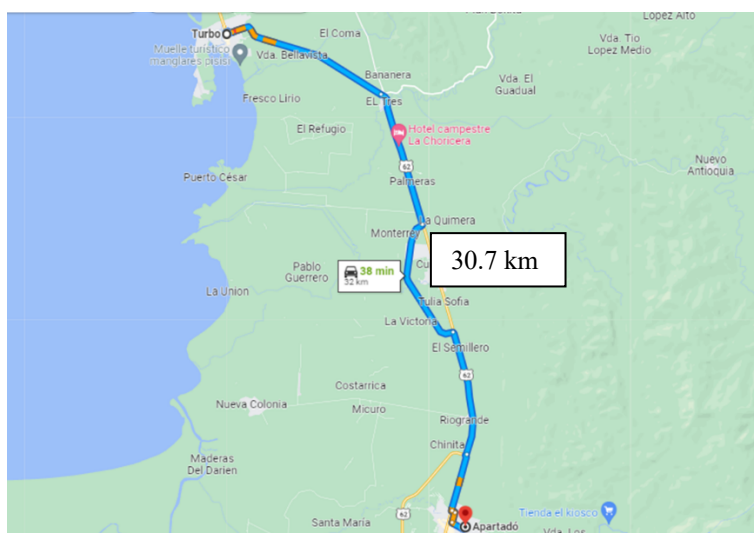
Tabla 10. Análisis de principales proveedores

Proveedores	Producto/insumo	Políticas de crédito		Rotación de inventario				Críticidad en el producto o servicio			Stock
		Contado	30 días	Diario	Interdiario	Semanal	Mensual	Baja	Media	Alta	
LAILA FLORES	Camarones	x			x					x	Bajo
URAMAR	Pulpo/Calamar/Mejillon		x		x					x	Bajo
AIDETH BETANCURT	Camarones	x			x					x	Bajo
EMILSON BLANDON	Pescado	x			x					x	Bajo
PESQUERA EL MISTER	ROBALO		x							x	Bajo
SUEÑOS DE AZUCAR	Pan Hamburguesa/Perro	x		x						x	Bajo
MERCAFUTVER	Vegetales	x			x					x	Bajo
IMPERIO DE URABA	Vegetales	x			x					x	Bajo
ÉXITO	Productos lacteos	x				x			x		Medio
TIENDAS ARA	Productos lacteos	X				X			x		Medio
TIENDAS ARA	Embutidos	X				X			x		Medio
CESAR ECHEVERRY	Pulpa de frutas		x			x			x		Medio
GUILLERMO ECHEVERRI	Pulpa de frutas	x			x				x		Medio
ÉXITO	Insumos varios	x				x		x			Medio
SUPERMERCADO MAKRO	Insumos varios		x			x		x			Medio
DISTRIBUCIONES LA MIA	Insumos varios	x				x		x			Medio
ABRETE CESAMO	Harina de maiz		x			x		x			Medio
COMERCIALIZADORA OLYMPOS	Licores		x				x	x			Alto
DISLICORES Y BEBIDAS	Licores y gaseosas		x				x	x			Alto
DISTRIBIDORA JANOLI	Licores	x					x	x			Alto
IMPERIO DE URABA	Materiales de limpieza	x					x	x			Medio

Fuente: Elaboración propia (2022)

De acuerdo a estas características, la premisa fundamental es contratar con proveedores localizados en un radio inferior a 100 kilómetros; de esta forma, las actuales empresas que proveen alimentos frescos a Distrito Container en Turbo están en capacidad de suministrar los mismos insumos en el Municipio Apartado, tal es el caso de la señora Laila Flores con quien tenemos una relación comercial directa de 02 años comprándole camarones frescos y con quien ya cerramos negociación para llevar el producto hasta Apartadó, considerando que la distancia entre ambas localidades es de 30,7 km con una duración del viaje en vehículo aproximada de 38 minutos. (ver ilustración 16)

Ilustración 16. Distancia en Km entre Turbo y Apartadó



Fuente: Google maps (2022)

Igualmente, para la compra de pulpo, mejillones y pescados en general se coordinó con los proveedores para que continúen trasladando el producto fresco hasta la sede en Apartadó, negociando un valor atractivo con condiciones beneficiosas para ambas partes. La entrega será interdiarias con políticas de pagos flexibles, algunos de contado otros con crédito hasta 30 días.

En este orden de ideas, es importante resaltar que la tradición culinaria es dinámica (Estévez, 2016) y precisamente las recetas de Distrito Container responden a esta dinámica, manteniendo la materia prima fresca hacemos pequeñas variaciones en las recetas a fin de no solo satisfacer el apetito de los clientes sino también que nuestros platos tengan esa capacidad “instagrameable” que también buscan las personas hoy en día en el afán de ser visibles gracias a las redes sociales.

Así cumplimos una doble función, la propia de cualquier establecimiento gastronómico, satisfacer la necesidad de alimento, y la necesidad del hombre contemporáneo de comunicarse y compartir experiencias muchas veces en tiempo real.

Por todo lo antes señalado, buscamos garantizar que la sede de Distrito Container en Apartadó expendirá solo productos que son pescados y cultivados por pescadores artesanos y campesinos de la zona, apegándonos a nuestro modelo de cocina de proximidad e integrando al ecosistema emprendedor de la región a iniciativas que aporten valor al territorio.

Adicionalmente, es importante mencionar la compra de vegetales la cual representa para la empresa un producto de alta criticidad, por lo tanto, apostamos por la fresca con una rotación de inventario interdiario, usando proveedores mayoristas o en el caso por ejemplo de la pulpa de frutas a pequeños negocios como el señor Cesar Echeverry quien visita el local 4 veces a la semana para surtir el producto.

4.4 Estrategias de financiación del emprendimiento

La ampliación de la presencia geográfica de la plaza de comida Distrito Container hasta el Municipio Apartadó, Sub región del Urabá requiere una inversión inicial que será asumida en un 100% con capital privado. La misma involucra conceptos desde infraestructura, legalización y mano de obra, por mencionar algunas consideraciones.

En el cuadro número 4 anexo se especifica el concepto de la inversión y el valor referencial de acuerdo a presupuestos y cotizaciones recibidas, donde se puede analizar como el equipamiento de la cocina y bar representan el 32% de la inversión total, mientras que la adquisición de los contenedores donde funcionarán las marcas “El Sub Marino Amarillo” (Zona Amarilla) “y “la Micheladería” (Zona Azul) equivalen al 28% del monto que se requiere para instalar la empresa en Apartadó.

Cuadro 5. Inversión del proyecto

PLAN DE INVERSIONES INICIALES	
14. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	
CONCEPTO	COSTO/PESOS
Arriendo Local (deposito+2 meses anticipo)	2.970.000
Activos Fijos (Contenedores de 10 pies)	18.058.824
Activos Fijos (Contenedores de 20 pies)	26.050.420
Maquinaria, equipos de cocina y Bar	49.307.899
Herramientas y utillaje	600.000
Mobiliario y enseres	12.600.000
Equipos informaticos y licencias	8.140.000
Contratos de suministros (agua, luz, gas, internet...)	980.000
Uniformes del personal	297.000
Existencias iniciales de Materias primas (*)	3.500.000
Vajillas y platería	5.862.500
Seguros	1.750.000
Dotación a las provisiones (gastos imprevistos 20%)	26.023.329
TOTAL	156.139.971

NOTA: TODOS LOS IMPORTES SON SIN INCLUIR EL IVA, AL SER UN IMPUESTO NO SE SUBVENCIONA. (POR NORMA GENERAL ES EL 19%)

Fuente: Elaboración propia. (2022)

Como se puede observar, la inversión inicial para ampliar la presencia geográfica de la plaza de comida Distrito Container hasta el Municipio Apartadó es de 156.139.971 pesos; donde el 60% está representado por la adquisición de los contenedores y el equipamiento operativo. Por su parte, el mobiliario incluyendo sillas y mesas para una capacidad de 60 personas se estima en 12.600.000 pesos (8% del presupuesto de inversión); la adquisición de equipos informáticos, la licencia del software SAC de facturación y Windows, se estima en 8.140.000 pesos (5% de la inversión), así como otros conceptos que se incorporan al plan inicial de apertura en Apartadó, como el arriendo del terreno, la jardinería y adecuación paisajística del mismo, entre otros.

Atendiendo a las características de ser un nuevo emprendimiento, dentro del presupuesto de inversión se contempló un 20% para gastos no planificados que pudiesen presentarse durante la etapa de instalación de Distrito Container en Apartadó.


Como se mencionó, la inversión se asume 100% con capital privado de la empresa Distrito Container y su accionista a través de inyección de capital, no haciéndose necesario solicitar financiamiento para implementar el plan de expansión.

4.5 Plan financiero del emprendimiento

Los ingresos producto de la comercialización de los productos de Distrito Container en la sede del Municipio Apartadó están representados en el primer año por 777.793.536 pesos, con una ganancia bruta de 64.893.802 pesos antes de impuestos, con una proyección conservadora de clientes del 52% del mercado atendiendo para el año 1 un total de 1498 clientes (ver tabla 11).

El crecimiento será lineal del 10% durante los tres primeros años, buscando posicionarnos dentro del sector como una alternativa a la hora de disfrutar especialidades en comida de mar y coctelería.

Tabla 11. Proyección clientes/mercado Apartadó

			Proyección de Clientes/Análisis del Mercado		
TAM	Total población		APARTADÓ		
	21-50 años				127.744,00
				59.049,00	
SAM	Mesas	15,00	SOM	Mesas	15,00
	Sillas	4,00		Sillas	4,00
	Personas	60,00		Personas	60,00
	Rotación diaria	2,00		Rotación diaria	2,00
	Total personas	120,00		Total personas	120,00
	% ocupación	100%		% ocupación	52%
	Ocupación diaria	120,00		Ocupación diaria	62,40
	Días de trabajo	6,00		Días de trabajo	6,00
	Total semanal	720,00		Total semanal	374
	Clientes mes	2.880,00		Clientes mes	1.498

A partir del año dos (02), como se mencionó anteriormente en un escenario optimista desarrollando un plan de mercadeo sólido que visibilice el negocio, se estima un incremento lineal del 10%, con una facturación promedio de 921.856.067 pesos. Para el año 3 la proyección de ingresos producto de las ventas de Distrito Container será de 1.094.244.317 pesos.

A continuación, se muestran el flujo de caja, la proyección de ingreso, comportamiento de costos y gastos, basado en premisas del plan de negocio orientadas a impulsar Distrito Container como una plaza de comidas con alternativas innovadoras para nuestros clientes en el Municipio Apartadó.


- a) Para el primer año se proyecta atender a 1498 clientes. Con un crecimiento lineal del 10% para el año 2 y el año 3.
- b) El modelo de negocio incluye generación de ingresos a través de ventas de la zona amarilla (sub marino amarillo) especializados en comida de mar, la zona azul enfocada en bebidas y coctelería, y la comercialización de planes especiales para compartir en familia, grupo o en pareja.
- c) La zona amarilla, representando el 40% de los ingresos de Distrito Container estima generar 312.519.168 pesos para el primer año, comercializando productos enmarcados en: platos fuertes, para compartir y comida rápida. Para el año 2 los ingresos se proyectan en 372.711.905 pesos y para el año 3 en 445.001.489 pesos.
- d) La zona azul, identificada por la sub marca La Micheladería representa el 22% de los ingresos de la empresa, a través de la venta de cocteles, micheladas, cervezas y otras bebidas con ingresos para el año 1 de 164.256.768 pesos, para el año 2 198.750.689 pesos y 240.488.334 pesos para el año 3.
- e) Por su parte los planes en familia, recorriendo Urabá y una noche para recordar representan el 38% de los ingresos del local, con una facturación total de 1.060.165.567 al cierre del año 3.
- f) Los costos de producción incluyen el costo de los insumos y materia prima, necesaria para la elaboración del plato o bebida.
- g) El 60% de los clientes consumen productos de la zona amarilla, caracterizados por el cliente que busca degustar deliciosa comida de mar y el turista que quiere conocer gastronómicamente la zona por medio de sus sabores, y % restante va en plan social consumiendo bebidas, cocteles de la zona azul. Se resalta que el cliente que va a comer igualmente consume bebida con el plato u opción seleccionada.
- h) La inversión inicial equivale a 156.139.971 pesos, la cual incluye: la compra de 02 Containers, mobiliario (sillas y mesas), equipos de cocina y bar, adecuación del local, entre otros conceptos.
- i) El sueldo del gerente del proyecto será cubierto en un 50% por la sede Apartadó y un 50% por la sede Turbo. Y se prevé una nómina compuesta por 09 personas: 01 administrador, 01 cajero,

01 Bartender, 03 cocineros y 03 meseros. El proyecto contempla la cancelación de los sueldos correspondientes adicional a las prestaciones de ley.

- j) Los gastos incluyen arrendamiento del terreno, póliza de seguro, honorarios profesionales por servicio de fotografía, web master, community manager y contador; así como gastos de papelería, mantenimiento y otros rubros necesarios para el funcionamiento del negocio.
- k) El impuesto sobre la renta se estima en un 33% sobre la utilidad bruta.

A continuación, se presentan el flujo de caja y el estado de resultados del proyecto

Tabla 12 Análisis de comportamiento de flujos de caja

		EVALUACION FINANCIERA DISTRITO CONTAINER Escenario optimista			
		ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LOS FLUJOS DE CAJA NETO AÑOS 1-3			
	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Caja Inicial		156.139.971	43.478.847,07	61.751.875,63	156.139.971,46
INVERSIÓN FINANCIAMIENTO PROPIO	156.139.971				
Ingresos:					
Ingresos zona amarilla		312.519.168	372.711.905	445.001.489	1.130.232.562
Ingresos zona azul		164.256.768	198.750.689	240.488.334	603.495.791
Ingresos Planes Especiales		301.017.600	350.393.472	408.754.495	1.060.165.567
TOTAL INGRESOS		933.933.507	965.334.914	1.155.996.193	2.950.033.891
Costos y Gastos					
Costos de producción:					
Costos zona amarilla		160.693.079	248.714.525	300.944.575	710.352.179
Costos zona azul		76.330.875	92.360.359	111.756.034	280.447.267
Costos Planes		154.911.744	180.247.542	210.184.290	545.343.576
Salarios Gerente		11.875.684	12.789.198	13.702.712	38.367.595
Salarios Administrador		20.097.312	25.578.396	27.405.425	73.081.133
Salarios Personal Operativo		146.162.266	160.778.492	175.394.719	482.335.476
Pagos parafiscales		12.332.441	13.787.037	14.988.659	41.108.137
Seguridad Social		31.379.211	35.080.349	38.137.811	104.597.371
Provisión prestaciones sociales		7.917.123	8.830.637	9.591.899	26.339.658
Dotación de uniformes		0	653.400	653.400	1.306.800
Consumo línea celular plan corporativo		720.000	720.000	720.000	2.160.000
Servicio Internet		1.560.000	1.560.000	1.560.000	4.680.000
Arriendo		11.880.000	13.068.000	14.374.800	39.322.800
Servicios públicos EPM		27.000.000	27.000.000	27.000.000	81.000.000
Honorarios servicio de fotografía		5.760.000	5.760.000	5.760.000	17.280.000
Honorarios web master		9.600.000	9.600.000	9.600.000	28.800.000
Honorarios Community Manager		7.800.000	7.800.000	7.800.000	23.400.000
Honorarios Contador		7.800.000	7.800.000	7.800.000	23.400.000
Capacitación		3.000.000	3.000.000	3.000.000	9.000.000
Papelería y otros gastos		8.640.000	8.640.000	8.640.000	25.920.000
Publicidad y mercadeo		5.040.000	5.040.000	5.040.000	15.120.000
Poliza de seguro		0	1.720.000	1.720.000	3.440.000
Gastos de Limpieza y mantenimiento		2.400.000	2.640.000	2.904.000	7.944.000
TOTAL COSTOS Y GASTOS		712.899.734	873.167.935	998.678.324	2.584.745.994
Inversiones					0
Apertura sede Apartadó		156.139.971	0	0	156.139.971
TOTAL Inversiones		156.139.971	0	0	156.139.971
FONDOS DISPONIBLES PARA AMORTIZAR		64.893.802	92.166.979	157.317.869	209.147.926
Impuesto Sobre la Renta		21.414.955	30.415.103	51.914.897	103.744.954
efectivo mínimo req	-156.139.971	43.478.847	61.751.876	105.402.972	105.402.972
VPN:		15.701.497			
TINT:		9,00%			
TIR:		14%			
T. Recup. del capital (PAYBACK): años		Más de 2 años			
RELACIÓN BENEFICIO COSTO B/ C:		0,42			

Fuente: Elaboración propia (2022).

Tabla 13 Flujo de fondos y rentabilidad del proyecto



EVALUACION FINANCIERA
DISTRITO CONTAINER
Escenario Optimista

Flujos de Fondos y rentabilidad del proyecto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos (a)	933.933.507	965.334.914	1.155.996.193
Costos de operación (b)	869.039.706	873.167.935	998.678.324
Ganancia operativa (c) = a-b	64.893.802	92.166.979	157.317.869
Depreciación (d)	0	0	0
Intereses (e)	0	0	0
Total fijo (h) = d + e + f	0	0	0
Ganancia bruta (j) = c - h	64.893.802	92.166.979	157.317.869
Impuesto Renta (k) = 0,33 x (j)	21.414.955	30.415.103	51.914.897
Ganancia Neta (l) = (j - k)	43.478.847	61.751.876	105.402.972
Flujo de Fondos (efectivo) (m) = d + l	-156.139.971	43.478.847	61.751.876

Factores de decisión analizados:

V. Presente Neto (Descuento de 9%) 15.701.497

Tasa Interna de Retorno (TIR) 14%

T. Recup. del capital (PAYBACK): años Más de 2 años

Fuente: Elaboración propia (2022).



EVALUACION FINANCIERA
DISTRITO CONTAINER
Escenario Optimista

RESUMEN INGRESOS-EGRESOS
CIFRAS HISTORICAS A VALORES CONSTANTES EXPRESADO EN PESOS

Años	INGRESOS	EGRESOS	MARGEN UTILIDAD
1	933.933.507,46	869.039.706	64.893.802
2	965.334.913,63	873.167.935	92.166.979
3	1.155.996.192,96	998.678.324	157.317.869
Años 1-3	3.055.264.614,05	2.740.885.964,97	314.378.649,08

Fuente: Elaboración propia (2022).

Tabla 14. Evaluación financiera del proyecto.

Años	INGRESOS	INGRESOS PROMEDIOS MENSUALES	
		1	2
1	933.933.507,46	77.827.792	
2	965.334.913,63	80.444.576	
3	1.155.996.192,96	96.333.016	
Total	3.055.264.614,05	254.605.384,50	

Años	EGRESOS	EGRESOS PROMEDIOS MENSUALES	
		1	2
1	869.039.705,85	72.419.975	
2	873.167.935,09	72.763.995	
3	998.678.324,03	83.223.194	
Total	2.740.885.964,97	228.407.163,75	

Costos	1	2	3
CF	293.964.036,48	324.845.509,69	348.793.424,63
CV	418.935.697,92	548.322.425,40	649.884.899,40
Costos	712.899.734,40	873.167.935,09	998.678.324,03
Ingresos	933.933.507,46	965.334.913,63	1.155.996.192,96
Relacion Cv /I	0,55	0,43	0,44
P.E.A	533.095.206,56	751.979.187,41	796.670.369,01

Fuente: Elaboración propia. (2022)

Como se puede observar el punto de equilibrio para el año 1 está representado por un valor de 533.095.207 pesos, con una tasa interna de retorno del 14% y una recuperación de la inversión menor a 3 años, todo ello partiendo de cifras conservadoras de clientes tal como se evidencio anteriormente. Este escenario optimista contempla una ocupación del local por encima del 50% de su capacidad instalada.

Sin embargo, a continuación, se presentan las cifras de un escenario pesimista que contemple tan solo el 48% de ocupación del servicio del local, atendiendo a un volumen de 1354 personas al mes, tal como se evidencia en las tablas siguientes:

Tabla 15 Análisis de mercado. Escenario pesimista

DIS
TRITO container

Proyección de Clientes/Análisis del Mercado
Escenario pesimista

TAM				APARTADÓ	
		Total población		127.744,00	
		21-50 años		59.049,00	

SAM				SOM	
		Mesas	15,00	Mesas	
		Sillas	4,00	Sillas	
		Personas	60,00	Personas	
		Rotación diaria	2,00	Rotación diaria	
		Total personas	120,00	Total personas	
		% ocupación	100%	% ocupación	
		Ocupación diaria	120,00	Ocupación diaria	
		Días de trabajo	6,00	Días de trabajo	
		Total semanal	720,00	Total semanal	
		Clientes mes	2.880,00	Clientes mes	

Fuente: Elaboración propia (2022)

Esta realidad, obligaría a la empresa a replantearse la operatividad para el año 2, reduciendo costos operativos, así como ajustando los gastos administrativos, tal es el caso del número de personal contratado que pasaría de 9 a 8 personas; ajuste de servicios de community manager, fotografía y web masters, por mencionar algunos.

Tabla 16. Evaluación financiera. Escenario pesimista.

DIS
TRITO container

EVALUACION FINANCIERA
DISTRITO CONTAINER
Escenario pesimista


Años	INGRESOS	INGRESOS PROMEDIOS MENSUALES
1	859.145.667,46	71.595.472
2	864.539.958,05	72.044.997
3	1.046.349.296,82	87.195.775
Total	2.770.034.922,33	230.836.243,53

Años	EGRESOS	EGRESOS PROMEDIOS MENSUALES
1	812.393.581,05	67.699.465
2	778.986.556,22	64.915.546
3	892.455.969,70	74.371.331
Total	2.483.836.106,98	206.986.342,25

Costos	1	2	3
CF	280.404.036,48	286.191.287,12	307.863.849,09
CV	375.849.573,12	492.795.269,11	584.592.120,61
Costos	656.253.609,60	778.986.556,22	892.455.969,70
Ingresos	859.145.667,46	864.539.958,05	1.046.349.296,82
Relacion Cv /I	0,56	0,43	0,44
P.E.A	498.468.570,09	665.574.548,12	697.624.506,15

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 17. Flujo de caja netos. Escenario pesimista

 EVALUACION FINANCIERA DISTRITO CONTAINER Escenario pesimista					
ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LOS FLUJOS DE CAJA NETO					
AÑOS 1-3					
	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Caja Inicial		156.139.971	31.323.897,89	57.320.779,22	156.139.971,46
INVERSIÓN FINANCIAMIENTO PROPIO	156.139.971				
Ingresos:					
Ingresos zona amarilla		282.469.248	336.874.222	402.212.884	1.021.556.354
Ingresos zona azul		148.462.848	179.640.046	217.364.456	545.467.350
Ingresos Planes Especiales		272.073.600	316.701.792	369.451.178	958.226.570
TOTAL INGRESOS		859.145.667	864.539.958	1.046.349.297	2.681.390.245
Costos y Gastos					
Costos de producción:					
Costos zona amarilla		145.241.821	224.799.667	272.007.597	642.049.085
Costos zona azul		68.991.368	83.479.555	101.010.261	253.481.184
Costos Planes		140.016.384	162.916.047	189.974.262	492.906.694
Salarios Gerente		11.875.684	12.789.198	13.702.712	38.367.595
Salarios Administrador		20.097.312	25.578.396	27.405.425	73.081.133
Salarios Personal Operativo		146.162.266	140.681.181	153.470.379	440.313.825
Pagos parafiscales		12.332.441	12.395.684	13.470.820	38.198.946
Seguridad Social		31.379.211	31.540.130	34.275.754	97.195.096
Provisión prestaciones sociales		7.917.123	8.830.637	9.591.899	26.339.658
Dotación de uniformes		0	588.060	588.060	1.176.120
Consumo línea celular plan corporativo		360.000	360.000	360.000	1.080.000
Servicio Internet		1.560.000	1.560.000	1.560.000	4.680.000
Arriendo		11.880.000	13.068.000	14.374.800	39.322.800
Servicios públicos EPM		21.600.000	21.600.000	21.600.000	64.800.000
Honorarios servicio de fotografía		3.600.000	3.600.000	3.600.000	10.800.000
Honorarios web master		4.800.000	4.800.000	4.800.000	14.400.000
Honorarios Community Manager		4.800.000	4.800.000	4.800.000	14.400.000
Honorarios Contador		7.800.000	7.800.000	7.800.000	23.400.000
Capacitación		2.160.000	2.160.000	2.160.000	6.480.000
Papelería y otros gastos		6.240.000	6.240.000	6.240.000	18.720.000
Publicidad y mercadeo		5.040.000	5.040.000	5.040.000	15.120.000
Poliza de seguro		0	1.720.000	1.720.000	3.440.000
Gastos de Limpieza y mantenimiento		2.400.000	2.640.000	2.904.000	7.944.000
TOTAL COSTOS Y GASTOS		656.253.610	778.986.556	892.455.970	2.327.696.136
Inversiones					0
Apertura sede Apartadó		156.139.971	0	0	156.139.971
		0			0
TOTAL Inversiones		156.139.971	0	0	156.139.971
FONDOS DISPONIBLES PARA AMORTIZAR		46.752.086	85.553.402	153.893.327	197.554.138
Impuesto Sobre la Renta		15.428.189	28.232.623	50.784.798	94.445.609
efectivo minimo req	-156.139.971	31.323.898	57.320.779	103.108.529	103.108.529
VPN:		423.858			
TINT:		9,00%			
TIR:		9%			
T. Recup. del capital (PAYBACK): años		Más de 2 años			
RELACIÓN BENEFICIO COSTO B/ C:		0,41			

Fuente: Elaboración propia.(2022)

Tabla 18. Flujos de fondos del proyecto. Escenario pesimista



EVALUACION FINANCIERA
DISTRITO CONTAINER
Escenario Pesimista

Flujos de Fondos y rentabilidad del proyecto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos (a)	859.145.667	864.539.958	1.046.349.297
Costos de operación (b)	812.393.581	778.986.556	892.455.970
Ganancia operativa (c) = a-b	46.752.086	85.553.402	153.893.327
Depreciación (d)	0	0	0
Intereses (e)	0	0	0
Total fijo (h) = d + e + f	0	0	0
Ganancia bruta (j) = c - h	46.752.086	85.553.402	153.893.327
Impuesto Renta (k) = 0,33 x (j)	15.428.189	28.232.623	50.784.798
Ganancia Neta (l) = (j - k)	31.323.898	57.320.779	103.108.529
Flujo de Fondos (efectivo) (m) = d + l	-156.139.971	31.323.898	103.108.529

Factores de decisión analizados:

V. Presente Neto (Descuento de 9%) 423.858

Tasa Interna de Retorno (TIR) 9%

T. Recup. del capital (PAYBACK): años Más de 2 años

Fuente: Elaboración propia (2022)

Este escenario coloca al proyecto con un punto de equilibrio para el año 1 de 498.468.570 pesos y una tasa interna de retorno de 9%, con un valor presente neto de 423.858, alargando la recuperación del capital unos meses.

5. Estrategia para el relacionamiento con los clientes y grupos de interés

5.1 Estrategia de marca (Branding)

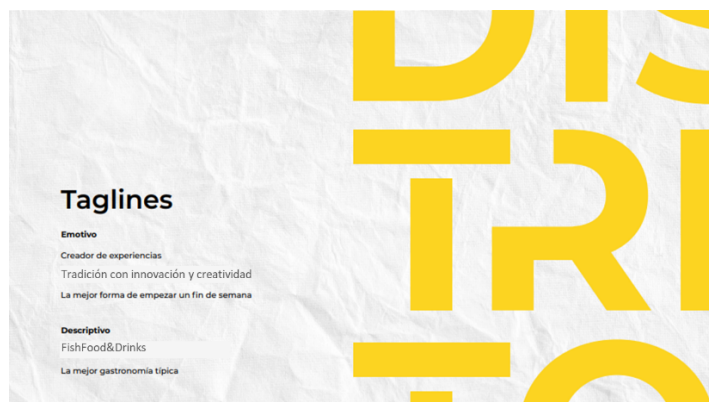
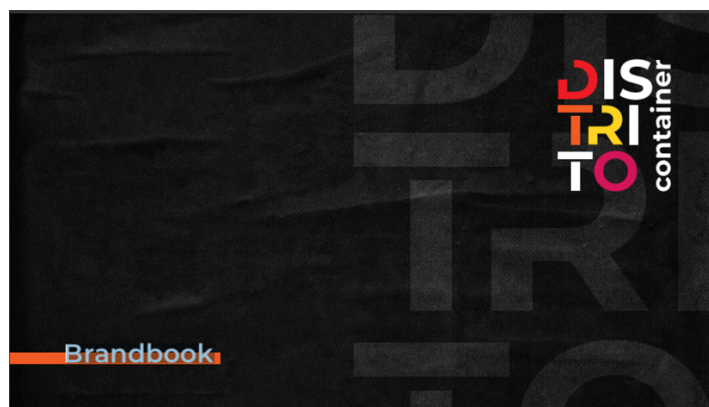
Distrito Container es una empresa legalmente constituida con cámara de comercio, Rut, e inscripción ante DIAN; en trámites para registrar la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio, y actualmente con un proceso de refrescamiento de su imagen para robustecerla buscando aumentar la visibilidad de sus productos y elementos diferenciadores, en pro de posicionarla en el Municipio de Apartadó y Turbo, como parte de una oferta innovadora a través de una propuesta de valor que apuesta por rescatar las raíces culturales del Urabá Antioqueño, desde la creatividad, innovación y frescura, basada en:

- Ser una plaza de comida que ofrece fusión de sabores donde el cliente puede disfrutar “vivencias gastronómicas del Caribe Colombiano” con un modelo de cocina de proximidad con platos representativos del ADN gastronómico del Urabá Antioqueño.
- En un espacio juvenil y fresco acondicionado para que el cliente pueda socializar relajadamente tomándose unos tragos con amigos y familiares, con actividades y experiencias para todas las edades disfrutando con exquisita comida de mar, música y exposiciones locales que resalten la cultura de la región.

Distrito Container quiere transmitir sus valores al cliente, donde el referente es el rescate de nuestra identidad cultural con elementos innovadores, creando nuevas experiencias con sabores tradicionales, en un entorno donde nos divertimos junto a nuestros clientes en un ambiente lleno de alegría, colores, con un amor por lo que hacemos cuidando cada detalle para que el cliente se sienta conectado, atendido y parte de la experiencia que está viviendo en nuestros locales. (Kennedy, 2006)

En este sentido, nuestra imagen es juvenil, dinámica, con colores que invitan al disfrute, tal como se puede evidenciar en nuestro manual de identidad corporativa o Brandbook con el cual estamos actualizando la marca (ver ilustración 17)

Ilustración 17 Brandbook Distrito Container



Este manual se puede consultar completo en el anexo 1, apreciando la integralidad que la empresa busca con este nuevo enfoque.

De allí que, esta actualización como marca incluye contar con una estrategia que facilite el poder mostrar al cliente las bondades de Distrito Container con sus variadas opciones donde esté podrá disfrutar, por ejemplo, de vivencias gastronómicas con nuestros planes “Recorre Urabá” degustando en una tabla de picoteo marino deliciosa comida, con nuestras alternativas de 2 km, 4 km y hasta 6 km para que este conozca los placeres culinarios de nuestra región.

De acuerdo a lo expuesto, Distrito Container se propone generar confianza y propiciar la fidelización de los clientes, posicionarnos en el mercado, tanto de Turbo como próximamente en el Municipio de Apartadó, fortaleciendo la visibilidad de la marca.

5.2 Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento

Como se mencionó, el manual de identidad (ver anexo 1) se empleará para impulsar la expansión de la presencia geográfica de la empresa hasta el Municipio Apartadó sub región del Urabá, actualizando las páginas de Instagram, Facebook y el WhatsApp, dónde adicional, contaremos con menú electrónico para que nuestros clientes puedan hacer pedidos en línea o conocer los productos y servicios que degustaran en Distrito Container. Igualmente se actualizará la página web de la empresa para mostrar la nueva sede y la imagen renovada del negocio y su oferta.

De esta forma, para visibilizarse, atraer, convertir, acercar, deleitar y fidelizar a sus clientes Distrito Container continuará su presencia a través de las redes sociales; por otro lado, estamos en proceso de conversación para implementar Apps como Ifood para extender el alcance de nuestros servicios en la región. (Kotler & Gertner, 2007)

Seguiremos manejando una línea de comunicación directa con el cliente, introduciendo un concepto de relato gastronómico para ilustrar la historia detrás de un plato de comida, donde tanto el turista como el residente de la zona podrán conocer el origen de los ingredientes, la emoción que busca transmitir la receta y el significado de la misma para la comunidad Afro Caribeña de Colombia

En este punto, iniciativas como Distrito Container hacen parte del ecosistema de emprendimiento de la Sub región del Urabá Antioqueño, en el cual coinciden emprendedores,

sociedad, políticos, instituciones formativas y empresa privada, todos buscando crear un entorno proactivo que promueva el crecimiento de la región; haciéndose necesario de esta forma, cultivar la confianza del emprendedor, llevándole la mano para que este se desarrolle en un marco normativo que permita que la empresa se fortalezca con modelos de negocio innovadores, creativos e integrales.

De acuerdo a lo anterior, Distrito Container se apoyará en institutos como el Centro Regional de Innovación y Emprendimiento (CRIE), el Instituto para el desarrollo de Antioquia, (IDEA,); la Alcaldía de Apartadó y de Turbo para que fortalezcan, validen, impulsen y visibilicen el trabajo que viene realizando la empresa en el rescate de los valores culturales del Urabá. (Porter, 2015)

Visto desde estas perspectivas, como empresa estamos en conversación con entidades territoriales de Antioquia para elevar la promoción de las bondades actuales de la empresa, fortaleciendo las bases para dinamizar la actividad gastronómica, cultural, social y de entretenimiento de Distrito Container, con la participación en eventos, por ejemplo, de la mano de la Cámara de Comercio de Apartadó incursionar en la vitrina empresarial (www.vitrinaempresarial.com), participar en las tardes de empresario, en el programa empréndelo, la feria expovirtual, el festival comercial, por mencionar algunos, todos con el objeto de promover ventas locales para impulsar el departamento como destino turístico y apoyar al ecosistema emprendedor de la región.

5.3 Proceso de ventas y servicios

Con relación a la estrategia del precio, de acuerdo al análisis comparativo de la oferta gastronómica que se realizó en Apartadó, Distrito Container se constituye en un expendido comercial clase media-alta, con oferta de dos tipos de servicios diferenciados por colores, la zona amarilla especializada en platos del mar y la zona azul dedicada a la elaboración de bebidas y cocteles, ambos con precios competitivos, atractivos y acordes a mercado. (ver ilustración 18)

Ilustración 18. Lista de precios promedios oferta Distrito Container

Zona Amarilla: Expendio de platos del mar.		Zona Azul: Expendio de Bebidas/Cocteles	
Plato fuerte (Valor promedio):	40,000 pesos	Micheladas (Valor promedio):	13,000 pesos
Plato para compartir (Valor promedio):	55,000 pesos	Cocteles (Valor promedio):	18,000 pesos
Comida Rápida (Valor promedio):	23,000 pesos	Pasiones y mix de frutas (Valor promedio):	9,000 pesos
		Cerveza y gaseosa (Valor promedio):	6,000 pesos

Fuente: Elaboración propia (2022)

Como se ha mencionado a lo largo del proyecto, basado en nuestro modelo de cocina de proximidad los productos son de alta calidad, con rotación de inventario inter diaria para garantizar al cliente la frescura del mismo. Nuestras dos zonas, la amarilla (platos de mar) y la azul (bebidas y cocteles) tienen precios variados dependiendo de la selección y gusto del cliente, así pues, el submarino amarillo (zona amarilla) en sus platos fuertes y para compartir ofrece langostinos, camarones, pulpo, robalo, calamares, mejillones por mencionar algunos, en distintas presentaciones y combinaciones de sabores; y la opción de comida rápida tenemos hamburguesa de cangrejo y perro caliente de langostinos.

Distrito Container, por ser un local comercial de venta de alimentos preparados posee una estrategia donde nuestros productos van directamente al cliente final, sin intermediarios (B2C), facilitando la interacción con el consumidor e integrándolo como un eslabón más de nuestro concepto de negocio.

Buscamos proporcionar al cliente un menú inspirado en "vivencias gastronómicas" únicas, frescas, con sabores que evoquen el amor por la cocina. Más que un espacio de comida, queremos convertirnos en un lugar para "encontrarse" con las raíces afrocolombianas, desde la alegría y el sabor de la cocina de proximidad.

En cuanto a los métodos de cobro, estamos implementando la digitalización y uso de código QR o carteleras digitales (digital boards) de nuestros menús, diversificándonos aceptando criptomonedas y aplicaciones de pago P2P (peer to peer) como Paypal, Zelle o Binance; activando Apps como Ifood para pedidos y deliverys, entre otros.

Como publicidad, además de la presencia activa en redes sociales (Instagram, Facebook y WhatsApp) hemos contemplado realizar campañas pagas de Facebook ads y Google ads para incrementar la visibilidad del negocio promocionando fines de semana los eventos y planes que tiene Distrito Container, como el plan familia, plan recorre Urabá y el plan una noche para recordar.

5.4 Plan de mercadeo

Dentro de la cadena del valor del turismo, los restaurantes forman parte de los servicios complementarios que, si bien no están directamente relacionados con la actividad o negocio turístico, su presencia contribuye a enriquecer esta cadena de valor.

En el caso de Distrito Container en Apartadó, incorporarlo a la oferta gastronómica local generaría nuevas fuentes de empleo, valor económico, socio cultural y sostenible pues hasta su infraestructura (Containers) serán reciclados de su función original.

5.4.1 Investigación de mercado

Para la investigación de mercado se acudió a fuentes primarias, que no es más que la investigación que realizamos en la web, además del recorrido por la localidad de Apartadó identificando los posibles competidores y las conversaciones informales con personas con edades iguales a la de nuestro público objetivo.

En cuanto a la investigación secundaria, sirvieron para este propósito las investigaciones publicadas por organismos gubernamentales como la Cámara de Comercio de Antioquía con el Perfil socioeconómico de la región del Urabá y Apartadó. Además de la información sobre la totalidad del universo de restaurantes de la ciudad conseguida con Google Maps y Google Sites, tomándose en cuenta las valoraciones en el servicio publicadas.

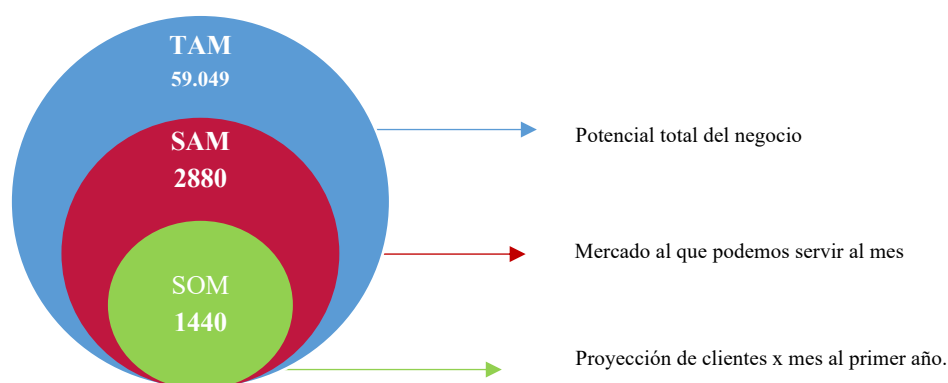
El movimiento emprendedor en Apartadó está en franco crecimiento tras la parálisis que represento la reciente pandemia de covid 19, específicamente el sector gastronómico que ha evidenciado una presencia de negocios emergentes que buscan ofertar servicios y opciones variadas a la región. (Alcaldía Municipio Apartadó, 2020).

Esta realidad obedece a la puesta en marcha de proyectos vinculados a la actividad portuaria que se adelantan en la región, la cual atrae la llegada de personas para su ejecución quienes a su vez se incorporan al tejido social y requieren de espacios para el disfrute y esparcimiento.

Se indica así mismo, que según fuentes de la cámara de comercio de Urabá (Camara de Comercio de Urabá, 2021) y el reciente censo del Dane (DANE, 2020) Apartado tiene una población de 127.744 habitantes, con un crecimiento económico donde el sector gastronómico representa el 11,6% de la economía, y el sector servicio equivale al 41 de la dinámica comercial de la región.

En cuanto al mercado total o direccionable para la plaza de comida Distrito Container en Apartadó, partimos de la premisa elemental según datos del DANE 2020 de una población total de 127. 44 habitantes de los cuales 59.049 se encuentran en el grupo etario entre 21 y 50 años que corresponden al mercado total (TAM) o potencial total de negocio de Distrito Containers.

Ilustración 19 Análisis Grafico de mercado TAM-SAM-SOM



Ahora bien, en cuanto al tamaño objetivo del mercado que podemos servir (SAM), la infraestructura de nuestra plaza de comida está diseñada para quince (15) mesas con capacidad para cuatro (4) personas, lleno en toda su capacidad simultáneamente serían sesenta (60) personas.

Conjeturando una rotación diaria de cada mesa de dos (2) veces, estamos hablando de una ocupación diaria de ciento veinte (120) personas por día, equivalentes a 2880 clientes al mes. (ver ilustración 19).

Nuestra proyección inicial es capturar el 52% de este mercado al que podemos servir, siendo conservadores, donde nuestro mercado SOM está representado por 1498 personas por mes.

5.4.2 Barreras de entrada

Las barreras de entrada para Distrito Containers están reflejadas en primero una inversión inicial alta pues el concepto de la infraestructura (Container) implica un costo elevado, aunque luego los gastos de mantenimiento sean menores a los de un restaurant con un local tradicional. Otra fue la definición del modelo de negocio y construcción de una marca replicable. Con la plaza de comida de Turbo siempre la adquisición de la materia prima fue a productores y distribuidores locales, sin embargo, como modelo de negocio desconocíamos el concepto de cocina de proximidad o 0 km, es decir en la práctica siempre ha sido así pero el proceso del descubrimiento del modelo de negocio ha sido lento, consolidándose la idea con la intención de replicar la plaza de comida Distrito Containers en Apartadó.

Identificamos como una barrera de entrada estratégica la presencia de un número mayor de restaurantes de gama media y alta en Apartadó con respecto a Turbo, es decir la competitividad para nuevos emprendedores en mayor, razón por la cual la fidelización de los clientes tanto por la calidad en el servicio como por el marketing debe ser una de las prioridades.

5.4.3 Amenazas y oportunidades

Superadas las barreras de entrada, Distrito Containers puede enfrentar las siguientes amenazas, una nueva emergencia sanitaria mundial como la del Covid-19 que desencadene en pandemia, obligando al cierre de los restaurantes como sucedió en el año 2019, igualmente está pronosticada para el venidero 2023 una recesión económica mundial, situación que a su vez ocasionaría la disminución del poder adquisitivo de los habitantes de Apartadó y el resto de Urabá como consecuencia del aumento de la inflación en Colombia.

Por otra parte, la creación de productos y emprendimientos innovadores atraídos por la próxima creación del puerto ecoturístico Puerto Girón se presenta como una oportunidad de crecimiento económico, social y turístico. Referente al posicionamiento de la plaza de comida

Distrito Containers en Apartadó como se ha mencionado en otros apartados, solo existen dos restaurantes más dedicados a la comida de mar, por lo tanto, diseñar e implementar estrategias competitivas para la captación y fidelización de clientes es prioritario, destacando que la experiencia de visitar Distrito Containers será única en la ciudad debido al innovador concepto del Submarino Amarillo más la Micheladería

En cuanto a la compra de materia prima en todo el Valle de Urabá tanto para el local en Turbo como el de Apartadó, la cocina de proximidad sigue las premisas de la gastronomía sostenible, es decir el establecimiento de conexiones comerciales con productores locales colaboraría con la construcción de la seguridad y sostenibilidad en el sistema alimentario (Pacto de Milan, 2015) de Apartadó y el Valle de Urabá.

Por último, la recopilación y adaptación de recetas de la cocina pacífico-caribeña de Urabá en un recetario a nivel comercial fortalecería el modelo de negocio y a nivel social contribuiría al fortalecimiento de la gastronomía local. Todos estos factores se resumen en la tabla 19 Matriz Dofa de la empresa.

Tabla 19 Matriz Dofa

		Oportunidad		Amenazas	
Formulación de estrategias	O1	Contribuir en la construcción de un sistema agroalimentario sostenible.	A1	Emergencia sanitaria por el Covid-19	
	O2	Aplicación de innovaciones en los canales de distribución.	A2	Disminución del poder adquisitivo y gasto en recreación y turismo.	
	O3	Posibilidades de alianzas estratégicas con agricultores y pescadores del Valle de Urabá	A3	Disminución en gasto per cápita en actividades de ocio, entretenimiento y cultura	
	O4	Construir un modelo de negocios sostenible e innovador			
Fortalezas	Estrategias FO (Crecimiento)		Estrategias FA (Supervivencia)		

F1	Modelo de negocio probado con éxito.	E1	Fidelizar a los clientes antiguos y captar clientes nuevos tanto habitantes como turistas.	E5	Construir una propia plataforma de delivery y domicilio
F2	Recetas propias y tradicionales.	E2	Participar en ferias o realizar eventos y encuentros propios para resaltar el valor patrimonial de los platos.	E6	Resaltar los aspectos operativos de seguridad e higiene alimentaria
F3	Pocos restaurantes de comida marina.	E3	Fortalecer la presencia en Google Sites y destacar la relación precio-calidad de los platos.	E7	Garantizar la cadena de suministro con productores locales para mantener los costos operativos bajos.
F4	Infraestructura adecuada.	E4	Incorporar información sobre el parqueadero y comodidad de la plaza de comida como parte del servicio.	E8	
Debilidades		Estrategias DO (Supervivencia)		Estrategias DA (Fuga)	
D1	Recursos	E3	Capitalizar la inversión	E9	Reenfocar el modelo de negocio hacia servicios más amplios.
D2	Tamaño de participación del mercado	E4	Promover el valor de la cocina de proximidad como una forma de contribuir al crecimiento sostenible de la economía local.	E10	Fortalecer la cultura organizacional para garantizar la mejor calidad en el servicio

Fuente: Elaboración propia (2022).

5.4.4 Competidores claves

De acuerdo a los expertos, uno de los principales motivos por el cual las pequeñas empresas fracasas subyacen en el desconocimiento de sus competidores en la zona donde operan; de allí que, para su sostenibilidad se hace necesario conocer quiénes son sus contendientes de tal manera, que se pueda evaluar internamente cual es el valor diferenciador que tiene la misma para ofertar sus servicios.

Por ello, el reconocimiento de los perfiles de competencia de los competidores claves, saber su historia, la calidad de los productos que ofrecen, su ubicación, precios entre otras, se convierte en punto crucial para ofrecer el mejor servicio y la mejor calidad. que permitirá a Distrito Container a adaptarse al sector de Apartado y fijar una estrategia atendiendo sus puntos fuertes, para atraer a su cliente ideal. (Ver tabla 20)

Tabla 20 Análisis competitivo

FACTOR	Distrito Container Apartadó	Artesano Gourmet	Amaz Bar Restaurant	Punto &parta	Importancia del Cliente
Productos	Especialidades de platos del mar y coctelería	Comida fusión, del mar, coctelería y tragos	Comida fusión, coctelería y tragos.	comida del mar, Sudamericana y Colombiana	5
Precio	4	5	5	4	5
Calidad	5	4	4	3	5
Selección	4	4	4	3	4
Servicio	5	5	4	4	5
Fiabilidad	5	5	5	4	5
Estabilidad	4	5	5	3	3
Experticia	5	4	4	3	4
Reputación	4	5	4	3	3
Localización	4	4	3	3	3
Apariencia	4	5	5	3	5
Métodos de venta	5	5	4	2	4
Políticas de crédito	3	3	3	3	3
Publicidad	3	4	4	3	3

Imagen	4	5	4	3	5
---------------	---	---	---	---	---

Fuente: Elaboración propia. (2022)

Cuando atendemos la recopilación de datos de nuestros competidores, se puede visualizar como Distrito Container, es una empresa con un concepto abierto que le ofrece a sus clientes la combinación de Especialidades de platos del mar producido en la zona de Apartado para el deleite de los visitantes, con expendio de cocteles derivados de la elaboración propia, precios accesibles y calidad en la elaboración de los platos.

También se encuentra restaurantes como Artesano Gourmet y Amauz Bar Restaurant que representan una competencia directa, ofreciendo comida del mar y fusión, con servicios de coctelería y alta calidad. Además, cuentan con el reconocimiento de los clientes por tener años de servicio en la zona, amplio espacio interno, servicio de domicilio con un menú variado y diferentes opciones.

De igual forma el restaurant Punto & Pasta, representa un competidor directo que tiene una excelente ubicación y dos pisos que le permite al cliente escoger sus espacios de preferencia. Cuenta con un servicio de comida del mar, platos Sudamericanos y colombianos, con opciones variadas de pastas y carnes con consumos dentro y fuera del negocio.

Por otro lado, se encuentra Delicias del mar que ofrece comida al aire libre; sin embargo, no cuenta con las características para considerarse un establecimiento comercial de competencia

No obstante, Distrito Container posee elementos diferenciadores, como especialización, flexibilidad y experticia que lo posicionan en el sector como referente gastronómico en comidas del mar; en este sentido, la empresa cuenta con un modelo de cocina 0km, manejando el concepto de contenedores como espacios gastronómicos acompañados de cocteles y micheladas únicos en la zona, con planes que se extienden desde la individualidad del cliente hasta planes de amigos y familiares que se ajustan a sus requerimientos, amplio espacio físico y un servicio de domicilio como atributos diferenciadores que lo distinguen.

En cuanto a sus debilidades, Distrito Container está en proyección de instalarse en Apartadó, mientras que los competidores anteriormente mencionados llevan más de 3 años en la zona, tienen publicidad, son conocidos por los clientes viajeros y del sector y cuentan con reputación fiabilidad,

estabilidad, y buena localización; lo que conlleva a realizar un mayor esfuerzo para ser visualizado y reconocido por los clientes.

5.4.5 Precios

La estrategia de precios que maneja Distrito Container es adecuarse al mercado y la gama de restaurantes con la que competimos en Apartadó, donde evidentemente el nivel gastronómico es más elevado que en Turbo (ver cuadro 3).De esta forma, al evaluar el precio y desempeño de los competidores de la región, vemos como si bien es cierto el mercado actual en Apartadó presenta opciones enmarcada en un rango de precios atractivos, con una calidad similar o superior a la de Distrito Container, la ventaja competitiva que poseemos es la especialización en productos de mar bajo un concepto de cocina de proximidad, con productos frescos, e ingredientes locales que resaltan el sabor de platos únicos dentro la oferta culinaria con la que competimos.

Adicional, el ingreso de Distrito Container al mercado de Apartadó va de la mano con la incorporación de innovación aplicando elementos diferenciadores que le permitan contar con un servicio gastronómico integral (comida de mar, bebidas y cocteles) enmarcados en planes con precios atractivos, beneficios irresistibles, así como un servicio que brinde al cliente experiencias ágiles, oportunas y de calidad en el corto, mediano y largo plazo, con el fin de que su experiencia provoque en el ganas de volver y recomendarnos.

Ahora bien, el precio a la hora de fijar las estrategias no es un elemento preponderante que limite la acción de la plaza de comidas Distrito Container, puesto que de acuerdo a las investigaciones realizadas y la experiencia previa vivida en el local ubicado en Turbo, el cliente de Apartadó está deseoso por degustar platos de comida de mar en un ambiente dinámico, alegre y original, con productos frescos elaborados a través de fusión de sabores y recetas que rescatan las tradiciones de la región.

En virtud de ello, para el cliente el precio pasa a un segundo plano, estando por encima la variedad, frescura y sabor del plato de mar a degustar y la vivencia gastronómica que tendrá en términos generales en Distrito Container; de allí que nuestra estrategia es tener precios competitivos en el mercado (ver tabla 21) con una estrategia que aporte valor al cliente (ver tabla 22)

Tabla 21. Estrategia de precios Distrito Container/Apartadó



ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL PRECIO DEL PRODUCTO/SERVICIO
(EXPRESADO EN PESOS COLOMBIANOS)

AÑOS	Zona amarilla			Zona Azul				Planes		
	Platos Fuertes	Para Compartir	Fast-Food	Micheladas	Cocteles	Pasión y mix frutas	Gaseosas / Cervezas	Familia	Recorre Urabá	Una noche para recordar
Año 1	40.000	55.000	23.000	13.000	18.000	9.000	6.000	105.000	70.000	90.000
Año 2	44.000	60.500	25.300	14.300	19.800	9.900	6.600	115.500	77.000	99.000
Año 3	48.400	66.550	27.830	15.730	21.780	10.890	7.260	127.050	84.700	108.900

Tasa de crecimiento del 10% anual

Fuente: Elaboración propia (2022)

Tabla 22 Estrategia de precios basada en valor

Nombre del emprendimiento	Distrito Container
<p>Modelo de precio basado en valor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecemos una carta de platos especializadas en productos del mar, con fusión de sabores apegados al rescate de la cultura gastronómica de la región. En Apartadó es escasa la presencia de locales que ofrecen especialidades en este tipo de alimentos. • Modelo de cocina de proximidad, con rotación de inventario interdiarias lo que garantiza fresca de los platos y bebidas que se consumen en el negocio. • Innovamos mezclando recetas tradicionales con sabores originales provocando el en paladar del cliente una explosión de sabores que activan sus sentidos. Así mismo la presentación de los platos destaca por su originalidad. • Ambiente juvenil, dinámico, alegre para compartir entre amigos y familiares. • Manejamos el concepto de relato gastronómico para conectar al cliente con la historia de lo que está consumiendo. • Modelo de negocio que va de la mano con la sostenibilidad introduciendo contenedores reciclados como centro de operaciones gastronómicas. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Cobro de contado, a través de transferencias, cobro electrónico, efectivo, y métodos de pago P2P (criptomonedas) 	
Beneficios y características:	Distrito Container, selecciona sus insumos con ingredientes locales para ofrecer a los clientes platos del mar y servicio de coctelería con excelente calidad brindando una vivencia gastronómica cultural bajo un modelo de cocina de proximidad integradas por El Sub Marino Amarillo (Zona Amarilla) y la (Zona Azul) ambos inspirados en las raíces pacífico-caribeñas de Colombia,
Tamaño / Utilidad:	La estandarización de recetas y procesos operativos permite a Distrito Container ofrecer a los clientes platos y bebidas con las porciones adecuadas y a un mejor precio, preparados al momento que el cliente lo solicite
Estrategia de mercado:	Estrategia competitiva aprovechando la especialización y el modelo de cocina de proximidad como elemento diferencial, aportando valor a través de la innovación en el servicio: <ul style="list-style-type: none"> - Platos para deleitar a los amantes de la comida de mar. - Ambiente propicio para reuniones, celebraciones y socialización con amigos. - Planes y productos para integrar a la familia y amigos. - Planes y platos para deleitar al turista: tablas de picoteo con selección de productos para degustaciones. - Introducción del relato gastronómico: contando la historia detrás de cada plato - Planes y productos para parejas.

	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto amigable con el medio ambiente, al aire libre integrando a áreas verdes y mobiliario. - Concepto apto para redes sociales, con colores vivos, luces, diversión e innovación en la presentación de sus productos. - Integración de la cultura regional para fortalecer el ecosistema emprendedor de la zona. - Plaza de comida que brinda opciones y alternativas para todas las edades. - Métodos de pago innovadores, flexibles, aceptando criptomonedas y plataformas como binance, transferencias, entre otras.
--	---

5.4.6 Canales de distribución

Distrito Container es una plaza de comida que cuenta con dos zonas, una amarilla dedicada a venta de platos del mar y la zona azul donde se pueden consumir bebidas, cocteles y micheladas, con venta directa para consumir los productos en el local o pedidos a través de WhatsApp o líneas telefónica para llevar el servicio hasta donde el consumidor lo requiera. (ver tabla 23). Próximamente se podrá hacer el pedido a través de la plataforma Ifood. Actualmente el cliente puede hacer reservas a través de WhatsApp, descargar el menú, solicitar domicilio desde el Instagram de empresa @distritocontainers.

La sede del Municipio Apartadó contará con acceso peatonal y todos los requerimientos logísticos que el negocio maneja, como parqueadero, por ejemplo, para brindar al cliente facilidades de acceso al negocio.

Tabla 23 Evaluación de los canales de distribución

	Canal de distribución 1 (venta directa consumo local)	Canal de distribución 2 Uso de redes sociales (reservas y pedidos)	Canal de distribución 3 (Aplicaciones Ifood)
--	--	---	---

Facilidad de entrada	5	5	4
Proximidad geográfica	5	5	5
Costos	5	4	3
Posición de los competidores	4		4
Experiencia en gestión	5	5	3
Capacidades del personal	5	5	5
Necesidades de mercado	5	5	4

Fuente: Elaboración propia (2022)

5.5 Red de contactos

Para posicionar Distrito Containers se aplicará a través del networking la ampliación de la red de contactos de Turbo y de la sub región del Urabá para difundir la creación de la nueva red de contactos en Apartadó, identificando los potenciales clientes para generar interacciones que permitan atraerlo a nuestro concepto de negocios.

Los contactos claves, con los que cuenta la empresa serán la Cámara de comercio de Urabá, la Alcaldía Municipal de Apartadó. Adicional identificaremos influencers regionales que apoyen iniciativas como la nuestra, coordinaremos acciones con representantes de empresas turísticas para ofrecerles planes promocionales a sus clientes, por ejemplo, la empresa Urabá Turístico: especializado en turismo de aves en Apartadó, y Viajes con propósito, quienes pueden convertirse en contactos estratégicos para impulsar nuestro modelo de negocio.

En cuanto a las estrategias, de acuerdo a los grupos de interés son (Lean Startups), como principal estrategia de marca, está el refrescamiento de la misma resaltando las zonas amarillas (venta de comida de mar) y azul (bebidas y cocteles), con colores alegres, atractivos, dinámicos que inviten al disfrute y la diversión.

Por otro lado, realizaremos la medición de la satisfacción de los clientes, recopilando comentarios sobre la experiencia personal que sienten y viven en el local en cuanto a:

- a. Servicio y atención
- b. Producto, presentación, calidad y sabor.
- c. Higiene y seguridad.

- d. Ambientación.
- e. Métodos de pago.
- f. Planes para la familia, amigos, pareja.
- g. Cultura y tradición.

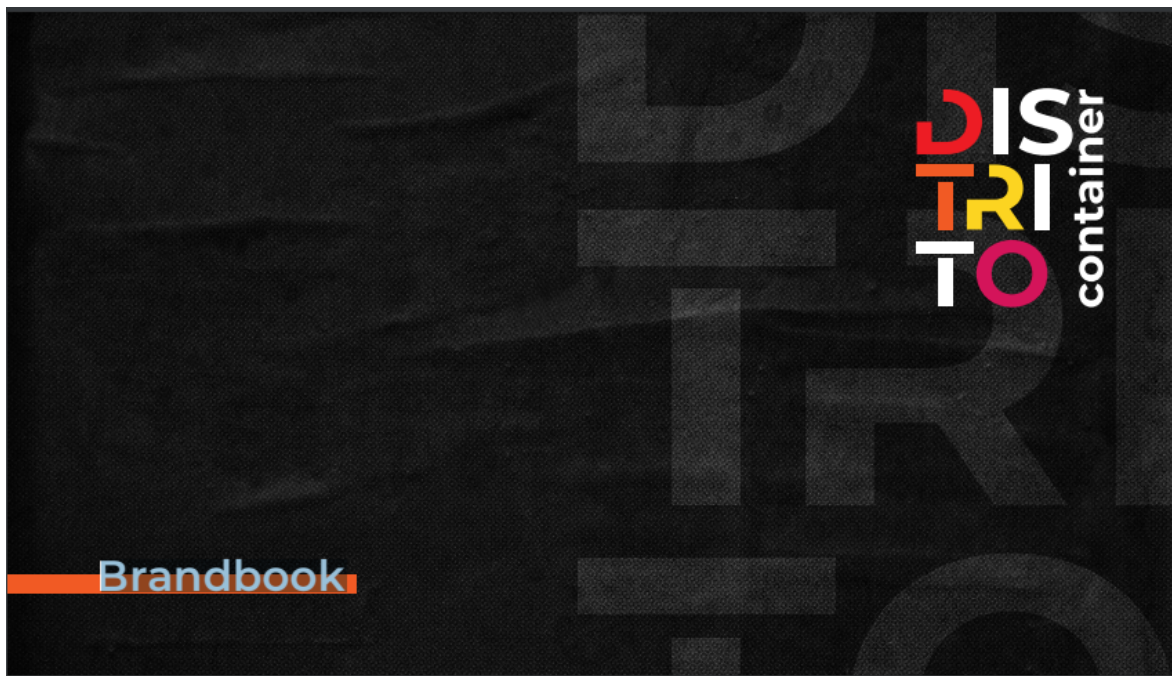
Referencias bibliográficas

- Camara de Comercio de Urabá. (2021). *Informe de labores*.
- Alcaldía Municipio Apartadó. (2020). *Plan de Desarrollo 2020-2023*. Alcaldía Municipio de Apartadó.
- Camara de Comercio de Medellín. (2021). *Perfil socioeconomico de la subregión de Urabá*.
- Cámara de Comercio de Turbo. (2021). *Listado de comercios gastronómicos. Distrito de Turbo*.
- DANE. (2020). *Censo Nacional de Población y Vivienda*. Antioquia.
- Dolan, S., Valle, R., Jackson, S., & Schuler, R. (2007). *La Gestión de los Recursos Humanos* (Vol. 3). Editorial Mc Graw Hill.
- Estévez, S. (2016). *12 pasos para cocinar la imagen de un país. Manual para soñadores gastronómicos*. Ariel editorial.
- Gutiérrez, S. (2021). *¿A qué sabe Necoclí? Informe especial sobre las prácticas gastronómicas en Necoclí, Antioquia*. Universidad de Antioquia.
- Jericó, & Pilar. (2000). *La gestión del talento: del talento individual al talento organizativo*. Madrid.: Prentice Hall.
- Jiménez, M. d. (2020). *Apostar por alimentos limpios y de km 0 es invertir en salud*. Obtenido de https://www.cuerpomente.com/alimentacion/entrevista-lola-puig-alimentos-kilometro-cero_6690
- Kennedy, W. (2006). *So What? who Cares? why You?* Ottawa, Canadá: Wendykennedy.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2007). *Marketing Internacional de lugares y destinos*. México: Pearson.
- Madie, D. (2019). *Growth Wheel Tool Kit*. Copenhagen.

- Ministerio de Comercio. (2020). *Guía de buenas prácticas en sostenibilidad para prestadores de servicios turísticos en naturaleza*. pp.36.
- Ministerio de Vivienda,. (2019). *Manual buenas prácticas ambientales en el Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio*. pp36.
- National Geographic. (2017). La cocina de proximidad, una manera distinta de conocer Cataluña. *National Geographic*, https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/cocina-proximidad-una-manera-distinta-conocer-cataluna_11446. Obtenido de https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/cocina-proximidad-una-manera-distinta-conocer-cataluna_11446
- Neck, H., Neck, C., & Murray, E. (2018). *Entrepreneurship: The Practice and Mindset*. Londres: SAGE.
- Pacto de Milan. (2015). *Pacto de Milán*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).
- Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.
- Puig, L. (viernes de julio de 2020). Apostar por alimentos limpios y de km 0 es invertir en salud. (M. d. Jiménez, Entrevistador)
- Roberto, D. (2004). *Fundamentos de marketing*. Buenos aires: Ediciones granica.
- Valencia, A. (29 de Marzo de 2022). *Linklind*. Obtenido de https://www.linkedin.com/pulse/8-tipos-de-negocios-que-puedes-incorporar-en-andr%C3%A9s-valencia/?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card&originalSubdomain=es
- Vanegas, D. (2020). *La importancia de los productos Km 0 en restaurantes vinculados a los colectivos de cocina: Caso provincia de Girona*. Universidad de Girona.

Anexos

Anexo 1. Branding Distrito Container.



Taglines

Emotivo

Creador de experiencias

Tradición con innovación y creatividad

La mejor forma de empezar un fin de semana

Descriptivo

FishFood&Drinks

La mejor gastronomía típica

Logotipo

Versión vertical

DIS
TRI
TO
container

Versión horizontal

DIS**TRITO**
container

Usos Correctos

Versión vertical



Usos Correctos

Versión horizontal



Usos Correctos

Positivos y Negativos



DISTRITO
container



DISTRITO
container



DISTRITO
container



DISTRITO
container

Área de Protección

Conservar este espacio limpio de elementos ajenos a la marca.

Versión vertical



Versión horizontal



Tipografía

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Paleta de Color



#000000
R:0 G:0 B:0
C:100 M:80 Y:80 K:100

#E81C24
R:237 G:28 B:36
C:0 M:95 Y:85 K:0

#F15A24
R:241 G:90 B:36
C:0 M:75 Y:88 K:0

#FCD421
R:252 G:212 B:33
C:2 M:15 Y:90 K:0

#D4145A
R:212 G:20 B:90
C:10 M:980 Y:40 K:2

Iconografía

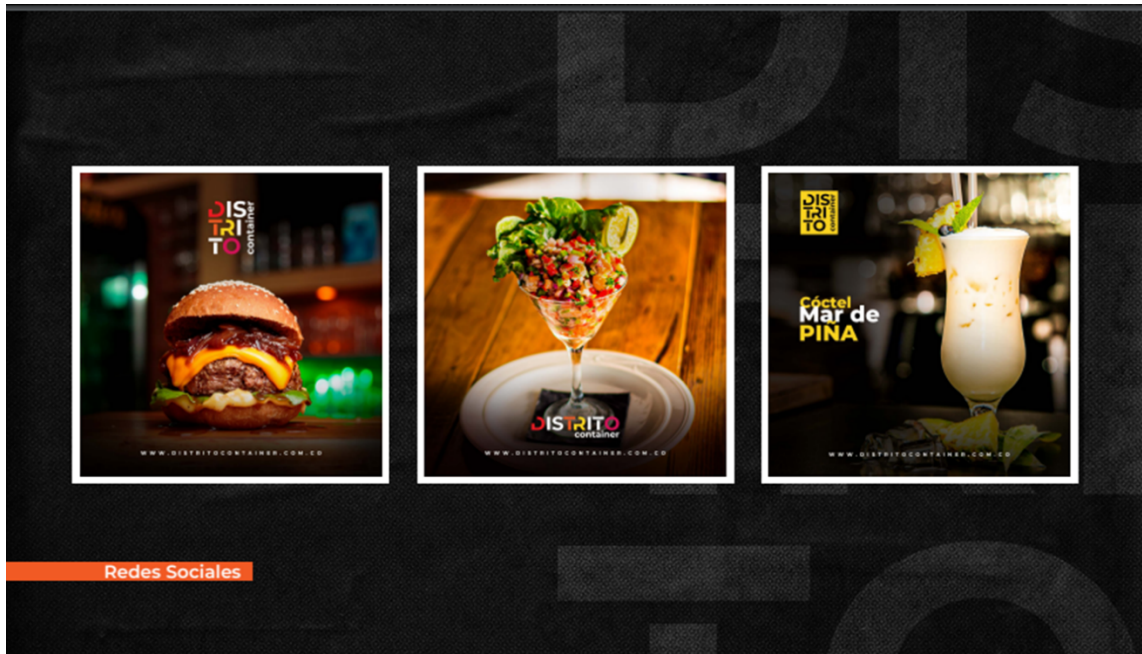


DISTRITO
container

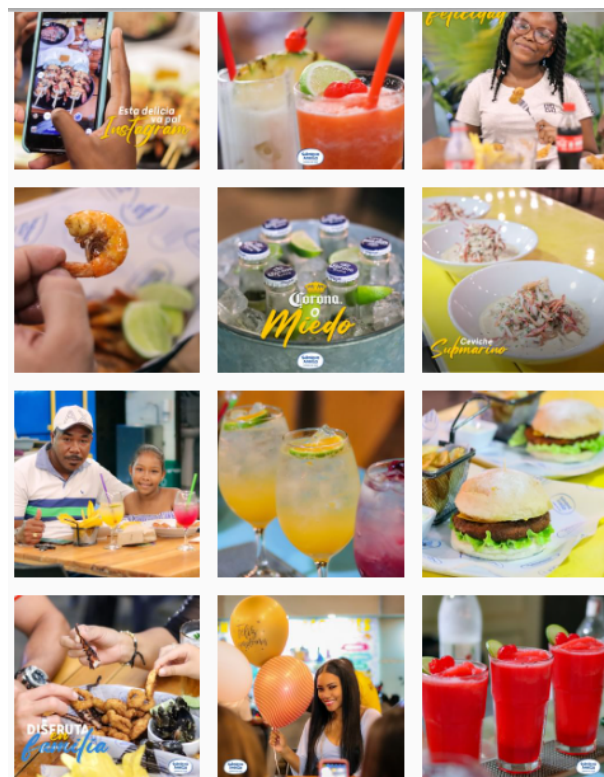
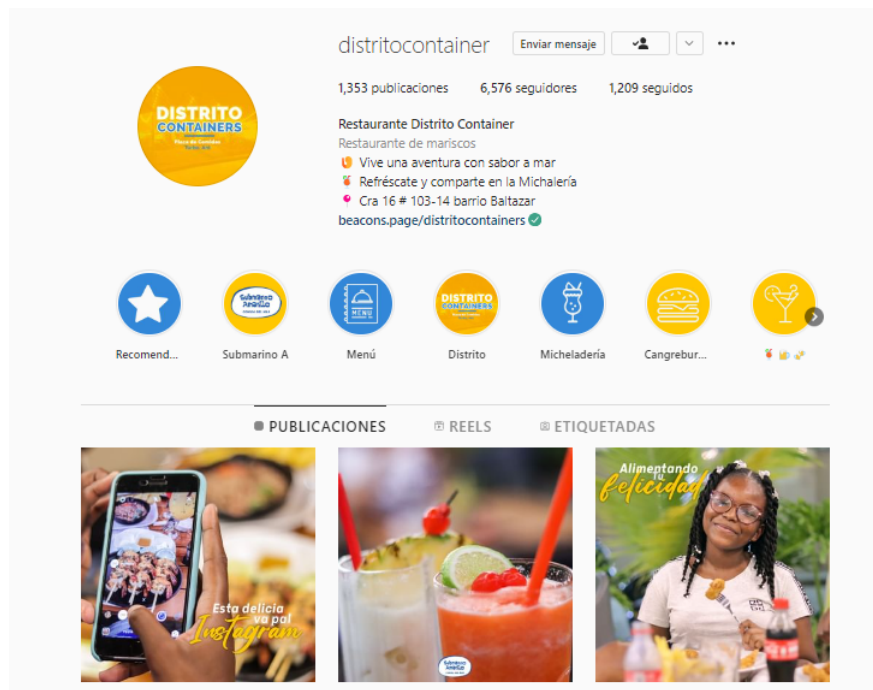
Aviso Iluminado







Anexo 2. Visibilidad en redes sociales.



Anexo 3. Soportes financieros del proyecto.

PLAN DE INVERSIONES INICIALES

1. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

CONCEPTO	COSTO/PESOS
Arriendo Local (deposito+2 meses anticipo)	2.970.000
Activos Fijos (Contenedores de 10 pies)	18.058.824
Activos Fijos (Contenedores de 20 pies)	26.050.420
Maquinaria, equipos de cocina y Bar	49.307.899
Herramientas y utillaje	600.000
Mobiliario y enseres	12.600.000
Equipos informaticos y licencias	8.140.000
Contratos de suministros (agua, luz, gas, internet...)	980.000
Uniformes del personal	297.000
Existencias iniciales de Materias primas (*)	3.500.000
Vajillas y platería	5.862.500
Seguros	1.750.000
Dotación a las provisiones (gastos imprevistos 20%)	26.023.329
TOTAL	156.139.971

NOTA: TODOS LOS IMPORTES SON SIN INCLUIR EL IVA, AL SER UN IMPUESTO NO SE SUBVENCIONA. (POR NORMA GENERAL ES EL 19%)



**ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL PRECIO DEL PRODUCTO/SERVICIO
(EXPRESADO EN PESOS COLOMBIANOS)**

AÑOS	Zona amarilla			Zona Azul				Planes		
	Platos Fuertes	Para Compartir	Fast-Food	Micheladas	Cocteles	Pasión y mix frutas	Gaseosas / Cervezas	Familia	Recorre Urabá	Una noche para recordar
Año 1	40.000	55.000	23.000	13.000	18.000	9.000	6.000	105.000	70.000	90.000
Año 2	44.000	60.500	25.300	14.300	19.800	9.900	6.600	115.500	77.000	99.000
Año 3	48.400	66.550	27.830	15.730	21.780	10.890	7.260	127.050	84.700	108.900

Tasa de crecimiento del 10% anual



ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMO/VENTA
(Expresado en número de personas)

AÑOS	Zona amarilla			Zona Azul				Planes			% DE COMER.
	Platos Fuertes	Para Compartir	Fast-Food	Micheladas	Cocteles	Pasión y mix frutas	Gaseosas / Cervezas	Familia	Recorre Urabá	Una noche para recordar	
	32%	5%	8%	20%	15%	8%	52%	5%	10%	5%	
Año 1	5.751	899	1.438	3.594	2.696	1.438	9.345	899	1.797	899	100%
Año 2	6.326	988	1.581	3.954	2.965	1.581	10.280	988	1.977	988	100%
Año 3	6.958	1.087	1.740	4.349	3.262	1.740	11.307	1.087	2.175	1.087	100%
TOTALES	19.035	2.974	4.759	11.897	8.923	4.759	30.932	2.974	5.948	2.974	100%

Tasa de crecimiento del 10% anual

Cientes Anuales	N°
Personas mensuales	1.498
Meses del año	12
TOTAL ANUAL	17.971

Jobs Comer/turismo gastronómico	
Platos Fuertes	32%
Para Compartir	5%
Fast-Food	8%
Familia	5%
Recorre Urabá	10%
Total	60%

Jobs Social	
Micheladas	20%
Cocteles	15%
Pasión y mix frutas	8%
Gaseosas / Cervezas	52%
Una noche para recordar	5%
Total	100%



PROYECCIÓN DE INGRESO X PRODUCTO
(Expresado en pesos colombianos)

AÑOS	Zona amarilla								
	Platos Fuertes			Para Compartir			Fast-Food		
	32%			5%			8%		
	Cientes	P.venta	Ventas	Cientes	P.venta	Ventas	Cientes	P.venta	Ventas
Año 1	5.751	40.000	230.031.360	899	55.000	49.420.800	1.438	23.000	33.067.008
Año 2	6.326	44.000	278.337.946	988	60.500	54.362.880	1.581	25.300	40.011.080
Año 3	6.958	48.400	336.788.914	1.087	66.550	59.799.168	1.740	27.830	48.413.406
TOTALES			845.158.220			163.582.848			121.491.494

AÑOS	Zona Azul											
	Micheladas			Cocteles			Pasión y mix frutas			Gaseosas / Cervezas		
	20%			15%			8%			52%		
	Cientes	P.venta	Ventas	Cientes	P.venta	Ventas	Cientes	P.venta	Ventas	Cientes	P.venta	Ventas
Año 1	3.594	13.000	46.725.120	2.696	18.000	48.522.240	1.438	9.000	12.939.264	9.345	6.000	56.070.144
Año 2	3.954	14.300	56.537.395	2.965	19.800	58.711.910	1.581	9.900	15.656.509	10.280	6.600	67.844.874
Año 3	4.349	15.730	68.410.248	3.262	21.780	71.041.412	1.740	10.890	18.944.376	11.307	7.260	82.092.298
			171.672.763			178.275.562			47.540.150			206.007.316

AÑOS	Planes								
	Familia			Recorre Urabá			Una noche para recordar		
	5%			10%			5%		
	Cientes	P.venta	Ventas	Cientes	P.venta	Ventas	Cientes	P.venta	Ventas
Año 1	899	105.000	94.348.800	1.797	70.000	125.798.400	899	90.000	80.870.400
Año 2	988	115.500	114.162.048	1.977	77.000	138.378.240	988	99.000	97.853.184
Año 3	1.087	127.050	138.136.078	2.175	84.700	152.216.064	1.087	108.900	118.402.353
TOTALES			346.646.926			416.392.704			297.125.937



PROYECCIÓN DE COSTO DE PRODUCCIÓN X PRODUCTO
(Expresado en pesos colombianos)

AÑOS	Zona amarilla								
	Platos Fuertes			Para Compartir			Fast-Food		
	32%			5%			8%		
	Cientes	Costo P.	Costos	Cientes	Costo P.	Costos	Cientes	Costo P.	Costos
Año 1	5.751	20.800	119.616.307	899	28.050	25.204.608	1.438	11.040	15.872.164
Año 2	6.326	31.460	199.011.631	988	30.855	30.497.576	1.581	12.144	19.205.318
Año 3	6.958	34.606	240.804.074	1.087	33.941	36.902.067	1.740	13.358	23.238.435
TOTALES			559.432.012			92.604.250			58.315.917

AÑOS	Zona Azul											
	Micheladas			Cocteles			Pasión y mix frutas			Gaseosas / Cervezas		
	20%			15%			8%			52%		
	Cientes	Costo P.	Costos	Cientes	Costo P.	Costos	Cientes	Costo P.	Costos	Cientes	Costo P.	Costos
Año 1	3.594	5.850	21.026.304	2.696	8.100	21.835.008	1.438	3.780	5.434.491	9.345	3.000	28.035.072
Año 2	3.954	6.435	25.441.828	2.965	8.910	26.420.360	1.581	4.158	6.575.734	10.280	3.300	33.922.437
Año 3	4.349	7.079	30.784.612	3.262	9.801	31.968.635	1.740	4.574	7.956.638	11.307	3.630	41.046.149
TOTALES			77.252.744			80.224.003			19.966.863			103.003.658

AÑOS	Planes								
	Familia			Recorre Urabá			Una noche para recordar		
	5%			10%			5%		
	Cientes	Costo P.	Costos	Cientes	Costo P.	Costos	Cientes	Costo P.	Costos
Año 1	899	54.600	49.061.376	1.797	36.400	65.415.168	899	45.000	40.435.200
Año 2	988	60.060	59.364.265	1.977	40.040	71.956.685	988	49.500	48.926.592
Año 3	1.087	66.066	71.830.761	2.175	44.044	79.152.353	1.087	54.450	59.201.176
TOTALES			180.256.402			216.524.206			148.562.968



Costos y gastos básicos escenario optimista

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Salarios Gerente	11.875.684	12.789.198	13.702.712	38.367.595
Pagos parafiscales gerente	822.163	885.406	948.649	2.656.218
Seguridad Social gerente	2.091.947	2.252.866	2.413.785	6.758.599
Provisión prestaciones sociales gerente	989.640	1.065.767	1.141.893	3.197.300
Salario Administrador	20.097.312	25.578.396	27.405.425	73.081.133
Pagos parafiscales Administrador	1.391.352	1.770.812	1.897.299	5.059.463
Seguridad Social Administrador	3.540.219	4.505.733	4.827.571	12.873.523
Provisión prestaciones sociales Adm.	837.388	1.065.767	1.141.893	3.045.047
Salario Cajera, Bar, Cocina y meseros	146.162.266	160.778.492	175.394.719	482.335.476
Pagos parafiscales Operativos	10.118.926	11.130.819	12.142.711	33.392.456
Seguridad Social Operativos	25.747.045	28.321.750	30.896.454	84.965.249
Provisión prestaciones sociales Ope.	6.090.094	6.699.104	7.308.113	20.097.312
Dotación de uniformes	0	653.400	653.400	1.306.800
Consumo línea celular plan corporativo	720.000	720.000	720.000	2.160.000
Servicio Internet	1.560.000	1.560.000	1.560.000	4.680.000
Arriendo	11.880.000	13.068.000	14.374.800	39.322.800
Servicios públicos	27.000.000	27.000.000	27.000.000	81.000.000
Honorarios servicio de fotografía	5.760.000	5.760.000	5.760.000	17.280.000
Honorarios web master	9.600.000	9.600.000	9.600.000	28.800.000
Honorarios Community Manager	7.800.000	7.800.000	7.800.000	23.400.000
Honorarios Contador	7.800.000	7.800.000	7.800.000	23.400.000
Capacitación	3.000.000	3.000.000	3.000.000	9.000.000
Papelería y otros gastos	8.640.000	8.640.000	8.640.000	25.920.000
Publicidad y mercadeo	5.040.000	5.040.000	5.040.000	15.120.000
Poliza de seguro	0	1.720.000	1.720.000	3.440.000
Gastos de Limpieza y mantenimiento	2.400.000	2.400.000	2.400.000	7.200.000
TOTAL COSTOS Y GASTOS	320.964.036	351.605.510	375.289.425	1.047.858.971