

# ANEXO 3

## V Concurso



Categoría:

Idea Empresarial

Título:

AFK BAR GAMING





**“Se buscan clientes. No es necesaria experiencia. Se facilitará entrenamiento completo al llegar”**

## ÍNDICE

### 1.- PRESENTACIÓN DEL PROYECTO, DE LA IDEA DE NEGOCIO Y DE LOS EMPRENDEDORES.

- 1.1. Información básica del proyecto.
- 1.2. Identificación del proyecto.

### 2.- PROPUESTA DE VALOR Y OBJETIVOS.

### 3.- SEGMENTOS DEL MERCADO / CLIENTES. (ESTUDIO DE MERCADO)

- 3.1. Clientes / segmentación.
- 3.2. Competencia / productos sustitutivos.
- 3.3. DAFO Y CAME.

### 4.- CANALES

- 4.1. De comunicación (promoción/ marketing).
- 4.2. De venta y distribución.
- 4.3. De post venta.

### 5.- RELACIONES CON LOS CLIENTES.

# **1.- PRESENTACIÓN DEL PROYECTO Y DE LA IDEA DE NEGOCIO.**

## **1.1. Información básica del proyecto.**

Nuestra idea consiste en abrir un bar en Valladolid, en el que los aficionados al videojuego League of Legends (LOL) puedan ver los partidos en un local ambientado y en compañía de sus amigos.

Se trata del videojuego multijugador online más jugado a nivel mundial, ya que 7'5 millones de personas juegan simultáneamente cada día.

Se basa en una batalla por equipos, donde los jugadores (conocidos como invocadores) se enfrentan cinco contra cinco, cada uno con un campeón con determinadas habilidades. El objetivo es llegar a la base del equipo contrario y destruirla.

Gracias al éxito de este juego, que se practica a nivel competitivo, comenzaron a televisarse torneos a nivel mundial. La última final tuvo lugar en el Staples Center, estadio NBA de la ciudad de Los Ángeles.

La idea surge al detectar una oportunidad de negocio en la ciudad de Valladolid, la necesidad no satisfecha de querer ver los partidos del videojuego League of Legends (LOL) en grupo con tus amigos, como se hace con los deportes tradicionales.

## **1.2. Identificación del proyecto.**

El nombre que hemos pensado es AFK Gaming. AFK es una palabra que se usa en los videojuegos en línea cuando un jugador abandona la partida y significa "away from the keyboard" (lejos del teclado).

El logo será la palabra AFK



En cuanto a la ubicación, hemos decidido abrir el bar en Valladolid porque, además de ser el lugar donde vivimos, se trata de una ciudad donde hay muchos aficionados a este tipo de juegos y hasta la fecha no hay ningún bar de este tipo.

La ubicación será en la Plaza Circular, zona muy transitada, en la que hemos encontrado un inmueble en régimen de alquiler. Se trata de un local en el que no habrá que hacer ningún tipo de reforma ya que anteriormente había un bar restaurante, únicamente tendremos que ambientarlo. Cuenta con 2 baños y posibilidad de poner terraza.

El enlace del local es el siguiente:

<https://www.globaliza.com/inmueble/7537717>

Imágenes Bar E-sport



## **2.- PROPUESTA DE VALOR Y OBJETIVOS.**

Nuestra propuesta de valor consiste en ofrecer todos los servicios de un bar, pero con la ventaja / factor diferenciador de poder ver E-sports, en un local ambientado en torno al mundo de los videojuegos.

Nuestro público objetivo, en base al estudio de mercado que hemos realizado previamente, sería la gente joven que demanda un lugar donde ver E-sports con sus amigos. Así mismo, y en base a los resultados obtenidos en dicho estudio, también ofreceremos:

- a) Karaoke
- b) Consolas
- c) beer pong
- d) cachimbas
- e) comics
- f) terraza con estufas
- g) juegos de mesa
- h) concurso de cosplayers
- i) tutorial cosplayer
- j) gameplay
- k) streaming
- l) invitación de famosos
- m) competiciones y sorteos
- n) pequeños reservados para alquilar por grupos de amigos bien para cantar y hacer sus fiestas privadas.

Se trata de un servicio que no ofrece ningún bar en Valladolid (partidos de E.-sports televisados). Podrán compartir momentos inolvidables junto con sus seres más próximos, escuchar a los comentaristas más populares y participar en “porras”.

Su factor diferenciador es la posibilidad de ver E-sports como si de fútbol se tratara en un bar ambientado.

Por lo tanto, los elementos que en nuestra empresa contribuyen a crear valor son:

- Novedad: primer bar de E-sport en Valladolid
- Accesibilidad: lugar de encuentro para ver E-sports en compañía.
- Personalización: ambientación y productos personalizados para nuestro público objetivo.
- Co-creación: ya que serán nuestros propios clientes quienes participarán en la ambientación periódica del bar, haciendo propuestas, pintando...

En cuanto a nuestros objetivos son, además de dar respuesta a una oportunidad de negocio que hemos detectado en nuestra ciudad y que consiste en tener un lugar de encuentro para ver E-sports en compañía, crear nuestros propios puestos de trabajo y ganar beneficios a medio plazo.

### 3.- ESTUDIO DE MERCADO.

Para conocer la aceptación que tendrá en el mercado nuestro proyecto, hemos llevado a cabo un estudio de nuestros clientes potenciales a través del siguiente cuestionario que hemos realizado por internet, a través de un foro de jugadores, gente con la que jugamos, amigos, lo que nos ha ofrecido una aceptación del 100% ya que nuestros clientes objetivo son jugadores/seguidores/aficionados a los videojuegos y especialmente de los E-sport.

El cuestionario y los resultados obtenidos son los siguientes:

#### ENCUESTA BAR E-SPORTS

A través de la siguiente encuesta queremos valorar la aceptación que tendría nuestra idea empresarial, que consiste en abrir un bar en Valladolid en el que los aficionados al videojuego League of Legends (LOL) puedan ver los partidos en un local ambientado y en compañía de sus amigos.

1 ¿Te gustan los E-sports?

**#Si 100%** #No

2 ¿Estarías dispuesto a ir a nuestro local?

**#Si 100%** #No

3-¿Videojuego preferido?

**#League of Legends-66.6%** #Heroes of the Storm-5.55%

#Smite-5.55% #Counter Strike: Go-5.55%

#Otros: 16.6% (CoD, Dark souls, ninguno)

4 ¿Por qué zona te gustaría que estuviese el bar?

**#Cantarranas 44.4%** #Antigua 5.55% #Parquesol 22.2% #otro: 27.7% (circular)

5 ¿Qué tipo de ambientación prefieres? ¿Alguna sugerencia?

#Manga: 16.6% **#Gaming: 50%** #Ambas:27.7%

6 ¿Pagarías entrada?

#Si 5.5% #No 11.11%

**#Solo en eventos 83.3%**

7 ¿Cuánto sueles gastar cuando vas de bares?

#De 0 a 5€ 0% #De 5 a 10€ 27.7% **#Mas de 10€ 72.22%**

8 ¿Cuáles de las siguientes cosas te gustaría comer?

**#Tapas gratis 72.22%** **#Platos preparados y raciones 55.55%** #Nada 11.11%

9 ¿Qué tipo de bebidas consumirías?

**#Comunes 100% del total** #Personalizadas (pócimas) 33.3% del total

10 ¿Qué servicios te gustaría que incluyéramos?

<b>Karaoke77.7% del total</b>	Consolas50% del total
<b>Beer-pong55.5% del total</b>	<b>Cachimbas83.3% del total</b>
Librería27.7% del total	Comics27.7% del total
Terraza con estufas66.6% del total	Juegos de mesa 55.5% del total

<b>Concursos de cosplayers</b> 61% del total	Tutorial Cosplayer50% del total
Gameplay50% del total	Tutoriales Gameplay33.3% del total
Streamings55.5% del total	<b>Invitación de famosos</b> 83.3% del total
Competiciones 50% del total	<b>Sorteos</b> 94.44% del total
Otros :0% del total	

<b>Datos básicos encuestad@</b>	
Edad entre 20-25 100%	
Sexo: Varón 61%	Mujer 38.8%

Gracias por su colaboración

### CONCLUSIÓN / ANÁLISIS DE RESULTADOS

La aceptación de nuestra actividad ha resultado ser del 100% de los encuestados, gente joven aficionada a los videojuegos de entre 20 y 25 años. De forma que la clave estará en la promoción, en darnos a conocer a toda esta gente aficionada a los videojuegos y al manga en Valladolid. Estos serán nuestros clientes potenciales, este será nuestro nicho de mercado.

En cuanto a la ambientación del bar será con el video juego League of Legends.

A pesar de que Cantarranas es la zona más votada, por razones de logística (tipo de local, tamaño, acondicionamiento), hemos decidido situarlo en la zona de la Plaza Circular.

El cobro de entrada solo tendrá lugar en eventos especiales, privados, etc.

Con todas las consumiciones se ofrecerá tapa.

Entre las diferentes opciones que barajábamos para incluir en el bar nos hemos decantado por las que han tenido más aceptación y se pueden incluir fácilmente. Se trata de: Karaoke, Beer pong, consolas, cachimbas, terrazas con estufas, concurso de cosplayers, invitación de famosos y sorteos.

### 3.2. Competencia / productos sustitutivos.

Al ser una actividad innovadora, aún no existe competencia directa en Valladolid, ni siquiera en la región. Seríamos el primer bar de estas características de la comunidad.

Existen algunos desde hace un tiempo en ciudades como Madrid, Barcelona o Valencia.

Estaremos alerta y preparados para la posible entrada de nuevos competidores, ya que sabemos que se trata de un mercado atractivo en el que con seguridad querrán entrar nuevos emprendedores. La innovación constante será base fundamental de nuestra actividad. Contaremos con los videojuegos más actuales, analizando constantemente los gustos de nuestros clientes, para introducir todas aquellas actividades que demanden y que veamos puedan tener aceptación.

Posicionarnos como el primer bar gaming de la ciudad y fidelizando con una atención al cliente muy cuidada a nuestros usuarios, así como innovando constantemente, crearemos marca frente a la competencia. Además, como expertos en telecomunicaciones, la infraestructura y las instalaciones serán punteras y nuestros clientes podrán disfrutar de retransmisiones en equipos y con conexión a internet de gran calidad.

En cuanto al resto de bares, no consideramos que sean competencia directa, ya que nuestro mercado es de nicho: aficionados a los videojuegos que quieren mientras consumen bebida y comida jugar o ver partidos retransmitidos en compañía de sus amigos.

### 3. 3. DAFO y CAME

DAFO	Positivo	Negativo
Análisis interno	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exclusividad local</li> <li>- Motivación</li> <li>- Oferta innovadora</li> <li>- Servicio integral Spots &amp; manga: ver partidos, karaoke, streaming, competiciones, talleres maquillaje, disfraces</li> <li>- Máquinas de ocio (karaoke)</li> <li>- Decoración ambientada en el videojuego, manga</li> <li>- Posibilidad de adaptación en función de las modas, flexibilidad</li> <li>- Trato y afinidad con los clientes expertos en la actividad.</li> <li>- Formación en administración de empresas</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de recursos económicos</li> <li>- Falta de experiencia en el sector de la hostelería</li> </ul>
	Análisis externo	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Está de moda</li> <li>- Público agradecido e interactivo</li> <li>- Negocio en expansión o auge</li> <li>- Posibilidad de acoger a personas de la zona (pueblos)</li> <li>- Promoción en redes sociales con youtubers, gamers, cosplayers...</li> </ul>

Realizado el análisis D.A.F.O. debe diseñarse la estrategia con la que responder a ese entorno en función de nuestras fortalezas y debilidades. Ello se realiza a través del estudio C.A.M.E.:

CAME	Positivo	Negativo
Análisis interno	<p><b>MANTENER</b></p> <p>Cumplir expectativas</p>	<p><b>CORREGIR</b></p> <p>Formación en hostelería</p>
Análisis externo	<p><b>EXPLOTAR</b></p> <p>Captación de otras modas, observando tendencias de otros mercados. Innovación constante.</p> <p>Fidelización: regalos, descuentos, promociones.</p> <p>Chat de transporte</p> <p>Invitar a youtubers gamers cosplayers de referencia.</p>	<p><b>AFRONTAR</b></p> <p>Nuevas formas de financiación: como crowdfunding. Lanzadera de la JCyL.</p> <p>Mejora de productos y servicios, ofrecer extras que otros no dan, escuchar a los consumidores, fidelizando</p> <p>Atraer a otro tipo de público</p> <p>Por internet, ferias especializadas</p>

## 4.- CANALES.

### Comunicación (promoción / marketing)

Para comenzar la actividad crearemos un evento creativo de promoción, un “acto inaugural sorprendente” con el objetivo de captar una gran cantidad de nuevos clientes.

Organizaremos una quedada en la Plaza de La Antigua a la que la gente irá caracterizada de su videojuego favorito o con algún elemento que le identifique como aficionado a algún videojuego. Haremos un desfile hasta nuestro bar. Una vez allí los mejores caracterizados, así como aquellos que compartan dicho evento a través de las redes sociales y nos faciliten sus datos de contacto, serán invitados a una consumición gratis. Además, sortearemos entre los asistentes un PC Gaming y unas gafas de realidad virtual. Gracias a este evento conseguiremos repercusión mediática, ya que enviaremos una nota de prensa previa convocando a los medios locales, así como “viralidad” a través de las redes sociales.

Además, y durante el primer mes, invitaremos a varios cosplayers de temática manga, famosos youtubers, etc.

Nos daremos a conocer a través de las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) y también por medio de nuestra página web (pincha en el siguiente enlace y visítanos).

<http://afkbar.webnode.es/>

Periódicamente organizaremos quedadas, con motivo de eventos importantes en el mundo de los E-sports, así como invitaremos a famosos cosplayers y youtubers referentes en este campo, con el objetivo tanto de atraer como de fidelizar cada vez a más personas.

No nos olvidamos del boca-a-boca, una canal fundamental de promoción, para lo que deberemos ofrecer una atención al cliente de calidad, deleitándole.

### Venta y distribución

El servicio se ofrece directamente a los clientes en nuestro bar, cuidando al máximo su atención, no haciéndole esperar y sorprendiéndole con algo más de lo que espera, una buena tapa, conexión gratuita y rápida por internet, un espacio agradable... atención personalizada.

### Servicio post-venta

Para fidelizar a nuestros clientes, elaboraremos una base de datos de aquellos que nos los faciliten en el acto inaugural y también con quienes quieran hacerse carné de socio. A través del mismo disfrutarán de consumiciones gratis (por ejemplo décima gratis), descuentos e información directa de aquellas actividades que sean de sus interés (no les bombardearemos con toda la información si no que seleccionaremos aquella que sea de sus gustos y preferencias a través de nuestro servicio de suscripción).

Puesto que nuestro objetivo será siempre satisfacer al cliente, e incluso deleitarle, habrá buzón de sugerencias en nuestra web e incluso sopesamos contar con un foro de opinión que nos ayude a mejorar constantemente.

## **5.- RELACIONES CON CLIENTES.**

Nuestro trato con los clientes será uno de nuestros factores diferenciadores, puesto que ofreceremos atención especializada / exclusiva, adaptándonos al gusto del consumidor, puesto que nuestro objetivo como hemos dicho es deleitarle. Los camareros estarán siempre a la entera disposición de los clientes.

Poco a poco procederemos a crear una comunidad entre los clientes fidelizados a través de torneos semanales y ofertas en las consumiciones.

Además, contaremos con famosos del mundo E-sport, lo que hará que nuestro bar sea el lugar deseado para conocer a los referentes.

Haremos del bar un entorno interactivo, en el que los clientes participen con sus sugerencias (las cuales serán implementadas en función de la aceptación entre los clientes por medio de encuestas por las redes sociales).

Y la co-creación será el método que seguiremos para llevar a cabo la decoración del bar, dejando que ellos mismos pinten las paredes con arte ambientado en cada evento y que traigan objetos de adorno.

Por medio de estas técnicas, crearemos una marca con la que los clientes se sientan identificados y satisfechos, AFK Gaming.