

3.- SEGMENTACIÓN / 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?

Karaoke 77.7% del total	Consolas50% del total
Beer-pong 55.5% del total	Cachimbas 83.3% del total
Librería27.7% del total	Comics27.7% del total
Terraza con estufas66.6% del total	Juegos de mesa 55.5% del total
Concursos de cosplayers 61% del total	Tutorial Cosplayer50% del total
Gameplay50% del total	Tutoriales Gameplay33.3% del total
Streamings55.5% del total	Invitación de famosos 83.3% del total
Competiciones 50% del total	Sorteos 94.44% del total
Otros :0% del total	

Datos básicos encuestad@	
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>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Exclusividad local - Motivación - Oferta innovadora - Servicio integral Spots & manga: ver partidos, karaoke, streaming, competiciones, talleres maquillaje, disfraces - Máquinas de ocio (karaoke) - Decoración ambientada en el videojuego, manga - Posibilidad de adaptación en función de las modas, flexibilidad - Trato y afinidad con los clientes expertos en la actividad. - Formación en administración de 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de recursos económicos - Falta de experiencia en el sector de la hostelería

empresas		
Análisis externo	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Está de moda - Público agradecido e interactivo - Negocio en expansión o auge - Posibilidad de acoger a personas de la zona (pueblos) - Promoción en redes sociales con youtubers, gamers, cosplayers... 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de financiación, a través de medios tradicionales - Que se pase de moda, cambios en los gustos de los consumidores - Entrada de competidores. Que nos pisen la idea - Público objetivo muy concreto - Necesidad de encontrar proveedores que se ajusten a nuestra demanda de algunos productos.

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>MANTENER</p> <p>Cumplir expectativas</p>	<p>CORREGIR</p> <p>Formación en hostelería</p>
Análisis externo	<p>EXPLOTAR</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>AFRONTAR</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>