

# 1. PROPOSICIÓN DE VALOR

En la actualidad cada vez hay menos autocines, pese a que es algo muy normalizado en países como Estados Unidos, en España no se ha conseguido ganar mercado a los cines convencionales. La mayoría de los autocines que han ido surgiendo en las ciudades, han acabado cerrando con el paso de los años.

Para nosotros, esto se debe a dos problemas, uno cuando la población de nuestra zona de influencia pierde la sensación de novedad y el segundo problema cuando las condiciones climatológicas no son favorables para el normal desarrollo de nuestra actividad comercial.

Actualmente la sociedad está acostumbrada al consumismo rápido y a imitar a sus influencers, esto hace que la captación de clientes se deba principalmente a la novedad, la moda o la sensación de FOMO que generan las redes sociales. La mayoría de las veces se acude a los sitios porque se ven en redes sociales, ya sea por la estética, por la temática o por la misma novedad en la ciudad. Lo cual, no genera una clientela fija, que decida ir todos los días a ver una película, a pasar un rato en la zona de las food trucks. La mayoría de los clientes de una zona pueden ir una o dos veces, mientras dure la novedad o las películas cambien. Pero según nuestro estudio de mercado una vez perdida la sensación de novedad las ventas bajarían y no sería rentable la empresa.

El segundo problema, el ambiental, cuando generamos nuestra idea, estábamos en León, y como todos sabemos, el clima es frío en invierno y nadie estaría dispuesto a pagar para ir a un autocine donde tener que dejar el coche arrancado o consumiendo batería para poder tener la calefacción del coche encendida y poder estar cómodos. Esta opción, además de no ser económica para nuestros clientes, tampoco es nada beneficiosa para el medio ambiente. Dentro de esta categoría incluimos también problemas meteorológicos como lluvia o niebla, pues estos días nuestros clientes no podrían ver las proyecciones de las películas.

Todo esto repercute también en la pérdida de ventas de las food trucks y de la zona de comidas, pues la gente no querría venir a consumir a un espacio abierto donde se está a la merced del mal tiempo. Según el estudio de mercado la población prefiere refugiarse en centros comerciales donde suelen existir cines convencionales y un espacio de ocio cubierto.

Por ello, nos hemos planteado el Autocine Errante, este factor determinante nos hará poder estar variando continuamente de localización, lo cual nos ayuda a solventar los problemas que hacen cerrar a los autocines convencionales. Al estar cambiando de localidad cada aproximadamente un mes conseguimos llegar a nuevos sectores del mercado, consiguiendo así suprimir los dos principales problemas vistos y desarrollados anteriormente.



Nuestro objetivo se centrará en ofrecer a nuestros clientes una experiencia única, nunca antes vista en España, se podrá disfrutar en un mismo lugar de una selección variadas de películas, un ambiente familiar donde incluso los más pequeños podrán disfrutar.

Además, nos esforzaremos para no dar imagen de ser un simple autocine, si no de ofrecer un lugar de ocio en el que disfrutar de una experiencia gastronómica y cinematográfica, consiguiendo así aumentar nuestros ingresos.

Queremos generar un lugar donde cocineros locales quieran venir a nuestras instalaciones para ofrecer sus productos y puedan venderlo allí. Ofreciendo a nuestros clientes una mejor experiencia gastronómica y al cocinero una clientela amplia y nueva a la que seguramente no podría llegar desde su local habitual.

Por tiempo limitado, debido a que cada vez que se acabe la temporada se cambiará el decorado y la temática del autocine, favoreciendo de esta manera la publicidad del boca a boca y las redes sociales.

Incidiremos también en conseguir unas buenas cifras de preventas de entradas antes de llegar a las ciudades, tratando de este modo de llenar la sala, o la mayor parte al menos. Esto será gestionado desde nuestra página web con posibles ofertas flash u ofreciendo las primeras entradas de cada ciudad a un precio menor del normal, generando expectación en nuestra página web al abrir las preventas de entradas en las futuras ciudades de la ruta.

