



CROCODILE



Proyecto realizado por Álex, Fran, Javier y Roberto

1. Propuesta de Valor

La propuesta de valor es lo que hace que tu discoteca sea única frente a la competencia, y puede estar centrada en varios aspectos:

- **Variedad musical:** Atraerás a públicos de diferentes edades con una oferta musical diversa que incluya géneros desde música electrónica, pop, salsa, reguetón hasta música retro.
- **Ambiente inclusivo:** Un lugar donde personas de distintas edades puedan disfrutar y socializar. Se crean diferentes espacios dentro de la discoteca para que cada grupo se sienta cómodo.
- **Eventos especiales:** Ofrecer noches temáticas (por ejemplo, noches de los 80's, noches de reguetón, etc.), DJs locales y de renombre, y eventos que se ajusten a distintos gustos.
- **Tecnología avanzada:** Incorporar tecnología de última generación en sonido, luces y pantallas interactivas para ofrecer una experiencia inmersiva.
- **Seguridad y comodidad:** Un lugar seguro y bien organizado, con opciones para todos los gustos y edades, promoviendo un ambiente cómodo para todos los públicos.



2. Segmentos de Clientes

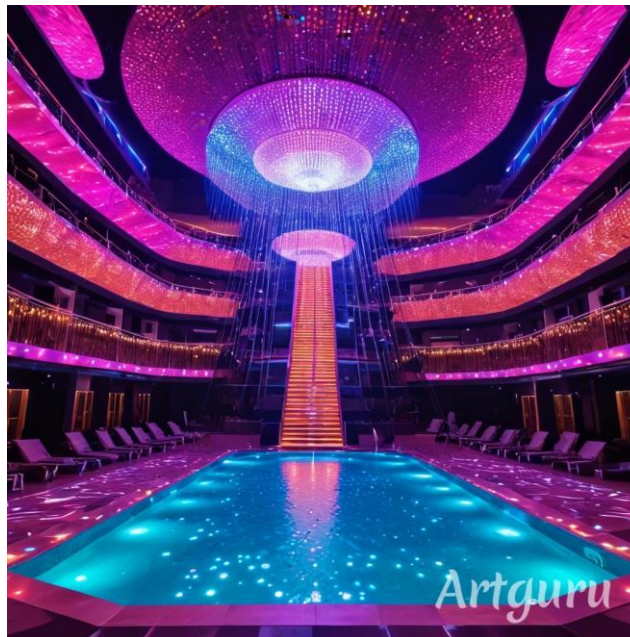
La discoteca va a tener que segmentar a su audiencia de forma que se adapten a los diferentes grupos de edad y preferencias. Aquí algunos segmentos clave:

- **Jóvenes adultos (18-30 años):** Este segmento se interesa principalmente por música electrónica, reguetón y pop moderno. Buscan diversión y conexión social.
- **Adultos (30-45 años):** Gente que disfruta de géneros como música retro, salsa, bachata, pop clásico, y música de los 80s o 90s. Buscan un ambiente cómodo, pero también un lugar animado.
- **Maduros (45+ años):** Buscan una experiencia más tranquila y relajada, con opciones de música variada y un ambiente más relajado, pero aún así disfrutan de la diversión.
- **Turistas y visitantes ocasionales:** Este segmento está interesado en conocer las mejores opciones de entretenimiento en la ciudad. Además, pueden ser un mercado importante durante las vacaciones y festividades.

3. Socios Clave

Los socios estratégicos son fundamentales para el éxito de la discoteca. Algunos posibles socios clave pueden ser:

- **Proveedores de sonido y tecnología:** Empresas que proveen de la infraestructura tecnológica necesaria para ofrecer un excelente sistema de sonido y efectos visuales.
- **DJs y artistas locales:** Colaboraciones con DJs de renombre local o nacional que atraigan a diferentes públicos, garantizando una oferta de eventos continua y atractiva.
- **Empresas de seguridad:** Para mantener un ambiente seguro en el club, se necesitarán aliados en términos de seguridad profesional (guardias, control de acceso, etc.).
- **Bebidas y alimentos:** Proveedores de bebidas alcohólicas, refrescos y alimentos para mantener una oferta atractiva a los clientes durante la noche.
 - **Agencias de marketing y publicidad:** Colaboración con agencias especializadas en la promoción de eventos y marketing digital para atraer a diferentes segmentos.
- **Aliados en la comunidad local:** Enlaces con el turismo local, hoteles o agencias de viajes para atraer a visitantes de fuera de la ciudad.



4. Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos garantizarán la rentabilidad del proyecto. Algunas posibles fuentes son:

- **Entradas al club:** Precios variables según el tipo de evento, la hora o el día de la semana (puede incluir entradas VIP con acceso preferente).
- **Venta de bebidas y alimentos:** La venta de bebidas alcohólicas, cócteles, refrescos y snacks durante la noche es una fuente clave de ingresos.
- **Eventos privados:** Alquilar el espacio para fiestas privadas, como cumpleaños, despedidas de soltero, eventos corporativos, etc.
- **Patrocinios y promociones:** Alianzas con marcas que deseen promocionar sus productos dentro del club, ya sea a través de banners, promociones especiales o marcas de bebidas.
- **Merchandising:** Venta de productos de la discoteca, como camisetas, gorras, tazas, etc., para quienes quieran llevar un recuerdo.
- **Actividades y servicios adicionales:** Ofrecer otros servicios como zona VIP, parking, servicios de transporte (limusinas, taxis exclusivos), y alquiler de áreas privadas



5. Canales

En la discoteca Crocodile utilizamos distintos canales para llegar a nuestro público objetivo y transmitir nuestra propuesta de valor. Las plataformas digitales son una herramienta clave, donde contamos con redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok y Twitter. A través de estas plataformas compartimos contenido visual atractivo, promocionamos eventos especiales, realizamos sorteos y mantenemos una interacción directa con nuestros seguidores. Además, tenemos una página web oficial que permite a nuestros clientes acceder a información sobre la programación, reservar mesas VIP y adquirir entradas de manera sencilla. También utilizamos gmail y

aplicaciones como WhatsApp y Telegram para enviar promociones y confirmar reservas, que llegaran en forma de notificaciones al móvil del cliente.

Completamos nuestra estrategia digital con la distribución de carteles en bares y restaurantes locales, el trabajo de empleados de calle que reparten flyers en puntos estratégicos y colaboraciones con negocios e influencers, sobre todo locales, a medida del crecimiento de la empresa, para así llevar a cabo promociones conjuntas que beneficien a ambas partes. Dentro de la discoteca, reforzamos nuestra comunicación a través de relaciones públicas y anfitriones que interactúan con los clientes, así como pantallas que anuncian futuros eventos y ofertas exclusivas. Asimismo, como dijimos antes, trabajaremos con influencers locales y nacionales para ampliar nuestro servicio de marketing y atraer nuevos clientes. Invertimos en publicidad también, tanto en redes sociales, donde segmentamos a nuestro público objetivo, como en medios locales como emisoras de radio y portales digitales. Esta combinación de canales nos permite mantenernos conectados y unidos con nuestros clientes y alcanzar a ser un referente en el entretenimiento nocturno, garantizando experiencias únicas y memorables

6. Relaciones con los clientes

En la discoteca Crocodile nos enfocamos bastante en establecer relaciones sólidas con nuestro público objetivo, priorizando una atención al cliente personalizada y cercana. Ofreceremos una experiencia exclusiva a través de las zonas VIP, donde los clientes reciben ofertas y promociones exclusivas al igual que un reservado que se puede compartir con amigos o con demás gente. Trabajamos en generar un sentido y ambiente de comunidad mediante la interacción constante en redes sociales, respondiendo mensajes, comentarios y solicitudes para mantener un vínculo directo con nuestro público.

Fomentamos relaciones basadas en la confianza y el valor añadido mediante promociones exclusivas, y beneficios especiales para clientes frecuentes o llamados VIP. Asimismo, ponemos especial atención en las relaciones emocionales, buscando que cada visita a la discoteca se traduzca en una experiencia memorable que los clientes deseen repetir y compartir con sus círculos sociales, manteniendo así la clientela habitual y agrandándola. Nuestro equipo de relaciones públicas dentro del

local interactúa con los clientes para garantizar una experiencia cálida, amigable y personalizada, haciendo fuerte el vínculo entre la empresa y el cliente. De esta manera, logramos construir relaciones duraderas basadas en la calidad de la experiencia, la comunicación y el cuidado de los detalles que hacen única cada visita a Crocodile.

7. Recursos claves

Para que el modelo de negocio de una discoteca llamada "Crocodile" funcione de manera efectiva, se necesitan varios activos clave. En primer lugar, se requiere una infraestructura física adecuada, lo que incluye un local comercial con espacio suficiente para recibir a los clientes cómodamente, que cuente con un escenario para DJs o artistas, una zona de baile, áreas VIP y baños adecuados. Además, es fundamental contar con equipos de sonido de alta calidad y un sistema de iluminación innovador que ayude a crear una atmósfera envolvente. También se necesita mobiliario como sillas, mesas, barra de bar y otros elementos de decoración que ayuden a crear una experiencia única para los clientes.

Es necesario contar con las licencias y permisos correspondientes para operar legalmente, lo que incluye la licencia de funcionamiento, las autorizaciones sanitarias y, si es necesario, la licencia para servir alcohol. También puede ser necesario obtener un permiso para la reproducción de música con derechos de autor, especialmente si se contratan DJs o se organiza música en vivo.

El personal es otro activo clave, ya que se necesita un equipo de seguridad capacitado para garantizar la seguridad de los clientes y el control de acceso, además de personal de bar y servicio al cliente que ofrezca un servicio rápido y de calidad. También será importante contar con DJs o artistas que animen las noches y, posiblemente, artistas invitados para eventos especiales. Además, se requiere personal administrativo y operativo, como gerentes y encargados de logística, marketing y otros profesionales que aseguren el buen funcionamiento del negocio.

La tecnología también juega un papel fundamental, con un sistema de gestión de entradas para la venta anticipada y el control de acceso, así como una plataforma de reservas y ventas online donde los clientes puedan consultar eventos, comprar entradas y hacer reservas para mesas VIP. También es necesario contar con herramientas de marketing digital para promocionar eventos, mantener presencia en redes sociales y comunicarse con los clientes.

Los proveedores y productos son esenciales para el funcionamiento del negocio, como los proveedores de bebidas alcohólicas, refrescos, snacks y alimentos si se ofrecen, además de alianzas con proveedores de merchandising para vender productos de marca como camisetas o gorras que ayuden a fortalecer la identidad de la discoteca.

La marca y la imagen de "Crocodile" deben ser bien definidas, con un logotipo, nombre e identidad visual que sean memorables y atraigan a los clientes. Además, es importante gestionar las relaciones públicas para posicionar la discoteca como un referente en el entretenimiento nocturno, trabajando con influencers, artistas y medios de comunicación.

El capital y financiamiento es otro activo clave. Se necesita una inversión inicial para cubrir los costos de adecuación del local, compra de equipos, licencias y primeros suministros. También es necesario contar con un capital de trabajo para cubrir los costos operativos diarios, como sueldos, mantenimiento y pagos a proveedores.

Finalmente, la experiencia del cliente es fundamental para garantizar el éxito del negocio. Esto incluye ofrecer un ambiente único que combine música, iluminación, diseño de espacios y atención al cliente, así como programas de fidelidad o membresías para premiar a los clientes frecuentes con descuentos, acceso exclusivo a eventos y otras ventajas. Con todos estos activos clave, el modelo de negocio de la discoteca "Crocodile" podrá ofrecer una experiencia memorable a los clientes y asegurar su rentabilidad a largo plazo.

8. ACTIVIDADES CLAVE

Las actividades clave para que la discoteca Crocodile funcione bien son varias. Primero, es importante organizar eventos divertidos y diferentes para atraer a la gente, como conciertos o noches con DJs conocidos.

También es necesario tener un lugar que esté siempre en buen estado, con buena música y luces para crear un ambiente atractivo. El personal debe estar bien preparado para atender a los clientes de manera eficiente y asegurar que todos estén a salvo.

Además, se debe promocionar la discoteca constantemente en redes sociales y otros medios para que más personas vengan a visitarla.

También es importante gestionar bien la venta de entradas, bebidas y servicios especiales para maximizar los ingresos.



9. ESTRUCTURA DE COSTES

La estructura de costes de la discoteca "Crocodile" se divide en varios tipos de gastos fundamentales para su funcionamiento eficiente.

Los costes fijos incluyen el alquiler del local, que puede ser elevado dependiendo de la ubicación, así como los salarios del personal fijo como gerentes, seguridad, limpieza y mantenimiento. También se deben considerar los seguros necesarios para cubrir riesgos y las licencias y permisos requeridos para operar legalmente.

Los costes variables dependen de la actividad y número de clientes. Incluyen el suministro de bebidas y alimentos, los honorarios de DJs y artistas, la publicidad y marketing, y las comisiones a promotores. También se debe considerar el consumo de electricidad, agua y gas, que varía según la demanda.

La discoteca necesita invertir en publicidad en redes sociales y otros medios, así como en la impresión de material promocional como carteles y flyers para atraer clientes y promover eventos especiales.

Los costes administrativos y de gestión involucran el uso de software de gestión para controlar ventas, inventarios y contabilidad, además de los servicios de contabilidad y asesoría legal para cumplir con las normativas fiscales.

La discoteca debe invertir en equipos de iluminación y sonido, así como en la decoración y renovación periódica del local para crear un ambiente atractivo para los clientes.

La seguridad es crucial, por lo que se deben cubrir los gastos del personal de seguridad y el mantenimiento de sistemas de videovigilancia.

La discoteca debe cumplir con impuestos como el IVA, impuestos sobre bebidas alcohólicas y contribuciones a la seguridad social de los empleados.

La renovación de equipos de sonido, iluminación y decoración es fundamental para mantener el local en condiciones óptimas y atractivo para los clientes.

Una gestión adecuada de estos costes fijos y variables es esencial para asegurar la rentabilidad de "Crocodile". La clave está en equilibrar los gastos operativos con los ingresos generados por las ventas y las actividades promocionales.